

СТАРТАП ЯК ОБ'ЄКТ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ: СУТНІСТЬ ТА ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ ІСНУВАННЯ

О. В. ЧЕРНЯВСЬКА, доктор економічних наук, професор;

Л. В. ГНИПА-ЧЕРНЕВЕЦЬКА;

ВАН ЧЖИЦСЮНЬ

(Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»)

Анотація. Мета статті полягає у виявленні сутності категорії «стартап», систематизації підходів та наявних закономірностей, відмінностей стартапу та традиційного малого й середнього бізнесу, визначенні життєвого циклу існування стартапу з метою подальшого обґрунтування напрямів удосконалення фінансування та розвитку стартапів в Україні на підставі узагальнення вітчизняного й зарубіжного досвіду у сфері інвестування МСП. **Методика дослідження.** Вирішення поставлених у статті завдань здійснено за допомогою таких загальнонаукових і спеціальних методів дослідження: аналізу та синтезу, систематизації та узагальнення, діалектичного підходу. **Результати.** Систематизовано теоретичні положення щодо визначення поняття «стартап», розкрито його специфічні ознаки та відмінності від традиційних інвестиційних проектів, традиційних малих і середніх підприємств, виявлено та класифіковано сучасні підходи до його визначення, надано характеристику етапів розвитку, в тому числі через джерела фінансування, та принципи їх залучення залежно від інвестиційних потреб на різних етапах розвитку проектів. **Практична значущість результатів дослідження.** Основні результати роботи можуть бути використані суб'єктами підприємництва у сфері венчурного, інших форм традиційного та альтернативного інвестування.

Ключові слова: стартап, стадія розвитку стартапу, життєвий цикл стартапу, моделі фінансування стартапів, венчурне інвестування, бізнес-янгол, краудфандинг.

Постановка проблеми в загальному вигляді та зв'язок із найважливішими науковими чи практичними завданнями. Одним із пріоритетних напрямів проведення реформ в Україні є створення сприятливих умов для розвитку підприємництва. Створення таких умов – це шлях для залучення інвестицій в економіку (як іноземних, так і внутрішніх), поштовх для зростання внутрішнього валового продукту та рівня життя населення країни. Підвищення позицій України в рейтингу Doing Business у рамках виконання плану дій щодо імплементації кращих практик якісного та ефективного регулювання, відображених Групою Світового банку в методології рейтингу «Doing Business», затвердженого розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 грудня 2015 р. № 1406, передбачає здійснення ряду реформ у сфері розвитку малого й середнього підприємництва, а також створення сприятливих умов для бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку стартапів і залучення венчурного, інших традиційних та альтернативних форм фінансування є предметом публічних обговорень у ділових колах, зокрема, найбільш яскравими представниками яких є відомі інвестори та стартапери: Є. Бучацький, Ш. Веісер, Дж. Вонг, Б. Дорф, Г. Дрю, К. Зачаріасі, Б. Казнок, О. Кардаков, О. Мась, Д. Ставицький, П. Тіль та ін. Різні аспекти діяльності щодо розвитку стартапів знайшли своє відображення в наукових працях вітчизняних і зарубіжних вчених таких, як: А. Вітал, П. Грехем, Т. Кане, А. Кремадес, Б. Коркоран, Ч. Кім, І. Багдасар'ян, С. Бланк, Д. Довгополь, А. Кашарін, О. Мрихіна, Є. Рис, О. Саліхова та ін.

Віддаючи належне науковцям і практикам у сфері інвестування малого та середнього бізнесу, наразі належного обґрунтування потребують дискусійні аспекти доцільності при-

ділення особливої уваги саме стартапам, які зазвичай є об'єктами найбільш вагомих капіталовкладень венчурними інвесторами.

Слово «стартап» походить від англійського «start-up» і в найбільш загальному випадку застосовується як загальна назва для компанії, фірми або проекту, які існують нетривалий період, не мають історії розвитку, ділової репутації, а також інших неформальних конкурентних переваг, відносини з такими підприємницькими структурами супроводжуються підвищеним ризиком.

Найбільш раннім ґрунтовним дослідженням теоретичних положень створення та розвитку стартапів прийнято вважати наукову працю американських економістів С. Бланка та Б. Дорфа «Стартап. Настольная книга основателя» [1], яка привернула увагу до розгляду різних аспектів діяльності стартапів та слугувала поштовхом для популяризації стартапів у широких ділових колах. Поряд із науковими розробками С. Бланка та Б. Дорфа на увагу заслуговують наукові праці Е. Риса [2], П. Грехема [3], Л. Райнера [4] та ін. Водночас у теоретичному плані зберігається нагальна потреба

більш ґрунтовного наукового осмислення сутності стартапів, їх особливостей порівняно з іншими організаційними структурами.

