

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-84-75>

УДК 330.322:005.591.6

# ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СТАРТАПІВ У СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВИХ ДЕТЕРМІНАНТ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ

## FORMATION OF INVESTMENT POTENTIAL OF STARTUPS IN THE SYSTEM OF MARKETING DETERMINANTS AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT

**Верхоляк Іван Володимирович**

аспірант,

Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-3199-4247>

**Гринів Наталія Теодозіївна**

кандидат економічних наук, доцент,

Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-7255-8578>

**Verholyak Ivan, Hryniv Nataliya**

Lviv Polytechnic National University

У статті досліджено теоретичні та прикладні засади формування інвестиційного потенціалу стартапів у сучасних умовах цифрової трансформації. Уточнено зміст категорії «інвестиційний потенціал стартапу» як інтегральної характеристики, що базується на синергії внутрішніх та зовнішніх детермінант. Виявлено, що традиційна оцінка команди та продукту доповнюється аналізом адаптивності маркетингової стратегії та глибиною інтеграції в цифрові екосистеми. Особливу увагу приділено релевантності ESG-факторів, які в умовах євроінтеграції України трансформуються у вагомий нематеріальні активи, що мінімізують регуляторні ризики. Практичне значення результатів полягає у розробці «панелі приладів» KPI для стратегічного планування маркетингової діяльності та підвищення інвестиційної привабливості стартап-проектів.

**Ключові слова:** стартап, інвестиційний потенціал, венчурний капітал, ESG-фактори, сталий розвиток, маркетингова стратегія, масштабованість.

The acceleration of global digital transformations and the increasing scarcity of venture capital have fundamentally altered the requirements for the development and financing of new business ventures. The relevance of this study is driven by the urgent need to redefine how startup investment potential is measured in an era where traditional financial metrics no longer suffice to guarantee long-term viability. The primary objective is to establish a comprehensive framework that integrates marketing determinants and sustainable development principles into the core valuation of innovative projects. To achieve this, a multidimensional research methodology was employed, encompassing a systematic analysis of venture market trends, the synthesis of operational efficiency metrics, and a comparative evaluation of non-financial reporting standards. This approach allowed for a holistic view of how internal management decisions correlate with external investor expectations in highly volatile economic environments. The research results demonstrate that a startup's investment potential is no longer a static attribute but a dynamic synergy of market-oriented agility and environmental, social, and governance responsibility. The study identifies a critical shift in investor logic, moving toward a rigorous assessment of customer engagement quality and the scalability of digital infrastructures alongside a project's carbon footprint and ethical governance. A key finding is the emergence of a «feedback loop» where strategic marketing investments not only drive user growth but also enhance the project's ESG profile, thereby reducing long-term regulatory risks and increasing overall capitalization. Furthermore, the analysis reveals that the effectiveness of capital attraction is significantly higher for ventures that maintain a balance between aggressive market expansion and sustainable resource management. The practical value of this work lies in its utility for both entrepreneurs and members of the investment community. For founders, the study provides a structured «strategic dashboard» of key performance indicators that are vital for navigating various funding rounds, from initial seeding to public offerings. It offers actionable insights into optimizing marketing budgets to meet the specific transparency and sustainability requirements of modern institutional funds. For investors, the findings offer



a refined diagnostic toolset for the qualitative assessment of intangible assets and the mitigation of risks associated with digital and environmental transitions. Ultimately, the integration of these multifaceted determinants facilitates the creation of more resilient business models capable of achieving stable growth within the integrated European and global economic spaces.

**Keywords:** startup, investment potential, venture capital, ESG factors, sustainable development, marketing strategy, scalability.

**Постановка проблеми.** В умовах інтенсифікації глобальної конкуренції та прискореного технологічного прогресу стартап-проекти перетворилися на ключові драйвери інноваційного розвитку економіки. Проте динамічність венчурного середовища зумовлює критичне посилення боротьби за капітал, що вимагає від фаундерів пошуку нових інструментів підвищення інвестиційної привабливості. Традиційні підходи до оцінки інвестиційного потенціалу, що базуються переважно на аналізі якісного складу команди та технологічної новизни продукту, сьогодні стають об'єктом наукових дискусій.

