

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2025. № 2.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.2.97>

УДК 330.341

Є. О. Архипова,

*к. філос. н., доцент, доцент кафедри теорії та практики управління,
Національний технічний університет України «Київський політехнічний
інститут імені Ігоря Сікорського»*

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1640-1488>

І. В. Пилипів,

*магістрант кафедри теорії та практики управління,
Національний технічний університет України «Київський політехнічний
інститут імені Ігоря Сікорського»*

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0009-9928-574X>

ОСОБЛИВОСТІ СТАРТАПІВ ЯК ВИДУ ІННОВАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ ТА ЇХ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ЕКОНОМІКИ

Ye. Arkhypova,

*PhD in Philosophy, Associate Professor of the Department of Theory and Practice
of Management, National Technical University of Ukraine
“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”*

I. Pylypiv,

*Master's student of the Department of Theory and Practice of Management,
National Technical University of Ukraine
“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”*

FEATURES OF STARTUPS AS A TYPE OF INNOVATIVE BUSINESS AND THEIR IMPORTANCE FOR THE ECONOMY

Метою статті є визначення сутності стартапів та їх відмінності від традиційних видів бізнесу, а також окреслення впливу стартапів на розвиток економіки та суспільства в цілому. Показано, що в сучасних умовах стартапи та стартап-екосистеми стають важливим драйвером інноваційного розвитку економіки. Окреслено основні риси стартапів, зокрема інноваційність чи високотехнологічність, неперевіреність бізнес-моделі, висока ризикованість та прагнення до швидкого зростання. Акцентовано увагу на важливості фінансової та менторської підтримки для успішного розвитку стартапів. Показано, що завдяки своїй інноваційності стартапи можуть кардинально змінити правила гри на ринку. Представлено класифікацію стартапів на основі різних критеріїв, таких як тип інновації, ринкова орієнтація та бізнес-модель. Наведено базові етапи життєвого циклу стартапів.

Визначено основні риси сучасної екосистеми українських стартапів, наведено її показники у світових рейтингах. Надано приклади успішних українських стартапів, які вийшли на міжнародні ринки. Показано вплив стартап-екосистем на економіку через створення робочих місць, залучення інвестицій, просування новітніх технологічних рішень тощо.

The paper is devoted to examining startups as one of the most interesting phenomena of modern business. The purpose of the paper is to define the essence of startups and their differences from traditional types of businesses, as well as outline their impact on the development of the economy and society as a whole. The paper explores the phenomenon of startups as a form of innovative business, examining their key characteristics, types, and their role in economic development. It is shown that startups, by creating and implementing high-tech innovations, are the driving force of the modern economy, transforming the business environment and contributing to the development of society. Startups combine bold ideas, technological solutions and entrepreneurial initiative, creating new markets, products or services. The main features of startups are identified, including

innovation, adaptability, risk-taking, and the pursuit for rapid growth. The stages of the startup life cycle are analyzed: from the idea generation phase, through validation and growth, to the potential exit stage. A detailed classification of startups based on various criteria, such as the type of innovation, market orientation, and business model is presented. In particular, small, medium and big size startups, social, scalable, lifestyle and buyable types of startups are described.

Special attention is given to the Ukrainian startup ecosystem, highlighting its resilience and growth amid wartime challenges. The Ukrainian startup ecosystem analyzed with a focus on its performance in the global rankings. Examples of successful Ukrainian startups that have entered international markets are highlighted.

The article also investigates the broader economic impact of startups, such as job creation, investment attraction, and innovation diffusion. The paper concludes that fostering startup ecosystems can drive national economic growth and societal well-being. The research underscores the importance of supporting startup ecosystems as a catalyst for national development and economic transformation.

Ключові слова: *стартап, інновація, інноваційний бізнес, організація, види стартапів, розвиток економіки.*

Keywords: *startup, innovation, innovative business, organization, types of startups, economic development.*

Постановка проблеми. Одним з найцікавіших феноменів сучасного бізнесу є стартапи. Термін «стартап» вже досить міцно вкорінився у побутовому лексиконі та в науковому дискурсі. Незважаючи на те, що в сучасному сенсі цей термін вперше був вжитий ще в 1976 році [1], дослідники досі вивчають його межі та пропонують визначення, що свідчить про багатогранність та динамічність цього феномену. Відносно новим трендом в дослідженнях є вивчення економічного феномену стартапів, які

спроможні створювати власні ринки, тож важливо розуміти, фактори та масштаби впливу стартапів на економіку, а також основні виклики, які постають в процесі їх діяльності.

