

Шипов Д.К. ¹

¹ Негосударственное частное образовательное учреждение высшего образования Московский финансово-промышленный университет «Синергия», Москва, Россия

Теоретические аспекты формирования конкурентной устойчивости стартапа

ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:

Шипов Д.К. Теоретические аспекты формирования конкурентной устойчивости стартапа // Креативная экономика. – 2023. – Том 17. – № 3. – С. 989–1002. doi: [10.18334/ce.17.3.117406](https://doi.org/10.18334/ce.17.3.117406)

АННОТАЦИЯ:

Среди факторов, связанных с фирмой, возможности продаж и исследований и разработок стартапов имеют первостепенное значение для влияния на конкурентоспособность высокотехнологичных стартапов. С начала 2010-х годов стартапы быстро появляются во всем мире, особенно в развитых странах и странах с развивающейся экономикой. Таковы и предпринимательские экосистемы. Несмотря на рост экосистем, уровень успеха стартапов за этот период почти не увеличился. В результате, хотя появляется бесчисленное количество стартапов, выживает лишь очень небольшая часть возникших, и только незначительная часть выживших масштабируется. Хотя количество стартапов значительно увеличилось в 2021 году, эти стартапы по-прежнему составляют незначительную долю появившихся стартапов. Это выдвигает на первый план критическую важность «конкурентоспособности стартапов» и необходимость изучения факторов, определяющих конкурентоспособность, в контексте предпринимательских экосистем. Именно это подтверждает актуальность исследования. В этой статье автор представляет создание конкурентного преимущества в стартапе, важность конкурентного преимущества, понятие конкурентного преимущества, как создать конкурентное преимущество в стартапе, преимущества наличия конкурентного преимущества в стартапе, ключевые компоненты создания конкурентного преимущества, роль инноваций в создании конкурентного преимущества и проблемы сохранения конкурентного преимущества. Данная статья представляет интерес для ученых-экономистов, а также исследователей в области изучения становления и развития стартапов ключевыми формулировками в области определения конкурентных преимуществ стартапов и сохранения их.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: стартап, конкурентоспособность, конкурентные преимущества, инновации

ОБ АВТОРЕ

Шипов Денис Константинович, аспирант (shipov2017@mail.ru)

Shipov D.K. ¹¹ Moscow University for Industry and Finance "Synergy", Russia

Theoretical aspects a startup's competitive sustainability

CITE AS:

Shipov D.K. (2023) Teoreticheskie aspekty formirovaniya konkurentnoy ustoychivosti startapa [Theoretical aspects a startup's competitive sustainability]. *Kreativnaya ekonomika*. 17. (3). – 989–1002. doi: [10.18334/ce.17.3.117406](https://doi.org/10.18334/ce.17.3.117406)

ABSTRACT:

Among the factors associated with the firm, the startups' sales and R&D capabilities are of particular importance for influencing the competitiveness of high-tech startups. Since the early 2010s, startups have been rapidly appearing all over the world, especially in developed countries and emerging economies. Such are the entrepreneurial ecosystems. Despite the growth of ecosystems, the startup success rate has hardly increased during this period. As a result, although countless startups appear, only a very small part of those that have arisen survive, and only a small part of those that survive develop. Although the number of startups has increased significantly in 2021, these startups still make up a small proportion of the startups that have emerged. This highlights the critical importance of startup competitiveness and the need to study the factors determining competitiveness in the context of entrepreneurial ecosystems. This is what confirms the relevance of the study. The author of the article analyzes the creation of a competitive advantage in a startup. The author of the article substantiates the importance of competitive advantage. The author's definition of the concept of competitive advantage is given. In addition, the author tries to answer the following questions. How to create a competitive advantage in a startup? What are the advantages of having a competitive advantage in a startup and the key components of creating a competitive advantage. What is the role of innovation in creating a competitive advantage? What are the problems of maintaining a competitive advantage? This article is of interest to economic scientists, as well as researchers in the field of the formation and development of startups and their competitive advantages.

