

Стратегічний підхід до залучення інвесторів для розвитку стартапу

Пилипак Олександр Валерійович¹, Солодкий Володимир Васильович²,
Чехович Володимир Орестович³

Опубліковано	Секція	УДК
30.09.2024	Економіка	658.152:005.914.3

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14000884>

Анотація. Стаття присвячена розробці стратегії залучення інвесторів з метою розвитку стартап-проекту. Визначається основна теорія у сфері розвитку стартап-проекту, відзначаються характерні особливості формування стартапів. Проводиться порівняння стартапу з малим бізнесом, наголошується, що розвиток стартапу потребує залучення широкого інвестиційного капіталу. В результаті дослідження формується теорія побудови взаємодії з інвестором, концепт побудови стратегії та обґрунтовується підсумковий вид елементів стратегії залучення інвесторів для розвитку стартапу. Зазначається, що при побудові стратегії взаємодії необхідно сегментувати потенційних інвесторів, підлаштовувати стратегію під кожен виділений сегмент та оцінювати ймовірність кожного із сегментів за системою показників; стратегія презентації стартапу має будуватися з упором на комерційну вигоду, максимальну опрацьованість проекту та його деталізацію, готовність до ризиків та їх опрацювання, наявність переваг для інвестора, конкретизацію напрямків використання капіталу та багатьох інших.

Ключові слова: інновації, технологічне підприємництво, стартап, екосистема інновацій.

Strategic approach to attracting investors for the development of a startup

Annotation. The development of startups is a critical driver of economic growth, innovation, and job creation in modern economies. However, the successful scaling and long-term sustainability of startups are significantly dependent on their ability to attract investment. A strategic approach to attracting investors plays a vital role in ensuring the availability of financial resources needed for the growth and expansion of startups. This study aims to analyze existing strategies for attracting investors, identify key challenges faced by startups in the investment process, and provide recommendations for optimizing interaction between startups and potential investors. The research is based on a comprehensive review of relevant literature, including both domestic and international sources, as well as interviews with venture capitalists, angel investors, and startup founders. This study highlights the importance

¹ кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки, аналітики, моделювання та інформаційних технологій в бізнесі, Хмельницький національний університет, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3246-3590>

² аспірант кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування, Державний Податковий Університет, ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-4541-0547>

³ аспірант кафедри економіки та управління бізнесом, Міжрегіональна Академія управління персоналом, ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-4771-2894>

of a well-structured business plan, transparency in financial reporting, and the role of digital platforms in enhancing investor relations. Additionally, it addresses the growing significance of international investment forums and accelerators as platforms for connecting startups with investors. The comparative analysis of investment attraction strategies employed in the United States, Europe, and Ukraine reveals differences in approaches and emphasizes the importance of adapting strategies to the specific economic and regulatory environment of each region. The findings suggest that successful investment attraction requires startups to focus on building long-term relationships with investors, showcasing their growth potential, and maintaining a high level of trust and credibility. In the context of the Ukrainian market, the study identifies challenges such as economic instability, fluctuating regulatory frameworks, and low levels of trust from foreign investors. Nevertheless, it outlines opportunities for Ukrainian startups to leverage international investment programs and partnerships to improve their attractiveness to investors. This research contributes to the existing body of knowledge by offering a strategic perspective on investment attraction, emphasizing the need for a holistic approach that integrates financial planning, communication strategies, and market positioning. It also provides practical insights for startup founders seeking to optimize their investment strategies, as well as policymakers looking to enhance the investment climate for early-stage companies. Future research could focus on the impact of emerging digital platforms for investment, as well as explore strategies for attracting investors in sectors such as green energy and technological innovation.

Keywords: innovation, technological entrepreneurship, startup, innovation ecosystem.

Вступ

У сучасних умовах глобалізації та швидкого розвитку інноваційних технологій стартапи стають основою економічного зростання та джерелом нових робочих місць. Проте значна частина стартапів зіштовхується з проблемою недостатності фінансових ресурсів на етапах розвитку та масштабування. Залучення інвесторів є одним із ключових чинників, який дозволяє стартапам забезпечити стабільне зростання, впровадження нових продуктів та вихід на нові ринки. Проте процес залучення інвестицій вимагає чіткого стратегічного підходу, що враховує особливості взаємодії з різними типами інвесторів, а також специфіку регіональних ринків. Актуальність дослідження стратегічного підходу до залучення інвесторів для стартапів обумовлена необхідністю розробки ефективних моделей взаємодії між стартапами та інвесторами, що враховують сучасні виклики та можливості інвестиційного середовища.