Сучасна парадигма інвестування в умовах цифрової трансформації зміщується від статичного оцінювання ідеї до аналізу динамічних маркетингових показників та здатності стартапу до швидкого масштабування. Понад те, інтеграція України до європейського економічного простору актуалізує необхідність врахування нефінансових чинників, зокрема ESG-факторів, які стають вагомими компонентами нематеріальних активів. Незважаючи на значну кількість досліджень у сфері венчурного інвестування, питання комплексної детермінації інвестиційного потенціалу через призму маркетингових KPI та принципів сталого розвитку залишається недостатньо розкритим. Це зумовлює необхідність уточнення факторів впливу на інвестиційну привабливість стартапів та систематизації метрик їх оцінки на різних етапах життєвого циклу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретико-методологічні засади функціонування стартапів та формування їхнього потенціалу перебувають у центрі уваги багатьох сучасних дослідників. Фундаментальні підходи до створення радикально успішного бізнесу через постійні інновації закладено у працях Е. Ріса [8]. Питання стратегічного масштабування та пошуку неочевидних істин від провідних підприємців світу детально висвітлено у роботі Р. Гоффмана, Д. Коена та Д. Тріффа [2].

Сутність стартапу як специфічного інноваційного проекту та його класифікацію в сис-

темі світової економіки досліджено у працях І.О. Седікової та М.М. Хаустова [9]. Комплексні підходи до менеджменту таких проектів систематизовано у підручнику під редакцією О.А. Гавриша, В.В. Дергачової та М.О. Кравченко [6].

Особливості управління внутрішнім середовищем стартапу на різних етапах його життєвого циклу розкрито у дослідженні Н. Белікової [1], а механізми безпосереднього управління їхньою діяльністю - у працях А.В. Дергача, О.М. Дюгованець та Г.П. Гончара [3]. Питання діагностики інноваційного потенціалу та критеріїв його оцінки висвітлено в роботах А. Ткаченко та Д. Вороніна [12], тоді як В. Писарькова [7] акцентує увагу на використанні інформаційно-аналітичних платформ для його формування.

Сучасний вектор розвитку, пов'язаний із цифровізацією та штучним інтелектом, аналізують К.Є. Крищенко, А.М. Прощаликіна та Д.М. Завгородній [5]. Важливим аспектом сучасних досліджень є орієнтація на сталий розвиток та соціальну відповідальність. Зокрема, формування інноваційних механізмів на засадах сталого розвитку досліджено А.Р. Дунською та У.Є. Письменною [4], а розвиток промислових підприємств у цьому контексті – Л. Соколовою, Р. Кодрул та О. Мануйловим [10]. Тенденції та складнощі реалізації соціально-орієнтованих стартапів в Україні висвітлено у працях І.І. Стрельченко, В.Р. Писарькової та І.О. Аракелової [11].

Незважаючи на ґрунтовність напрацьованих зазначених авторів, питання детермінації інвестиційного потенціалу через синергію маркетингових KPI та ESG-факторів потребує подальшого уточнення.

**Мета дослідження.** Метою статті є теоретичне обґрунтування та систематизація ключових детермінант формування інвестиційного потенціалу стартап-проектів у сучасних умовах цифрової трансформації, а також декомпозиція показників їхньої інвестиційної привабливості (зокрема маркетингових KPI та ESG-факторів) відповідно до стадій життєвого циклу бізнесу для підвищення ефективності залучення венчурного капіталу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В умовах інтенсифікації глобальної конкуренції та прискореного технологічного прогресу стартап-проекти перетворилися на пріоритетні об'єкти інвестування, що, у свою чергу, зумовило посилення боротьби за капітал у венчурному середовищі. Традиційне уявлення про те, що інвестори фокусуються виключно на продукті та команді, сьогодні є дискусійним. Емпіричні дані свідчать: стартапи, які систематично інтегрують дослідження ринку та демонструють високу частоту релізів нових продуктів, залучають капітал на вигідніших умовах.

Кожен стартап, варто розглядати як проєкт, який має певні етапи розвитку. Розподіл на етапи є умовним і залежить від мети, спрямованості стартапу, сфери його діяльності та інших критеріїв, які впливають на швидкість розвитку, кількість та рівень інвестицій [9, с. 13].

Фундаментальними аспектами, що формують інвестиційну привабливість проєкту, виступають місткість цільового ринку, потенціал масштабованості продукту та адаптивність маркетингової стратегії [2; 13]. Досвід таких компаній, як Uber, демонструє, що здатність залучати значні обсяги капіталу на ранніх етапах розвитку безпосередньо залежить від унікальності ринкового позиціонування, впровадження проривних технологічних рішень та реалізації агресивних маркетингових ініціатив.

