

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Введение. Для реализации предпринимательских молодежных инициатив в Республике Беларусь создан и ежегодно развивается комплекс благоприятных условий в направлении материального стимулирования, построения инфраструктурных коммуникаций, оптимизации организационно-управленческих процессов. Однако, с целью социально-экономического развития страны необходимо инновационное развитие отраслевых комплексов страны за счет интеллектуального потенциала. Для решения этой задачи важнейшим ресурсом выступает молодежь, генерирующая инновационные идеи.

Основная часть. Рейтинг Doing Business — это список стран, в которых легче всего основать собственное предприятие. Он рассчитывается по огромному количеству показателей: сколько ждать решения по кредиту, сколько надо заплатить налогов, есть ли коррупция и так далее. В международном рейтинге Всемирного банка «Doing Business» в 2020 году Республика Беларусь заняла 49 место, Российская Федерация — 28 место, а Китай находится на 31 месте [1]. Среди 190 стран мира для Республики Беларусь данный показатель является весьма благоприятным.

С целью стимулирования инновационной активности организаций, в том числе, малого бизнеса, а также для реализации предпринимательских молодежных инициатив в Республике Беларусь принят ряд нормативно-правовых актов:

1. Указ Президента Республики Беларусь «О Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2021-2025 годы» от 15 сентября 2021 года №348.
2. Постановление Совета Министров Республики Беларусь «О Государственной программе «Малое и среднее предпринимательство» на 2021-2025 годы» от 29 января 2021 г. № 56.
3. Постановление Совета Министров Республики Беларусь «Стратегия развития государственной
4. молодежной политики в Республике Беларусь до 2030 года» от 19 июня 2021 г. № 349.
5. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года, одобренная протоколом заседания Президиума Совета Министров Республики Беларусь от 2 мая 2017 г. №10.

На рисунке 1 отражены уровни «рождаемости» и «смертности» предприятий за последние 10 лет в Республике Беларусь [2]. На основе статистического анализа показателей бизнес-демографии, можно сделать вывод о существенном и ежегодном спаде уровня «рождаемости» предприятий после 2014 года и, наоборот, незначительной тенденции роста уровня «смертности» предприятий Беларуси за последние 10 лет, что обусловлено, в первую очередь, колебаниями международных экономических показателей, сложной системой налогообложения, финансово-кредитной политикой и другими факторами.

Для оценки состояния направлений развития предпринимательства в Брестской области представим анализ основных показателей (данные Национального статистического комитета Республики Беларусь):

1. Число микро-, малых и средних организаций.
2. Численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками.
3. Численность студентов в Брестской области.

С 2013 года отмечена отрицательная тенденция по количеству функционирующих микро-, малых и средних организаций в Брестской области (рисунок 2), что, скорее всего, обусловлено неудовлетворительными финансовыми условиями (налоговой, бюджетной, финансово-кредитной политикой), особенно, для стартапов.



Рисунок 1 — Уровни «рождаемости» и «смертности» предприятий в Республике Беларусь за 2010—2020 гг., %

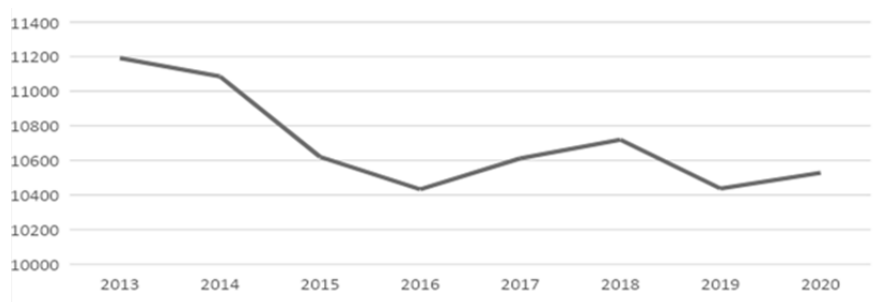


Рисунок 2 — Число микро-, малых и средних организаций в Брестской области с 2013 года по 2020 год

С целью активизации использования предпринимательского потенциала в Брестском регионе принят ряд мер, способствующих стимулированию инновационной, научно-исследовательской активности. В частности, финансирование инновационных, научно-исследовательских проектов за счет средств местных инновационных фондов (Брестской области и других областей), конкурсы на соискание грантов для молодых ученых, студентов. В результате данных действий отмечен рост количества персонала, занятого научными исследованиями и разработками, в Брестской области (рисунок 3), формирующий конкурентоспособность экономической системы региона.

