

4. Андреева, О. В. Риск-ориентированный инвестиционно-финансовый механизм обеспечения устойчивого развития компаний / О. В. Андреева // Наука и образование : хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. — 2018. — № 2. — С. 57—60.
5. Быков, А. А. Технологические уклады и пространственная составляющая экономического развития / А. А. Быков // Белорусский экономический журнал. — 2014. — № 1. — С. 114—126.

УДК 338.001.36

Д. В. Низовец, В. В. Новик

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

## РОЛЬ МОБИЛЬНОГО МАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

**Введение.** В настоящее время невозможно представить себе жизнь современного человека без смартфона. Мобильные устройства используются как средство связи с людьми, поиска информации в сети Интернет, для совершения покупок товаров или услуг, ведения бизнеса и т.д. Таким образом, многие компании активно разрабатывают новые стратегии мобильного маркетинга для привлечения новых клиентов или повышения вовлеченности аудитории.

В реалиях современного мира стратегия мобильного маркетинга является наиболее актуальной и востребованной. Любая компания, независимо от того, чем она занимается, продает или же предоставляет иные услуги, проводит кампанию мобильного маркетинга. Например, наиболее популярная площадка электронной коммерции AliExpress, придерживается подхода «сначала мобильный», когда речь заходит о создании маркетинговой стратегии для своего бизнеса.

**Основная часть.** На начало 2021 года численность населения мира составляла 7,83 миллиарда человек. Эта цифра сегодня растет на 1 % в год по данным Организации Объединенных Наций. Следовательно, ежегодно численность мирового населения в среднем увеличивается на 80 миллионов человек.

Рассматривая численность населения Республики Беларусь, стоит отметить, что на 9,5 млн. жителей страны приходится 7,82 млн. интернет пользователей, что соответствует 82,8 % от общего числа населения [1].

Сегодня мобильным телефоном пользуются каждый второй, а именно 5,22 миллиарда человек, 66,6 % от общемирового населения. С января 2020 года количество уникальных мобильных пользователей выросло на 1,8 % (93 миллиона), в то время как общее количество мобильных подключений увеличилось на 72 миллиона (0,9 %) и достигло 8,02 миллиарда к началу 2021 года [2].

В январе 2021 года Интернетом пользуются 4,66 миллиарда человек во всем мире, что на 316 миллионов (7,3 %) больше, чем в прошлом году. Уровень проникновения Интернета сейчас составляет 59,5 %. Стоит также учитывать нынешнюю ситуацию, связанную с пандемией COVID-19, которая в значительной степени повлияла на сбор данных о количестве пользователей Интернета, поэтому фактические цифры могут быть несколько выше [2].

В Республике Беларусь большинство пользователей, около 60 %, для доступа в Интернет используют персональный компьютер или ноутбук. Однако, это на 21 % меньше, чем в прошлом году. В тоже время пользователи все чаще для доступа в Интернет используют мобильные устройства, так количество пользователей, использующих смартфон, выросло на 69 % по сравнению с прошлым годом.

Наиболее популярной операционной системой в СНГ пространстве являются смартфоны на базе операционной системы Android (около 85 %). 14 % пользователей используют мобильные телефоны на базе операционной системы IOS, к ним относится продукция компании «Apple». Меньше 1 % пользователей используют смартфоны с операционной системой Windows Phone.

Около 70 % мирового населения используют для доступа в Интернет смартфоны ежедневно. Например, пользователи мобильных устройств на платформе операционной системы Android проводят в своих телефонах более 4 часов в сутки, в результате чего за один год общее количество времени проведения пользователей в своих телефонах составило 3,5 триллиона часов [3].

На круговой диаграмме ниже представлена информация о популярности тех или иных устройств, используемых для доступа в Интернет (рисунок 1).

На момент начала 2021 года в мире насчитывается более 4,2 миллиарда пользователей социальных сетей. За последние 12 месяцев эта цифра выросла на 490 миллионов, что означает рост более чем на 13 % в годовом исчислении. К началу 2021 года в социальных сетях зарегистрировалось почти полмиллиарда новых пользователей. Социальными сетями в 2021 году пользуются 53,6 % мирового населения. Всего 41% населения Республики Беларусь пользуется социальными сетями (3,9 млн), 95% из этих пользователей для доступа к социальным сетям используют мобильные устройства [2].

Ежедневно в течение 2020 года создавалось около 1,3 миллиона новых аккаунтов, что составляет примерно 15,5 новых пользователей в секунду. Рядовой пользователь социальных сетей сейчас проводит на этих платформах около 2 часа 25 минут каждый день, что соответствует примерно одному дню в неделю за выче-

том времени на сон. Учитывая эти данные, можно просчитать, что в 2021 году все пользователи в мире провели в социальных сетях 3,7 триллиона часов, что эквивалентно более 420 миллионам лет совокупного человеческого существования.

На гистограмме (рисунок 2) приведена динамика времени, проводимого рядовым пользователем в социальных сетях.