Проблема залучення інвесторів у стартапи активно досліджується як вітчизняними, так і зарубіжними науковцями. Наприклад, дослідження Blank та Dorf [1] акцентують увагу на важливості формування чіткої бізнес-моделі та детального бізнес-плану для залучення інвестицій. Ries E. [2] аналізують підходи венчурних капіталістів до вибору стартапів, наголошуючи на значенні управлінської команди та потенціалу для зростання. Gompers та Lerner [3] розглядають венчурний капітал як цикл, що передбачає постійний аналіз ризиків та можливостей для інвесторів. В українському контексті дослідження залучення інвестицій у стартапи представлені роботами Ричка Р. [4], які акцентують увагу на специфіці залучення іноземних інвестицій в умовах нестабільної економіки. Незважаючи на велику кількість досліджень, залишається недостатньо вивченим питання адаптації стратегічних підходів до залучення інвесторів для стартапів, що працюють на різних ринках, а також роль цифрових платформ у формуванні інвестиційної привабливості стартапів.

Метою даної статті є дослідити стратегічний підхід до залучення інвесторів для розвитку стартапів, враховуючи специфіку взаємодії з різними типами інвесторів особливості ринків.

Завдання статті полягають у аналізі сучасних підходів до залучення інвестицій у стартапи та визначення ключових чинників, які впливають на інвестиційну привабливість стартапів.

Результати

У сучасній науці відсутнє загальноприйняте визначення поняття «стартап», перша згадка якого датована 1976 [5]. Найчастіше дослідники схильні вважати, що під стартапом варто розуміти особливу ранню бізнес-модель, побудовану на розвитку інновацій або будь-яких технічних рішень, що мають за собою перспективи комерціалізації та просування в маси, використання як одного з джерел отримання прибутку. Однак для стартапу найбільш значущою стає не лише наявність самої ідеї чи розробки, а й можливість залучення інвестиційного капіталу, що надає старт на реалізацію представлених ідей.

Сьогодні стартапи здебільшого видаються у проектній формі, що частково полегшує завдання щодо залучення інвесторів, оскільки проект передбачає наявність детально розробленої структури майбутнього бізнесу (концепт, макет, що представляє детальний план просування бізнесу), що має всі передумови для транслювання в реальне економічне середовище. Проте, на відміну від «молодої» компанії, стартап (який також є «молодою» компанією) відрізняється відсутністю необхідної кількості капіталу серед засновників бізнесу, будучи експериментальною розробкою та таким чином формуючи умови можливого її втілення.

Стартап є ризиковою формою організації діяльності, оскільки будується виключно навколо інновацій і нових ідей, розвитку концептів, які раніше однак були реалізовані практично. Головні переваги стартапу складаються з наступної сукупності факторів:

1. Швидкі темпи розвитку.
2. Прагнення постійного розширення, орієнтація на майбутнє, а чи не на поточне.
3. Мобільно-інноваційний характер.
4. Найменше матеріальне навантаження.
5. Широкі інвестиційні спроможності.

Однак важливо також відзначити, що розвиток усіх цих переваг та їх виникнення в реальній практиці будується виключно на можливості залучення інвестиційного капіталу, оскільки стартап розвивається за рахунок зовнішніх грошових потоків, що надходять. Інтегруючись, грошові потоки і переваги мають синергичний підвищений ефект дії [6].

Теорія формування стартапу охоплює різноманітні підходи та концепції, які пояснюють, як створюються та розвиваються нові підприємства, особливо ті, що орієнтовані на інновації та технологічні рішення. Одним із ключових аспектів цієї теорії є розуміння циклу життя стартапу, який зазвичай складається з кількох етапів: ідея, розробка прототипу, тестування продукту, вихід на ринок і масштабування. На кожному з цих етапів стартап стикається з унікальними викликами, які визначають його можливості для зростання і впровадження нових технологій. Розуміння цього процесу є важливим як для підприємців, так і для потенційних інвесторів, які хочуть оцінити перспективи розвитку компанії [7].

