

## 74. ОСНОВЫ СОЗДАНИЯ СТАРТАПА В СФЕРЕ ИНФОКОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Кудырко В.А., Кузнецова Е.О.

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь

Ермакова Е.В. – канд. зонк. наук

**Аннотация.** В статье раскрываются понятия стартапа, отмечается важность его роли в сфере инфокоммуникационных технологий, а также приводятся примеры стартапов, ставших крупными организациями. Рассматриваются основные этапы развития стартапов и проблемы, которые часто возникают у предпринимателей, решивших создать стартап.

В современной Беларуси индустрия информационных технологий является наиболее динамично развивающейся отраслью, которая с каждым годом становится все более сильным двигателем экономики страны и приобретает стратегическое значение. Белорусские IT-компании достигают значительных успехов на мировой арене, привлекая внимание инвесторов и партнеров. Некоторые компании становятся лидерами в своих сегментах, разрабатывая инновационные продукты и решения, которые востребованы на мировом рынке. Согласно «Глобальному инновационному индексу 2023», опубликованному Всемирной организацией интеллектуальной собственности, Республика Беларусь заняла 22-е место среди 132 государств по показателю «Доступ к ИКТ», 27-е место по показателю «Использование ИКТ» и по показателю «Экспорт ИКТ-услуг» – 10-е место в мире [1, 2, 3].

Стартапы в сфере информационных технологий становятся ключевым фактором для развития и прогресса в данной отрасли. Они представляют собой источник инноваций, прорывных технологий и предпринимательской активности, что способствует развитию ИТ-сектора и его влиянию на экономику. Стартап – постоянная или временная структура в любой отрасли экономики и предпринимательства для поиска и внедрения рентабельной, воспроизводимой и развиваемой бизнес-модели. Для стартапа характерны следующие черты: относительно короткий и ярко выраженный подъем операционной деятельности на начальных стадиях стартапа; ориентация на, часто интернациональный и неопределенный, но перспективный рынок. Стартап основывается на идеях и имеет инновационную основу. На начальном этапе основания вкладывать деньги в компанию выгоднее всего, поэтому у него сразу есть инвесторы [4].

Среди крупных стартапов Беларуси можно выделить следующие: Flo – мобильное приложение для мониторинга и отслеживания женского здоровья; FriendlyData (также известная как Reveal) – это платформа для обработки естественного языка, которая позволяет пользователям задавать вопросы на естественном языке и получать понятные и точные ответы на основе данных и системного анализа; Loopa – мобильное приложение для создания спокойной и расслабляющей атмосферы перед сном и др [5].

У каждого стартапа можно выделить 5 основных этапов создания: предпосевная стадия, посевная стадия, этап запуска, стадия роста и этап выхода.

Предпосевная стадия подразумевает формирование идеи и оценку ее устойчивости. Компания в первую очередь должна создавать ценность для клиента, стараться закрыть существующую проблему или упростить уже имеющиеся процессы. При формировании идеи стоит ориентироваться на более широкую целевую аудиторию, чтобы продуктом пользовалось большое количество людей. Предпринимателям стоит представлять четкую картину будущего, понимать, к чему они идут, что конкретно хотят получить и каким способом.

Даже на самом раннем этапе создания проекта требуется финансирование для разработки самого продукта, дизайна, работающего прототипа, а также для запуска продукта в серийное производство и раскрутки компании. Источниками финансовых ресурсов могут являться как сами предприниматели, так и бизнес-ангелы, гранты, венчурные фонды и компании. Молодые инновационные предприятия являются потенциальными источниками сверхприбыли. Именно это привлекает бизнес-ангелов – частных лиц, предпринимателей, которые вкладывают деньги в молодые компании на самых ранних стадиях их развития. Бизнес-ангелы могут вложить финансовые средства в проект, даже если существует еще только идея. Еще одним преимуществом бизнес-ангелов является то, что, как правило, они не вмешиваются в дела компании и не требуют срочного возврата вложенных средств, так как рискованные вложения не являются их единственным источником дохода, а их основная цель – получение прибыли в долгосрочной перспективе. Искать бизнес-ангелов либо их контакты стоит на конференциях и выставках инновационных разработок, где присутствуют они либо их представители. Еще одним способом поиска денежных средств является «краудфандинг». При таком методе финансирования деньги собираются от большого количества людей через онлайн-платформы, например, Kickstarter и Indiegogo [6, 7].