Формування цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є визначення сутності категорії «стартап», систематизація підходів та виявлення сучасних закономірностей, відмінностей стартапу та традиційного малого та середнього бізнесу, визначення життєвого циклу існування стартапу з метою подальшого обґрунтування напрямів удосконалення фінансування та розвитку стартапів в Україні на підставі узагальнення вітчизняного й зарубіжного досвіду у сфері інвестування МСП.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. З метою комплексного й різнобічного дослідження проблем фінансування та розвитку стартапів необхідно звернутися до аналізу наявних дефініцій цього поняття. У табл. 1 наведено виявлені підходи до визначення стартапу, починаючи від запропонованого С. Бланком та Б. Дорфом, яке, за твердженнями деяких науковців, застосовують як класичне.

Таблиця 1

Підходи до визначення стартапу в наукових джерелах

Автор [Джерело]	Визначення стартапу
1. Процес	
А. Євсейчев [5]	Стартап – це процес реалізації ідеї в найкоротші терміни за обмежених ресурсів та з вираженими ознаками новизни
2. Проект	
С. Бланк, Б. Дорф [1, с. 29]	Стартап – це тимчасова структура, що займається пошуком масштабованої, відновлюваної та високоприбуткової бізнес-моделі
Ю. В. Терешко, Т. М. Тардаскіна, Л. Д. Богатирьова [6]	Стартап – це нова організація (проект) з обмеженими наявними матеріальними ресурсами та значним потенціалом інтелектуальних ресурсів, яка буде бізнес на основі інноваційної ідеї або інноваційних технологій і перебуває у фазі виходу на ринок
3. Новостворена організація	
Е. Рис [2, с. 25]	Стартап – будь-яка новостворена організація, яка спеціалізується на розробленні нового продукту або послуги в умовах надзвичайної невизначеності
Д. Пономарьов [7]	Стартап – організаційна форма інноваційної діяльності. Це компанія з короткою історією операційної діяльності, що перебуває на стадії розвитку або дослідження перспективних ринків
А. І. Каширін, А. С. Семенов [8]	Стартап – це новостворена компанія в початковий період свого розвитку, що має на меті втілення перспективної ідеї та отримання високого прибутку
Ю. В. Терешко, Т. М. Тардаскіна, Л. Д. Богатирьова [6]	Стартап – це нова організація (проект) з обмеженими наявними матеріальними ресурсами та значним потенціалом інтелектуальних ресурсів, яка буде бізнес на основі інноваційної ідеї або інноваційних технологій і перебуває у фазі виходу на ринок
4. Сучасний бізнес із високим потенціалом розвитку	
Адміністрація малого бізнеса США [9]	Стартап – це бізнес із високим потенціалом розвитку, що зазвичай є технологічно орієнтованим
П. Грехем [3]	Стартап – це компанія, розрахована на швидке зростання
5. Інноваційний міжгалузевий бізнес	
Л. Рейнер зі співавт. [4]	Стартап – це компанія, що зазвичай займається дизайном та впровадженням інноваційних процесів розвитку, валідизацією та дослідженням міжгалузевих ринків

Як видно з табл. 1, хоча науковці розходяться у своїх уявленнях щодо сутності стартапу, серед його характерних рис зазвичай відзначають: тимчасовість існування [1, 10]; через певний період часу успішний стартап перетворюється на повноцінну компанію та може бути проданий або ввійти до складу чинної компанії як підрозділ; орієнтованість на роз-

роблення інноваційного продукту, що задовольняє певні потреби ринку [2, 6, 9]; здатність до масштабованості бізнесу та наявність високого потенціалу розвитку (3–4 місяці, а в разі високотехнологічного бізнесу – до одного року) [1, 6, 8–10]; нестійке становище на ринку та невизначеність існування [2, 3]. Ключові ознаки стартапу подано в табл. 2.

Таблиця 2

Ключові ознаки стартапу [розроблено автором на основі [11, с. 276]

Ознака	Опис
Короткий період існування	Число операцій та угод, як і число публікацій у ЗМІ, незначне та не дозволяє скласти враження або прогнозувати перспективи співробітництва. Контрагенти та потенційні партнери не мають достатньої інформації про стартап
Формуються передумови для економічного розвитку проекту	Проект активно освоює цільову аудиторію та відповідний ринковий сегмент
Застосовуються інноваційні методи управління й організації	Крім початкового капіталу, проект спирається на ентузіазм засновників та інноваційність ідей. Підґрунтям для створення стартапу зазвичай слугує актуальна проблема (інформаційна, наукова, соціальна, комерційна)
Проект активно презентується на тематичних і професійних форумах	Просувається через ЗМІ, здійснюється робота щодо залучення уваги та зацікавлення інвесторів, при цьому завжди позиціонується як «перспективний початківець»

Важливою рисою стартапів є високий інтелектуальний потенціал команди засновників. Як зазначають західні експерти, вагомість інтелектуальної складової у багатьох випадках досягає 100 % вартості стартапу [12].