KEYWORDS: startup, competitiveness, competitive advantages, innovation**JEL Classification:** L26, M11, M21, O31**Received:** 07.02.2023 / **Published:** 31.03.2023

© Author(s) / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers

For correspondence: Shipov D.K. (shipov2017@mail.ru)

Введение

По мере того как страны переходят к экономике, основанной на знаниях, предпринимательство становится надежным инструментом создания рабочих мест, инноваций и создания богатства. Лидеры-предприниматели и их новые бизнес-модели, использующие изменения во внешней среде, стали ключевыми движущими силами этого перехода. Новые технологии, изобретения и скорость их распространения в массы экспоненциально ускорились за последние пять десятилетий. В результате этих быстрых технологических изменений появились новые возможности для предпринимательства, что привело к созданию новых продуктов, новых процессов и новых способов удовлетворения потребностей людей. Возникло множество стартапов, поскольку предприниматели во всем мире стремятся воплотить свои идеи в новые продукты и услуги. Россия не является исключением из этой тенденции. Несмотря на то, что Россия все еще находится в зачаточном состоянии, она стала третьей по величине стартап-экосистемой в мире по количеству стартапов.

Исследования показывают, что стартапам приходится сталкиваться с большой неопределенностью во многих различных аспектах в первые дни своего существования. Таким образом, уместно предположить, что весь вклад, приписываемый сектору стартапов, исходит от тех немногих стартапов, которые способны справиться с многочисленными проблемами в первые годы своей работы, выжить и добиться успеха.

Приведенное выше наблюдение выдвигает на передний план важность конкурентоспособности для выживания и успеха стартапов. Конкурентоспособность фирмы относится к ее способности эффективно конкурировать на данном рынке, что приводит к увеличению рыночной доли фирмы, а затем к выходу на международные рынки посредством экспорта, что приводит к достижению устойчивых и долгосрочных результатов.

Начало пандемии COVID-19 и ее последствия, в результате которых страны все чаще стремятся уменьшить зависимость от внешних стран в стратегических областях, также увеличивают нагрузку на то, как стартапы могут помочь повысить конкурентоспособность страны.

Теория конкурентоспособности достаточно полно изложена в исследованиях Гаджиева Ш.М. [3] (*Gadzhiev, 2022*), Емельяновой И.Ф. [4] (*Emelyanova, 2019*) и Максименко И.А. [7, 8] (*Maksimenko, 2020; Maksimenko, 2022*).

Выявлению проблем создания и развития структур малого и среднего предпринимательства в России способствовали исследования Бейгул Н.А. [1]

(*Beygul, 2021*), Гавриленко Д.А. [2] (*Gavrilenko, 2020*), Коробейникова В.Е. [5] (*Korobeynikov, 2020*), Кузьмина И.А. [6] (*Kuzmin, 2020*), Минчуковой А.Н. [9] (*Minchukova, 2019*) и Храпоненко И.Р. [10] (*Khraponenko, Grechkin, 2018*).

Анализируя факторы конкурентоспособности различных объектов, многие из авторов приходят к выводу о необходимости постоянного поиска и использования новых ее источников. В некоторых работах можно найти фрагменты, посвященные анализу совокупности экономических и организационных факторов конкурентоспособности в предпринимательской деятельности.

Однако до сих пор не решен ряд теоретических, методических и практических вопросов, связанных с развитием предприятий малого и среднего бизнеса на ранних стадиях. В частности, не разработаны методические подходы к организации взаимодействия стартапов с инвесторами, потребителями и организациями инфраструктуры, которые должны лежать в основе стратегии развития стартапов. Это предопределило актуальность статьи.

Цель статьи состоит в определении конкурентного преимущества стартапа, методов его создания, роли инноваций и проблемы сохранения конкурентного преимущества.

Представлена попытка разработки описательно-методической модели источников/резервов формирования конкурентных преимуществ малых и средних предпринимательских структур на ранней стадии жизненного цикла.

Сформулированные и обоснованные положения дополняют и расширяют теорию и практику управления малыми предпринимательскими организациями на ранней стадии их развития с целью вскрытия новых факторов их конкурентоспособности.

