

АНАЛІЗ НАУКОВО-ПРАКТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ СТАРТАП-ПРОЕКТІВ

О. Є. КОФАНОВ

(Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»)

Анотація. *Мета статті полягає в дослідженні та класифікації науково-практичних підходів до визначення поняття «стартап», вивченні рушійних сил, що призвели до його появи, особливостей генези та взаємозв'язків з іншими процесами та явищами для з'ясування шляхів створення успішних стартап-проектів і їх маркетингового забезпечення. Результати.* Запропоновано класифікацію науково-практичних підходів до визначення поняття «стартап». З'ясовано, що поява понять «стартап» і «венчурне підприємництво», а також те, як змінювалась сутність та форма малих інноваційних наукомістких підприємств, пов'язано зі зміною технологічних укладів і розвитком ринку венчурного капіталу. Установлено закономірності відкриття стратегічних вікон для запуску стартап-проектів. **Практична значущість результатів дослідження.** Проведені дослідження дали змогу спрогнозувати відкриття стратегічних вікон для успішної реалізації стартапів. Окрім того, результати досліджень є важливими для формування маркетингового забезпечення стартап-проектів та інших видів інноваційної діяльності.

Ключові слова: стартап-проект, інновації, маркетингове забезпечення, технологічний уклад, стратегічне вікно, венчурний капітал.

Постановка проблеми в загальному вигляді та зв'язок із найважливішими науковими чи практичними завданнями. Актуальність дослідження обумовлена тим, що в Україні та світі загалом зростає популярність і кількість стартап-проектів. Однак інвестування у стартапи пов'язане з високими ризиками, оскільки тільки відносно невелика частка проектів в змозі досягти успіху. З одного боку, високий рівень неуспішності стартапів пов'язаний зі складністю створення інноваційної науково-технічної продукції. З іншого боку, економічна складова, зокрема маркетингове забезпечення, також відіграє суттєву роль у процесі реалізації проекту, адже, як зауважує Е. Ріс, навіть таким революційним, новаторським і хаотичним явищем як стартап потрібно керувати [1]. При цьому аналіз розвитку вітчизняних і зарубіжних стартап-проектів показав, що існує необхідність проведення досліджень щодо формування маркетингового забезпечення стартап-проектів, а отже, і ґрунтовного вивчення сутності цього явища, особливостей формування, а також місця стартап-проектів у правовому полі України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальним аспектам створення, управління та розвитку стартап-проектів присвячено праці С. Бланка і Б. Дорфа [2], П. Тіля і Б. Мастерса [3], Е. Ріса [1], Е. Романса [4] та ін. При цьому вивченням сутності поняття «стартап» займалися Н. І. Ситник [5], С. Ф. Легенчук і Г. В. Пилипчук [6], В. С. Тен [7]. Однак маркетинговому забезпеченню стартап-проектів присвячено відносно невелику кількість праць. Зокрема цим питанням займалися дослідники Н. Р. Джоглекар і М. Левеск [8], Е. А. Ванічева і С. В. Нікіфорова [9], К. М. Бейгул [10], Г. Р. Йим [11] та ін. Особливостям маркетингу інновацій та управління інноваційною діяльністю присвячено роботи С. О. Солнцева [12].

Формування цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є класифікація науково-практичних підходів до визначення поняття «стартап», вивчення рушійних сил, що призвели до його появи, а також особливостей генези та взаємозв'язків з іншими процесами та явищами для з'ясування шляхів створення успішних стартап-проектів та їх маркетингового забезпечення.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Стартап-проект, або стартап як форма початку бізнесу в інноваційній сфері, пов'язаний із високим ризиком. У результаті дослідження встановлено, що вперше «стартап» як бізнес-термін у сучасному розумінні було вжито у 1976 р. журналом «Forbes», після чого в 1977 р. у виданні «Business Week» було вперше використано словосполучення «стартап-компанія» [13]. З того часу сформувалася велика кількість по-

глядів на визначення поняття «стартап», однак єдиної комплексної та загальноприйнятої класифікації підходів до цього часу не існує. Тому на основі аналізу літературних джерел та теоретико-методичних досліджень пропонується класифікація науково-практичних підходів до визначення поняття «стартап» (табл. 1).