Одним із найпопулярніших підходів у теорії стартапів є концепція Lean Startup. Вона передбачає мінімізацію ресурсів на початкових етапах розвитку та швидке тестування ідей через створення мінімально життєздатного продукту (MVP). Lean Startup акцентує увагу на важливості швидкої адаптації до змін у ринкових умовах і швидкому отриманні зворотного зв'язку від користувачів, що дозволяє стартапам мінімізувати ризики і заощадити ресурси, що є критично важливим у періоди невизначеності та пошуку своєї ніші на ринку.

Інша важлива теорія — це підхід Customer Development та передбачає тісний контакт з потенційними клієнтами ще на ранніх стадіях розробки продукту. Customer Development включає чотири етапи: пошук клієнтів, підтвердження продукту, створення клієнтської бази та розвиток компанії. Цей підхід дозволяє підприємцям краще зрозуміти потреби ринку, перш ніж вони інвестують значні кошти в розробку продукту. Бланк наголошує на важливості ітеративного процесу, що допомагає стартапам швидко коригувати свої стратегії відповідно до відгуків клієнтів [8].

Теорія стартапу також включає в себе аналіз моделей фінансування, зокрема залучення венчурного капіталу, бізнес-ангелів, краудфандингу та корпоративного партнерства. Фінансування є одним із ключових чинників, що визначає здатність стартапу вижити на початкових етапах та забезпечити собі стійке зростання. Крім того, важливим є розуміння ролі венчурних капіталістів та інвесторів, які часто не лише надають кошти, але й виступають менторами, допомагаючи стартапам будувати мережі контактів та розвивати стратегічне планування [9].

Загалом, теорія формування стартапу спрямована на розробку комплексного розуміння того, як інноваційні підприємства можуть швидко адаптуватися до ринкових змін, забезпечити себе фінансовими ресурсами та знайти свою нішу на ринку. Успішне застосування цієї теорії може суттєво підвищити шанси стартапу на успіх, зменшити ризики та допомогти знайти оптимальні шляхи розвитку в умовах постійної конкуренції. Розвиток стартапу має п'ять умовно-перехідних стадій, на кожній з яких формуються нові можливості щодо залучення інвесторів; проте наявність цих можливостей сприяє виникненню все більшої кількості вимог до стартапу від імені інвесторів і всіляких фондів. Так, на кожному з етапів, стартап повинен мати власні виняткові конкурентні переваги на тлі інших проектів, забезпечувати максимальне зниження ризиків, їх опрацювання та демонстрацію прийняття «перед» інвесторами з боку самої команди проекту. В іншому випадку це формує додаткові ризики зниження привабливості стартапу для інвесторів. [10].

Оскільки робота спрямована на розгляд та аналіз конкретизованих елементів залучення інвесторів для розвитку стартапу, доцільно розглядати як основні три перші стадії розвитку стартап-проекту за основу побудови діяльності, оскільки в процесі стадії розширення чи виходу, стартап здебільшого має необхідні ресурси та джерела їх формування, має досвід залучення широкого числа інвестиційних ресурсів [11]. З цієї точки зору, з урахуванням практичного досвіду автора роботи, при побудові стратегії залучення коштів інвесторів необхідно дотримуватися низки основних принципів, серед яких можна виділити такі:

- принцип комерціалізації. Для більшої частини інвесторів стартап-проект розглядається як можливість вкладення грошових коштів у ризиковому напрямку, який з певною ймовірністю зможе принести прибуток. Однак цей принцип має обмеження в контексті застосування, якщо стартап спрямований на некомерційну діяльність;
- принцип системності стартап проекту Передбачає створення такої структури стартапу, в рамках якої він буде представлений як система, що має внутрішні компоненти, певну мету, ідею, розкритий інструментарій і методи, огляд команди і так далі. Система зможе чітко відобразити поточні взаємозв'язки, наявність комунікацій із зовнішніми партнерами, надати ключові можливості проекту;
- принцип максимальної збалансованості. Стартап-проект повинен представлятися раціонально, виключно як елемент набуття якісної та/або кількісної вигоди. У цьому контексті витрати інвестора повинні бути збалансовано спрямовані на найважливіші точки розвитку проекту;