Інноваційний потенціал стартапу має складну багатокомпонентну структуру взаємопов'язаних елементів. До структури інноваційного потенціалу стартапів доцільно віднести ресурсний, компетентнісний, технологічний, ринковий, організаційний та цифровий компоненти [7].

Сучасна інвестиційна логіка ґрунтується на аналізі низки показників операційної ефективності. Релевантними для інвестора є рівень залучення клієнтів, коефіцієнт конверсії, рівень утримання, динаміка частки ринку та рентабельність маркетингових інвестицій [5; 12]. Стабільна позитивна динаміка цих метрик суттєво підвищує шанси на успішне закриття інвестиційних раундів. Водночас спостерігається зворотний зв'язок: залучений капітал стає драйвером трансформації маркетингової діяльності, дозволяючи компанії масштабувати рекламні кампанії, інтенсифікувати digital-маркетинг, проводити глибокі маркетингові дослідження та вдосконалювати продукт. Проте критично важливим є дотри-

мання паритету між маркетинговими витратами та операційною спроможністю, оскільки дисбаланс у бік надмірного просування за низької ефективності бізнес-процесів загрожує втратою фінансової стійкості.

На основі проведеного аналізу ми пропонуємо уточнене авторське трактування ключової категорії: інвестиційний потенціал стартапу – це інтегральна характеристика, що відображає здатність компанії акумулювати фінансові ресурси, забезпечувати їх ефективну конверсію в ринкове зростання та генерувати економічну цінність для стейкхолдерів. Цей показник є синергією внутрішніх чинників (компетентність команди, інноваційність продукту, життєздатність бізнес-моделі) та зовнішніх детермінант (кон'юнктура ринку, рівень інституційної підтримки та інтенсивність конкурентного середовища).

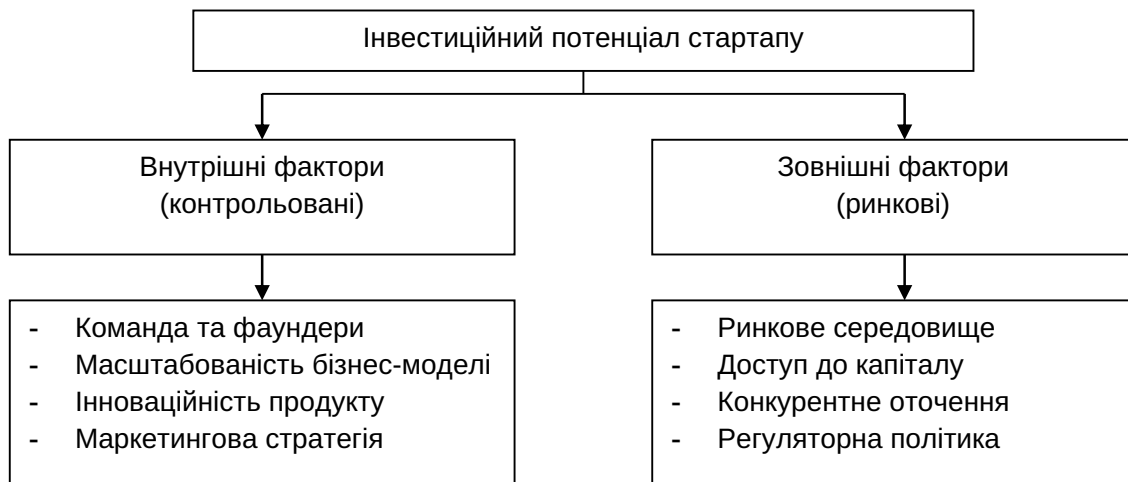
Класифікацію ключових факторів, що сукупно визначають рівень інвестиційної привабливості стартап-проекту, наочно ілюструє рис. 1.

Представлена на рис. 1 класифікація дозволяє виокремити дві фундаментальні групи чинників, що визначають спроможність стартапу залучати венчурне фінансування:

1. Внутрішні детермінанти (ендогенні фактори), які безпосередньо залежать від управлінських рішень засновницької команди та визначають якісну основу стартапу. До них відносять компетентність команди, інноваційність та унікальність продукту, масштабованість бізнес-моделі та маркетингову стратегію [1; 6].