Из приведенных на гистограмме данных можно сделать вывод, что время, проводимое человеком в социальных сетях с каждым годом, увеличивается.

В 2021 году жители Филиппин являются наиболее активными пользователями социальных сетей в мире. По статистике они проводят в социальных сетях в среднем около 4 часов в день. В самом конце рейтинга находятся граждане Японии, которые проводят в социальных сетях около 51 минуты в день. Следует отметить, что это на 13 % выше, чем цифра 2020 года.

Граждане Республики Беларусь близки к среднемировому значению. Так, белорусы проводят в социальных сетях в среднем 2 часа 17 минут.

Из всех данных представленных выше, можно сделать вывод, что роль Интернета в жизни современного человека неуклонно растет. В тоже время наиболее популярными устройствами для доступа в Интернет по-прежнему являются персональные компьютеры и мобильные телефоны. Однако, в настоящее время мобильный телефон стал важнейшим каналом доступа в Интернет для населения мира, что обусловлено его компактностью, простотой, а также тем, что каждое новое поколение мобильных телефонов по своему функционалу приближается к понятию микрокомпьютер.

Во время COVID-19 опыт работы в Интернете с мобильных устройств расширился. Стоит отметить, что даже во время пандемии, люди по-прежнему предпочитают проводить время в Интернете при помощи мобильных телефонов.

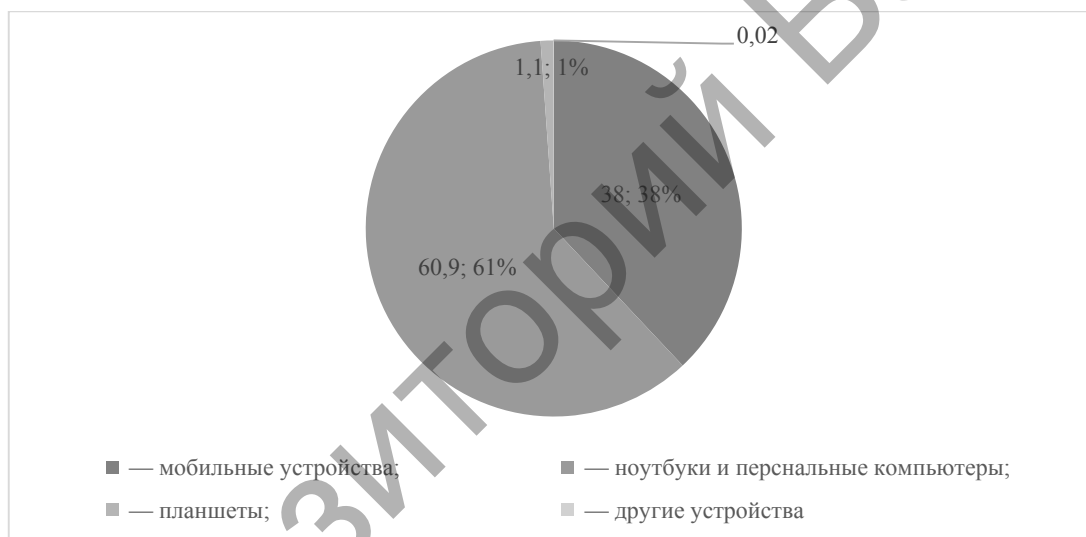


Рисунок 1 — Популярность устройств, используемых для доступа в Интернет, %

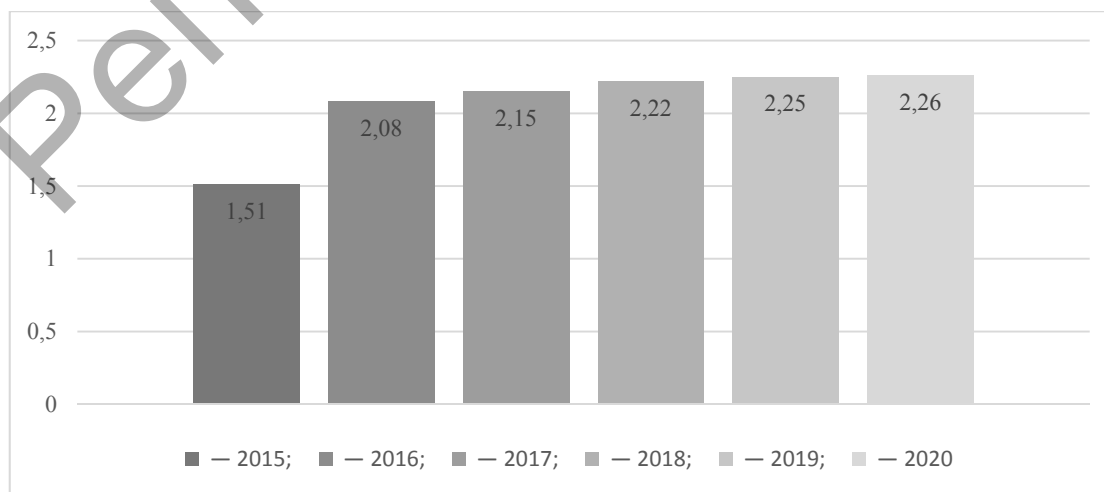


Рисунок 2 — Динамика времени, проводимого рядовым пользователем в социальных сетях, часах

В мобильных приложениях для социальных сетей также наблюдается устойчивый рост числа уникальных посетителей из-за ограничений по всему миру, связанных с пандемией. Наиболее ярким примером может служить приложение Zoom, получившее прирост в 2393% уникальных посетителей за этот период.

