

напряму інвестицій. У провідних економічно розвинених країнах світу розвиток ринку венчурного капіталу призвів до інвестицій у інновації з високим ризиком. В той же час, в Україні існуючі венчурні фонди надають перевагу середньоризиковим та короткостроковим операціям, мало пов'язаним з «хай-тек» технологіями. Зокрема, аналізуючи статистичні дані венчурних фондів, можна визначити основні напрямки діяльності венчурного капіталу України – готельно-туристичний бізнес, переробка сільськогосподарської продукції, будівництво, торгівля.

Таким чином, для стимулювання співпраці венчурних ІСІ та суб'єктів інноваційної діяльності держави слід, перш за все, привести у відповідність законодавчу та нормативно-правову базу в частині регламентації венчурного фінансування та об'єктів і проектів, які мають право на отримання інвестицій від венчурних ІСІ. Окрім цього, є доцільним запровадження фінансових стимулів для інвестування до венчурних фондів за допомогою формування та впровадження національного механізму страхування позик, наданих фінансовими установами для реалізації інноваційних проектів; перегляду схем податкового стимулювання інновацій.

#### **Список літератури**

1. Бражник Л.В., Дорошенко О.О. Діяльність інститутів спільного інвестування в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2020. № 42. С. 279–284.
2. Аналітичний огляд ринку управління активами в Україні. *Українська асоціація інвестиційного бізнесу*. URL: <http://www.uaib.com.ua> (дата звернення: 08.11.2021).
3. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 08.11.2021).
4. Квартальні та річні огляди ринку ІСІ. *Українська асоціація інвестиційного бізнесу*. URL: [www.uaib.com.ua](http://www.uaib.com.ua) (дата звернення: 08.11.2021).

**УДК 658.5**

**Будурян Т. А.**  
ст. преподаватель  
Брестский государственный технический университет  
**Филиппова Т. В.**  
ассистент  
Брестский государственный технический университет

### **КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ СТАРТАПОВ**

Стартапы оказывают существенное влияние на экономику всей страны посредством создания рабочих мест, предложения потребителям новых и усовершенствованных продуктов и более качественных услуг, повышения уровня конкурентоспособности страны на мировой арене, увеличения налоговых поступлений в бюджет, вытеснения с рынка неэффективных компаний. Всем известно, что многие крупные компании начинали свой путь на рынке именно как стартапы.

По одному из определений стартап – временная или постоянная структура (малая организация/компания/проект) в любой отрасли экономики, планируемая/создаваемая для поиска и внедрения масштабируемой, воспроизводимой, развиваемой и рентабельной бизнес модели [1].

Жизнь стартапа начинается с формирования и развития идеи – нового, уникального знания, на основе которого разрабатываются инновационные продукты. Почти 100% стоимости стартапа базируется на его интеллектуальной собственности.

Исследуя сущность стартапа следует выделить их характерные, признанные многими предпринимателями: ориентация на новый продукт; интересная бизнес-идея, которая лежит в основе стартапа; молодой возраст создателей стартапов; высокий риск; инициативная группа работает за идею, а не ради прибыли; проблемы с финансированием; целевая

аудитория должна быть заинтересована в развитии стартапа, иначе ни один инвестор не решится вложить деньги в раскрутку проекта [1].

Стартап в первую очередь ориентируется на нахождение инновационного решения в разных областях, основным ориентиром стартапа является стремление к созданию уникального предложения, не имеющего аналогов.

Классификация стартапов позволяет глубже понять особенности различных видов стартапов, оценить их коммерческий потенциал, сделать более обоснованный выбор стратегии развития, а потому важно для дальнейшего исследования. Прежде всего, стартапы отличаются по степени радикальности инновационных продуктов, на разработку которых они нацелены. Такие признаки, как новизна, уникальность и значительное влияние на рынок присущи радикальным инновационным продуктам стартапов, в отличие от инкрементальных (улучшающих) продуктов, относящихся к улучшению отдельных характеристик уже существующих продуктов.

Г. Начум, основатель компании 5X и ментор по стартапам, предложил классификацию, основанную на четырех типах потребностей, на удовлетворение которых могут быть направлены стартапы [2]. Автор выделяет следующие типы потребностей в зависимости от ценности того или иного продукта: потребности отдельных лиц (все, что имеет ценность для человека); бизнес-потребности (все, что имеет ценность для организации) и технические нужды (все, что имеет ценность с учетом функционирования определенной технической системы либо её структурного элемента).

Хотя технические потребности, в конце концов, удовлетворяют потребности человека или бизнеса, автор выделяет их в отдельную категорию, поскольку они существенно отличаются от двух предыдущих типов по своим характеристикам (в частности, техническим уровнем и требованиями к компетентности разработчиков). Продукты, удовлетворяющие потребности человека и бизнеса, как правило, основываются на уже известных технических решениях, и их успеваемость определяется тем, как точно идентифицирована потребность и как отлично новый продукт способен удовлетворить эту потребность. В отличие от потребностей первых двух групп удовлетворения технических потребностей требует технически прорывных решений. Риски внедрения прорывных решений значительно отличаются в зависимости от того, рассчитаны они на существующие рынки или новые. Поэтому технические нужды делятся на технические нужды на существующем рынке и на новом рынке. Риски внедрения прорывных решений, удовлетворяющих потребности на уже существующем рынке, достаточно высоки, однако они касаются, главным образом, технической возможности их реализации, поскольку рынок для них уже существует.

По наличию на первых этапах развития связи стартапов с компаниями, уже работающими на рынке, стартапы можно разделить на независимые и аффилированные. Большинство стартапов относятся к независимым, поскольку они создаются и разрабатывают новый продукт вне пределами существующих компаний (хотя на дальнейших этапах развития стартапы могут стать подразделениями тех или других компаний). Вместе с тем, пытаясь повысить собственный инновационный потенциал, крупные компании создают внутренние организационные структуры или аффилированные стартапы, деятельность которых направлена на разработку важного для компании инновационного продукта.

Таким образом, необходимо дальнейшее исследование процесса становления и развития стартапов для определения критериев их эффективности, конкурентной стратегии, особенностей их функционирования в сравнении с другими структурами.

#### **Список литературы**

1. Спиридонова, Е. А., Создание стартапов : учебник для вузов / Е. А. Спиридонова. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 193 с.
2. Nachum G. How to identify the 4 types of startups [Электронный ресурс] / G. Nachum. – Режим доступа : <http://readwrite.com/2015/12/01/4-types-of-startups/>.