

## ~ МАРКЕТИНГ, ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ~

УДК 658.5

DOI:10.32680/2409-9260-2023-9-310-127-134

### ДИСКУСІЙНІ ПИТАННЯ ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ СТАРТАПУ

**Бабицький Р.В.**, аспірант кафедри економіки підприємства та організації підприємницької діяльності, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна  
e-mail: roman@babitskyi.com  
ORCID ID:0000-0003-0201-6500

**Огренич Д.Ф.**, аспірант кафедри економіки підприємства та організації підприємницької діяльності, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна  
e-mail: unicom98d@gmail.com  
ORCID ID: 0009-0001-5967-8807

***Анотація.** Метою статті є розгляд теоретичних підходів до визначення сутності стартапу, як форми підприємництва. В результаті виділено підвиди інновацій, а саме технологічні, маркетингові та організаційні. Також виокремлено інші сутнісні ознаки стартапів: це новостворені або нещодавно створені бізнеси; значна частина стартапів, завершує свій життєвий цикл невдало; швидке економічне зростання; є етапом життєвого циклу інноваційного бізнесу; функціонування в умовах обмеженості внутрішніх матеріальних ресурсів та базуються в першу чергу на розвитку інтелектуального капіталу. Розглянути ознаки, які на авторський погляд не виправдано віднесені до таких, що визначають сутність стартапів: не обов'язково повинні діяти у мережі інтернет; не обов'язково базуються на сфері ІТ або інших сучасних технологій; не є продуктом, а є бізнесом; не обов'язково орієнтовані на міжнародний ринок або є глобальним за своєю природою та джерелами фінансування. Практичне значення полягає у формулюванні авторського визначення сутності стартапа, як новоствореного бізнесу, заснованого на інноваціях (технологічних, маркетингових, організаційних), що базується на розширеному відтворенні інтелектуальних складових капіталу (просьюмеризмі).*

***Ключові слова:** визначення стартапа, види інновацій, інтелектуальний капітал, технологічні, маркетингові та організаційні інновації.*

### DISCUSSION ISSUES DETERMINING THE ESSENCE OF A STARTUP

**Babitsky Roman**, Postgraduate Student, Department of Business Economics and Business Organization, Odessa National Economic University, Odessa, Ukraine  
e-mail: roman@babitskyi.com  
ORCID ID:0000-0003-0201-6500

**Ohrenych Dmytro**, Postgraduate Student, Department of Business Economics and Business Organization, Odessa National Economic University, Odessa, Ukraine  
e-mail: unicom98d@gmail.com  
ORCID ID: 0009-0001-5967-8807

***Abstract.** The objective of this article is to examine theoretical approaches to defining the essence of a startup as a form of entrepreneurship. A key feature of startups is innovative entrepreneurship, leading to an exploration of types of innovations. As a result, various subtypes of innovative activities are proposed: technological innovations – introductions that involve substantial changes in the production process, leading to shifts in qualitative, consumer characteristics of a product, or its cost of production; marketing innovations – introductions that involve significant changes in the process of product positioning and promotion in the market (without substantial changes to the product itself); organizational innovations – introductions that involve significant changes in business management, manifesting in a fundamental shift in a company's business model (without substantial changes both to the product and its market positioning), which may involve, for instance, changes in the method of purchasing or consuming a product, subsequently resulting in a significant increase in its utility. Other essential features of startups are also highlighted: they are newly established or recently formed businesses; a substantial proportion of startups conclude their life cycle unsuccessfully; rapid economic growth; they represent a phase in the life cycle of innovative business; they operate under limited internal material resources and primarily focus on the development of intellectual capital. The study also addresses characteristics that, in the author's opinion, are unjustifiably attributed to defining the essence of startups: they do not necessarily operate online; they are not necessarily based on IT or other modern technologies; they are not a product but a business; they do not necessarily target the international market or are global in nature and sources of funding. The article culminates in the author's definition of a startup as a newly established business founded on innovations (technological, marketing, organizational) that is based on the extensive*