Незалежно від мотивації, з якою об'єднується стартап-команда, та тривалості її існування, стартапи мають загальну рису – вони лише намагаються створити масштабовану бізнес-модель на основі інновацій, отже, переважна більшість методів проектного менеджменту, орієнтованих на регулювання процесів та розподіл відповідальності, не придатні для застосування щодо стартапів. Натомість обґрунтованим є застосування спеціальної методології «економного (ощадливого) стартапу», що активно впроваджується в сучасній практиці управління інноваційними проектами. Як наслідок, деякі науковці, зокрема Е. Рис [2], О. Козина [13], Д. Пономарев [7], використовують поняття «економного» або «ощадливого» стартапу, що є варіантами перекладу англійського поняття «lean startup». За визначенням Е. Риса, лін-стартап являє собою комплекс методів, що дозволяють підприємцю підвищити ймовірність успішної реалізації стартапу [2, с. 25]. Методологія економного стартапу

базується на принципах концепції ощадливого виробництва, розробленої Т. Оно та С. Синго в компанії Toyota. Її принципами є застосування знань та персональна відповідальність працівників, виробництво «точно вчасно» та контроль товарних залишків, прискорення виробничого циклу [7]. Філософія ощадливого виробництва надає можливість із загального обсягу виробничих процесів та операцій виокремити ті, які створюють цінність готового продукту, та скасувати виконання таких, що спричиняють утрати ресурсів і часу [14].

Отже, враховуючи вищевказані особливості стартапу, пропонуємо його визначати як тимчасову організацію з високим інтелектуальним потенціалом, призначену для побудови стійкої масштабованої бізнес-моделі шляхом реалізації ідей у вигляді інноваційного продукту.

Життєвий цикл стартапу починається з формування й розвитку ідей – нового, унікального знання, – на основі якого розробляються інноваційні продукти. Ключовим для розвитку ідей є інтелектуальний ресурс, тому на перших етапах існування стартапи досить швидко зростають, навіть за обмежених фінансових інвестицій та матеріальних ресурсів. Потреба у фінансових ресурсах виникає на більш пізніх

етапах розвитку стартапу, коли розпочинається процес реалізації ідеї у вигляді інноваційного продукту, відтоді стає нагальною проблема пошуку інвесторів [15, с. 28].

У наукових та науково-практичних джерелах подано різні підходи до виділення етапів розвитку стартапу:

- 1) посівна стадія (seed stage), стадія запуску (startup stage), стадія зростання (growth stage), стадія розширення (expansion stage) та стадія «виходу» (exit stage) [5];
- 2) ідея; виділення етапів реалізації проекту; підготовка технічного завдання; реалізація ядра стартапу; розвиток; модернізація [16];
- 3) ідея; інкубатор; акселератор; вихід на ринок [12];
- 4) зародження; становлення; ранній розвиток; розширення; зрілість [17];

- 5) посів; запуск; зростання; розширення; вихід [2];
- 6) ідея; команда; ринок; концепція; технічне завдання; прототип; тестування; альфа-версія; закрита бета-версія; публічна бета-версія; запуск; пошук інвесторів [18];
- 7) передпосівна; посівна; раунди А, В, С [1].

Згадані підходи до класифікації життєвого циклу стартапів доводять, що фахівці різних країн досить широко трактують поняття «молодої» (та інших стадій життєвого циклу) компанії, зважаючи на наявність стадій розширення (expansion financing, series B, series C), які можуть мати місце через 5-10 років після фактичного заснування компанії. Окремі з підходів слід розглянути більш детально. Зокрема, в табл. 3 подано перелік стадій стартапу та їх характеристика, що застосована в роботі С. Бланка [1].

Таблиця 3

Життєвий цикл стартапу та характеристика його стадій за С. Бланком [розроблено автором на основі [1, с. 27]]

Стадія життєвого циклу стартапу	Характеристика стадії розвитку
«Передпосівна» (pre seed stage)	Стартап має в наявності лише ідею
Посівна (seed stage)	Визначено ринок, існує робоча/тестова модель продукту/послуги
Раунд А (series A)	Здійснюється масштабування виробництва, створення виробничих потужностей/набір команди, завоювання ринку, оцінка ефективності прийнятого бізнес-плану
Раунд В (series B)	Здійснюється глобалізація компанії та вихід на нові ринки/в нові країни
Раунд С (series C)	Виникає потреба в залученні додаткових фінансових ресурсів для досягнення цілей раунду В

Відповідно до характеристик етапів розвитку стартапу С. Бланка потреба у фінансуванні проекту досягає максимуму на раундах В та С.

Якщо звернутися до періодизації життєвого циклу проекту, що застосовується фахівцями «Forbes» (табл. 4), то складається більш чітке уявлення про потреби фінансування стартапу.