2. Зовнішні детермінанти (екзогенні фактори), які формують обмеження або створюють можливості для розвитку. До них відносять: кон'юнктуру ринку (для високого інвестиційного потенціалу ринок має бути достатньо великим для побудови «компанії-єдинорога»), доступність венчурного капіталу, інтенсивність конкуренції, регуляторне та правове середовище (податкове законодавство, наявність спеціальних правових режимів, рівень захисту прав інвесторів) [13].

У контексті глобальної цифрової трансформації спостерігається суттєва реконфігурація критеріїв оцінки інвестиційної привабливості стартап-проектів. Сучасна інвестиційна парадигма зміщується від суто фінансового детермінізму в бік аналізу стратегії взаємодії з клієнтами, рівня інтеграції в цифрові екосистеми та соціальні мережі, а також ефективності імплементації передових технологій у маркетингову діяльність.



**Рис. 1. Ключові фактори, що сукупно визначають рівень інвестиційної привабливості стартап-проекту**

*Джерело: сформовано авторами*

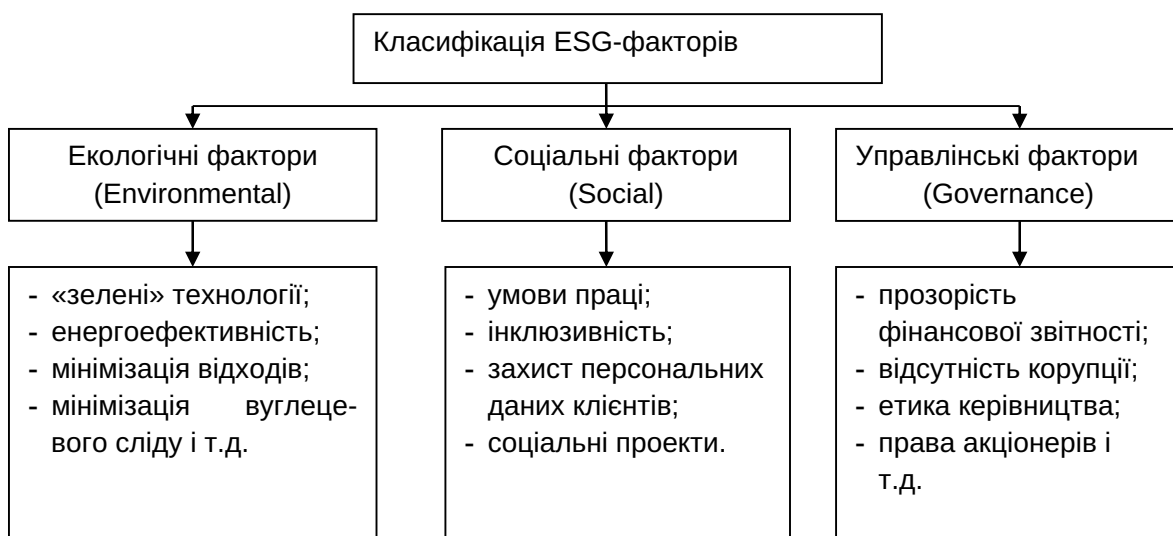
Окремої уваги заслуговує зростання релевантності ESG-факторів. Релевантність ESG-факторів - це ступінь важливості екологічних, соціальних та управлінських показників компанії при оцінці її життєздатності та інвестиційної привабливості. Простіше кажучи, раніше інвесторів цікавили лише гроші (прибуток), а тепер вони дивляться на те, як саме ці гроші зароблені.

У сучасних умовах екологічна відповідальність та соціальна орієнтованість бізнес-моделі стають не просто елементами корпоративної етики, а вагомими компонентами нематеріальних активів, що безпосередньо впливають на репутаційний капітал та зни-

ження регуляторних ризиків, тим самим підвищуючи інтегральний показник інвестиційного потенціалу.

На рис. 2 представлена розгорнута класифікація ESG-факторів, які в сучасних умовах цифрової трансформації виступають стратегічними індикаторами інвестиційної привабливості стартапу. Систематизація зазначених факторів дозволить інвесторам оцінити довгострокову життєздатність стартапу та його резистентність до регуляторних і репутаційних викликів.

Таким чином, представлена на рис. 2 структура демонструє, що інвестиційний потенціал стартапу формується не лише через фінан-



**Рис. 2. Структура та ключові компоненти ESG-факторів у системі оцінки стартапів**

*Джерело: сформовано авторами*

сову прибутковість, а й через здатність компанії відповідати глобальним стандартам сталого розвитку.