*reproduction of intellectual components of capital (prosumerism).*

**Keywords:** *startup definition, types of innovation, intellectual capital, technological, marketing, and organizational innovations.*

**JEL Classification: O310, M130.**

**Постановка проблеми.** Результати діяльності суб'єктів господарювання в сучасних умовах все в більшому ступені залежать від рівня інноваційності всіх складових його капіталу [1, с. 59]. Починаючи від таких традиційних форм капіталу підприємства як основний і оборотний, завершуючи інтелектуальним капіталом. Інновації забезпечують підприємству достатній рівень конкурентних переваг, що сприяє створенню умов задля зміцнення його позицій на ринку та стабільного розвитку [2, с. 149]. Все це зумовлює стійку увагу й науковців до вивчення сутності та теоретичних засад управління інноваціями. 21 століття прийнято вважати новою ерою в бізнесі, що призвело до корінних змін, або навіть зламів сталих бізнес-систем, бізнес-моделей та технологій.

Красномовним доказом зламу всієї світової економічної системи є майже повна зміна складу рейтингу провідних корпорацій світу. Ще донедавна серед лідерів за обсягами капіталізації та прибутку були представники традиційного бізнесу – банки, нафтовидобувні, машинобудівельні та торгівельні гіганти, то в останні роки лідерами є компанії виробники смартфонів, електрокарів, програмного забезпечення та комунікаційних можливостей. Причому ринкова капіталізація кожної компанії-лідера наразі перевищує 1 трлн. Доларів США, що більше ніж вартість компаній у більшості країн світу разом взятих. Наприклад, лідером за ринковою капіталізацією Німеччини є зовсім не їх машинобудівельні, хімічні та інші промислові гіганти, які були лицем економіки Німеччини протягом століть, а компанія яка спеціалізується на розробці програмного забезпечення для створення ERP – концерн SAP. А одна лише корпорація Alphabet має ринкову вартість більшу, ніж 40 найдорожчих німецьких компаній разом узятих.

Що ж відрізняє новітніх лідерів світового бізнесу – всіх їх називають стартапами. Це підприємства, які були створені з нуля зовсім недавно і протягом дуже короткого терміну досягли неймовірних успіхів. Багато хто з науковців називає їх лідерами інноваційного бізнесу, що теж має під собою основу, оскільки дійсно всі вони розвивались навколо інноваційних продуктів. Apple – запропонував смартфон із активними екранами та програмні продукти до нього, Google (Alphabet) – розробив пошукову систему та інші програмні продукти без яких наразі неможливо уявити життя, Microsoft – забезпечує програмним забезпеченням діджиталізацію у всьому світі, Facebook (Meta) – заснував нову реальність, спілкування у мережі, а Tesla дала можливість рухатись без використання викопних палив. В Україні також відбувається стартап бум. Лише один Український Фонд Стартапів за кілька років отримав більше 3000 заявок на фінансування, з яких 190 стартапів отримали грантову підтримку [3, с.63].

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Не можна сказати, що лише завдяки виробничим, продуктовим інноваціям ці підприємства досягли такого значного успіху. Для доказу можна привести багато інших технологічних підприємств, які працювали і працюють у супер інноваційному середовищі, яке передбачає здійснення постійних досліджень та розвитку (R&D), наприклад, Siemens, AT&T, Samsung. Або навіть ті компанії, які першими розробили ті ж самі продукти, які дозволили досягти успіху названим вище сучасним володарям бізнес-олімпі, адже ніхто з нинішніх лідерів не був першим, хто винайшов той продукт, який нині їм приносить успіх.

Все це обумовлює необхідність визначення сутності інновацій, інноваційного підприємництва та стартапів. Завданням дослідження буде встановити спільність та від'ємність між інноваційним бізнесом та стартапами, що повинно дозволити визначити умови, завдяки яким можливе формування дійсно конкурентоздатних переваг одного суб'єкта господарювання над іншими.