Посевная стадия стартапа представляет собой ранний этап развития компании, когда бизнес-идея претерпевает верификацию. На этой стадии основной упор делается на поиск и привлечение инвестиций, а также на разработку и тестирование продукта или услуги. Во время посевной стадии стартап активно взаимодействует с инвесторами, предлагая им свою бизнес-идею и привлекая финансовую поддержку для реализации проекта. Инвесторы играют важную роль, так как их финансовые вливания позволяют стартапу запуститься и продолжить свое развитие. Параллельно с поиском инвестиций, стартап на посевной стадии

проводит бета-тестирование своего продукта или услуги. На посевной стадии стартап может также столкнуться с изменением направления развития. В процессе верификации и тестирования бизнес-идеи могут выявиться слабости или неожиданные возможности, которые требуют пересмотра стратегии и корректировки планов развития. Гибкость и адаптивность на этом этапе могут быть ключевыми для сохранения жизнеспособности и успеха стартапа.

Этап запуска стартапа – это важный этап в развитии компании, когда продукт или услуга готовы быть предложенными на рынке. На этом этапе стартап сосредотачивается на коммерциализации своего предложения и создании основы для дальнейшего роста. Это включает разработку маркетинговых стратегий, определение целевой аудитории, установление ценовой политики и выбор каналов распространения. Кроме того, стартап также может привлекать первых клиентов и улучшать свой продукт или услугу на основе обратной связи от рынка. Этот этап является важным для установления прочных основ для дальнейшего развития и роста компании.

На этапе роста стартап сосредотачивается на расширении своего бизнеса и укреплении своих позиций на рынке. Он стремится привлечь больше клиентов, расширить географию своего присутствия или разработать новые продукты и услуги. Компания также может фокусироваться на оптимизации своих бизнес-процессов для более эффективного масштабирования. Важным аспектом этого этапа является укрепление конкурентных позиций путем развития уникальных преимуществ и установления прочных отношений с клиентами.

Заключительным является этап выхода. Компания прекращает стремительный рост, а инвесторы получают прибыль. Именно в этот момент стартап переходит в категорию малого или среднего бизнеса.

В процессе развития стартапы могут столкнуться с множеством проблем. Для каждого второго стартапа самая актуальная проблема – поиск талантливых разработчиков. Проблема более половины стартапов – привлечение опытных квалифицированных продавцов и маркетологов. В каждом пятом стартапе наблюдается дефицит управленческих кадров. Сильной стороной белорусских стартапов является наличие квалифицированных технологических кадров. Именно в Беларуси международные компании осуществляют поиск технологических талантов. Однако наблюдается дефицит разработчиков, что весьма парадоксально. Объяснить это можно тем фактом, что разработчики делают выбор в пользу более стабильного дохода в крупных зарубежных технологических компаниях или стартапах, привлечших инвестиции. Белорусские стартапы на ранних стадиях развития не всегда готовы предложить конкурентную заработную плату разработчику [8, 9].

В заключение можно отметить, что создание стартапа в сфере инфокоммуникационных технологий требует внимательного изучения рынка. Ключевыми аспектами успешного стартапа являются инновационность продукта или услуги, глубокое понимание потребностей клиентов, эффективная бизнес-стратегия и умелое управление ресурсами. Важно также учесть конкурентную среду и возможности масштабирования бизнеса. Разработка минимально жизнеспособного продукта и активное привлечение инвестиций могут способствовать успешному запуску и росту стартапа. Постоянное обновление и адаптация к изменениям в индустрии также являются важными факторами для долгосрочного успеха стартапа в сфере инфокоммуникационных технологий.

**Список использованных источников:**

1. Марахина, И. Инвестиционная инфраструктура белорусской стартап-экосистемы: субъекты, проблемы и направления развития / И. Марахина // *Банкаўскі веснік*. – 2020. – №7/648. – С. 51–76
2. Глобальный инновационный индекс 2023 года: Инновации в условиях неопределенности [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://www.wipo.int/global\\_innovation\\_index/ru/2023/](https://www.wipo.int/global_innovation_index/ru/2023/)
3. Бебяцкая, Т. Н. Управление электронной экономикой / Т. Н. Бебяцкая // *Наука и инновации*. – 2018. – № 5. – С. 49 – 55.
4. Наркулова, Ш.Ш. Маркетинговая специфика стартапов / Ш. Ш. Наркулова // *Journal of marketing, business and management*. – 2022. – №4
5. ТОП 10 белорусских стартапов, которые достигли успеха [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://startupjedi.vc/ru/content/top-10-belorusskih-startapov-kotorye-dostigli-uspeha>
6. Хайрулин, Р.В. Успешное управление стартапом в сфере инноваций / Р.В. Хайрулин // *Экономика и социум*. – 2014. – №4/13
7. Бебяцкая, Т. Н. Креативные технологии бизнеса : учеб.-метод. пособие / Т. Н. Бебяцкая, В. С. Князькова, С. Л. Фещенко. – Минск : БГУИР, 2017. – 116 с.
8. 5 основных этапов разработки продуктового стартапа [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://fideware.com/ru/blog/5-essential-stages-in-startup-product-development/>
9. Резкин, П.Е. Стартап как форма ведения бизнеса/ П.Е. Резкин, Е.И. Галешева // *Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D. Экономические и юридические науки*. – 2022. – №12