Значення стартапів для економіки важко переоцінити, оскільки вони сприяють створенню нових робочих місць, залученню інвестицій та підвищенню конкурентоспроможності національних економік. Крім того, стартапи стимулюють розвиток екосистеми інновацій, сприяючи інтеграції науки, бізнесу та технологій. Проте, незважаючи на значний потенціал, стартапи стикаються з низкою викликів, таких як обмежений доступ до фінансування, високі ризики невдач та необхідність постійного вдосконалення продукту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед закордонних авторів дослідженнями стартапів та стартап-екосистем займаються такі автори, як N. Alfen, S. Benlefi, A. Beard, D. Goleman, E. McGowan, K. Miller, L. Orr. Вітчизняні дослідники також дедалі частіше звертаються до тематики розвитку стартапів та стартап-середовища, що підтверджує актуальність даного напрямку. Зокрема, можна виділити роботи таких авторів, як А. Касич, І. Лисенко, С. Миськів, Д. Кошельник, О. Кузьменко, Н. Ситник. Зазначимо, що розвиток стартап-екосистеми в Україні на даному етапі має свої особливості, обумовлені війною з РФ. Зокрема, очевидний вплив стримуючих факторів, пов'язаних із безпековими умовами та додатковими фінансовими обмеженнями та ризиками в нашій країні. З іншого боку, діаметрально протилежний вектор впливу має величезний запит суспільства на сучасні інноваційні рішення у різних сферах життєдіяльності суспільства, які постали у цей період, у симбіозі із потужним бажанням громадян України зробити свій вклад у Перемогу та відновлення країни.

Метою статті є визначення сутності стартапів та їх відмінності від традиційних видів бізнесу, а також окреслення впливу стартапів на розвиток економіки та суспільства в цілому.

Виклад основного матеріалу. Стартап можна визначити як тимчасову структуру організації, метою якої є розробка та застосування найбільш прибуткової, масштабованої та легкої для повторення бізнес-моделі. На відміну від традиційних бізнесів, стартапи орієнтовані саме на швидке зростання та адаптацію до умов ринку. Їх ключовою особливістю є фокус на вирішенні конкретних потреб за допомогою революційних підходів та технологій [2]. Ця стратегія дозволяє успішним стартапам швидко завойовувати нові ринки та створювати нові ніші для отримання прибутку.

Інший аспект стартапів розкриває Г. Музиченко, зазначаючи, що стартап є щойно створеною компанією, яка навіть поки що може не мати статусу юридичної особи, знаходиться на стадії розвитку і будує свій бізнес або на основі нових інноваційних ідей, або на основі технологій, які щойно з'явилися [3, с. 8]. Це визначення підкреслює ранню стадію розвитку організації та її орієнтацію на інновації. Визначення Є. В. Чазова доповнює опис стартапу, характеризуючи його, як можливо ще не зареєстровану компанію, яка маючи обмежену кількість ресурсів, використовує новітні технології та має в планах швидкий вихід на ринок [4]. Таким чином стартап, можна визначити як вид організації, що виникає на основі інновацій та швидкого росту за умов високих невизначеностей. Це надає нам розуміння того, чому стартапи є частиною бізнесу, адже ризикованість та орієнтація на прибутки є їх спільними рисами.

Однією з ключових рис стартапів є інноваційність. Вона відрізняє їх від типових підприємств та є рушійною силою розвитку. Стартапи активно використовують новітні технології, нестандартні та креативні підходи та інноваційні бізнес-моделі для створення нових послуг чи продуктів, які дозволяють заходити на ринок з новою висококонкурентною пропозицією, що може змінити правила ринку [5; 6]. Це визначає відмінність стартапів від сталих гравців ринку, адже завдяки креативності стартапи мають змогу не тільки змінити правила ринку, але й створити зовсім нові сфери. Стартапи виникають всюди: від використання соціальних мереж чи трендів для

створення альтернативної маркетингової стратегії, яка буде у всіх новинах, до спроби імплементації новітніх технологій для створення нестандартних рішень для всіх сфер нашого життя: від розваг до медицини та виробництв.

На відміну від традиційних підприємств, що розвиваються лінійно, стартапи часто характеризуються непропорційним, навіть вибуховим, зростанням, коли збільшення доходів відбувається при відносно невеликих додаткових інвестиціях [7]. Таке зростання досягається за рахунок використання новітніх бізнес-моделей та різних методів фінансування. Потенціал швидкого зростання стартапів є одним з основних факторів, що приваблюють інвесторів, оскільки вони розраховують на високу віддачу від своїх вкладень у короткий строк.

Варто зазначити, що часто стартапи намагаються вийти на глобальний ринок на початкових стадіях розвитку, а не обирають поступове становлення в кожному регіоні [7; 8], тобто має місце орієнтація на швидке зростання. Почасту це може бути зумовлене внутрішніми факторами (агресивні стратегії засновників для швидкого виходу на ринок та активного росту) або зовнішніми (мотивація зі сторони фандрейзингових програм чи венчурних компаній). Мотивація для активного пошуку своєї ніші на ринку часто виходить за межі фінансових успіхів компанії: бажання зробити свій внесок у розвиток певної сфери є потужним рушієм створення і розвитку стартапу. В цьому і полягає революційність стартапів – у їх здатності змінювати правила гри, пришвидшуючи прогрес цілих сегментів ринку.