Розглянемо сутність інновацій, які займають важливе місце у теорії конкурентних переваг, започаткованій ще Майклом Портером, в якій сучасний класик робить висновок про те, що інновації є необхідною умовою досягнення конкурентних переваг на ринку. На його думку інновації є результатом незвичайних зусиль, що призводять до технологічного прориву у нових методах праці та виникненні і використанні нових технологій [4, с.25]. При цьому зовсім не обов'язковим є виникнення інновацій у новостворених підприємствах. Вони можуть бути створені і на вже існуючих підприємствах в результаті розширення сфери діяльності підприємств, використанні нових ресурсів та технологій, запозичення у інших країн. Згідно

теорії конкурентних переваг М. Портера тільки за умов постійного вдосконалення та впровадження інновацій є можливим досягнення вищого рівня конкурентоспроможності та економічного зростання загалом.

Загальноприйнятим є критерій віднесення економіки країни до інноваційної за ознакою частки експорту країни, яка припадає на так звані high-tech products. До речі, частка цих high-tech products у експорті України ніколи не перевищувала 7 %, що є ознакою низької інноваційної економіки [5, с.309]. Однак у сьогоденних умовах можна дійти висновку, що інновації не обов'язково повинні призводити до корінних змін та створення проривних технологій, призводити до виробництва high-tech products. У багатьох випадках інновації взагалі не стосуються внесення змін у продукт та його технологію виготовлення.

Розглянемо погляди науковців щодо видів інновацій. Так, на думку Я. Бжуської виділяють такі їх види інновацій [6, с.31]: приростові – інновації, метою яких є удосконалення існуючої продукції та наявних на підприємстві технологій та процесів, які забезпечують послідовний та лінійний вплив на підприємство; радикальні – інновації, які «передбачають» появу нового способу виробництва або раніше невідомого продукту, дають імпульс появі та розвитку нової галузі або концепції бізнесу, які мають докорінно змінити діяльність підприємства.

Не можна однозначно погодитись із автором, оскільки існують приклади інновацій, які докорінно змінюють бізнес і навіть світову економіку, але при цьому не мають жодного відношення до технологій.

Згідно діючому законодавству України основними видами інноваційної діяльності є [7]:

1. підготовка та організація виробництва, яке охоплює придбання виробничого обладнання, зміни в них для створення нового технологічного процесу;
2. маркетинг нових продуктів, що передбачає види діяльності, пов'язані з випуском нової продукції на ринок;
3. придбання технології у вигляді патентів, ліцензій, розкриття ноу-хау, торгових марок, конструкцій тощо.

Зазначені в законодавстві види інноваційної діяльності змінюють якість, споживчі властивості та вартість продукції, тобто призводять до змін продукту. Але знову таки ж, як бути із інноваціями у способах ведення бізнесу, у створенні нових бізнес-моделей або методів і підходів до управління підприємством. Ці зміни здатні радикально змінити як вже існуючі бізнеси, так і перевести стартап у лідери світової економіки протягом кількох років, при тому, що такі зміни можуть зовсім не змінювати сам продукт (товар або послугу).

Відповідно ми пропонуємо доповнити перелік видів інноваційної діяльності такими складовими, які дозволять врахувати вказані недоліки, а саме:

1. Технологічні інновації – нововведення, що передбачають внесення суттєвих змін у виробничий процес і призводять до змін якісних, споживчих характеристик продукту або собівартості його виготовлення;
2. Маркетингові інновації – нововведення, що передбачають внесення суттєвих змін у процесі позиціонування і просування продукту на ринку (без внесення суттєвих змін у сам продукт);
3. Організаційні інновації – нововведення, що передбачають внесення суттєвих змін у спосіб управління бізнесом, який втілюється у корінній зміні бізнес-моделі підприємства (без внесення суттєвих змін як у сам продукт, так і у його позиціонування на ринку), може полягати, наприклад, у зміні способу придбання або споживання продукту, що в свою чергу призводить до суттєвого підвищення його корисності [8].

Отже, на нашу думку, інновації можуть стосуватись будь-яких елементів корисності продукту, його якості, вартості, характеристик споживання та відтворення, способів формування взаємовідносин між продуктом і споживачем, формування уявлень та позиціонування продукту.

**Відокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Питанню сутнісної характеристики «інновація» приділено багато уваги з боку наукової спільноти, але залишається неповністю дослідженим поняття «стартап» як елементу цифрової економіки.

**Мета дослідження.** Метою дослідження є визначення сутності дефініції «стартап» на основі визначення ключових його сутнісних ознак та критичного аналізу існуючих у науковців підходів.

**Основний матеріал.** Розглянувши види інновацій ми можемо перейти до розгляду сутності стартапу, як форми підприємництва. Вперше слово «стартап» (від англ. start-up – стартувати, запускати) було використано у 1939 році для характеристики нового бізнес-суб'єкта, який впроваджує новий або оновлений продукт. І першим стартапом стала

компанія Хьюлетт-Пакард, заснована двома студентами Стенфордського університету Девідом Паккардом і Вільямом Хьюлеттом [9, с.7]. З тих пір науковці зробили багато спроб до визначення сутності дефініції «стартап», розглянемо деякі з них (див. табл.1).

Таблиця 1

Існуючі у сучасній науці підходи щодо визначення дефініції «стартап»

Автор(-и)	Визначення
Адміністрація малого бізнесу США [10]	Стартап – це бізнес, що зазвичай є технологічно орієнтованим і має високий потенціал розвитку
Бланк С. і Дорф Б. [11]	Стартап – це тимчасова структура, яка займається пошуком відновлювальної, прибуткової і масштабованої бізнес-моделі
Грехем П. [12]	Стартап – це компанія, розрахована на швидке зростання
Євсейчев А. [13]	Стартап – це процес реалізації ідеї за короткі терміни і, як правило, при обмежених ресурсах нетипового проекту, що відрізняється новизною
Пономарьов Д. [14]	Стартап – організаційна форма інноваційної діяльності. Це компанія з короткою історією операційної діяльності, що знаходиться в стадії розвитку чи дослідження перспективних ринків
Ріс Е. [15]	Стартап-компанія – будь-яка новостворена організація, призначена для розроблення нового продукту або послуги в умовах крайньої невизначеності
Рейнер Л. та інші [16]	Стартап – це компанія, що зазвичай займається дизайном та впровадженням інноваційних процесів розвитку, валідації та дослідження ключових ринків
Ситник Н. [17, с. 67]	Стартап – тимчасова організація з високим інтелектуальним потенціалом, призначена для побудови стійкої масштабованої бізнес-моделі шляхом реалізації ідеї у вигляді інноваційного продукту
Терешко Ю. та інші [18]	Стартап – це нова організація (проект) з обмеженими наявними матеріальними ресурсами та значним потенціалом інтелектуальних ресурсів, яка будує бізнес на основі інноваційної ідеї або інноваційних технологій і перебуває у фазі виходу на ринок
Чернявська О. та інші [19, с. 125]	Стартап – це тимчасова організація з високим інтелектуальним потенціалом, призначена для побудови стійкої масштабованої бізнес-моделі шляхом реалізації ідеї у вигляді інноваційного продукту

*Джерело: складено авторами*

Основною характеристикою, що притаманна стартапу, як організаційній формі, є те що стартап – це інноваційний бізнес [14, 16, 17, 18, 19]. Тобто бізнес, який використовує один або кілька з трьох підвидів інновацій у своїй діяльності, технологічні, маркетингові або організаційні, може вважатись стартапом. При цьому стартапу зовсім не обов'язково мати елементи кожного виду інновацій, але чим їх більше і чим більш суттєвими є нововведення, тим більшим може бути успіх стартапу. Зазвичай так звані стартапи-єдинороги – стартапи, які досягли ринкової капіталізації у 1 млрд. грн. протягом періоду менше ніж 5 років –

мають суттєві нововведення у двох або всіх трьох різновидах інновацій. Це пояснюється тим, що інновації в одному із трьох напрямків є наразі вимогою часу для більшості суб'єктів підприємництва. Вносити якісні зміни або зменшувати витрати на виробництво продукції необхідно постійно, що є вимогою науково-технічного прогресу. Ще більш важливим є постійне відтворення капіталу відносин, який у свою чергу є складовою інтелектуального капіталу підприємства [20, с.101]. Капітал відносин із споживачами, або клієнтський капітал, втілюється у бренд, тобто взаємовідносини між клієнтом та продуктом. Оновлення цих взаємовідносин забезпечує підтримку або розширення лояльності споживачів, що також є основою маркетингової діяльності бізнесу у наш час.