- принцип максимізації конкурентних переваг. Проект, що презентується в активній стадії пошуку інвесторів, повинен володіти власними відмінними рисами серед ряду інших, що також має супроводжуватися наявністю якомога більшої кількості.
- "позитивних аспектів", що збільшують ймовірність залучення інвестицій;
- принцип демонстрації опрацьованості ризиків та їх прийняття перед інвестором У полі даного принципу задіюється прийом вигідної трансляції «слабких» сторін проекту з ініціативи самої команди, що дозволяє фокусувати увагу інвестора не на проблемах, а на пропозиціях і пророблених механізмах їх усунення/виключення у разі настання. Інакше кажучи, інвестор, спостерігаючи високу деталізацію ризикової складової стартапу, передбачатиме наявність стратегій її нівелювання з боку команди. Головне завдання стартапу в такому разі полягає в демонстрації шляхів нівелювання перед інвестором, щоб звернути недоліки проекту на чергову його перевагу;
- принцип високої деталізації ідей Кожна ідея проекту має бути описана, представлена як елемент системи всього проекту, органічно вписуватись у загальний концепт стартапу. При цьому ідею необхідно подавати чітко, не звертаючись до абстрактних уявлень;
- принцип реалізації маркетингових стратегій Позиціонування стартапу та реалізація широкої рекламної кампанії (за наявності ресурсів) стає однією з основ майбутнього залучення інвесторів;
- принцип побудови багатосторонніх каналів комунікації з інвесторами Передбачає орієнтацію на широке коло користувача, створення та запуск декількох паралельно діючих механізмів залучення інвестиційного капіталу: пожертвування, участь у фондах, пайова участь, прийняття коштів на умовах повернення та ін. Потенційні інвестори повинні бути сегментовані стартапом, з кожним з них повинен формуватись власний канал комунікації, з елементами зворотного зв'язку;
- принцип вираження досвіду. У процесі пошуку інвесторів, команда проекту має висловлювати власні амбіції та демонструвати вміння керувати проектом, вирішувати нестандартні завдання, виявляти власний досвід функціонування у складних умовах [12].

Важливо, що підсумковий склад принципів варіативний, і, до того ж, в повному обсязі їх реалізуються у реальній практиці при залученні інвесторів. Проте їх облік, як свідчить практичний досвід автора, дозволяє підвищити ймовірність залучення коштів інвесторів, забезпечити більший приплив капіталу.

У сучасному світі залучення інвестицій для розвитку стартапів є одним із найважливіших аспектів їхнього успіху та довгострокового зростання. Залежно від стадії розвитку стартапу, підходи до залучення інвесторів можуть варіюватися, включаючи традиційні та інноваційні методи. Одним з ключових сучасних підходів є використання цифрових платформ для залучення фінансування, що дозволяє стартапам взаємодіяти з великою кількістю потенційних інвесторів у глобальному масштабі.

Один із популярних методів залучення інвестицій — це краудфандинг. Платформи, такі як Kickstarter та Indiegogo, дозволяють стартапам презентувати свої ідеї широкій аудиторії та залучати кошти безпосередньо від зацікавлених користувачів. Такий підхід не лише забезпечує початкове фінансування, але й дозволяє перевірити попит на продукт та отримати зворотний зв'язок від потенційних клієнтів. Краудфандинг особливо ефективний для проектів, які мають інноваційний продукт або чітко визначену цільову аудиторію [12].

Інший сучасний підхід — це венчурний капітал, який залишається одним із найбільш традиційних, але водночас важливих джерел фінансування для стартапів. Венчурні капіталісти інвестують у стартапи з високим потенціалом зростання в обмін на частку в компанії. Вони не тільки надають фінансову підтримку, але й часто надають

менторську допомогу, ділові контакти та стратегічну підтримку. Такий підхід особливо ефективний на стадіях зростання, коли стартап потребує значних інвестицій для розширення своєї діяльності та виходу на нові ринки.