Під час дослідження рушійних сил, що призвели до появи стартапу як форми підприємницької діяльності, а також особливостей його генези, з'ясовано нижченаведені особливості.

Таблиця 1

**Ключові підходи до визначення поняття «стартап»
[складено автором на основі аналізу літературних джерел]**

Підхід	Ключові представники	Визначення
Комерційний	С. Ф. Легенчук, Г. В. Пилипчук [6]	Стартап – це новостворена компанія, зареєстрована юридично, що на власний ризик, займаючись інноваційною діяльністю у будь-якій сфері, прагне отримати прибуток
	В. С. Тен [7]	Стартап – інноваційна компанія, яка перебуває на ранній стадії життєвого циклу і створює свою основну цінність в Інтернеті
Структурний	Е. А. Ванічева, С.В. Нікіфорова [9]	Стартап – це тимчасова організаційна структура, яка об'єднує невелику групу осіб, захоплених однією інноваційною ідеєю, метою функціонування якої є швидка розробка при постійній взаємодії з потенційним покупцем, використовуючи гіпотези і докази, продукту або послуги з рентабельною бізнес-моделлю, і виведення даного продукту або послуги у масове використання
	С. Бланк, Б. Дорф [2]	Стартап не є великою компанією в мініатюрі, натомість, це тимчасова структура, що займається пошуками відтворюваної, рентабельної та масштабованої бізнес-моделі
	П. Тіль, Б. Мастерс [3]	Стартап це максимальна за кількістю група людей, яку засновник зможе зацікавити своєю ідеєю створення нового та кращого майбутнього
Підприємницький	Е. Піс [1]	Стартап – це спроба створення організації, набір дій та новостворена організація, яка займається розробкою нових товарів або послуг в умовах надзвичайної невизначеності
	К. М. Бейгул [10]	Стартап – тимчасова мала організація, що створюється для пошуку рентабельної, масштабованої, відтворюваної та здатної розвиватися бізнес-моделі в умовах невизначеності, для якої характерні інтернаціональність, незалежність, відкритість, вихід за рамки однієї структури
	Д. Пономарьов [5, 14]	Стартап – організаційна форма інноваційної діяльності, а також компанія з короткою історією операційної діяльності, що знаходиться на стадії розвитку чи дослідження перспективних ринків
Процесний	А. Євсейчев [5, 15]	Стартап – це процес реалізації ідеї за короткі терміни і, як правило, при обмеженій кількості ресурсів, нетиповий проект, що відрізняється новизною
	Е. Романс [4]	Стартап – це перетворення плану в реальний бізнес, розгортання мережових можливостей на повну силу, залучення кадрових ресурсів згідно з планом та адекватне структурування й вирощування новоствореного ризикованого проекту до стадії життєздатного і успішного підприємства
Синергетичний	О.В. Зозульов, О.С. Кофанов [16]	Під стартапом розуміється новостворена організація, яка в умовах надзвичайної невизначеності займається розробкою інноваційних товарів або послуг, а також пошуками рентабельної, відтворюваної та здатної розвиватися бізнес-моделі, яку можна масштабувати, для вирощування певного ризикованого проекту до стадії життєздатного й успішного підприємства

Спочатку великі підприємства надавали інвестиції науковцям, зокрема студентам та аспірантам, на венчурні розробки, а натомість, за відносно невеликі гроші, на тривалий час отримували права на монополне користування створеними ними науково-технічними інноваціями. При цьому після отримання результату команда науковців ставала непотрібною, і фінансування припинялося. Тому з'явилося таке явище як «стартап», мета якого полягає в тому, щоб «підсадити» великі компанії на патенти, залишивши права на використання інноваційних розробок у команди стартапу.