Однако, следует отметить отрицательную динамику численности студентов учреждений высшего образования в Брестской области, начиная с 2011 года, в среднем на 15% ежегодно (рисунок 4), что обусловлено демографическим спадом в регионе. С целью улучшения демографической обстановки принят ряд нормативно-правовых актов, стимулирующих рождаемость и создающих условия социального обеспечения граждан страны.

На основе данных глобального опроса студентов в области развития бизнес-образования в стране по итогам 2020 года получены данные, характеризующие отрицательный коэффициент корреляции между уровнем (рейтингом) национальной системы образования и долей созданных микроорганизаций и индивидуальных предпринимателей (рисунок 5) [3]. Следовательно, молодежь, не видя перспектив для улучшения материального состояния за счет применения приобретения новых знаний и реализации собственных инициатив, обучаясь в учреждениях высшего образования, склонна к открытию собственного дела.

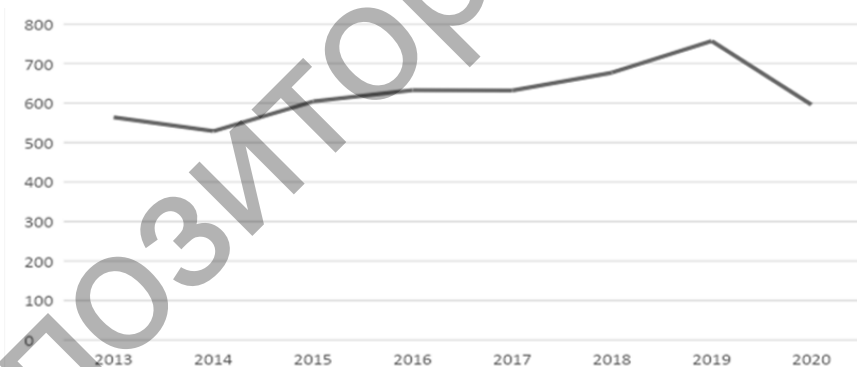


Рисунок 3 — Численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками с 2013 года по 2020 год, человек