Важливою особливістю стартапів є те, що до них відносяться новостворені або нещодавно створені бізнеси [14, 15, 18]. Це також означає, що стартап є етапом життєвого циклу інноваційного бізнесу [11, 14, 17, 19]. Із часом стартап або переходить до функціонування у стандартному режимі, що буде свідчити про успішну його динаміку, або зникне, що буде свідчити про не вдалу спробу його започаткування. Ще одним позитивним завершенням етапу життєвого циклу стартапу може бути його поглинання іншим бізнес-суб'єктом. Чому це позитивний результат, тому що стартап продукт продовжує функціонувати але на новій організаційній базі або в новій бізнес-моделі, а також тому, що засновники стартапу досягли своєї суб'єктивної мети – отримання доходу від свого інтелектуального капіталу, комерціалізували його. Але в будь-якому випадку, термін перебування інноваційного бізнесу на етапі стартапу не може бути довгим і не перевищує 10 років, а зазвичай триває лише кілька років. Таким чином стартап є специфічним етапом життєвого циклу інноваційного бізнесу, а не організаційною формою або видом бізнесу.

Значна частина стартапів, нажалі завершує свій життєвий цикл невдало, що виправдовує їх розгляд в якості венчурної, високо ризикової сфери економіки [9]. Але ми не вважаємо, що слід вносити цю ознаку у визначення сутності стартапу, оскільки ризикованість бізнесу виходить із іншої вже названої характеристики стартапу – його інноваційності. Ще однією особливістю стартапів є вимога щодо їх швидкого зростання [10, 14]. Дійсно, якщо новостворений інноваційний бізнес не демонструє швидкого зростання, то це означає, що він або переходить на етап функціонування як звичайного інноваційного бізнесу, або, якщо досягнутий рівень обсягів діяльності є недостатнім для стабільного функціонування, то він припиняє своє функціонування. Однак вносити цю ознаку у визначення сутності стартапів, на наш погляд, є не обов'язковим, оскільки в разі, якщо стартап перестає демонструвати зростання він автоматично переходить на інший етап його життєвого циклу. До того ж, ознака «швидке зростання» є дуже суб'єктивною, буде вимагати додаткових роз'яснень і мати постійні виключення з правил, коли деякі стартапи будуть лише формально не відповідати визначеним критеріям швидкості їх економічного розвитку.

Важливою сутнісною характеристикою-відмінністю стартапів від інших інноваційних бізнесів є те, що вони функціонують в умовах обмеженості внутрішніх матеріальних ресурсів та базуються в першу чергу на розвитку інтелектуального капіталу [13, 17, 18, 19, 20, 21]. У більшості випадків матеріальні складові капіталу (основний та оборотний капітали) стартапів обмежуються особистими можливостями його засновників, тим що використовувалось ними в їх повсякденному житті – квартира, гараж, комп'ютер, телефон. Всі інші необхідні складові матеріального капіталу, наприклад база для здійснення R&D стартапи отримують з існуючої в їх регіоні стартап екосистеми.

Ключовою складовою капіталу стартапу є інтелектуальний капітал (нематеріальні ресурси), який складається із людського капіталу, капіталу відносин, інтелектуально-технологічного та організаційного капіталів [8, 21, 22]. Інтелектуальні складові капіталу мають особливість яку в економічній науці прийнято називати просьюмеризмом, тобто здатністю до самозростання в процесі їх споживання. Тобто елементи інтелектуального капіталу в процесі їх використання отримують можливість до зростання їх корисності, що й обумовлює можливість стрімкого зростання вартості стартапів. Тобто феномен стрімкого зростання капіталізації стартапів, які майже не мають матеріального капіталу, теоретично пояснюється тим, що елементи інтелектуального капіталу можуть мати нескінченно високу швидкість розширеного відтворення, що призводить до необмеженого зростання і ринкової

вартості стартапів (тобто вартості їх інтелектуального капіталу).