Окрім того, стартапи з'явилися і як результат розвитку системи економічних відносин, що призвели до появи аутсорсингу як форми передачі певних чітко визначених бізнес-процесів або бізнес-функцій на зовнішнє виконання. Конкуренція під впливом усіх цих факторів ставала все жорсткішою, що вимагало більш глибокого рівня спеціалізації. У свою чергу, поглиблення спеціалізації породило кооперацію, однією з форм розвитку якої і став аутсорсинг. При цьому важливим є той факт, що для компанії-замовника поняття аутсорсинг виступає у традиційному значенні, тоді як компанією, яка надає такі послуги, аутсорсинг розуміється як інструмент, спрямований на отримання постійного прибутку від великих компаній (замість тимчасового одноразового заробітку).

У результаті проведеного дослідження з'ясовано, що в історичній ретроспективі поява понять «стартап» (стартап-проект) та «венчурне підприємництво», а також те, як змінювалась сутність і форма малих інноваційних наукомістких підприємств, безпосередньо пов'язані з розвитком ринку венчурного капіталу та зміною технологічних укладів, що відображено на рис. 1. В основі концепції технологічних укладів лежить теорія великих циклів економічної кон'юнктури М. Д. Кондратьєва. Суть концепції полягає в тому, що на кожному етапі розвитку продуктивні сили спираються на взаємопов'язану цілісну сукупність технологій, що утворюють замкнуту стійку систему, – технологічні уклади (ТУ).

В економіці в один і той же період часу існує декілька ТУ. Завдяки впровадженню більш прогресивних науково-технологічних інновацій в епоху зміни ТУ відбуваються значні зміни і в житті суспільства. Загалом, життєвий цикл ТУ охоплює близько століття, а період його домінування в економічному розвитку становить приблизно 40 років. Однак, завдяки підвищенню ролі інновацій в економічному розвитку та серйозної активізації інноваційної діяльності компаній і держав, а також завдяки прискоренню НТП та скороченню тривалості науково-виробничих циклів періоди панування ТУ поступово скорочуються [17, 20].



Рис. 1. Розвиток стартап-проектів і венчурного підприємництва у взаємозв'язку з ринком венчурного капіталу та зміною технологічних укладів [складено автором на основі проведеного дослідження та аналізу літературних джерел [13, 17–19]]

Життєвий цикл ТУ, зазвичай, проходить у три основні фази:

- становлення ТУ (зародження, початок розвитку – період від початку технологічного укладу до (а) на рис. 1);
- зростання ТУ (період широкого розповсюдження – від (а) до (б));
- кінець фази швидкого росту (період після (б), що збігається з фазою становлення наступного технологічного укладу [17].

Установлено, що в епоху зміни ТУ відкривається так зване стратегічне вікно для прориву стартап-проекту, оскільки в цей період високої невизначеності поява проривних інновацій відкриває нові можливості у створенні продукції, з'являються нові ринки збуту, канали розподілу, оновлюється законодавство тощо. Однак зауважимо, що в період, коли попередній ТУ виходить на пік фази широкого розповсюдження, а новий ще не зародився, запустити успішний проривний стартап-проект доволі складно. Вірогідність створення таких стартапів значно підвищується у період, коли попередній ТУ закінчив фазу швидкого росту, а новий уже пройшов стадію зародження і перейшов на наступний етап. При цьому стартапи, що не приводять до проривних інновацій та не використовують їх, створюються в межах лінійного технологічного розвитку. Однак компанії, подібні до Microsoft та Apple, можуть з'явитися лише під час появи проривних інновацій.

Проривні інновації є складовою класифікації, запропонованої Р. Хендерсоном і К. Кларком [21]. Відповідно до моделі Хендерсона-Кларка, є чотири види інновацій: інкрементальні, модульні, системні та проривні (радикальні). При цьому радикальні інновації виникають унаслідок розробки та впровадження принципово нових унікальних проривних технологічних рішень [21, 22]. Гіпотеза щодо відкриття стратегічних вікон у дані періоди підтверджується, зокрема, даними агентства Interbrand, яке щорічно публікує рейтинг світових брендів [23]. У 2017 р. у першу десятку увійшли Apple (заснована в 1976 р.), Google (1998 р.), Microsoft (1975 р.), Coca-Cola (1892 р.), Amazon (1994 р.), Samsung (1938 р.), Toyota (1937 р.), Facebook (2004 р.), Mercedes-Benz (1926 р.) та IBM (1911 р.) [23]. При цьому 50 % цих компаній було створено на основі проривних і системних інновацій, що виникли в період переходу від четвертого ТУ, рушійною силою якого

був двигун внутрішнього згоряння, до п'ятого, рушійною силою якого стала мікроелектроніка.