1. Создание конкурентного преимущества в стартапе, ключи к успеху

Чтобы создать конкурентное преимущество в стартапе, необходимо четко понимать, в чем заключается уникальное торговое предложение и как его можно использовать для увеличения доли рынка. Как только появится это понимание, нужно выполнить свой план с лазерной концентрацией и целеустремленностью.

Первым шагом является определение уникального торгового предложения. Что такого в продукте или услуге, что отличается и лучше, чем то, что предлагают конкуренты? Это может быть что угодно, от уникальной особенности до более эффективного производственного процесса. Важно

быть ясным и кратким в том, что является уникальным торговым предложением (далее – УТП), так как это будет основой конкурентного преимущества [2, с. 68] (*Gavrilenko, 2020, p. 68*).

После того как определено УТП, нужно определить, как можно использовать его, чтобы получить долю рынка. Для этого потребуются хорошо продуманная стратегия маркетинга и продаж, учитывающая целевой рынок, бюджет и наиболее эффективные каналы для достижения целевых клиентов. Когда есть план, важно выполнять его с дисциплиной и решимостью.

Нет коротких путей к созданию конкурентного преимущества стартапа. Это требует тяжелой работы, сосредоточенности и самоотверженности. Однако если можно определить и реализовать свое УТП, то это верный шаг к успеху.

2. Важность конкурентного преимущества

В любом бизнесе, будь то стартап или устоявшаяся компания, важно иметь конкурентное преимущество. Это то, что позволяет выделиться из толпы, привлечь клиентов и в конечном итоге увеличить продажи.

Есть много способов создать конкурентное преимущество, но особенно важно для стартапов с самого начала сосредоточиться на этом. В конце концов, это конкуренция с устоявшимися компаниями, располагающими большими ресурсами, поэтому для достижения успеха нужно быть очень креативным и стратегическим [7, с. 162] (*Maksimenko, 2020, p. 162*).

Вот несколько ключевых способов создать конкурентное преимущество в стартапе:

1. Сосредоточиться на нише рынка. Один из лучших способов выделиться среди конкурентов – сосредоточиться на конкретной нише рынка. Это позволяет лучше ориентировать свои маркетинговые усилия и привлекать клиентов, которые ищут именно то, что предлагается стартапом.

2. Предложить что-то уникальное. Еще один способ создать конкурентное преимущество – предложить что-то уникальное, чего не могут предложить конкуренты. Это может быть уникальный продукт или услуга, инновационная бизнес-модель или что-то еще, что отличает от остальных.

3. Использовать технологии. В наши дни технологии могут стать мощным инструментом для создания конкурентного преимущества. Если использовать технологии для автоматизации процессов, улучшения обслуживания клиентов или чего-либо еще, стартап опередит конкурентов.

4. Создать сильный бренд. Сильный бренд может иметь большое значение для создания конкурентного преимущества. Это включает в себя все, от узнаваемого логотипа до обеспечения согласованности маркетинга по всем каналам.

5. Обеспечить превосходное обслуживание клиентов. Наконец, один из самых важных способов создать конкурентное преимущество – обеспечить превосходное обслуживание клиентов. Если радовать своих клиентов и превзойти их ожидания, они будут верны бренду и распространят информацию о стартапе среди других.

3. Что такое конкурентное преимущество

В бизнесе конкурентное преимущество – это уникальное преимущество, которое компания имеет перед своими конкурентами. Это может быть уникальный продукт, превосходное обслуживание клиентов, более эффективный производственный процесс или более эффективная маркетинговая стратегия. Конкурентное преимущество – это то, что дает компании преимущество над конкурентами и позволяет ей увеличивать продажи и прибыль [4, с. 67] (*Emelyanova, 2019, p. 67*).

Существует несколько способов, с помощью которых компания может создать конкурентное преимущество. Один из способов – предложить уникальный продукт или услугу, которые не могут быть легко воспроизведены конкурентами. Это может быть что-то столь же простое, как новый и улучшенный дизайн продукта или новый и улучшенный производственный процесс. Еще один способ создать конкурентное преимущество – предложить превосходное обслуживание клиентов. Это может включать более продолжительные часы работы, более гибкие условия оплаты или более высокий уровень обслуживания клиентов. Третий способ создать конкурентное преимущество – повысить эффективность своей работы. Это может включать инвестиции в новые и инновационные технологии или оптимизацию производственного процесса [1, с. 43–44] (*Beugul, 2021, p. 43–44*).