Унікальна ціннісна пропозиція стартапів є результатом їхньої революційності та слугує ключовим диференціатором на ринку. Ціннісна пропозиція також допомагає виділити переваги для стратегій комунікацій з клієнтами, а також виділитися серед конкурентів [8; 9].

Ще однією важливою рисою стартапів є висока ризикованість та невизначеність [7]. Більша частина стартапів не витримують постійної боротьби за фінансування та внутрішньорганізаційних викликів: світова статистика показує, що близько 90 відсотків всіх стартапів зазнають краху.

Але незважаючи на високий рівень ризику, інвестування в стартапи залишається привабливим для інвесторів завдяки потенційно високій дохідності. Проте інвестори повинні бути готові до значних втрат [10].

Дослідники наводять різні класифікації стартапів. Так, в публікаціях A. Decker, H. Sugiarto, J. Hecht, S. Blank, зокрема [11-13], автори виділяють шість типів стартапів. Стартапи *малого та середнього розміру* фокусується на збільшенні власної вартості та прибутковості, але не мають масштабних амбіцій. Ці компанії налічують до двох тисяч працівників і почасти націлені на локальні ринки або дуже вузькоспеціалізовану сферу [11]. Відзначимо, що є автори (зокрема Blank N., Sugiarto H), які, розкриваючи цю категорію, чітко вказують, що сюди відносяться не лише стартапи як інноваційний бізнес, а й вдосконалені (дещо змінені) вже існуючі бізнеси.

Великі стартапи, навпаки, входять на ринок з метою його кардинальної зміни на основі своїх технологій, підходів та бізнес-моделей. Для таких амбітних цілей зазвичай потрібні великі інвестиції та підтримка, тому власники цих стартапів готові бути неприбутковими довгий період часу, але розраховують згодом отримати від свого креативного продукту мільйонні прибутки [11; 12].

Стартапи, що масштабуються (Scalable startup), мають таку бізнес-модель, яка дає змогу компанії реплікувати на різних ринках, відносно легко залучати нових клієнтів і збільшувати доходи без суттєвих додаткових витрат.

Соціальні стартапи головним пріоритетом мають вирішення соціальних, культурних чи екологічних питань, тому їх власники можуть не ставити собі за мету отримання прибутку. Але попри яскраву соціальну зорієнтованість частина з них є функціональними життєздатними бізнесами, які приносять прибуток [11]

Стартапи в стилі життя (Lifestyle startup) забезпечують засновнику баланс між роботою та приватним життям. Ці стартапи можуть ґрунтуватися на пристрасті засновника до якоїсь справи, забезпечуючи певний дохід на

додачу до задоволення від цієї справи. Такі стартапи, як правило, не орієнтуються на активне зростання, адже це робота в задоволення. Характеристикою такого бізнесу може бути нішевість, коли стартап розрахований на вузьку аудиторію, яка поділяє ті ж цінності, що і засновник стартапу.

Стартапи, які можна придбати (Buyable startups) створюються для подальшого продажу великим компаніям. Їх особливістю є швидке розгортання з дуже обмеженим бюджетом. Мета засновників таких стартапів полягає умовно не в побудові бізнесу на мільярд доларів, а у відносно швидкому його продажу більшій компанії за мільйони доларів. В свою чергу, великі компанії, що купують такі стартапи, отримують сформовану компанію, яка може залучити більше коштів, ніж в неї було вкладено [13].

Описані типи стартапів вимагають різного підходу як до побудови бізнес-моделі, так і до управлінських стратегій. Але ця типізація не розкриває сутнісних характеристик стартапів та розглядає це поняття дещо у ширшому контексті.

Досить деталізованим є огляд стартапів, наведений Чумак А. та Ткачовою С. [14]. Загалом вони описали тринадцять параметрів, на основі яких можна класифікувати стартапи. Так, за типом інновацій можна виділити стартапи, які пропонують нові послуги, продукти, технології чи організаційні рішення. За ступенем новизни самої ідеї вони виділяють високотехнологічні (наукомісткі) стартапи та стартапи-клони, які репродукують існуючі успішні зарубіжні проекти. Також можна поділити стартапи на основі того, як і які проблеми вони вирішують. Так, так звані *стартапи-болезбивці* розв'язують проблему, яка до цього не мала рішення; тоді як *стартапи-вітаміни* оптимізують розв'язування проблеми, яка до цього мала низькоефективне або незручне для користувачів рішення. Також стартапи можуть бути орієнтовані на фізичних чи юридичних осіб, на масовий або нішевий ринок, бути афілійованими проектами, розвиватися «під парасолькою» іншої компанії, або ж бути самостійними гравцями на ринку [14].