Сьогодні у країнах-лідерах спостерігається кінець фази швидкого росту (спад) п'ятого ТУ (1970–2010 (2020) рр.) і початок розвитку шостого (2010–2040 (2050) рр.). Очікується, що ключовим фактором шостого ТУ стануть нанотехнології, у той час як його ядром можуть стати наноелектроніка, молекулярна й нанофотоніка, наноматеріали та наноструктуровані покриття, оптичні наноматеріали, нанобіотехнології, нанообладнання тощо. Серед його рушійних сил також можна назвати геліо- та ядерну енергетику.

Перевагами шостого ТУ у порівнянні з попереднім вважається очікуване різке зниження енерго- і матеріалоємності виробництва, можливість конструювання матеріалів із заданими властивостями [18]. При цьому проведений аналіз передумов відкриття попередніх стратегічних вікон і досвіду стартап-компаній дає змогу стверджувати, що у 2018 р. очікується відкриття наступного стратегічного вікна (див. рис. 1).

Стартап-проекти на основі технологій шостого ТУ почали активно створюватися ще у 2016 р. Наявність потенційного стратегічного вікна між 2018 та 2024 (2026) рр. підтверджується одночасно наявністю високотехнологічних стартап-проектів, створених на технологіях, що є рушійними силами шостого ТУ, та інвесторів, готових вкладати в них гроші. Зокрема, на краудфандинговій платформі Kickstarter у сфері геліоенергетики мінімальних рівнів фінансування для старту вже досягли такі проекти, як Legion Solar 2, LunaR, Solar Paper від YOLK, Thin-Film Solar Charger від Blackhawk Technology, Powerleaf, HeLi-on, SunStash, Solar-Gaps тощо. Більшість із них спрямовані на поширення індивідуального енергозабезпечення з використанням домашніх сонячних електростанцій та портативних зарядних пристроїв, а також винаходів для збільшення їх ефективності чи моніторингу експлуатаційних параметрів, однак зустрічаються й комбінації «геліотехнологій» з такими іншими сучасними трендами, як смарт-годинники. І хоча більшість із цих проектів створено не на основі проривних інновацій, відповідно до [24], у геліоенергетиці нині проводяться серйозні наукові дослідження з пошуку технологій більш високого рівня, зокрема в дослідницькому центрі Helios SERC.

У сфері нанотехнологій також сьогодні спостерігається збільшення кількості стартап-проектів. Так, на платформі AngelList, яку стартапи використовують для пошуку фінансування і кадрів, у 2017 р. зареєстровано 230 нанотехнологічних проектів, зокрема, Continuum Technologies, Purify Fuel, Mattershift, Atomic Works, Prometheus Initiative та ін. Також, за даними AngelList, 640 інвесторів вже вклали гроші в нанотехнологічні проекти [25]. Як показано на рис. 1, усі вищеописані процеси та явища пов'язані з ринком венчурного капіталу, який відіграє ключову роль у розвитку інноваційних галузей економіки. За даними І. А. Шатина [19], ринок почав зароджуватися ще в 1946 р. у США й розвивався впродовж трьох етапів, особливості яких відображено на рис. 1.

Висновки із зазначених проблем і перспективи подальших досліджень у поданому напрямі. У результаті проведених досліджень запропоновано класифікацію науково-практичних підходів до визначення поняття «стартап», у результаті чого виділено комерційний, структурний, підприємницький, процесний та синергетичний підходи. З'ясовано, що поява понять «стартап» і «венчурне підприємництво», а також те, як змінювались сутність і форма малих інноваційних наукоємних підприємств, пов'язано зі зміною ТУ та розвитком ринку венчурного капіталу.