Таблиця 4

Характеристика етапів розвитку стартапу за Forbes [розроблено автором на основі [18]]

Етап	Характеристика
Стадія pre-seed	Існує ідея та визначено, що треба покупцям, але немає чіткого уявлення про те, як цю ідею краще реалізувати технічно і як її слід просувати
Seed стадія	Вивчається ринок, складається план стартапу, технічне завдання, створюється і тестується прототип, йде пошук перших інвесторів
Прототип	Створення технічного завдання та проектування інтерфейсів
Робочий прототип	Створення продукту або проекту з основними функціями
Альфа-версія	Продукт (проект) уже готовий, але ще не протестований. Вносяться корективи, які не були враховані під час розроблення та створення ТЗ. Ведуться переговори з першими клієнтами

Продовж. табл. 4

Етап	Характеристика
Закрита бета-версія	Інноваційний проект має вигляд, близький до того, яким його задумували стартапери, з'являються перші користувачі
Публічна бета-версія	Ведеться помірно активне залучення користувачів. Укладаються договори з першими клієнтами
Startup-стадія	Вирішальна стадія для будь-якого проекту – рання й пізня startup-стадія – стадія запуску та початковий період його роботи
Стадія зростання	Стартап займає на ринку стійке становище й розвивається в напрямі завоювання ніші, що була намічена на стадії написання бізнес-плану
Стадія розширення	Стартап наблизився до виконання бізнес-плану на первинному цільовому ринку, і починає збільшувати кордон за рахунок завоювання інших ринків
Стадія виходу	Вихід із бізнесу (частково або повністю) бізнес-янголів та венчурних інвесторів, які раніше брали участь у фінансуванні стартапу

Дослідження життєвого циклу стартапу за стадіями його розвитку набуває значущості в контексті залучення джерел фінансових ресурсів з метою фінансового забезпечення діяльності в рамках новоствореного проекту та реалізації його бізнес-ідеї.

Досліджуючи етапи розвитку стартапу, важливо провести його порівняння зі схожими організаційними структурами, зокрема з підприємствами малого бізнесу. Для предметного дослідження доцільно проаналізувати відмінності

стартапу та традиційного (малого й середнього – МСП) бізнесу за різними критеріями: ставлення до інновацій; джерела фінансування; масштаби; темпи зростання; прибуток; бізнес-модель; відносини з партнерами, замовниками, покупцями, конкурентами. Результати порівняльного аналізу подані в табл. 5. Вони дозволяють зробити висновки про те, що стартапи та підприємства малого бізнесу мають деякі спільні риси. Зокрема, вони зазвичай створюються підприємцями-початківцями та є невеликими за розміром.

Таблиця 5

Порівняльний аналіз традиційного бізнесу та стартапу [розроблено автором на основі [19, с. 184]

Критерій порівняння	Традиційний бізнес	Стартап
Масштабованість	Зростання традиційного бізнесу, зазвичай, обмежується розміром ринку та здатністю бізнес-моделі легко й швидко масштабуватися	Стартапом можна називати тільки той проект, який потенційно може показати кількарядове зростання в капіталізації, легко масштабується й оперує на багатомільярдних ринках
Інновації	Для традиційного бізнесу наявність інновацій у проекті не обов'язкова, але часто допомагає знизити витрати, підвищити ефективність і зводиться до використання сторонніх інноваційних продуктів і сервісів	Головним і невідмінним моментом має бути інновація, якщо інновації немає, то навряд чи стартап зможе конкурувати за значну частку ринку
Види інвесторів	3F (Friends, Family and Fools – друзі, родина та безумці). Зазвичай, на початковій стадії гроші на розвиток бізнесу або стартапу погоджуються надати лише представники вказаної групи. Ризики на цій стадії найвищі, база активів у проекта поки що відсутня. Розмір інвестицій, якими оперує ця група, – десятки тисяч доларів	Бізнес-янголі являють собою приватних інвесторів, які вкладаються у стартапи, що зростають на ранніх стадіях. Розмір інвестицій – десятки-сотні тисяч доларів. Один успішний проект у них повинен окупили всі провальні
	Стратегічні інвестори, які, зазвичай, являють собою компанії (хоча це можуть бути і приватні особи), які займаються тим же самим або схожим видом діяльності, що й об'єкт інвестицій	
	Венчурні інвестори, які спеціалізуються на розвитку хороших, перспективних, але поки маленьких проектів	
	Масовий інвестор приходить, коли компанія вже встала на ноги та стала доступною для інвестування – вивела свої папери на біржу. Прихід масового інвестора супроводжується потужним зростанням ціни активу	