Можна також класифікувати стартапи за сферою діяльності. Хоча часто термін стартапи асоціюють саме з ІТ, але і в багатьох інших галузях є відомі та успішні стартапи: в юриспруденції, енергетиці, туризмі, фінансах, екології, в медичній, спортивній, освітній, агросфері тощо.

Коли класифікують стартапи за вартістю, часто вдаються до метафори «єдиноріг» («юнікорн»), позначаючи цим терміном стартапи, які перетнули позначку капіталізації у 1 млрд доларів. Термін «юнікорн» в контексті стартапів був вперше використаний Лі Айлін у 2013 році [15]. Ця метафора відображає складність та величезну рідкість появи стартапів відповідного рівня, а також те, що «приручення» такого єдинорога так і залишається нездійсненою мрією багатьох засновників стартапів.

Одна з найбільш деталізованих класифікацій стартапів за вартістю наведена в статті М. Хосейна. Окрім юнікорнів, він виділяє декакорнів (вартість > 10 млрд дол.), гептакорнів (> 100 млрд дол.), а також мінікорнів (< 1 млрд дол.) та сунікорнів (стартапи, які активно ростуть і скоро можуть стати юнікорнами) [16].

Заслужовує на увагу асоціювання стартапів із різними видами тварин, яке пропонують М. Фіршер та Л. Опп [15]. До класичної ознаки єдинорогів щодо їх вартості, автори додають те, що ці стартапи зазвичай є приватними компаніями та отримали принаймні один раунд інституційного фінансування. Вони мають менший доступ до інвестиційного капіталу, тому підґрунтям їхнього успіху є унікальність пропозиції, адаптаційні можливості та ефективні організаційні характеристики, що виділяє єдинорогів серед інших стартапів.

Другий тип стартапів в цій класифікації – це газелі, які являють собою компанії, що дуже швидко розвиваються, зростаючи щонайменше на 20% щорічно протягом чотирьох і більше років, починаючи з бази 100 тис. дол. Газелі можуть бути різного розміру, а їх цінність полягає в успіху, який вони досягають за дуже короткий проміжок часу порівняно з їхніми конкурентами в тій самій галузі.

Дракони є ефективними там, де швидкозростаючі компанії можуть зазнати невдачі. Це високовартісні стартапи, інвестиції в які є непомірними для середнього інвестора, але забезпечують оптимальне повернення інвестицій для венчурних капіталістів. Ці компанії є чітко структурованими та обережними у витратах, зберігаючи у фокусі реалістичне зростання.

Зебри – це компанії які мають дві головні цінності: прибуток та соціальну мету. Замість егоцентричної позиції юнікорнів ми можемо помітити бажання співіснувати в екосистемі [15].

Це найпопулярніші типи «стартап-тварин», які зазвичай домінують на ринку. Вони наче об'єднують в собі всі попередні класифікації та перетворюють їх в архетипи, які легше зрозуміти та запам'ятати.

Порівнюючи стартапи із традиційними малим та середнім бізнесами, можемо виділити ряд відмінностей, на які варто звернути увагу, зокрема. амбіційність задуму, неперевірену бізнес-модель та особливості фінансування [10].

Характерною рисою стартапів як сучасного інноваційного бізнесу є амбіційність задумів. Як вже зазначалось, вони часто орієнтовані на масштабні цілі, наприклад завоювання ринку, революційні зміни певної сфери, становлення компанії як лідера-інноватора у своїй галузі, що вимагає нестандартних підходів, креативності, гарного розуміння своєї цільової аудиторії та цінності свого продукту чи послуги. Класичні бізнес-організації на початку створення набагато більше заземлені на прибутковості, і лише значно пізніше у деяких з них виникають амбіції щодо зміни суспільства.

Другою важливою характеристикою стартапів є неперевірена бізнес-модель. На відміну від традиційних підприємств, де власник обирає зрозумілий та стабільний шлях, стартап вирізняється принципово новим підходом: від зміни правил до повного перезапуску ідеї. Відповідно, виникає потреба детального аналізу профілю потенційного покупця, аналізу його очікувань від нового продукту, формування попиту побудови нової моделі комунікації з клієнтами, нової стратегії продажу продукту тощо. Класичний

бізнес, зрозуміло, не позбавлений ризиків, але вони більш-менш передбачувані, а шляхи їх вирішення в цілому відомі, тоді як в ході життєвого циклу стартапів може виникати багато неочікуваних та неочевидних проблем, що робить їх діяльність дуже ризиконасиченою.