Установлено, що в епоху зміни ТУ відкривається стратегічне вікно для запуску стартап-проекту на основі проривних інновацій. Гіпотеза щодо відкриття стратегічних вікон підтверджується, зокрема, тим, що серед компаній, які у 2017 р. зайняли перші десять місць у рейтингу світових брендів, 50 % було створено на основі проривних інновацій, що виникли в період переходу від четвертого ТУ до п'ятого. Проведений у роботі аналіз дав змогу зробити прогноз щодо відкриття потенційного стратегічного вікна в період між 2018 та 2024 (2026) рр. для стартап-проектів у сферах геліоенергетики та нанотехнологій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ries E. The lean startup : How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses / E. Ries. – New York : NY Crown Business, 2011. – 296 p.
2. Blank S. The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company / S. Blank, B. Dorf. – Pescadero, CA : K & S Ranch, 2012. – 571 p.
3. Thiel P. Zero to one: Notes on startups, or how to build the future / P. Thiel, B. Masters. – New York : NY Crown Business, 2014. – 210 p.
4. Romans A. The entrepreneurial bible to venture capital: Inside secrets from the leaders in the startup game / A. Romans. – New York : NY McGraw-HillEducation. – 2013. – 233 p.
5. Ситник Н. І. Концептуальні основи стартапів: їх сутність і класифікація / Н. І. Ситник // Бізнесінформ. – 2016. – № 8. – С. 64–68.
6. Легенчук С. Ф. Історичні аспекти виникнення і особливості діяльності стартап-компаній: обліково-економічні аспекти / С. Ф. Легенчук, Г. В. Пилипчук // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – 2016. – Вип. 1 (34). – С. 122–144.
7. Тен В. С. Что такое интернет-стартап? / В. С. Тен // Инициативы XXI века. – 2013. – № 3. – С. 15–17.
8. Joglekar N. R. Marketing, R&D, and Startup Valuation/N. R. Joglekar & M. Levesque//Ieee Transactions on Engineering Management. – 2009. – No 56 (2). – P. 229–242. doi :10.1109/tem.2008.927827.
9. Ваничева Е. А. Обоснование выбора инструментов маркетинга на различных этапах жизненного цикла стартапа / Е. А. Ваничева, С. В. Никифорова // Тенденции науки и образования в современном мире. – 2016. – № 18-2. – С. 9–12.
10. Бейгул Е. Н. Маркетинговое исследование высокотехнологических стартапов : автореф. дисс. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Екатерина Николаевна Бейгул ; [науч. руководитель Г. Л. Азоев] ; ФГБОУ ВПО «Государственный университет управления». – Москва, 2013. – 27 с.
11. Yim H. R. A Strategic Pathway to Rapid Growth of Startups: Niche Marketing,