Окремо слід визначити ті уявлення про сутність стартапів, які, на нашу думку, є помилковими.

Не обов'язково стартапи повинні діяти у мережі інтернет. Так, без використання можливостей інтернет-середовища дуже важко забезпечити інноваційність продукту, але це не є сутнісною особливістю стартапа, що підтверджується й на практиці.

Помилково вважати, що стартап це обов'язково результат діяльності в сфері ІТ або інших сучасних технологій [10, 18]. ІТ наразі є необхідним для діяльності будь якого бізнесу, і навпаки, є стартапи які вносять інноваційність, в першу чергу організаційну, в давно відомі продукти, що не мають жодного відношення до ІТ та інших сучасних технологій [17, с.66].

Дехто вважає, що стартап це в першу чергу інноваційний продукт, а не бізнес [15]. На нашу думку навпаки, стартап – це в першу чергу бізнес, який часто базується на технологічній інноваційності, але інноваційний продукт сам по собі не є стартапом. Лише у тому разі, коли цей продукт отримає організаційне забезпечення для виконання виробничих та збутових функцій, лише тоді бізнес створений навколо цього інноваційного продукту може називатись стартапом.

Помилково вважати, що стартап це бізнес, який орієнтується на міжнародний ринок і є глобальним за своєю природою та джерелами фінансування [17, с.66]. Практика свідчить, що значна частина стартапів дійсно є відкритими до залучення інвестицій зі всього світу та є легко масштабованими. Але це є реаліями економічного сьогодення, інвестиції (і не тільки у стартапи) йдуть в першу чергу в ті бізнеси, які є легко масштабованими на світовий ринок, в першу чергу на ринок високорозвинених країн, більшість стартапів у підсумку навіть змінює місце своєї «прописки», переїжджаючи до розвинутих країн значна частина.

**Висновки.** Здійснивши критичний аналіз існуючих підходів до визначення сутності дефініції «стартап», структурувавши їх за певними ознаками та складовими, на основі критичного аналізу і виділення сутнісних ознак було зроблено авторське узагальнене визначення.

Стартап – це новостворений бізнес, заснований на інноваціях (технологічних, маркетингових, організаційних), що базує свою діяльність на розширеному відтворенні інтелектуальних складових капіталу (просьюмеризмі).

Перспективою подальших досліджень може бути розгляд підходів щодо управління вартістю стартапів, розробка методичної бази для оцінювання ризикованості та привабливості інвестицій у стартапи.

### Список літератури

1. Літвінов О. Визначення факторів конкурентоспроможності закладів охорони здоров'я в умовах інноваційного розвитку. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2017. № 4. С. 58-69.
2. Куманова П., Літвінов О. Інноваційна діяльність, як засіб підвищення конкурентоспроможності продукції суб'єктів підприємництва. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2021. № 9 -10 (286-287). С. 147-154.
3. Gontareva, I. and Litvinov, O. and Hrebennyk, N. and Nebaba, N. and Litvinova, V. and Chimshir, A. Improvement of the Innovative Ecosystem at Universities (February 28, 2022). Eastern-European Journal of Enterprise Technologies, 1 (13 (115)), p. 59–68.
4. Портер М. Е. Стратегія конкуренції: методика аналізу галузей і діяльності конкурентів [пер. з англ. А. Олійника, Р. Скальського]. Київ: Основи, 1998. 390 с.
5. Harbar, Z.; Selezneva, O.; Litvinov, O.; Kaptalan, S.; Gonchar, V. Strategic Marketing Management of Innovative Activities In Ensuring Enterprise Economic Security. REICE Rev. Electrón. Investig. Cienc. Econ. 2020, 8, С. 298–313.
6. Бжуска Я.О. Інноваційні моделі бізнесу. Вісник НУ «Львівська політехніка». 2018. № 678. С. 29-35.
7. Про інноваційну діяльність: Закон України від 16.10.2012 р. № 5460-VI. ВВР, 2014, № 2-3, ст.41. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> (дата звернення: 25.07.2023)

p.).