Каким бы ни было конкурентное преимущество, важно, чтобы оно было устойчивым. Это означает, что его не так просто скопировать конкурентам. Если у компании есть конкурентное преимущество, которое легко воспроизвести, то вскоре ее конкуренты догонят ее и начнут отъедать ее долю рынка. Поэтому важно постоянно пересматривать и обновлять конкурентное преимущество, чтобы оно оставалось актуальным и опережало конкурентов.

Создание конкурентного преимущества имеет важное значение для любой начинающей компании. Без конкурентного преимущества будет очень сложно обеспечить продажи и прибыль. Есть несколько способов создать конкурентное преимущество. Самое главное – сосредоточиться на создании преимущества, которое будет устойчивым и не сможет быть легко воспроизведено вашими соперниками.

4. Как создать конкурентное преимущество в стартапе

Когда дело доходит до стартапов, главное в игре – дифференциация. Чтобы создать конкурентное преимущество в стартапе, нужно найти способ выделиться среди остальных. Это можно сделать разными способами, но все сводится к пониманию уникальных преимуществ и того, как можно использовать их в своих интересах [8, с. 99] (*Maksimenko, 2022, p. 99*).

Один из лучших способов создать конкурентное преимущество в стартапе – сосредоточиться на клиентской базе. Кто они идеальные клиенты и что им нужно или чего они хотят? Как стартап может предоставить им лучший опыт или продукт, чем конкуренты? Понимая свой целевой рынок и то, что они ищут, можно создать уникальное предложение, которое им понравится.

Еще один способ создать конкурентное преимущество – сосредоточиться на корпоративной культуре. Чем стартап отличается от остальных? Какие ценности поддерживаются и как они определяют бизнес-решения? Создав сильную корпоративную культуру, можно привлечь лучших специалистов и создать базу лояльных клиентов, которые верят в то, что делает стартап.

Наконец, нужно сосредоточиться на своем исполнении. Недостаточно иметь отличную идею, нужно уметь безупречно реализовать ее. Это означает иметь хорошо продуманный бизнес-план, собрать правильную команду и убедиться, что процессы эффективны и действенны. Если можно безупречно выполнить свой бизнес-план, то это будет важным шагом на пути к созданию конкурентного преимущества.

5. Преимущества наличия конкурентного преимущества в стартапе

Поскольку мир бизнеса становится все более и более конкурентным, потребность в конкурентном преимуществе становится все более и более важной для стартапов. Конкурентное преимущество определяется как атрибут, который позволяет компании превзойти своих конкурентов. Другими слова-

ми, это то, что делает компанию лучше других в отрасли [5, с. 90] (*Korobeynikov, 2020, p. 90*).

Наличие конкурентного преимущества в стартапе дает множество преимуществ. Возможно, наиболее очевидным преимуществом является то, что это может помочь завоевать клиентов. Если можно предложить что-то, чего не могут предложить конкуренты, то скорее всего, стартап добьется большего успеха в завоевании нового бизнеса. Это может привести к увеличению доходов и прибыли для стартапа.

Еще одно преимущество наличия конкурентного преимущества заключается в том, что оно может помочь привлечь и удержать лучших сотрудников. Если можно предложить что-то, что сделает компанию более привлекательной для потенциальных сотрудников, чем конкуренты, то с большей вероятностью можно будет привлечь и удержать лучшие таланты. Это, в свою очередь, может помочь улучшить общую производительность компании [10, с. 60] (*Khraponenko, Grechkin, 2018, p. 60*).

Наконец, наличие конкурентного преимущества также может дать психологическое преимущество над конкурентами. Эта уверенность может быть заразной и может помочь мотивировать и вдохновить команду на достижение еще больших целей.

Итак, как можно видеть, есть много преимуществ, связанных с наличием конкурентного преимущества в стартапе. Если найти что-то, что сделает компанию лучше, чем у конкурентов, то, вероятно, будет получено вознаграждение в виде увеличения количества клиентов, доходов и прибыли.