Новітні технології та розвиток фінтеху також призвели до появи таких підходів, як краудлендінг і peer-to-peer фінансування, які дають змогу стартапам залучати кредити або інвестиції безпосередньо від приватних інвесторів через спеціалізовані онлайн-платформи, який дозволяє стартапам уникати жорстких вимог традиційних банків та отримувати фінансування на більш гнучких умовах. При цьому такі платформи часто залучають інвесторів, які шукають альтернативні можливості для вкладень із більш високою дохідністю.

Також сучасним трендом є використання акселераторів та інкубаторів стартапів, які забезпечують не лише фінансову підтримку, але й допомагають молодим підприємцям розвивати свої бізнес-ідеї, покращувати управлінські навички та створювати ефективні бізнес-моделі. Акселератори часто організують презентаційні заходи, такі як Demo Day, де стартапи мають можливість представити свої проекти потенційним інвесторам та укласти партнерства [13].

Перед безпосереднім упорядкуванням стратегії взаємодії з інвестором, необхідно уточнити, що підсумкові питання залучення капіталу від інвесторів мають будуватися з урахуванням сегментації стадій розвитку стартап-проекту, що передбачає орієнтацію різні типи інвесторів різних стадіях проекту. Диференціація стадій та можливостей залучення інвесторів представлена у табл. 1.

Таблиця 1

Диференціація стадій та можливостей залучення інвесторів

Стадія розвитку стартапу	Опис стадії	Можливості залучення інвесторів	Типи інвесторів
Ідея	Концептуальна розробка ідеї, первинні дослідження	Залучення початкових коштів для підтвердження ідеї	Друзі та сім'я, Ангельські інвестори
Розробка прототипу	Створення MVP, тестування відповідності продукту ринку	Пошук фінансування для розробки прототипу та тестування	Ангельські інвестори, Сід-фонди
Запуск продукту	Вихід продукту на ринок, перші продажі	Залучення коштів для масштабування маркетингових зусиль та збільшення продажів	Венчурний капітал, Краудфандинг
Зростання	Розширення бази клієнтів, активний маркетинг	Залучення інвестицій для розширення ринків та збільшення частки на ринку	Венчурний капітал, Стратегічні партнери
Масштабування	Вихід на нові ринки, оптимізація операційних процесів	Пошук стратегічних інвесторів для експансії та розвитку бізнесу	Приватний капітал, Корпоративні інвестори

При побудові комунікацій з інвестором при залученні коштів для розвитку стартапу необхідно дотримуватися наступної стратегії:

- позиціонувати стартап-проект як перевага для інвестора, вишукувати комерційну вигоду;
- формувати вичерпні уявлення про стартап-проект та його концепцію;
- виражати прийняття та готовність до ризиків, опрацьованість;
- виділяти ключові планові показники, вибудовувати стратегію «мінімуму» та стратегію «максимуму»;
- заздалегідь готувати пакет документації;
- пропонувати широкий перелік способів інвестування та участі у розвитку стартап-проекту;
- визначати індивідуальні можливості коригування умов співробітництва з інвестором, пропонувати особливі вигоди та ін. [14].

Побудова комунікації з інвестором у векторі дотримання даних характеристик, разом із дотриманням організаційних, нормативних, ділових та інших елементів побудови взаємодії, є підставою збільшення ймовірності залучення інвестицій у розвиток стартапу, що підкреслює високу практичну значимість представленої авторської стратегії.

Її перевагами є: деталізація, орієнтація на наблизений до реальної практики характер, можливість оптимізації, побудова комунікації на правилах команди, а не інвестора (за рахунок зайняття позиції «нападу», наприклад, при демонстрації ризиків та «незручних» питань, заготівлі шляхів їх подолання). Все це показує, що стратегія може бути застосована як один із елементів розвитку стартап-ідеї у векторі залучення нових джерел фінансування.

Інвестиційна привабливість стартапу є важливим аспектом для забезпечення його успішного розвитку та зростання. Інвестори при виборі стартапів для інвестування враховують низку факторів, які визначають потенціал проекту (рис. 1.).