Попри те що запуск стартапу, як і інших видів підприємницької діяльності, може бути профінансований із кредитних або власних коштів, подальший їхній фінансовий шлях відрізняється. Інвестори, вкладаючись в класичний малий бізнес, очікують прибутку у відносно короткій перспективі, на те саме розраховують і підприємці, які вкладають у таку справу власні заощадження. Малий бізнес, даючи невеликий дохід та не маючи амбіцій масштабування задля збільшення прибутку, не залучатиме додаткового фінансування після принесення першого прибутку. Натомість стартапи потребують підтримки від венчурних фондів, інвесторів, краундфандингових чи грантових програм протягом фактично всього життєвого циклу, а інвестори, вкладаючи гроші в стартапи, очікують не швидкого прибутку, але суттєвого примноження вкладених коштів у більш далекій перспективі [10].

Важливо також зауважити, що стартапи, залучаючи інвесторів, шукають не тільки гроші, але й менторську підтримку, кваліфіковану експертну допомогу та нетворкінг в цілому. Це впливає із вище зазначених характеристик, адже нова бізнес-модель, притаманна стартапам, потребує уточнення і доопрацювання – щоб проторувати власний унікальний шлях в бізнесі.

Опісля загального визначення стартапів та виділення їх видів за типовими характеристиками, варто перейти до того, що їх об'єднує – до етапів розвитку, адже кожний стартап проходить певні типові кроки у своєму становленні.

Перший крок – формування ідеї. Кожен засновник починає свій шлях зі стикання з проблемою, її вивчення та створення концепції для її вирішення. На цьому етапі розвитку захоплення ідеєю та своєрідний підприємницький драйв може відтіснити здоровий глузд, тому рішення щодо подальшого

розвитку можуть бути дуже ризикованими та неоднозначними, ґрунтуючись більше на емоціях, аніж на попередніх дослідженнях ринку.

Другим кроком є валідація ідеї. Засновник має провести базові дослідження, виявити та проаналізувати основні ризики запуску стартапу. На цьому етапі проводиться аналіз ринку, здійснюється поглиблене дослідження конкурентів, створюється прототип продукту чи послуги, аналізуються відгуки перших клієнтів. Зростає потреба в фінансових ресурсах, якими можуть бути як власні кошти, так і кошти залучених інвесторів. Основною ціллю на цьому етапі є саме отримання фідбеку, що дозволяє перевірити конкурентоспроможність ідеї, життєздатність продукту, вдосконалити концепцію стартапу.

На стадії зростання здійснюється масштабування стартапу, розгортання структури, нарощення клієнтської бази та в принципі збільшення цінності компанії. На цій фазі формується кістяк команди стартапу та основні управлінські патерни, обираються конкретні інструменти, які визначають способи прийняття рішень в організації, рівень гнучкості, адаптивності та готовності стартапу до подальшої активності на ринку. Важливою стає підтримка функціональності стартапу за допомогою фондів, інвестицій чи грантів для стабільного росту та переходу у стадію зрілості.

Наостанок охарактеризуємо стадію виходу, яка властива лише певній частині стартапів. Як вже зазначалось, деякі стартапи створюються з метою довгострокового розвитку, засновники ж інших можуть із самого початку планувати швидкий продаж бізнесу іншій компанії. Тому на цю стадію життєвого циклу виходять стартапи, власники яких вирішили отримати максимум прибутків від бізнесу за найкоротший період часу. Це може реалізуватися через злиття з іншою компанією, придбання компанії корпорацією чи розміщення акцій на ринку.

Даний життєвий цикл стартапу є базовим, в різних дослідженнях можна знайти більш або менш деталізовані його різновиди. Для кожного етапу притаманні свої виклики та проблеми, які знову ж таки можна

конкретизувати. У загальному випадку проблеми на першій стадії розвитку стартапу можуть виникати через необдуманість ідеї; на другій – через неякісну валідацію ідеї; на третій стадії – через відсутність чіткості або недостатнє фінансування; а на четвертій стадії – через відсутність потенційного покупця чи низький рівень залученості клієнтів.

Зупинимось детальніше на значенні стартап-екосистем і стартапів для розвитку економіки та суспільства в цілому. Стартапи як форма інноваційного бізнесу нині є дієвим рушієм економічного зростання в багатьох країнах світу. Вони сприяють створенню нових робочих місць, особливо у високотехнологічних галузях, стимулюють розвиток технологій, сприяють залученню інвестицій і підвищують конкурентоспроможність національних економік. На відміну від традиційних підприємств, стартапи часто потребують фахівців з інноваційними навичками, що сприяє якісному розвитку ринку праці.