Стартапи можуть бути прокласифіковані також залежно від стадії життєвого циклу [13, с. 202]. З метою деталізації механізму залучення капіталу необхідно проаналізувати, як саме інвестиційна привабливість трансформується залежно від етапу життєвого циклу стартапу. Кожен раунд фінансування висуває специфічні вимоги до маркетингових та операційних показників, що систематизовано у табл. 1.

Представлена у табл. 1 систематизація дозволяє простежити еволюцію вимог інвесторів до стартапу в міру його масштабування. В українських реаліях, де венчурний ринок демонструє високу адаптивність до глобальних стандартів, кожен етап характеризується зміною пріоритетних індикаторів:

1. Початковий етап (Pre-seed/Seed). На ранніх стадіях інвестиційний потенціал оцінюється через відповідність продукту ринку (Product-Market Fit). Основним українським показником тут виступає коефіцієнт утримання клієнтів (Retention Rate), який свідчить про реальну цінність продукту. Для інвестора важливо бачити не загальну кількість завантажень, а відсоток активних користувачів, що повертаються до сервісу. Швидкість ітерацій продукту на цій стадії демонструє гнучкість команди та її здатність до зміни

2. Етап зростання (Раунд А). Це критична фаза, де стартап має довести стратегії. економічну ефективність своєї моделі залучення клієнтів. Ключовим індикатором стає співвідношення LTV (довічна цінність клієнта) до CAC (вартість залучення клієнта) (LTV/CAC ratio). В українській практиці успішним вва-

жається показник  $LTV/CAC \geq 3$ . Це означає, що життєвий цикл клієнта приносить компанії втричі більше доходу, ніж було витрачено на його залучення.

MoM – це показник динаміки росту, який відображає зміну певного параметра (доходу, кількості користувачів, обсягу продажів) у поточному місяці порівняно з попереднім. Темпи зростання (MoM) показують динаміку масштабування, що є вирішальним фактором для переходу до наступного раунду фінансування.

У світі стартапів та венчурних інвестицій це один із «найгарячіших» показників, оскільки він демонструє швидкість, з якою проєкт завоює ринок.

3. Етап експансії (Раунди В, С+). На пізніх стадіях фокус зміщується на агресивне захоплення ринкової частки. Інвестори оцінюють здатність стартапу виходити на нові географічні ринки (наприклад, масштабування українського продукту на ринки ЄС чи США). Впізнаваність бренду стає вагомим нематеріальним активом, що знижує витрати на маркетинг у довгостроковій перспективі завдяки органічному приросту клієнтів.

4. Стадія зрілості (IPO / Exit). При підготовці до виходу на публічний ринок або продажу стратегічному інвестору, на перший план виходять показники фінансової стійкості та прозорості. Прибуток до вирахування податків та амортизації демонструє реальну операційну прибутковість бізнесу.

Особливе значення на цій стадії має ESG-рейтинг. В умовах інтеграції України до європейського економічного простору, дотримання екологічних та соціальних стандартів стає обов'язковою умовою для отримання капіталу від великих інституційних інвесторів.

Таблиця 1

**Взаємозв'язок між стадіями фінансування та ключовими індикаторами інвестиційної привабливості**

Стадія фінансування	Основні маркетингові та продуктові цілі	Ключові показники (KPI) для інвестора
Початковий етап (Pre-seed/Seed)	Валідація ідеї, пошук відповідності продукту ринку.	Коефіцієнт утримання клієнтів, швидкість ітерацій продукту.
Етап зростання (Раунд А)	Оптимізація каналів залучення, доведення масштабованості.	CAC, LTV, LTV/CAC ratio, темпи зростання (MoM).
Етап експансії (Раунди В, С+)	Агресивне захоплення ринку, глобальна експансія.	Частка ринку, впізнаваність бренду, стабільність екосистеми.
Стадія зрілості (IPO / Exit)	Сталий розвиток, максимізація прибутку для акціонерів.	Прибуток до вирахування податків, ESG-рейтинг, прозорість управління.

*Джерело: сформовано авторами*

Зазначені показники KPI формують «панель приладів» для інвестора, дозволяючи кількісно виміряти якісні характеристики стартапу. Чим прозорішою та стабільнішою є динаміка цих KPI, тим вищим буде інтегральний показник інвестиційного потенціалу компанії.