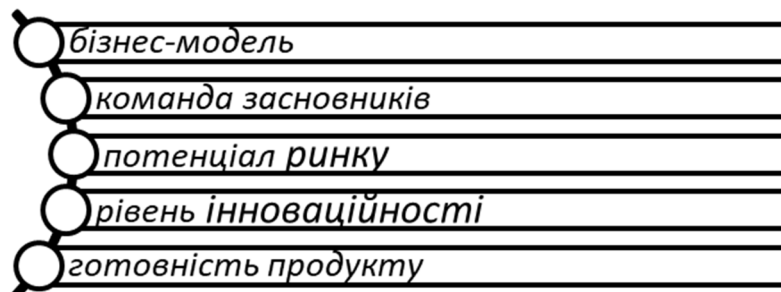


Рис. 1. Фактори, які визначають потенціал стартапу

Одним із головних факторів є бізнес-модель стартапу. Інвестори прагнуть зрозуміти, яким чином стартап планує генерувати дохід та забезпечувати собі довгострокову прибутковість. Успішна бізнес-модель повинна враховувати конкурентне середовище, цінову політику та маркетингову стратегію. Інвестори оцінюють, наскільки масштабованою є модель та чи здатна вона забезпечити швидке зростання на нових ринках. Стартапи з чітко визначеною стратегією виходу на ринок і зрозумілим планом монетизації отримують більше шансів на фінансування.

Важливу роль відіграє команда засновників та їхні професійні навички. Інвестори звертають увагу на досвід і компетентність команди, її здатність досягати поставлених цілей і адаптуватися до змін на ринку. Вони також оцінюють, чи володіє команда досвідом у відповідній галузі та чи має необхідні навички для реалізації бізнес-ідеї. Сильна команда засновників є гарантією того, що стартап зможе долати труднощі та ефективно розвиватися, що підвищує його інвестиційну привабливість.

Потенціал ринку та обсяг цільової аудиторії також мають велике значення. Інвестори шукають стартапи, які працюють у великих та швидкозростаючих ринках, оскільки це підвищує шанси на досягнення значних прибутків. Вони аналізують, наскільки продукт або послуга стартапу відповідають потребам ринку та чи має компанія можливість завоювати частку ринку. Стартапи, що працюють у нішах із високим попитом та невеликою кількістю конкурентів, мають вищі шанси на залучення інвестицій.

Інноваційність продукту є ще одним важливим фактором. Інвестори цінують стартапи, які пропонують унікальні рішення або технології, що можуть змінити правила гри у своїй галузі. Інновації можуть забезпечити стартапу конкурентну перевагу, а також привернути увагу як клієнтів, так і великих гравців ринку, які можуть бути зацікавлені у стратегічному партнерстві. Інвестори прагнуть вкладати кошти в стартапи, які здатні запропонувати ринку щось нове та цінне.

Загалом, ключові чинники інвестиційної привабливості стартапів включають здатність стартапу генерувати дохід, компетентність команди, потенціал ринку та інноваційність продукту. Інвестори прагнуть мінімізувати ризики та максимізувати можливості для зростання своїх вкладень. Саме тому стартапам важливо враховувати ці фактори при підготовці до презентації своїх ідей інвесторам, щоб підвищити свої шанси на успіх у залученні фінансування.

Висновки

Таким чином, результати проведеного комплексного аналізу питань формування стратегії залучення інвесторів для розвитку стартапу дозволяють зробити такі висновки, а саме:

1. Стартап як форма організації комерційної діяльності, часто, представляється як перспективний концепт, ідея, технологічне рішення, технологія, бізнес-модель, та ін. Число інвестицій у стартап-проекти в Україні неухильно зростає. При побудові стратегії взаємодії, доцільно сегментувати потенційних інвесторів, підлаштовувати стратегію під кожен виділений сегмент та оцінювати ймовірність кожного із сегментів за системою показників, що дозволить визначити найбільш ефективних та ймовірних інвесторів, зважити ризики та оптимізувати взаємодію з кожною з категорій. У ході дослідження було встановлено, що сучасні підходи до залучення інвестицій включають як традиційні, так і інноваційні методи, такі як венчурний капітал, краудфандинг, участь у акселераторах та використання цифрових платформ. Кожен із цих підходів має свої переваги та особливості, що дозволяє стартапам обирати найбільш ефективний метод для залучення фінансування залежно від етапу розвитку.