- Strategic Investment, and First Mover Advantage / Yim H. R. // *Actual Problems of Economics*. – 2010. – No 110. – P. 307–341.
12. Солнцев С. О. Маркетинговий механізм впровадження інновацій на ринку ресурсозберігаючих систем [Електронний ресурс] / С. О. Солнцев, С. М. Ставська // *Проблеми системного підходу в економіці* : зб. наук. пр. – К. : НАУ. – 2012. – 12 с. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/e-journals/PSPE/2012_3/Solncev_312.htm (дата звернення: 7.03.17). – Назва з екрана.
 13. Sun K. In and Around Language: What's Up with "Startup"? [Електронний ресурс] / K. Sun // *The Harvard Crimson*. – Режим доступу: <http://www.thecrimson.com/article/2011/11/17/startup-language-idea/> (дата звернення: 7.03.17). – Назва з екрана.
 14. Пономарев Д. Как применить подход ЛИН к деятельности стартап-компании (выступление на форуме «Инновации. Бизнес. Образование», г. Ярославль, 13 октября 2011 г.) [Електронний ресурс] / Д. Пономарев. – Режим доступу: <http://leanvector.ru/stati/77-start-up-na-principah-lean> (дата звернення: 7.03.17). – Назва з екрана.
 15. Евсейчев А. И. Основы стартап менеджмента : учеб. мультимедийное электрон. издание [для обучающихся по напр. 080200.62 «Менеджмент» очной и заочной форм обучения] [Електронний ресурс] / А. И. Евсейчев. – Тамбов : Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2014. – Режим доступу: <http://www.tstu.ru/book/elib3/mm/2014/Evseychev/> (дата звернення: 7.03.17). – Назва з екрана.
 16. Зозульов О. В. Маркетинг у забезпеченні стартап-проектів / О. В. Зозульов, О. Є. Кофанов // *Вісник Запорізького нац. ун-ту: збірн. наук. праць. Економічні науки*. – 2016. – Вип. № 4 (32). – С. 165–172.
 17. Глазьев С. Ю. Современная теория длинных волн в развитии экономики / С. Ю. Глазьев // *ЭНЕР*. – 2012. – № 2 (57). – С. 27–42.
 18. Нанотехнологии как ключевой фактор нового технологического уклада в экономике / под ред. С. Ю. Глазьева, В. В. Харитонов. – Москва : Тривант, – 2009. – 304 с.
 19. Шатин И. А. Эволюция рынка венчурного инвестирования в развитых экономиках (на примере Соединённых Штатов Америки) / И. А. Шатин // *Вестник Челябинского гос. ун-та*. – 2010. – № 27 (208). – Экономика. – Вып. 29. – С. 42-46.
 20. Попов М. Е. Технология и ее роль в инновационном развитии общества / М. Е. Попов // *Вестник ДГТУ*. – 2011. – № 8-2. – С. 1356–1371.
 21. Henderson R. M. Architectural Innovation: the reconfiguration of existing product technologies and the failure of established firms / R. M. Henderson, K. B. Clark // *Administrative Science Quarterly*. – 1990. – No. 35. – P. 9–30.
 22. Ларин С. Н. Развитие взаимодействий институциональных экономических агентов инновационной инфраструктуры региональной экономики на основе новых организационно-экономических механизмов / С. Н. Ларин, Т. В. Стебеньева, Л. Ю. Лазарева // *Национальные интересы: приоритеты и безопасность*. – 2015. – № 21. – С. 33–43.
 23. Interbrand. Best Global Brands 2017 Rankings [Електронний ресурс] : [Сайт]. – Режим доступу: <http://interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2017/ranking/> (дата звернення: 7.03.17). – Назва з екрана.
 24. Berkeley Lab University of California. U. S. Department of Energy Goals & Challenges [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www2.lbl.gov/LBL-Programs/hellos-secr/html/goals.html> (дата звернення: 7.03.17). – Назва з екрана.
 25. Nanotechnology Startups [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://angel.co/nanotechnology> (дата звернення: 7.03.17). – Назва з екрана.

REFERENCES

1. Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. New York, USA: Crown Business.