Стартапи приваблюють інвесторів, венчурні фонди та бізнес-ангелів, які шукають перспективні проєкти, що можуть забезпечити високий рівень прибутковості. Це стимулює розвиток нових фінансових інструментів та підвищує ліквідність ринку. За даними аналітиків, сьогодні в Україні домінують інвестиції від вітчизняних інвесторів та іноземних фірм, які працюють на українському ринку. Так, середня сума інвестицій від членів Європейської Бізнес Асоціації в українські проєкти у 2022-2024 роках склала 3–8 млн дол., тоді як чистий приплив прямих іноземних інвестицій в Україну за січень-вересень 2024 року досяг 2,96 млрд дол. [17].

Конкуренція між стартапами та традиційними компаніями змушує останніх впроваджувати інновації та покращувати свою продукцію і послуги. Стартапи часто впроваджують новаторські технології, що створює нові галузі та ринки. Наприклад, розвиток таких стартапів, як Uber та Airbnb, призвів до трансформації транспортної та готельної індустрій.

Як ми вже зазначали, стартапи не лише створюють економічну вартість, але й мають значний соціальний вплив, сприяючи вирішенню

актуальних проблем суспільства. Багато стартапів орієнтовані на соціальне підприємництво, що поєднує економічні та соціальні цілі. Успішні стартапи сприяють формуванню позитивного іміджу держави. До прикладу, до українських еко-стартапів, які вийшли на міжнародний ринок, належать Ecois.Me (відстеження електроспоживання в помешканні), Effa (вироблення еко-товарів, зокрема одноразової зубної щітки), Releaf (виробництво паперу з опалого листя). В усьому світі знають про українське коріння Grammarly, Reface, Gitlab, Ajax Systems, Preply та Revolut, які нині є провідними компаніями у своїх галузях. Згідно із рейтингом стартап-екосистем 2024 року від глобальної платформи для досліджень інноваційної економіки StartupBlink, Україна, порівняно з минулим роком, покращила свої позиції на 3 пункти, зайнявши 46 місце серед 119 країн. Незважаючи на війну, Україна входить до десятки найкращих країн для створення стартапів в Східній Європі [18]. За звітом Dealroom (Central and Eastern European Startups – 2024) Польща, Україна та Естонія є країнами з найбільшою вартістю стартап-підприємств у Центрально-Східній Європі [19].

Стартапи сприяють розвитку окремих регіонів, особливо якщо вони зосереджені в технопарках або інноваційних кластерах. В Україні найбільші стартап-кластери локалізуються в Києві, Львові, Харкові та Одесі. Так, за вже згадуваним Global Startup Ecosystem Index 2024, ранги розвитку стартап-екосистем в цих містах складають відповідно 75, 397, 599 та 682 [18]. Стартап-кластери створюють сприятливе середовище для обміну знаннями, співпраці між підприємствами та науковими установами, а також для залучення вітчизняних та іноземних інвесторів, що особливо актуально з точки зору відбудови України.

Незважаючи на численні переваги, стартапи стикаються з низкою викликів, таких як обмежений доступ до фінансування, високі ризики невдач, правові бар'єри та конкуренція. Більшість стартапів не досягають успіху, що створює ризики для інвесторів та підприємців. Однак ці невдачі також

сприяють накопиченню досвіду та знань, що можуть бути використані в майбутніх проєктах.

Висновки та перспективи подальших досліджень. У сучасних умовах глобалізації та цифрової трансформації стартапи та стартап-екосистеми стають важливим драйвером інноваційного розвитку економіки. Стартапи являють собою нові підприємницькі ініціативи, що орієнтовані на створення унікальних продуктів чи послуг, спроможні ефективно вирішувати актуальні соціально-економічні проблеми та можуть кардинально змінити правила гри на ринку. Головними характеристиками стартапів є інноваційність, використанні передових технологій, прагнення до швидкого масштабування, застосування нестандартних бізнес-моделей та ризикованість, що вимагає особливого підходу до управління. Визначення сутності стартапів, особливостей їх розвитку та функціонування є базою для визначення ефективних способів впливу держави на розвиток інноваційної складової економіки та посилення добробуту суспільства в цілому.

Література

1. Sun K. In and Around Language: What's Up with "Startup"? *The Harvard Crimson*. 2011. 17 лист. URL: <https://www.thecrimson.com/article/2011/11/17/startup-language-idea/> (дата звернення: 28.12.2024).
2. Іванова Н. Ю., Кучеренко Д. Г., Кузнєцова Т. К. Стартап як стратегічна складова розвитку креативної економіки України. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії і практики*. 2021. № 5 (40). С. 389-398. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/efb436da-f8a7-45ee-b040-1cb63167b85c/content> (дата звернення: 28.12.2024).
3. Музиченко Г. В. Стартап: сучасне визначення та роль в розвитку економіки. *Менеджмент підприємницької діяльності. Проєкт «Норвегія-Україна»*. Одеса, 2021. Вип. 10. С. 7-28. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/handle/123456789/11629> (дата звернення: 28.12.2024).
4. Чазов Є. Стартап як нова форма ведення бізнесу. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2013. № 52. С. 122-128.

URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npnukht_2013_52_17 (дата звернення: 28.12.2024).

5. McGowan E. What is a startup company, anyway? *Startups.com*. 2023. URL: <https://www.startups.com/articles/what-is-a-startup-company> (дата звернення: 28.12.2024).

6. Miller K. 10 Characteristics of Successful Entrepreneurs. *HBS Online. Business Insights Blog*. 2020. URL: <https://online.hbs.edu/blog/post/characteristics-of-successful-entrepreneurs> (дата звернення: 28.12.2024).

7. Alfen N. What is a startup? Definition, characteristics & examples. 2024. URL: <https://www.wayra.de/blog/what-is-a-startup-definition-characteristics-examples> (дата звернення: 29.12.2024).

8. Beard A., Goleman D., David S., Parks A. 4 Business ideas that changed the world: Emotional intelligence. *Harvard Business Review*. 2023. URL: <https://hbr.org/podcast/2022/10/4-business-ideas-that-changed-the-world-emotional-intelligence> (дата звернення: 28.12.2024).

9. Endozo M. L. Unlocking Opportunities: A guide to identifying market needs. 2024. URL: <https://www.rina-endozo.com/post/unlocking-opportunities-a-guide-to-identifying-market-needs> (дата звернення: 29.12.2024).

10. Кошельник Д. Концептуальні відмінності. Чим стартап відрізняється від «класичного» бізнесу. *Vector*. 2022. URL: <https://vctr.media/ua/chym-startap-vidriznyayetsya-vid-klasychnogo-biznesu-142744/> (дата звернення: 28.12.2024).

11. Decker A. What is a Startup? The Ultimate Guide to Startups. *Hubspot*. 2023. URL: <https://blog.hubspot.com/sales/startups> (дата звернення: 28.12.2024).

12. Hecht J. Are you running a startup or small business? What's the difference? *Forbes*. 2017. URL: <https://www.forbes.com/sites/jaredhecht/2017/12/08/are-you-running-a-startup-or-small-business-whats-the-difference/> (дата звернення: 28.12.2024).

13. Sugiarto H. The 6 Types of Startups. 2021. URL: <https://learn.rps.asia/the-6-types-of-startup/> (дата звернення: 28.12.2024).

14. Чумак, А., Ткачова, С. Стартапи в бізнесі: сутність поняття, особливості, класифікація. *Universum*. 2024. № 10. 18-25. URL:

<https://archive.liga.science/index.php/universum/article/view/1164> (дата звернення: 28.12.2024).

15. Fischer M. Orr L. Startup Business Types and Their Leaders. *American Journal of Management*. 2023. № 23(5). DOI: <https://doi.org/10.33423/ajm.v23i5.6670>

16. Hossain, M. What are Unicorn, Decacorn, Hectocorn, Mincorn, Soonicorn Startups? 2024. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/what-unicorn-decacorn-hectocorn-minicorn-soonicorn-startups-hossain-1n4bf/> (дата звернення: 28.12.2024).

17. Шабельніков А. Інвестиційний клімат в Україні: виклики та перспективи 2025 року. *Юридична газета онлайн*. 2025. 1 січ. URL: <https://yur-gazeta.com/dumka-eksperta/investiciyniy-klimat-v-ukrayini-vikliki-ta-perspektivi-2025-roku.html> 29/01/2025 (дата звернення: 07.01.2025).

18. Global Startup Ecosystem Index 2024 : Україна в топ-50. *Український фонд стартапів*. 2024, 10 червня. URL: <https://usf.com.ua/global-startup-ecosystem-index-2024-%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B0-%D0%B2-%D1%82%D0%BE%D0%BF-50/> (дата звернення: 28.12.2024).

19. Palchynska L. CEE startups are worth €213B, with Poland, Ukraine, and Estonia contributing 50% to the region's enterprise value — report. 2024, March 21. URL: <https://www.vestbee.com/blog/articles/cee-startups-are-worth-213-b-with-poland-ukraine-and-estonia-contributing-50-to-the-region-s-enterprise-value-report> (дата звернення: 07.01.2025).

References

1. Sun, K. (2011), "In and Around Language: What's Up with "Startup"?", *The Harvard Crimson*, available at: <https://www.thecrimson.com/article/2011/11/17/startup-language-idea/> (Accessed 28.12.2024).