Продовж. табл. 4

Критерій порівняння	Традиційний бізнес	Стартап
Модель фінансування	Для відкриття традиційного бізнесу частіше за все достатньо особистих заощаджень, вкладень родичів, знайомих і друзів, коштів інвесторів, банківських кредитів	Стартапери завжди чекають інвестицій, часто навіть не намагаючись запустити чинну схему монетизації, яка і здатна перетворити проект в прибутковий бізнес, що працює
Джерела інвестування	Власні кошти, банківські кредити, бізнес-яголи	Власні кошти, бізнес-яголи, венчурні фонди, сід-фонди, краудфандинг
Темпи зростання	Традиційний бізнес повинен зростати, але оскільки його пріоритетним завданням є отримання прибутку, то після виходу у плюс зростання бізнесу відбувається в разі потреби	Стартапи повинні зростати якомога швидше, формуючи світову унікальну бізнес-модель, яку можна успішно відтворити у світових масштабах. На цьому ринку важливо не стільки бути першим, скільки швидким і гнучким
Прибуток	Традиційний бізнес орієнтований на отримання й збільшення виручки та прибутковості, бажано відразу ж. Остаточні обсяги прибутку бізнесу залежать від планів власників щодо його розширення	Пріоритетна мета – створити продукт, який сподобається споживачам і завоює ринок. Якщо ця мета буде досягнута, то зрештою прибуток компанії становитиме астрономічні цифри
Умови існування й розвитку	Загальне гальмування економічного зростання України, продовження військового конфлікту на Сході України, до якого додалася політична криза, демотивує та відштовхує інвесторів	ІТ-продукти, високі технології
Бізнес-модель	Бізнес-модель традиційного бізнесу практично не змінюється, аналогічна моделям, використовуваним в інших подібних компаніях	Під час розвитку стартапів бізнес-модель може змінюватися дуже часто, що, будучи на початковому етапі гідністю, згодом може нашкодити стабільній монетизації компанії
Відносини з партнерами, клієнтами, конкурентами	Традиційний бізнес приділяє багато уваги конкурентам, клієнтам, співробітникам	Стартапи можуть звертатися до відносин з партнерами й конкурентами тільки за необхідності
Інфраструктура	Бізнес-центри, бізнес-інкубатори, технопарки, лізингові центри, фонди підтримки підприємництва, інвестиційні фонди, інноваційні фонди, інформаційно-консультативні установи та ін.	Бізнес-інкубатори, бізнес-акселератори, школи стартапів, технопарки
Інноваційність	Засновані як на реалізації нових ідей, так і на копіюванні вже наявних ідей	Засновані на реалізації нових ідей
Швидкість зростання	Невисока	Висока

Водночас між цими організаційними структурами існують певні відмінності, що стосуються інноваційності продукції, сфери діяльності, траєкторії успішного розвитку, масштабу діяльності, інфраструктури, механізмів інвестування і т. п. Так, стартапи відрізняються тим, що виникають задля реалізації нових ідей у вигляді інноваційного продукту, тоді як малі підприємства не обов'язково орієнтовані на створення інноваційної продукції й можуть стати успішними, копіюючи вже відомі бізнес-моделі. Іншими словами, значущість інновацій у розвитку стартапів, тобто інновації, можна назвати основоположною відмінністю стартапу від традиційного бізнесу [19, с. 185].

Сферою діяльності стартапів зазвичай є галузі ІТ чи високих технологій, тоді як для мало-

го бізнесу більш характерними є сфера послуг, дистрибуції чи виробництво. Успішні стартапи мають короткий термін життя, тоді як успішні малі підприємства можуть існувати роками майже в незмінному вигляді. Продаж стартапу великій компанії чи його поглинання зазвичай є показником успішності стартапу, тоді як для малого бізнесу такий сценарій є вкрай небажаним. Ці організаційні форми відрізняються й за масштабом діяльності. Малі підприємства діють локально, їх вплив на ринок досить обмежений, тоді як успішні стартапи через масштабованість своєї бізнес-моделі прагнуть вийти на міжнародний рівень і часто революціонізують ринок.

До інфраструктури підтримки підприємництва (малого й середнього) належать бізнес-

центри, бізнес-інкубатори, технопарки, лізингові центри, небанківські фінансово-кредитні установи, фонди підтримки підприємництва, інвестиційні фонди та компанії, інноваційні фонди й компанії, інформаційно-консультативні установи, громадські об'єднання суб'єктів підприємництва та координаційні ради з питань підприємництва [21, с. 220]. Деякі з цих утворень (наприклад, бізнес-інкубатори й технопарки) можуть використовуватися для підтримки стартапів, водночас вони є специфічними для стартапів інфраструктури – це бізнес-акселератори та школи стартапів. Вони спрямовані на життєзабезпечення стартап-проектів на початкових етапах їх існування, враховуючи надання робочого місця, іноді початкових інвестицій, технічної експертизи, послуг із коучингу, менторства й можливість долучитися до екосистеми – згуртованого співтовариства, об'єданого спільними інтересами, що дає перспективи для співпраці, створення спільних проектів людьми з різних команд і загалом сприятливо діє на розвиток стартапів.

Висновки із зазначених проблем і перспективи подальших досліджень у поданому напрямі. Стартап є відносно новим та актуальним явищем у сучасному підприємницькому середовищі. Від традиційних інвестиційних та інноваційних проектів його відрізняє короткий період існування та відсутність історії розвитку, інноваційність створюваного продукту чи послуги, масштабованість бізнесу, обмеженість фінансових і матеріальних ресурсів і високий інноваційний та інтелектуальний потенціал команди засновників. Ураховуючи вищенаведені особливості стартапу, запропоновано його визначати як тимчасову організацію з високим інтелектуальним потенціалом, призначену для побудови стійкої масштабованої бізнес-моделі шляхом реалізації ідеї у вигляді інноваційного продукту.