2. Blank, S., & Dorf, B. (2012). *The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company*. Pescadero, USA: K & S Ranch.
3. Thiel, P. & Masters, B. (2014). *Zero to one: Notes on startups, or how to build the future*. New York, USA: Crown Business.
4. Romans, A. (2013). *The entrepreneurial bible to venture capital: Inside secrets from the leaders in the startup game*. New York, USA: McGraw-Hill Education.
5. Sytnyk, N. I. (2016). Kontseptualni osnovy startapiv: yikh sutnist i klasyfikatsiia [The conceptual foundations of startups: their essence and classification]. *Biznesinform – Biznesinform*, 8, 64-68 [in Ukrainian].
6. Lehenchuk, S. F. & Pylypchuk, H.V. (2016). Istorychni aspekty vynykennia i osoblyvosti diialnosti startap-kompanii: oblikovo-ekonomichni aspekty [Historical aspects of the appearance and peculiarities of the startup activity: accounting and economic aspects], *Problemy teorii ta metodolohii bukhhalterskoho obliku, kontroliu i analizu – Problems of the theory and methodology of accounting, control and analysis*, 1 (34), 122–144 [in Ukrainian].
7. Ten, V. S. (2013). Chto takoe internet-startap? [What is an Internet startup?]. *Iniitsiatyvy XXI veka – Initiatives of the 21st century*, 3, 15–17 [in Russian].
8. Joglekar, N. R. & Levesque, M. (2009). Marketing, R&D, and Startup Valuation. *Ieee Transactions on Engineering Management*, 56 (2), 229–242. doi:10.1109/tem.2008.927827.
9. Vanicheva, E. A. & Nikiforova, S. V. (2016). Obosnovanie vybora instrumentov marketinga na razlichnykh etapakh zhiznennogo tsikla startapa [Substantiation of the marketing tools selection at the different stages of the startup life cycle], *Tendentsii nauki i obrazovaniya v sovremennom mire – Trends in science and education in the modern world*, 18-2, 9–12 [in Russian].
10. Beigul, E. N. (2013). Marketirovanie vysokotekhnologichnykh startapov [Marketing of the high-tech startups]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Moscow : The State University of Management [in Russian].
11. Yim, H. R. (2010). A strategic pathway to rapid growth of startups: Niche marketing, strategic investment, and first mover advantage. *Actual Problems of Economics*, 110, 307–341.
12. Solntsev, S. O. & Stavska, S. M. (2012). Marketynhovi mekhanizm vprovadzhennia innovatsii na rynku resursozberihaiuchykh system [Marketing mechanism of the innovations implementation in the market of the resource-conservation systems]. *Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi: zb. nauk. pr. – Problems of the system approach in economics: Scientific works*. Retrieved from http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/e-journals/PSPE/2012_3/Solncev_312.htm (accessed 07 March 2017) [in Ukrainian].
13. Sun, K (2011). In and Around Language: What's Up with "Startup"? *The Harvard Crimson*. Retrieved from <http://www.the-crimson.com/article/2011/11/17/startup-language-idea/> (accessed 07 March 2017).
14. Ponomarev, D. (2011). Kak primenit' podkhod LIN k deyatel'nosti startap-kompanii [How to apply the lean approach to the startup activities]. *Presentation at the forum "Innovations, Business Education (vystuplenie na forume "Innovatsii. Biznes. Obrazovanie", g. Yaroslavl', 13 october*. Retrieved from <http://leanvector.ru/stati/77-start-up-na-principah-lean> (accessed 07 March 2017) [in Russian].
15. Evseychev, A. I. (2014). Osnovy startap menedzhmenta [Fundamentals of the startup management] : ucheb. mul'timediynoe elektron. izdanie [dlya obuchayushchikhsya po napr. 080200.62 "Menedzhment" ochnoy i zaочноy form obucheniya] Tambov : Izd-vo FGBOU VPO "TGTU" – Publishing House of the FGBOU VPO "TGTU". Retrieved from <http://www.tstu.ru/book/elib3/mm/2014/Evseychev/> (accessed 07 March 2017) [in Russian].
16. Zozulov, O. V. & Kofanov, O. E. (2016) Marketynh u zabezpechenni startap-proektiv [Marketing in the startup development]. *Visnyk Zaporizkoho nats. un-tu: zbirn. nauk. prats. Ekonomichni nauky – Bulletin of the Zaporizhzhia National University:*