**Висновки.** У результаті проведеного дослідження теоретичних та прикладних засад формування інвестиційного потенціалу стартапів в умовах глобальної цифровізації було запропоновано трактувати інвестиційний потенціал стартапу як інтегральну характеристику, що базується на синергії внутрішніх (команда, продукт, масштабованість) та зовнішніх (ринкова кон'юнктура, інституційна підтримка) факторів. Встановлено, що в сучасних умовах цей показник відображає не лише фінансову спроможність, а й здатність проєкту генерувати економічну цінність через інноваційну трансформацію ринку.

Доведено, що традиційна орієнтація інвесторів на продукт і команду доповнюється аналізом адаптивності маркетингової стратегії та

глибиною проникнення в цифрові екосистеми. Виявлено пряму кореляцію між частотою продуктивних релізів і вигідністю умов залучення капіталу.

Визначено, що в умовах євроінтеграції України екологічна відповідальність, соціальна орієнтованість та прозорість управління (ESG) трансформуються з елементів етики у вагомі нематеріальні активи. Вони виступають інструментом зниження регуляторних ризиків та є обов'язковою умовою для залучення капіталу від великих інституційних інвесторів на стадіях зрілості.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості використання запропонованої «панелі приладів» (KPI) засновниками стартапів для стратегічного планування маркетингової діяльності та підвищення шансів на успішне закриття інвестиційних раундів. Подальші дослідження доцільно спрямувати на розробку математичних моделей оцінки інтегрального показника потенціалу з урахуванням галузевої специфіки стартапів.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Белікова Н. Проблемні аспекти управління внутрішнім середовищем стартапу на різних етапах життєвого циклу. *Економіка та суспільство*. 2023. Випуск 55. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-96> (дата звернення: 11.03.2026).
2. Гоффман Р., Коен Д., Тріффт Д. Майстри масштабування. Неочевидні істини від найуспішніших підприємців світу. Видавництво «Лабораторія», 2023. 320 с.
3. Дергач А.В., Дюгованець О.М., Гончар Г.П. Механізм управління діяльністю стартапів. *Економіка та держава*. 2021. № 8. С. 79–84.
4. Дунська А.Р., Письменна У.Є. Формування інноваційного механізму підприємства на засадах сталого розвитку. *Ефективна економіка*. 2020. № 12. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.12.12> (дата звернення: 07.03.2026).
5. Крищенко К.Є., Прощаликіна А.М., Завгородній Д.М. Аналітичні підходи до оцінювання інвестиційного потенціалу стартапів зі штучним інтелектом у фінансовій сфері України. *Актуальні питання економічних наук*. 2024. Випуск 6. URL: <https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/89> (дата звернення: 11.03.2026).
6. Гавриш О.А., Дергачова В.В., Кравченко М.О. Менеджмент стартап-проєктів: підручник. Київ: Політехніка, 2019. 337 с.
7. Писарькова В. Формування інноваційного потенціалу стартапів на основі інформаційно-аналітичних платформ. *Економіка та суспільство*. 2025. Випуск 80. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/6950/6889> (дата звернення: 10.03.2026).
8. Pic E. The lean startup. Як постійні інновації створюють радикально успішний бізнес. *Vivat*, 2025. 368 с.
9. Седікова І.О. Особливості стартапу як інноваційного проєкту. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Випуск 55-2. С. 12-16.
10. Соколова Л., Кодрул Р., Мануйлов О. Інноваційний розвиток промислових підприємств у сучасному бізнес-середовищі в контексті реалізації цілей сталого розвитку України. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2025. № 4. С. 456-471.
11. Стрельченко І.І., Писарькова В.Р., Аракелова І.О. Соціально-орієнтовані стартапи в Україні та світі: тенденції і складності реалізації. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2025. № 6 (331). С. 17-26.
12. Ткаченко А., Воронін Д. Інноваційний потенціал стартапів: критерії оцінки та діагностика. *Економічний аналіз*. 2024. Т. 34, № 2. С. 301-316.