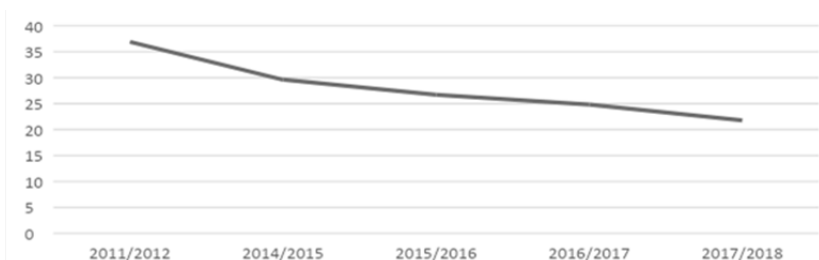


Рисунок 4 — Численность студентов (тыс. чел.) в Брестской области

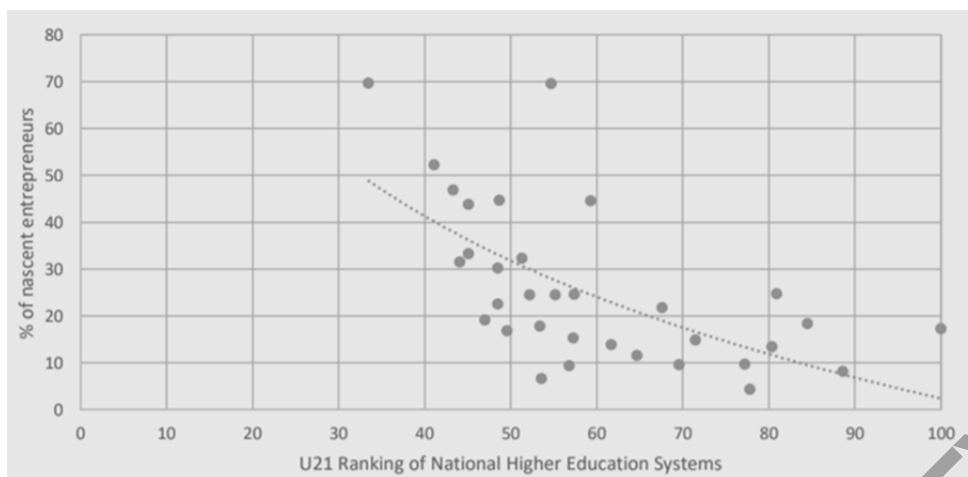


Рисунок 5 — Зависимость уровня (рейтинга) национальной системы образования и долей начинающих предпринимателей по итогам Глобального опроса студентов в 2020 году

Для оценки состояния существующих проблемных вопросов в современной системе подготовки будущих специалистов (высшее образование) и выявления трендов развития предпринимательства среди молодежи проведен опрос (по 13 сформулированным вопросам в Google-форме) в октябре 2021 года. В качестве респондентов выступили студенты 1 курса учреждения образования «Барановичский государственный университет». Общее количество респондентов — 105.

По результатам проведенного исследования были сделаны следующие результаты:

1. 86,7 % респондентов желают заниматься бизнесом.
2. Приоритетными направлениями бизнеса, планируемыми к реализации, определены — информационные технологии, спорт и туризм (в совокупности 70,5% респондентов).
3. 65,1 % опрошенных указали на отсутствие в целом учебных предметов, связанных с бизнес-тематикой.
4. В качестве основных стимулов реализации собственного бизнеса определены улучшение материального состояния (30,2 %), польза для общества (20,9 %), реализации своих инновационных идей (14 % опрошенных) и другие.
5. Основными барьерами, препятствующими развитию собственного бизнеса, выявлены риск неудачи (25,6 %), отсутствие необходимого объема финансирования (23,3 %), отсутствие самой идеи для бизнеса (14 % респондентов) и другие.

Заключение. Актуальность исследования обуславливает необходимость развития молодежного предпринимательства в стране. На основе анализа статистической информации и обработки первичной информации (по результатам опроса) можно сделать следующие выводы в качестве практических рекомендаций по развитию молодежного предпринимательства:

- расширение практики использования дополнительных форм финансирования молодежных предпринимательских инициатив (в частности, краудфандинг, венчурное финансирование, доленое финансирование);
- введение в образовательные программы учреждений образования ряда учебных предметов (учебных дисциплин), направленных на развитие бизнес-компетенций (в частности, бизнес-планирование, стартап-проектирование, проектный менеджмент и другие);
- развитие взаимодействия между разработчиками, производителями и пользователями (заказчиками) и системы функционирования субъектов научно-инновационной инфраструктуры, инфраструктуры поддержки предпринимательства (в частности, центров трансфера технологий, бизнес-инкубаторов, технопарков, центров поддержки предпринимательства, отраслевых лабораторий и др.);
- рассмотрение возможности применения системы льгот для организаций, выполняющих НИОКР на основе системы критериев эффективности их деятельности;
- организация научно-образовательных, практико-ориентированных мероприятий, акселерационных программ с привлечением представителей бизнеса, реального сектора экономики и практической отработки полученной информации для закрепления бизнес-навыков.

Список цитируемых источников

1. Международный рейтинг Всемирного банка по оценке условий для ведения бизнеса «Doing Business» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.worldbank.org/en/programs/business-enabling-environment/doing-business-legacy> — Дата доступа: 01.05.2022.
2. Бизнес-демография в Республике Беларусь, 2021 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_bulletin/index_40084/ — Дата доступа: 02.05.2022.
3. National Reports based on the 2021 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: Survey <https://www.guess-survey.org/publications/publications/national-reports.html> — Дата доступа: 01.05.2022.

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-