2. Для стартапу значним стає кожен інвестор, готовий направити навіть незначну суму підтримки розвитку ідеї. Безпосередньо сама стратегія взаємодії з інвестором, за винятком деталей, характерних для конкретної групи, повинна будуватися з упором на комерційну вигоду, максимальну опрацьованість проекту та його деталізацію, забезпечення готовності відповісти на «незручні» питання, з урахуванням можливості масштабування проекту, наявності стратегії мінімуму та максимуму, їх порівняння для інвестора та багатьох інших.

3. В результаті аналізу було виявлено кілька основних чинників, які впливають на інвестиційну привабливість стартапів, зокрема: бізнес-модель, досвід та компетентність команди, потенціал ринку, інноваційність продукту та стадія розвитку, які визначають спроможність стартапу до зростання та масштабування, що є важливим для інвесторів при прийнятті рішення про вкладення коштів.

Таким чином, стаття узагальнює важливість комплексного підходу до залучення інвестицій, враховуючи різні етапи розвитку стартапу та потреби інвесторів. Виконання завдань дослідження дозволило розкрити основні аспекти інвестиційної привабливості

та окреслити стратегії залучення інвесторів для стартапів у сучасних умовах ринку. Перспективи подальших досліджень пов'язані з практико-орієнтованим втіленням представлених стратегій, концепцій та механізмів на рівні конкретизованих стартапів з метою уточнення деталей, покращення окремих елементів та практичної апробації, накопичення нового теоретичного досвіду.

Список використаних джерел

1. Blank, S., & Dorf, B. (2012). *The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company*. K&S Ranch.
2. Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Crown Business.
3. Gompers, P., & Lerner, J. (2004). *The venture capital cycle* (2nd ed.). MIT Press.
4. Ричка Р. Економічний аналіз ефективності інвестицій у сонячну енергетику: окупність, дохідність, ризики. *Економіка та суспільство*. 2024. (60). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-146>.
5. Орел, Ю. Л., Альошкіна, Л. П., & Смаглюк, А. А. (2024). Типи ринкових систем (конкуренція, монополія, олігополія тощо): взаємозв'язок та їх вплив на ціни, виробництво та економічний результат. *Академічні візії*, (35). URL: <https://www.academy-vision.org/index.php/av/article/view/1354>
6. Robehmed, N. (2013). What is a startup? *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/natalierobehmed/2013/12/16/what-is-a-startup>
7. Mason, C., & Stark, M. (2004). What do investors look for in a business plan? A comparison of the investment criteria of bankers, venture capitalists, and business angels. *International Small Business Journal*, 22(3), 227–248. <https://doi.org/10.1177/0266242604042377>
8. Chen, X., & Gompers, P. A. (2021). How do venture capitalists make decisions? *Journal of Financial Economics*, 139(2), 441–461. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2020.07.007>
9. Kaplan, S. N., & Strömberg, P. (2001). Venture capitalists as principals: Contracting, screening, and monitoring. *American Economic Review*, 91(2), 426–430. <https://doi.org/10.1257/aer.91.2.426>
10. Davila, A., Foster, G., & Gupta, M. (2003). Venture capital financing and the growth of startup firms. *Journal of Business Venturing*, 18(6), 689–708. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00127-1](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00127-1)
11. Shepherd, D. A., & Zacharakis, A. (2001). The venture capitalist-entrepreneur relationship: Control, trust, and confidence in co-operative behaviour. *Venture Capital*, 3(2), 129–149. <https://doi.org/10.1080/13691060110042763>
12. Cumming, D., & Johan, S. (2017). *Venture capital and private equity contracting: An international perspective* (2nd ed.). Elsevier.
13. Hellmann, T., & Puri, M. (2002). Venture capital and the professionalization of startup firms: Empirical evidence. *Journal of Finance*, 57(1), 169–197. <https://doi.org/10.1111/1540-6261.00419>
14. Khaire, M. (2010). Young and no money? Never mind: The material impact of social resources on new venture growth. *Organization Science*, 21(1), 168–185. <https://doi.org/10.1287/orsc.1090.0438>