13. Хаустов М.М. Стартупи: сутність, класифікація та роль в економіках країн світу. *Бізнес Інформ*. 2023. № 7. С. 198-211

## REFERENCES:

1. Belikova N. (2023) Problemni aspekty upravlinnya vnutrishnim seredovishchem startapu na riznykh etapakh zhyttyevoho tsyклу [Problematic aspects of managing the internal environment of a startup at different stages of the life cycle]. *Ekonomika ta suspil'stvo – Economy and Society*, Issue 55. Available at: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-96> (accessed March 11, 2026).
2. Hoffman R., Cohen D., & Triff D. (2023) *Maystry masshtabuvannya. Neochevydni istyny vid nayuspishnishykh pidpryyemtsiv svitu* [Masters of Scaling. Unobvious Truths from the World's Most Successful Entrepreneurs]. Vydavnytstvo «Laboratoriya», 320 p. (in Ukrainian)
3. Dergach A.V., Dyugovanets O.M., & Gonchar G.P. (2021) Mekhanizm upravlinnya diyal'nisty startapiv [Mechanism for managing startup activities]. *Economy and state – Economy and State*, No. 8. pp. 79-84.
4. Dunska A.R., & Pysmenna U.E. (2020) Formuvannya innovatsiynoho mekhanizmu pidpryyemstva na zasadakh staloho rozvytku [Formation of an enterprise innovation mechanism based on sustainable development]. *Efektivna ekonomika – Effective Economy*, No. 12. Available at: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.12.12> (accessed March 07, 2026).
5. Kryshchenko K.E., Proshchalykina A.M., & Zavgorodniy D.M. (2024) Analitychni pidkhody do otsinyuvannya investytsiynoho potentsialu startapiv zi shtuchnym intelektom u finansoviy sferi Ukrayiny [Analytical approaches to assessing the investment potential of startups with artificial intelligence in the financial sector of Ukraine]. *Aktual'ni pytannya ekonomichnykh nauk – Current Issues in Economic Sciences*, Issue 6. Available at: <https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/89> (accessed March 11, 2026).
6. Gavrish O.A., Dergachova V.V., & Kravchenko M.O. (2019) *Menedzhment startap-proyektiv: pidruchnyk* [Startup Project Management: A Textbook]. Kyiv: Polytechnic, 337 p. (in Ukrainian)
7. Pisarkova V. (2025) Formuvannya innovatsiynoho potentsialu startapiv na osnovi informatsiyno-analitychnykh platform [Formation of the innovative potential of startups based on information and analytical platforms]. *Ekonomika ta suspil'stvo – Economy and Society*, Issue 80. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/6950/6889> (accessed March 10, 2026).
8. Rees E. (2025) *The lean startup. Yak postiyini innovatsiyi stvoryuyut' radykal'no uspishnyy biznes* [The lean startup. How continuous innovation creates a radically successful business]. Vivat, 368 p. (in Ukrainian).
9. Sedikova I.O. (2020) Osoblyvosti startapu yak innovatsiynoho proektu [Peculiarities of a startup as an innovative project]. *Prychornomors'ki ekonomichni studiyi – Black Sea Economic Studies*, Issue 55-2. pp. 12-16.
10. Sokolova L., Kodrul R., & Manuylov O. (2025) Innovatsiynyy rozvytok promyslovykh pidpryyemstv u suchasnomu biznes-seredovishchi v konteksti realizatsiyi tsiley staloho rozvytku Ukrayiny [Innovative development of industrial enterprises in the modern business environment in the context of implementing the goals of sustainable development of Ukraine]. *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu. Ekonomichni nauky – Bulletin of Khmelnytsky National University. Economic Sciences*, No. 4. pp. 456-471.
11. Strelchenko I.I., Pisarkova V.R., & Arakelova I.O. (2025) Sotsial'no-oriyentovani startapy v Ukrayini ta sviti: tendentsiyi i skladnoshchi realizatsiyi [Socially-oriented startups in Ukraine and the world: trends and difficulties of implementation]. *Naukovyy visnyk Odes'koho natsional'noho ekonomichnoho universytetu – Scientific Bulletin of the Odessa National Economic University*, No. 6 (331). pp. 17-26.
12. Tkachenko A., & Voronin D. (2024) Innovatsiynyy potentsial startapiv: kryteriyi otsinky ta diahnozyka [Innovative potential of startups: assessment criteria and diagnostics]. *Ekonomichnyy analiz – Economic analysis*, Vol. 34, No. 2. pp. 301-316.
13. Khaustov M.M. (2023) Startapy: sutnist', klasyfikatsiya ta rol' v ekonomikakh krayin svitu [Startups: essence, classification and role in the economies of the world]. *Biznes Inform – Business Inform*, No. 7. pp. 198-211.

Дата надходження статті: 16.03.2026

Дата прийняття статті: 03.04.2026

Дата публікації статті: 08.04.2026