8. Litvinov O., Nefedova T. Marketing as the source of establishment of pillars of the enterprise intellectual capital. *Маркетинг і цифрові технології*. 2019. Т. 3. №. 3. С. 16-24.

9. Музиченко Г. В. Стартап: сучасне визначення та роль в розвитку економіки. Менеджмент підприємницької діяльності : навч. посіб. для професійної підготовки військовослужбовців ЗС України звільнених у запас. Проект «Норвегія-Україна». Вип.10. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2021. С. 7-29.

10. Startups & high-growth businesses. The U.S. Small Business Administration. SBA.gov. URL : [www.sba.gov](http://www.sba.gov). (дата звернення: 25.07.2023 р.).

11. Бланк С. Стартап: настольная книга основателя. М. : Альпина Паблишер, 2013. 616 с.

12. Graham P. Startupe quals growth. URL : <http://www.paulgraham.com/growth.html> (дата звернення: 5.07.2023 р.).

13. Евсейчев А. И. Основы стартап менеджмента. URL : <http://www.tstu.ru/book/elib3/mm/2014/Evseychev/> (дата звернення: 2.07.2023 р.).

14. Пономарев Д. Как применить подход ЛИН к деятельности стартап-компани. URL : <http://leanvector.ru/stati/77-start-up-na-principahlean> (дата звернення: 1.07.2023 р.).

15. Рис Е. Бизнес с нуля. Метод LeanStartup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели. М. : Альпина Паблишер, 2012. 254 с.

16. Rainer L. The vital role of business processes for a business model: the case of a startup company. *Problems and Perspectives in Management*. 2014. Vol. 12, No. 4. P. 213–220.

17. Ситник Н. І. Концептуальні основи стартапів: їх сутність і класифікація. *Бизнес Информ*, 2016, 8 (463): С. 64-68.

18. Терешко Ю. В. Особливості розвитку інтернет-стартапів в Україні: реалії і перспективи. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 12 (174). С. 437–443.

19. Чернявська О. В., Гнипа-Черневецька Л. В., Чжищєнь Ван. Стартап як об'єкт інвестиційного процесу: сутність та життєвий цикл існування. *Науковий вісник ПУЕТ. Серія «Економічні науки»*, 2021, 5 (84). С. 119-128

20. Літвінов О. С. Визначення сутності інтелектуального капіталу. *Modern Economics*. 2018. № 11. С. 98-104. URL : <https://modecon.mnau.edu.ua/determination-of-the-essence-of-intellectual-capital/> (дата звернення 07.07.2023).

21. Літвінов О. С., Міценко Н. Г. Управління розвитком інтелектуального капіталу підприємства з орієнтацією на цілі, можливості, ефективність та інноваційність. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2020. № 6 (288). С. 134-139.

22. Літвінов О. С. Теоретичні засади відтворення інтелектуального капіталу підприємства. *Вісник соціально-економічних: ОНЕУ*, 2018. № 3 (67). С. 91-103.

## References

1. Litvinov O. (2017). Determination of factors of competitiveness of health care institutions in the conditions of innovative development. *Naukovyy visnyk Odes'koho natsional'noho ekonomichnoho universytetu*, 4, 58-69. [In Ukrainian]

2. Kumanova P., Litvinov O. (2021). Innovative activity as a means of increasing the competitiveness of products of business entities. *Naukovyy visnyk Odes'koho natsional'noho ekonomichnoho universytetu*, 9-10 (286-287), 147-154. [In Ukrainian]

3. Gontareva, I. and Litvinov, O. and Hrebennyk, N. and Nebaba, N. and Litvinova, V. and Chimshir, A. (2022). Improvement of the Innovative Ecosystem at Universities (February 28, 2022). *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 1 (13 (115)), 59–68, <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2022.251799>, Retrieved from SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4072075>