6. Ключевые компоненты создания конкурентного преимущества

Чтобы создать конкурентное преимущество, компаниям необходимо сосредоточиться на ключевых областях, которые дадут им преимущество перед конкурентами. Эти области можно разделить на три основные категории: стоимость, дифференциация и клиентоориентированность.

Стоимость: чтобы быть конкурентоспособными, предприятия должны предлагать свои продукты или услуги по более низкой цене, чем их конкуренты. Они могут сделать это, либо сократив свои собственные расходы, либо взимая более высокую плату за свои продукты или услуги. Дифференциация: компании должны предлагать что-то уникальное, чего нет у их конкурентов. Это может быть более качественный продукт, более уникальная услуга или более удобное расположение. Ориентация на клиента: компании должны сосредоточиться на создании отличного клиентского опыта. Это означает

предоставление отличного обслуживания клиентов, наличие удобного веб-сайта и предложение продуктов или услуг, отвечающих потребностям их целевого рынка [3, с. 413–414] (*Gadzhiev, 2022, p. 413–414*).

Сосредоточив внимание на этих ключевых областях, предприятия могут создать конкурентное преимущество, которое поможет им добиться успеха на современном рынке.

7. Роль инноваций в создании конкурентного преимущества

Инновации широко признаны основным источником конкурентного преимущества. Это процесс вывода на рынок чего-то нового, который может принимать различные формы, такие как разработка нового продукта или услуги, улучшение существующего предложения или поиск нового способа ведения дел [9, с. 121] (*Minchukova, 2019, p. 121*).

Инновации часто связаны с творчеством и генерированием новых идей, но они также включают в себя претворение этих идей в жизнь и их воплощение в жизнь. Именно эта реализация может дать компании конкурентное преимущество.

Есть много причин, по которым инновации так важны для бизнеса. Во-первых, это может помочь им создавать новые продукты и услуги, которые клиенты хотят или в которых нуждаются. Это может привести к увеличению продаж и доли рынка. Во-вторых, это может помочь предприятиям улучшить свои существующие предложения, сделав их более эффективными и действенными. Это может привести к экономии средств и повышению производительности.

В-третьих, инновации могут помочь предприятиям выделиться среди конкурентов. Это можно сделать, предложив что-то уникальное, чего нельзя найти больше нигде. Наконец, инновации могут помочь предприятиям идти в ногу со временем и идти в ногу с последними тенденциями и технологиями.

Существует множество примеров компаний, которые добились конкурентного преимущества благодаря инновациям. Apple, пожалуй, самый известный пример. Компания постоянно выпускает новаторские продукты, меняющие технологический ландшафт. Ее продукция считается лучшей в своем классе, а ее торговая марка чрезвычайно сильна.

Еще одна компания, добившаяся конкурентного преимущества благодаря инновациям, – Amazon. Онлайн-ритейлер был одним из первых, кто предложил покупателям возможность делать покупки в Интернете, и с тех пор стал крупнейшим онлайн-ритейлером в мире. Amazon также находится в авангар-

де разработки новых технологий, таких как электронная книга Kindle и служба доставки Amazon Prime [6, с. 59] (*Kuzmin, 2020, p. 59*).

Инновации являются важной частью любого бизнеса, и им следует уделять должное внимание. Это может быть разницей между успехом и неудачей.

8. Проблемы сохранения конкурентного преимущества

Одна из самых больших проблем, с которыми сталкиваются компании, пытаясь сохранить конкурентное преимущество, заключается в том, что игровое поле постоянно меняется. То, что еще вчера давало бизнесу конкурентное преимущество, сегодня может уже не иметь значения. Это связано с тем, что другие предприятия всегда ищут пути улучшения и постоянно вводят новшества. Это означает, что компании должны постоянно искать новые способы оставаться впереди конкурентов.

Еще одна проблема, с которой сталкиваются предприятия, пытаясь сохранить конкурентное преимущество, заключается в том, что это может быть очень дорого. Например, бизнесу может потребоваться потратить много денег на исследования и разработки, чтобы придумать новые продукты или услуги, которые дадут ему преимущество перед конкурентами. Кроме того, бизнесу может потребоваться потратить деньги на маркетинг, чтобы убедиться, что их целевой рынок знает об их бренде и о том, что они могут предложить.