Принциповим моментом в оцінці стартапу є той факт, що будь-який стартап передбачається розглядати як комерційний проект, що у своїй основі має принцип підтримки та приросту капіталу інвесторів і власників стартапу. Послідовно долаючи етапи свого розвитку, стартап досягає стадії, коли набуває всіх ознак традиційного бізнесу й може бути інтегрований до складу підприємства, що діє, або продовжувати своє існування як самостійна господарська одиниця, яка здійснює підприємницьку діяль-

ність у різних видах економічної діяльності з метою отримання прибутку.

Методологія управління стартапами активно розвивається та доповнюється новими концепціями та методами впливу на процеси та ресурси стартапу. Одним із новаторських підходів до управління стартапами є застосування концепції ощадливого виробництва та інструментарію лін-менеджменту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бланк С. Стартап. Настольная книга основателя / С. Бланк, Б. Дроф. – Москва : Альпина, 2013. – 616 с.
2. Рис Э. Бизнес с нуля: метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели / Э. Рис ; пер. с англ. А. Стаивка. – Москва : Альпина Паблишер, 2012. – 253 с.
3. Graham, P. (2012). Startup – Growth [Електронний ресурс] / P. Graham – Режим доступу: www.paulgraham.com (дата звернення: 5.10.2017). – Назва з екрана.
4. Rainer L. The vital role of business processes for a business model: the case of a startup company / L. Rainer, L. Malinauskaite, I. Marinova // Problems and Perspectives in Management. – 2014. – Vol. 12. – № 4. – P. 213–220.
5. Евсейчев А. И. Основы стартап-менеджмента [Електронний ресурс] / А. И. Евсейчев. – Режим доступу: <http://www.tstu.ru/book/elib3/mm/2014/Evseychev> (дата звернення: 5.10.2017). – Назва з екрана.
6. Терешко Ю. В. Особливості розвитку інтернет-стартапів в Україні: реалії і перспективи / Ю. В. Терешко, Т. М. Тардаскіна, Л. Д. Богатирьова // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 12 (174). – С. 437–443.
7. Пономарев Д. Как применить подход ЛИН к деятельности стартап-компании [Електронний ресурс] / Д. Пономарев. – Режим доступу: <http://leanvector.ru/stati/77-start-up-na-principahlean> (дата звернення: 5.10.2017). – Назва з екрана.

8. Каширин А. И. В поисках бизнес-ангела. Российский опыт привлечения стартовых инвестиций / А. И. Каширин, А. С. Семенов. – Москва : Вершина, 2016. – 384 с. articles/1493. (дата звернення: 5.10.2017). – Назва з екрана.
9. Startups & high-growth businesses [Електронний ресурс] / The U.S. Small Business Administration. SBA.gov. – Режим доступу: www.sba.gov (дата звернення: 5.10.2017). – Назва з екрана.
10. Добрик Л. О. Фінансові умови розвитку інноваційного бізнес-середовища стартапів і традиційного бізнесу в Україні: загальні риси та відмінності [Електронний ресурс] / Л. О. Добрик // Ефективна економіка. – 2017. – № 4. – Режим доступу: <http://eadnurt.diit.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10117/1/Dobrik%2C%20L.pdf> (дата звернення: 5.10.2017). – Назва з екрана.
11. Попко О. В. Сучасна парадигма стартапів у бізнесі / О. В. Попко, М. В. Мальчик // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. – 2014. – № 811. – С. 275–279.
12. Курченко О. О. Становлення та розвиток стартапів в Україні: проблеми та шляхи вирішення / О. О. Курченко // Український соціум. – 2016. – № 2. – С. 80–87.
13. Козіна О. А. Модель управління ІТ-стартапами / О. А. Козіна, Н. К. Стратієнко // Вісник НТУ «ХП». Сер. : Стратегічне управління, управління портфелями, програмами та проектами. – 2017. – № 2 (1224). – С. 64–71.
14. Цыбаев И. 6 заблуждений в методологии «Бережливый стартап» [Електронний ресурс] / И. Цыбаев. – Режим доступу: <https://habrahabr.ru/company/ambar/blog/198504> (дата звернення: 5.10.2017). – Назва з екрана.
15. Корнух О. В. Стартап як прогресивна форма інноваційного підприємства / О. В. Корнух, Л. В. Маханько // Інвестиції: практика та досвід: наук.-практ. журнал. – 2014. – № 23. – С. 26–30.
16. От идеи к реализации: 12 этапов проектирования стартапа [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://kontur.ru/>
17. Мендельсон Д. Привлечение инвестиций в стартап. Как договориться с инвестором об условиях финансирования / Д. Мендельсон, Б. Фелд ; пер. с англ. С. Филин. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 288 с.
18. Журнал «Forbes» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forbes.ru> (дата звернення: 5.10.2017). – Назва з екрана.
19. Воронченко О. В. Особливості розвитку стартапів як інноваційної форми фінансування / О. В. Воронченко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2016. – № 3. – Т. 2. – С. 183–185.
20. Краудфандинг. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://inspired.com.ua/ideas/crowdfunding> (дата звернення: 5.10.2017). – Назва з екрана.
21. Мрихіна О. Б. Перспективи стартап-компаній у контексті конкурентоспроможного розвитку українського ринку високих технологій / О. Б. Мрихіна, А. Р. Стояновський, Т. І. Міркунова // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 9 (171). – С. 215–225.