2. Ivanova, N. Kucherenko, D. Kuznetsova, T. Hurzhyi, N. and Lutay, L. (2021), "Startup as a strategic component of the development of the creative economy of Ukraine", *Financial and credit activities: problems of theory and practice*, vol. 5 (40), pp. 389-398, available at: <https://ekmair.ukma.edu.ua/items/b60d26ed-74e5-4f83-8e1a-04893cc1c5b0> (Accessed 28.12.2024).

3. Muzychenko, G. (2021), "Startup: modern definition and role in economic development", *Business management*, vol. 10, pp. 7-28, available at: <http://dspace.pdpu.edu.ua/handle/123456789/11629> (Accessed 28.12.2024).
4. Chazov, Y. (2013), "Startup as a form of new business", *Scientific works of the National University of Food Technologies*, vol. 52, pp. 122-128, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npnukht_2013_52_17 (Accessed 28.12.2024).
5. McGowan, E. (2023), "What is a startup company, anyway?" *Startups.com*, available at: <https://www.startups.com/articles/what-is-a-startup-company> (Accessed 28.12.2024).
6. Miller, K. (2020), "10 Characteristics of Successful Entrepreneurs" | *HBS Online. Business Insights Blog*, available at: <https://online.hbs.edu/blog/post/characteristics-of-successful-entrepreneurs> (Accessed 28.12.2024).
7. Alfen, N. (2024), "What is a startup? Definition, characteristics & examples", available at: <https://www.wayra.de/blog/what-is-a-startup-definition-characteristics-examples> (Accessed 29.12.2024).
8. Beard, A. Goleman, D. David, S. and Parks, A. (2023), "4 Business ideas that changed the world: Emotional intelligence", *Harvard Business Review*, available at: <https://hbr.org/podcast/2022/10/4-business-ideas-that-changed-the-world-emotional-intelligence> (Accessed 28.12.2024).
9. Endozo, M.L. (2024), "Unlocking Opportunities: A guide to identifying market needs", *Scribbr*, available at: <https://www.rina-endozo.com/post/unlocking-opportunities-a-guide-to-identifying-market-needs> (Accessed 29.12.2024).
10. Koshelnik, D. (2022), "Conceptual differences. How does a startup differ from a "classic" business", *Vector*, available at: <https://vctr.media/ua/chym-startap-vidriznyayetsya-vid-klasychnogo-biznesu-142744/> (Accessed 28.12.2024).
11. Decker, A. (2023), "What is a Startup? The Ultimate Guide to Startups", *Hubspot*, available at: <https://blog.hubspot.com/sales/startups> (Accessed 28.12.2024).
12. Hecht, J. (2017), "Are you running a startup or small business? What's the difference?", *Forbes*, available at: <https://www.forbes.com/sites/jaredhecht/2017/12/08/are-you-running-a-startup-or-small-business-whats-the-difference/> (Accessed 28.12.2024).

13. Sugiarto, H. (2021), "The 6 Types of Startups", available at: <https://learn.rps.asia/the-6-types-of-startup/> (Accessed 28.12.2024).
14. Chumak, A. and Tkachova, S. (2024), "Startups in business: the essence of the concept, features, classification", *Universum*, vol. 10, pp. 18-25, available at: <https://archive.liga.science/index.php/universum/article/view/1164> (Accessed 28.12.2024).
15. Fischer, M. and Orr, L. (2023), "Startup Business Types and Their Leaders", *American Journal of Management*, vol. 23 (5), doi: <https://doi.org/10.33423/ajm.v23i5.6670>
16. Hossain, M. (2024), "What are Unicorn, Decacorn, Hectocorn, Mincorn, Soonicorn Startups?", available at: <https://www.linkedin.com/pulse/what-unicorn-decacorn-hectocorn-minicorn-soonicorn-startups-hossain-1n4bf/> (Accessed 28.12.2024).
17. Shabelnikov, A. (2025), "Investment climate in Ukraine: challenges and prospects for 2025", *Online legal newspaper*, available at: <https://yur-gazeta.com/dumka-eksperta/investiciyniy-klimat-v-ukrayini-vikliki-ta-perspektivi-2025-roku.html> 29/01/2025 (Accessed 07.01.2025).
18. Ukrainian Startup Fund (2024), "Global Startup Ecosystem Index 2024 : Ukraine is in the top 50", available at: <https://usf.com.ua/global-startup-ecosystem-index-2024-%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B0-%D0%B2-%D1%82%D0%BE%D0%BF-50/> (Accessed 28.12.2024).
19. Palchynska, L. (2024), "CEE startups are worth €213B, with Poland, Ukraine, and Estonia contributing 50% to the region's enterprise value — report", available at: <https://www.vestbee.com/blog/articles/cee-startups-are-worth-213-b-with-poland-ukraine-and-estonia-contributing-50-to-the-region-s-enterprise-value-report> (Accessed 07.01.2025).

Стаття надійшла до редакції 15.02.2025 р.