Наконец, еще одна проблема, с которой сталкиваются предприятия, пытаясь сохранить конкурентное преимущество, заключается в том, что его может быть трудно поддерживать. Это связано с тем, что как только бизнес достиг определенного уровня успеха, может быть трудно поддерживать тот же уровень производительности. Это связано с тем, что другие предприятия будут стремиться скопировать то, что делает успешный бизнес, чтобы попытаться достичь такого же уровня успеха.

Несмотря на трудности, сохранить конкурентное преимущество все же возможно. Однако для этого требуется, чтобы предприятия постоянно внедряли инновации и искали новые способы оставаться впереди конкурентов. Кроме того, предприятия должны быть готовы вкладывать время и деньги в такие виды деятельности, как исследования, разработки и маркетинг.

Заключение

Динамика бизнес-среды связана с глобализацией, усилением конкуренции, развитием корпоративных сетей и акцентом на клиентах. Кроме того, изменения в интеллектуальном капитале, технологические достижения и важность заинтересованных сторон направили компании по пути конкурентоспособности. Организации постоянно ищут новые способы генерирования идей и превращения их в инновационные продукты и услуги. В этом контексте речь идет о стартапах – компаниях, которые работают в высококонкурентной среде, – главное преимущество которых перед другими игроками заключается в массовом использовании инноваций в процессах разработки продуктов и услуг. Инновации являются ключевым фактором конкурентоспособности и выживания организаций такого типа.

Литература предполагает, что частота отказов при запуске составляет около 90%. Чтобы преодолеть высокий уровень закрытия бизнеса, стартапам необходимо искать высокорентабельные ниши для инноваций без необходимости крупных инвестиций, внедряя дифференцированные продукты и услуги с целью повышения лояльности клиентов. Акселераторы и инкубаторы – это механизмы, которые могут поддерживать стартапы, снижая риск неудачи. Кроме того, бизнес-акселераторы стимулируют динамические возможности стартапов, помогая им получить конкурентное преимущество и более высокую производительность на рынке по сравнению со стартапами, которые не включены в среду акселерации. Тем не менее стартапы должны создавать что-то новое или улучшать существующий продукт или услугу, стремясь решить реальную проблему на рынке. Успех стартапа зависит не от получения экономических выгод, а главным образом от создания чего-то, что способствует улучшению жизни людей. В этом смысле успех стартапа зависит от других факторов, связанных с лидерством, прорывными инновациями и расположением в специализированных кластерах.

В последнее время конкурентоспособность стала заметной в научном и деловом контекстах, поскольку страны и компании стремятся повысить производительность. Чтобы стать конкурентоспособными в среде, полной крупных организаций и ресурсов, стартапам необходимо понимать, какие факторы являются наиболее важными для повышения их уровня конкурентоспособности.

Исследование вносит свой вклад в литературу, представляя широкий анализ факторов, связанных с конкурентоспособностью стартапов. Кроме того, эта панорама является отправной точкой для исследователей и профессиона-

лов, работающих в экосистеме стартапов, для глубокого понимания элементов, связанных с повышением конкурентоспособности организации.

ИСТОЧНИКИ:

1. Бейгул Н.А. [Формирование конкурентных преимуществ стартапа](#) // Человеческий капитал и профессиональное образование. – 2021. – № 2(36). – с. 43–46.
2. Гавриленко Д.А. Развитие стартапов в России // Проблемы социально-экономической устойчивости региона: Материалы XVII Международной научно-практической конференции. Пенза, 2020. – с. 67–70.
3. Гаджиев Ш.М. [Финансовая и конкурентная устойчивость предприятия на рынке](#) // Актуальные вопросы современной экономики. – 2022. – № 6. – с. 412–414.
4. Емельянова И.Ф. [Сравнительный анализ понятий «конкурентоспособность» и «конкурентная устойчивость» предприятий](#) // Вести Автомобильно-дорожного института. – 2019. – № 4(31). – с. 61–69.
5. Коробейников В.Е. [Исследование успешных стартапов с точки зрения привлечения инвестиций](#) // Студенческий вестник. – 2020. – № 19–8(117). – с. 89–91.
6. Кузьмин И.А. [Стартапы как драйвер развития Российской экономики](#) // Вестник Академии права и управления. – 2020. – № 4(61). – с. 55–60. – doi: 10.47629/2074–9201_2020_4_55_60.
7. Максименко И.А. [Систематизация подходов к пониманию дефиниции «конкурентная устойчивость»](#) // Бизнес. Образование. Право. – 2020. – № 2(51). – с. 160–165. – doi: 10.25683/VOLBI.2020.51.240.
8. Максименко И.А. Теория и методология стратегического управления по критерию конкурентной устойчивости. – Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2022. – 172 с.
9. Минчукова А.Н. [Понятие инновационной системы и ее важность для стартапов](#) // Хроноэкономика. – 2019. – № 3(16). – с. 120–124.
10. Храпоненко И.Р., Гречкин Е.К. [Особенности развития стартапов в условиях инновационной экономики](#) // Синергия Наук. – 2018. – № 27. – с. 58–73.

REFERENCES:

- Beygul N.A. (2021). *Formirovanie konkurentnykh preimushchestv startapa* [Creating a startup's competitive advantages]. *Human Capital and Professional Education*. (2(36)). 43–46. (in Russian).
- Emelyanova I.F. (2019). *Sravnitelnyy analiz ponyatiy «konkurentosposobnost» i «konkurentnaya ustoychivost» predpriyatiy* [Comparative analysis of concepts of «competitiveness» and «competitive stability» of enterprises]. *Vesti Avtomobilno-dorozhnogo instituta*. (4(31)). 61–69. (in Russian).
- Gadzhiev Sh.M. (2022). *Finansovaya i konkurentnaya ustoychivost predpriyatiya na rynke* [Financial and competitive stability of the enterprise in the market]. *Aktualnye voprosy sovremennoy ekonomiki*. (6). 412–414. (in Russian).
- Gavrilenko D.A. (2020). *Razvitie startapov v Rossii* [Development of startups in russia] *Problems of socio-economic sustainability of the region*. 67–70. (in Russian).
- Khraponenko I.R., Grechkin E.K. (2018). *Osobennosti razvitiya startapov v usloviyakh innovatsionnoy ekonomiki* [Features of the development of startups in an innovative economy]. *Synergy of Sciences*. (27). 58–73. (in Russian).
- Korobeynikov V.E. (2020). *Issledovanie uspekhnykh startapov s tochki zreniya privilecheniya investitsiy* [A study of successful startups in terms of attracting investment]. *Studencheskiy vestnik*. (19–8(117)). 89–91. (in Russian).
- Kuzmin I.A. (2020). *Startapy kak drayver razvitiya Rossiyskoy ekonomiki* [Startups as a driver of the Russian economy development]. *Vestnik Akademii prava i upravleniya*. (4(61)). 55–60. (in Russian). doi: [10.47629/2074-9201_2020_4_55_60](https://doi.org/10.47629/2074-9201_2020_4_55_60).
- Maksimenko I.A. (2020). *Sistematizatsiya podkhodov k ponimaniyu defnitsii «konkurentnaya ustoychivost»* [Systematization of approaches to understanding the definition of «competitive stability»]. *Business. Education. Law*. (2(51)). 160–165. (in Russian). doi: [10.25683/VOLBI.2020.51.240](https://doi.org/10.25683/VOLBI.2020.51.240).
- Maksimenko I.A. (2022). *Teoriya i metodologiya strategicheskogo upravleniya po kriteriyu konkurentnoy ustoychivosti* [Theory and methodology of strategic management by the criterion of competitive sustainability] Krasnoyarsk: Sibirskiy federalnyy universitet. (in Russian).
- Minchukova A.N. (2019). *Ponyatie innovatsionnoy sistemy i ee vazhnost dlya startapov* [Concept of innovation system and its importance for startup]. *Khronoekonomika*. (3(16)). 120–124. (in Russian).