REFERENCES

1. Blank, S. & Drof, B. (2013). *Startup. Nastol'naja kniga osnovatelja [Startup. Handbook of the founder]*. Moscow : Al'pina [in Russian].
2. Ris, Je. (2012). *Biznes s nulja: Metod Lean Startup dlja bystrogo testirovanija idej i vybora biznes-modeli [Business from scratch: The Lean Startup method for quickly testing ideas and choosing a business model]*. (A. Stativka, Trans.). Moscow : Al'pina Publisher [in Russian].
3. Graham, P. (2012). *Startup – Growth*. Retrieved from www.paulgraham.com (accessed 23 November 2017).
4. 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.
5. Evsejchev, A. I. *Osnovy startap menedzhmenta* [Fundamentals of Startup Management]. Retrieved from <http://www.tstu.ru/book/elib3/mm/2014> (accessed 23 November 2017) [in Russian].
 6. Tereshko, Yu. V., Tardaskina, T. M. & Bohatyrova, L. D. (2015). Osoblyvosti rozvytku internet-startapiv v Ukraini: realii i perspektyvy [Features of the development of Internet start-ups in Ukraine: the realities and prospects]. *Aktualni problemy ekonomiky – Actual problems of the economy*, 12 (174), 437–443 [in Ukrainian].
 7. Ponomarev, D. Kak primenit' podhod LIn k dejatel'nosti startap-kompanii [How to apply the approach of LIn to the activities of the startup company]. Retrieved from <http://leanvector.ru/stati/77-start-up-na-principahlean> (accessed 23 November 2017) [in Russian].
 8. Kashirin, A. I. & Semenov, A. S. (2016). *V poiskah biznes-angela. Rossijskij opyt privilechenija startovyh investicij* [In search of a business angel. Russian experience in attracting start-up investments]. Moscow : Vershina [in Russian].
 9. Startups & high-growth businesses. The U.S. Small Business Administration. SBA.gov. (n.d.). www.sba.gov. Retrieved from www.sba.gov (accessed 23 November 2017).
 10. Dobryk, L. O. (2017). Finansovi umovy rozvytku innovatsiinoho biznes-seredovyshcha startapiv i tradytsiinoho biznesu v Ukraini: zahalni rysy ta vidminnosti [Financial conditions of development of innovative business environment of startups and traditional business in Ukraine: general features and differences]. *Efektivna ekonomika – Effective economy*, 4. Retrieved from <http://eadnurt.diit.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10117/1/Dobrik%2C%20L.pdf> (accessed 23 November 2017) [in Ukrainian].
 11. Popko, O. V. & Malchuk, M. V. (2014). Suchasna paradyhma startapiv u biznesi [Modern paradigm of startups in business]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu “Lvivska politekhniky”*. *Lohistyka – Bulletin of the National University “Lviv Polytechnic”*: *Collected papers. A Series: Logistics*, (811), (pp. 275–279) [in Ukrainian].
 12. Kurchenko, O. O. (2016). Stanovlennia ta rozvytok startapiv v Ukraini: problemy ta shliakhy vyrishennia [Formation and development of startups in Ukraine: problems and ways of solving]. *Ukrainskyi sotsium – Ukrainian Society*, 2, 80–87 [in Ukrainian].
 13. Kozyna, O. A. & Stratiienko, N. K. (2017). Model upravlinnia IT-startapamy [Model of management of IT-startups]. *Visnyk NTU “KhPP”. Serii: Stratehichne upravlinnia, upravlinnia portfeliamy, prohramamy ta proektamy – Bulletin of NTU “KhPP”*: *Collected papers. A Series: Strategic Management, Portfolio Management, Programs and Projects*, (2 (1224), (pp. 64–71) [in Ukrainian].
 14. Cybaev, I. (n.d.). 6 zabluzhdenij v metodologii “Berezhlivyj startap” [6 misconceptions in the methodology of “Lean startup”]. Retrieved from <https://habrahabr.ru/company/ambar/blog/198504> (accessed 23 November 2017) [in Russian].
 15. Kornukh, O. V. & Makhanko, L. V. (2014). Startap yak prohresyvna forma innovatsiinoho pidpriemstva [Startup as a progressive form of innovation enterprise]. *Investytsii: praktyka ta dosvid: nauk.-prakt. zhurnal – Investments: practice and experience: science-practice magazine*, 23, 26–30 [in Ukrainian].
 16. Ot idei k realizacii: 12 jetapov proektirovanija startapa [From idea to implementation: 12 stages of designing a startup]. (n.d.). <https://kontur.ru/articles/1493>. Retrieved from <https://kontur.ru/articles/1493> (accessed 23 November 2017) [in Russian].
 17. Mendel'son, D. & Feld, B. (2013). *Privlechenie investicij v startap. Kak dogovorit'sja s investorom ob uslovijah finansirovanija* [Involvement in startup investments. How to agree with the investor on the terms of financing]. (S. Filin, Trans.). Moscow : Mann, Ivanov i Ferber [in Russian].
 18. Zhurnal “Forbes” [Forbes Magazine]. (n.d.). <http://forbes.ru>. Retrieved from <http://forbes.ru> (accessed 23 November 2017) [in Russian].