Время, проводимое на мобильных устройствах, продолжает расти, особенно это касается использования приложений. В 2020 году время, проводимое в социальных сетях, резко возросло, поскольку люди заменили живое, социальное взаимодействия онлайн-конференциями, звонками или беседами на мобильных устройствах.

Учитывая растущее число пользователей мобильных телефонов, отметим тот факт, что расходы на мобильную рекламу также неуклонно растут.

Статистика цифрового маркетинга предсказывает, что к 2023 году расходы на мобильную рекламу в США достигнут 156,38 миллиарда долларов [4]. На самом деле это небольшой пересмотр в сторону увеличения, по сравнению с 155,26 млрд долларов, которые прогнозировались ранее до пандемии.

Индустрия рекламы мобильных приложений продолжает расти, несмотря на глобальный экономический кризис, о чем свидетельствуют следующие факты. Среднемесячное число рекламодателей мобильных игр составляет 18000, а среднемесячное число рекламодателей неигровых приложений — 70000. Число рекламодателей в апреле является самым большим, в общей сложности более 93000. Оно увеличилось на 5,79 % по сравнению с показателем за второе полугодие 2020 года [4].

**Заключение.** Мобильный маркетинг будет продолжать развиваться, поскольку появляется все больше пользователей смартфонов каждый день. Количество времени, проводимого в Интернете с помощью мобильных устройств, ощутимо возросло в 2021 году. Так, уже в первые месяцы с начала пандемии количество загрузок приложений для доставки продуктов в США выросло на 200%. Этот тренд будет сохраняться до тех пор, пока COVID-19 не прекратит свое существование в глобальных масштабах.

Поскольку клиенты все больше времени проводят в своих мобильных устройствах и, зачастую, выбирают социальные сети в качестве способа отвлечься, логичным развитием идеи мобильной коммерции станет коммерция социальная. Социальные сети, например, Instagram, Facebook и Twitter уже предоставляют все необходимые инструменты для продвижения и продажи продуктов и услуг.

Таким образом, мобильный маркетинг на данный момент является одним из наиболее актуальных направлений маркетинга в целом. На это влияет как увеличение пользователей сети Интернет, так и увеличивающаяся мощность мобильных телефонов, а также расширение самого функционала мобильных устройств. Немаловажным фактором являются условия пандемии COVID-19, требующие от людей социального дистанцирования, тем самым увеличивая роль мобильных устройств в жизни человека. Это может быть, как доставка продуктов, покупки в Интернете, просмотр кино и сериалов на стриминговых сервисах и т. д.

Используя предоставленные статистические данные выше можно утверждать, что такие видеохостинги, как YouTube, а также известные мобильные приложения станут самыми популярными каналами онлайн-маркетинга в будущем.

#### Список цитируемых источников

1. Digital 2021: Актуальная статистика и аудитория социальных сетей в мире и Беларуси [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://belretail.by/article/digital-aktualnaya-statistika-i-auditoriya-sotsialnyih-setey-v-mire-i-belarusi>. — Дата доступа: 23.04.2022.
2. Вся статистика интернета и соцсетей на 2021 год — цифры и тренды в мире и в России [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.web-canare.ru/business/vsya-statistika-interneta-i-socsetej-na-2021-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/>. — Дата доступа: 23.04.2022.
3. These Are the Most Common Activities on Mobile Phones [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.marketingcharts.com/industries/telecom-industries-118519>. — Дата доступа: 23.04.2022.
4. Главные тренды и прогнозы в области цифрового маркетинга на 2022 год [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://admarket.news/glavnye-trendy-i-prognozy-v-oblasti-tsifrovogo-marketinga-na-2022-god/>. — Дата доступа: 23.04.2022.

УДК 338.43

Т. А. Оруч

ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет сервиса», Тольятти, Российская Федерация

## АНАЛИЗ ПРОЦЕССОВ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РАЗЛИЧНЫХ ОТРАСЛЯХ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

**Введение.** Экономика России с 2014 года развивается в условиях международных экономических санкций, которые действуют и в настоящее время, постоянно продлеваются и ужесточаются. При этом затрагиваются санкционными ограничениями все новые отрасли экономики и предприятия. В связи со сложившейся обстановкой на международных рынках проблема импортозамещения является актуальной для обеспечения экономической безопасности страны.