- Scientific works. Economic sciences, (4 (32), (pp. 165–172) [in Ukrainian].
17. Glaz'ev, S. Yu. (2012). Sovremennaya teoriya dlinnykh voln v razvitii ekonomiki [Modern theory of the long waves in the development of the economy]. *ENSR – ENSR*, 2 (57), 27–42 [in Russian].
18. Glaz'ev, S. Yu. & Kharitonov, V. V. (Eds.). (2009). *Nanotekhnologii kak klyuchevoy faktor novogo tekhnologicheskogo uklada v ekonomike [Nanotechnology as a key factor of the new technological order in the economy]*. Moscow: Trovant [in Russian].
19. Shatin, I. A. (2010). Evolyutsiya rynka venchurnogo investirovaniya v razvitykh ekonomikakh (na primere Soedinennykh Shtatov Ameriki) [Evolution of the venture investment market in the developed economies (on the example of the USA)]. *Vestnik Chelyabinskogo gos. un-ta. Ekonomika – Bulletin of the Chelyabinsk State University. Economy*, (27 (208), (pp. 42–46) [in Russian].
20. Popov, M. E. (2011). Tekhnologiya i ee rol' v innovatsionnom razvitii obshchestva [Technology and its role in the innovative development of the society]. *Vestnik DGTU – Bulletin of the DGTU*, 8-2, 1356–1371 [in Russian].
21. Henderson, R. M. & Clark, K. B. (1990). Architectural Innovation: the reconfiguration of existing product technologies and the failure of established firms. *Administrative Science Quarterly*, 35, 9–30.
22. Larin, S. N., Stebenyaeva, T. V. & Lazareva, L. Yu. (2015). Razvitie vzaimodeystviy institutsional'nykh ekonomicheskikh agentov innovatsionnoy infrastruktury regional'noy ekonomiki na osnove novykh organizatsionno-ekonomicheskikh mekhanizmov – The development of the interactions of the institutional economic agents of the innovation infrastructure of the regional economy on the basis of the new organizational and economic mechanisms. *Natsional'nye interesy: priority i bezopasnost' – National interests: priorities and security*, 21, 33–43. [in Russian].
23. Interbrand. Best Global Brands 2017 Rankings. (n.d.) Retrieved from : <http://interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2017/ranking/> (accessed 07 March 2017).
24. Berkeley Lab University of California. U. S. Department of Energy Goals & Challenges. (n.d.) <http://www2.lbl.gov/LBL-Programs/helios-serc/html/goals.html>. Retrieved from : <http://www2.lbl.gov/LBL-Programs/helios-serc/html/goals.html> (accessed 07 March 2017) [in English].
25. Nanotechnology Startups. (n.d.) <https://angel.co/nanotechnology>. Retrieved from : <https://angel.co/nanotechnology> (accessed 07 March 2017).

А. Е. Кофанов (Национальный технический университет Украины «Киевский политехнический институт имени Игоря Сикорского»). **Анализ научно-практических подходов к определению экономической сущности стартап-проектов.**

Аннотация. Цель статьи заключается в исследовании и классификации научно-практических подходов к определению понятия «стартап», изучении движущих сил, которые привели к его появлению, особенностей генезиса и взаимосвязей с другими процессами и явлениями для выяснения путей создания успешных стартап-проектов и их маркетингового обеспечения. **Результаты.** Предложена классификация научно-практических подходов к определению понятия «стартап». Установлено, что появление понятий «стартап» и «венчурное предпринимательство», а также то, каким образом менялись сущность и форма малых инновационных наукоемких предприятий, связано с изменением технологических укладов и развитием рынка венчурного капитала. Установлены закономерности открытия стратегических окон для запуска успешных стартап-проектов. **Практическая значимость результатов исследования.** Проведенные исследования позволили спрогнозировать открытие стратегических окон для реализации стартапов. Кроме того, результаты исследования важны для формирования маркетингового обеспечения стартап-проектов и других видов инновационной деятельности.

Ключевые слова: стартап-проект, инновации, маркетинговое обеспечение, технологический уклад, стратегическое окно, венчурный капитал.

O. Kofanov (National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"). **Analysis of the scientific and practical approaches to the determination of the economic essence of the startup-projects.**

Annotation. *The purpose of the paper is to investigate and classify scientific and practical approaches to the definition of the "startup" concept; to study the driving forces that have led to its appearance, the peculiarities of its origin and interactions with other processes and phenomena to find out the ways to create successful startups and to develop their marketing strategy and activity.*

Findings. *The classification of the scientific and practical approaches to the "startup" definition was proposed. It was determined that the appearance of the startup concept and venture business, as well as the change of the essence and form of the small innovative high-tech enterprises, is associated with the changes of the so-called technological modes and the development of the venture capital market. The pattern of the opening of the strategic windows for startup creation was identified. **Practical value.** The conducted investigations allowed to predict the opening of the strategic windows for the startup realization and implementation. In addition, the obtained results are important for the development of the marketing strategy and support for the startup-projects, etc.*

Keywords: *startup-project, innovations, marketing, technological mode, strategic window, venture capital.*