19. Voronchenko, O. V. (2016). Osoblyvosti rozvytku startapiv yak innovatsiinoi formy finansuvannia [Features of the development of start-ups as an innovative form of financing]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu – Bulletin of the Khmelnytsky National University: Collected papers*, (3(2), (pp. 183–185) [in Ukrainian].
20. Kraudfandynh [Kraudfundings]. (n.d.). <http://inspired.com.ua/ideas/crowdfunding>. Retrieved from <http://inspired.com.ua/ideas/crowdfunding> (accessed 23 November 2017) [in Russian].
21. Mrykhina, O. B., Stoianovskiy, A. R. & Mirkunova, T. I. (2016). Perspektyvy startap-kompanii u konteksti konkurentospromozhnoho rozvytku ukrainskoho rynku vysokykh tekhnolohii [Prospects of startup companies in the context of the competitive development of the Ukrainian high technology market]. *Aktualni problemy ekonomiky – Actual problems of the economy*, 9(171), 215–225 [in Ukrainian].

Е. В. Черняевская, доктор экономических наук, профессор; **Л. В. Гнипа-Черневецкая; Ван Чжицеюнь** (Высшее учебное заведение Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли»). **Стартап как объект инвестиционного процесса: сущность и жизненный цикл существования.**

Аннотация. Цель статьи заключается в выявлении сущности категории «стартап», систематизации подходов и существующих закономерностей, отличий стартапа от традиционного малого та среднего бизнеса, определении жизненного цикла стартапа с целью дальнейшего обоснования направлений совершенствования финансирования и развития стартапов в Украине на основе отечественного и зарубежного опыта в сфере инвестирования МСП. **Методика исследования.** Решение поставленных в статье задач осуществлено с помощью таких общенаучных и специальных методов исследования: анализа и синтеза, систематизации и обобщения, диалектического подхода. **Результаты.** Систематизированы теоретические положения по определению понятия «стартап», раскрыты его специфические характеристики и отличия от традиционных инвестиционных проектов, традиционных малых и средних предприятий, выявлены и классифицированы существующие подходы к его определению, дана характеристика этапов развития, в том числе через источники финансирования, и принципов их привлечения в зависимости от инвестиционных потребностей на разных этапах развития проектов. **Практическая значимость результатов исследования.** Основные результаты работы могут быть использованы субъектами предпринимательства в сфере венчурного, других форм традиционного и альтернативного инвестирования.

Ключевые слова: стартап, стадия развития стартапа, жизненный цикл стартапа, модели финансирования стартапов, венчурное инвестирование, бизнес-ангел, краудфандинг.

O. Cherniavska, Dc. Econ. Sci., Professor; **L. Hnyra-Chernevetska, Wang Zhijun** (Poltava University of Economics and Trade). **Startup as the subject of an investment process: the nature and the life cycle.**

Annotation. The purpose. The article is devoted to identify the essence of the category “startup”, systematize approaches and identify the existing patterns, distinguish the startup from the traditional small and medium business, determine the life cycle of the startup with the purpose of further justifying the directions for improving financing and development of start-ups in Ukraine on the basis of domestic and foreign experience in sphere of SME investment. **Methodology of research.** The objectives of the article implemented by using the following general and specific research methods: analysis and synthesis, systematization and generalization, dialectical approach. **Findings.** The theoretical provisions concerning the definition of the “start-up”, are systematized, its specific features and differences from traditional investment projects and traditional small and medium enterprises are distinguished. The existing approaches to its definition, the characteristics of the lifecycle stages of start-up, including the sources of financing, and the principles of their attraction depending on investment needs at different stages of development of projects are revealed and classified. **Practical value.** The main results of the work can be used by business entities in the sphere of venture, other forms of traditional and alternative investment.

Keywords: start-up, stage of start-up development, lifecycle of start-up, financing models for start-ups, venture investment, business angel, crowdfunding.