4. Porter M. E. (1998). *Competition strategy: a technique for analyzing industries and*

- competitors' activities [trans. from English A. Oliynyk, R. Skalskyi]. Kyiv: Osnovy. [In Ukrainian]
5. Harbar, Z.; Selezneva, O.; Litvinov, O.; Kaptalan, S.; Gonchar, V. (2020). Strategic Marketing Management of Innovative Activities In Ensuring Enterprise Economic Security. REICE Rev. Electrón. Investig. Cienc. Econ., 8, 298–313.
  6. Bzhuska J.O. (2018). Innovative business models. Visnyk L'vivs'koyi politekhniki, 678, 29-35. [In Ukrainian]
  7. On innovative activity: Law of Ukraine dated October 16, 2012 No. 5460-VI. VVR, 2014, No. 2-3, Article 41. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> [In Ukrainian]
  8. Litvinov O., Nefedova T. (2019). Marketing as the source of establishment of pillars of the enterprise intellectual capital. Marketing and digital technologies, 3, 3, 16-24.
  9. Muzychenko H. V. (2021). Startup: modern definition and role in economic development. Management of entrepreneurial activity: teaching. manual for the professional training of servicemen of the Armed Forces of Ukraine released into reserve. Project "Norway-Ukraine". Issue 10. Odesa: Helvetica Publishing House, 7-29.
  10. Startups & high-growth businesses. The U.S. Small Business Administration. SBA.gov. Retrieved from <https://www.sba.gov>
  11. Blank S. (2013). Startup: a handbook of the founder. M.: Alpina Publisher. [In Russian]
  12. Graham P. (2012). Startupe quals growth. Retrieved from <http://www.paulgraham.com/growth.html>
  13. Evseychev A. I. (2014). Fundamentals of startup management. Retrieved from <http://www.tstu.ru/book/elib3/mm/2014/Evseychev/>.
  14. Ponomarev D. How to apply the LIN approach to the activities of a start-up company. Retrieved from <http://leanvector.ru/stati/77-start-up-na-principahlean>.
  15. Rice E. (2012). Business from scratch. The LeanStartup Method for Rapid Idea Testing and Business Model Selection. M.: Alpina Publisher [In Russian]
  16. Rainer L., Malinauskaite L., Marinova I. (2014). The vital role of business processes for a business model: the case of a startup company. Problems and Perspectives in Management, 12, 4, 213–220.
  17. Sytnyk N. I. (2016). Conceptual foundations of startups: their essence and classification. Business Inform, 8 (463), 64-68. [In Ukrainian].
  18. Tereshko Yu. V., Tardaskina T.M., Bogatyreva L. D. (2015). Peculiarities of the development of Internet startups in Ukraine: realities and prospects. Aktual'ni problemy ekonomiky, 12 (174), 437–443. [In Ukrainian]
  19. Chernyavska O. V., Hnyra-Chernevetska L. V., Zhiyeyun Wang. (2021). Startup as an object of the investment process: essence and life cycle of existence. Naukovyy visnyk PUET. Seriya "Ekonomichni nauky", 5 (84), 119-128 [In Ukrainian]
  20. Litvinov O. S. (2018). Definition of the essence of intellectual capital. Modern Economics, 11, 98-104. Retrieved from <https://modecon.mnau.edu.ua/determination-of-the-essence-of-intellectual-capital/> (application date 07.07.2023). [In Ukrainian]
  21. Litvinov O. S., Mitsenko N. G. (2020). Management of the development of the intellectual capital of the enterprise with a focus on goals, opportunities, efficiency and innovativeness. Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu. Ekonomichni nauky, 6 (288), 134-139. [In Ukrainian]
  22. Litvinov O. S. (2018). Theoretical principles of reproduction of the intellectual capital of the enterprise. Visnyk sotsial'no-ekonomichnykh doslidzhen', 3 (67), 91-103. [In Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 12.10.2023

Прийнята до публікації 15.10.2023