

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 взаимодействие 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.

Развитие инновационной деятельности на современных предприятиях является не только фактором обеспечения их конкурентоспособности на рынке, но и способом реализации государственной политики импортозамещения.

Основная часть. В ответ на введенные международные санкции постановлением Правительства РФ от 15 апреля 2014 № 328 была утверждена Государственная программа «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности». Данным документом утверждены планы развития импортозамещения и внедрения инновационных технологий для каждого вида промышленности в стране до 2024 года. Государственной программой определены отрасли, на которые распространяется импортозамещение: машиностроение, легкая промышленность, энергомашиностроение, робототехника, промышленное программное обеспечение, аддитивные технологии и технологии «цифрового производства», добыча редкоземельных металлов, отрасли химического комплекса и другие.

В настоящее время импортозамещение продолжает оставаться актуальным направлением развития регионов РФ.

Импортозамещение является вариантом «экономической стратегии и промышленной политики государства, направленных на замену импорта промышленных товаров, пользующихся спросом на внутреннем рынке, товарами национального производства» [1]. В тоже время импортозамещение можно рассматривать и как способ стимулирования развития инновационной деятельности предприятий. Таким образом, получается, что с одной стороны, импортозамещение позволяет активизировать инновационную деятельность предприятий, а с другой стороны, развитие инновационной деятельности позволяет реализовывать политику импортозамещения [2].

Анализ статистических данных показывает, что в период 2000—2012 гг. импорт только увеличивался и исключением стал 2009 год, когда случился мировой финансовый кризис. Годовой прирост импорта России в среднем составлял в тот период более 25%. Наибольшего значения импорт России достигал в 2012—2013 гг. (317,3 млрд.долл и 315,3 млрд.долл соответственно). В постсанкционный период начиная с 2014 года наименьший объем импорта приходится на 2015—2016 гг. (182,9 млрд. долл и 182,4 млрд.долл соответственно) и 2016 год (179,8 млрд. долл). В период 2017—2021 гг. наблюдается постепенный рост объема импорта, за исключением 2020 года. В 2020 году снижение импорта было вызвано влиянием пандемийного кризиса. В 2021 году происходит постепенное восстановление экономики, и рост объема импорта России приближается к значениям 2011 года.

Нарастающий импорт стал создавать угрозу экономической безопасности страны. А в условиях введения международных санкций в 2014 году импортозамещение продиктовано было в первую очередь интересами экономической безопасности страны для бесперебойного обеспечения населения необходимыми товарами и услугами, и как следствие ее национальной безопасностью.

В настоящее время количество отраслей российской экономики, затронутых процессами импортозамещения, значительно увеличилось по сравнению с 2014 годом.

В структуре импорта России в период 2013—2020 гг. преобладают такие группы товаров, как машины, оборудование и аппаратура (31 %) и продукция химической промышленности (12 %). Таким образом, исходя из перечня основных групп товаров, импортируемых в Россию, видно, что преобладает в нем продукция различных отраслей промышленности.

Среди стран дальнего зарубежья основными торговыми партнерами РФ по показателям импорта продукции в 2021 году стали Китай (20 %), Германия (11 %) и США (6 %).

Географическая структура российского импорта имеет высококонцентрированный характер. Около половины импорта приходится на страны ЕС и США, которые ввели международные санкции в отношении России, а вторая половина импорта ориентирована на Китай. Такая концентрация импорта несет угрозы экономической безопасности страны.

Для обеспечения экономической безопасности страны в качестве основных направлений импортозамещения Правительством РФ определено сельское хозяйство и промышленность.

В условиях, когда невозможно обеспечить полное импортозамещение в отдельных отраслях промышленности, в качестве меры государственной поддержки следует рассматривать доступность параллельного импорта в таких отраслях. И тогда результатом политики импортозамещения станет полная переориентация промышленности на отечественных производителей в военной и космической промышленности, а в гражданской промышленности в приоритете также будут находиться российские производители, но полного отказа от импорта из дружественных стран на данный момент не произойдет [1].

Развитие инновационной деятельности на современных предприятиях является не только фактором обеспечения их конкурентоспособности на рынке, но и способом реализации государственной политики импортозамещения. Меры поддержки инновационной деятельности предприятий могут быть представлены в различных формах: гранты, субсидии, займы, софинансирование проектов, вхождение в уставной капитал и т. д. Однако имеются и проблемы, которые мешают развитию инновационной деятельности предприятий в условиях импортозамещения. К таким проблемам можно отнести отраслевую несбалансированную инновационную деятельность предприятий. Для решения отмеченной проблемы необходима разработка механизмов стимулирования предприятий к повышению их инновационной активности, внедрению инновационных технологий, к участию в реализации крупных инновационных проектов [3].

Заключение. Экономическая целесообразность реализации политики импортозамещения связана со следующими аспектами:

1. Рост производства внутри страны стимулирует создание новых рабочих мест и совершенствование подготовки кадров.
2. Прибавочная стоимость консолидируется внутри страны.
3. Импортозамещение производства стратегически важной продукции для населения и экономики страны в целом позволяет обеспечить бесперебойность поставок и неразрывность производственного цикла.
4. Размещение импортозамещающих производства в основном на базе уже действующих предприятий, что дает дополнительный стимул для развития данных предприятий, отрасли их функционирования и территории их размещения.
5. Высокотехнологичные импортозамещающие производства создают дополнительный спрос на сырье, материалы, оборудование, которое производится в стране.
6. Продукция, произведенная в стране в качестве импортозамещающей, как правило, по сравнению с зарубежными аналогами имеет более низкую цену за счет более низких затрат на производство и отсутствия таможенных пошлин.
7. Отечественные предприятия являются более осведомленными относительно предпочтений своих потребителей, культурных особенностей территории их проживания и поэтому могут изготовить продукцию в большей степени соответствующую запросам данных потребителей.

Таким образом, реализация политики импортозамещения способствует обеспечению экономической и социальной стабильности в стране, структурной трансформации экономики [4].

Список цитируемых источников

1. *Кемейшо, А. С.* Результаты импортозамещения в России (оценка на конец 2020 года) // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. — 2020. — № 4 (46) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rezultaty-importozamesheniya-v-rossii-otsenka-na-konets-2020-goda>. — Дата доступа: 24.08.2022.
2. *Перегородиева, Л. Н.* Развитие управления импортозамещением на отечественных промышленных предприятиях : автореф. дис. ... канд. экон. наук / Л. Н. Перегородиева. — Саратов, 2013.
3. *Овчинников, А. П.* Влияние стратегии импортозамещения на инновационное развитие предприятий // Наука и бизнес: пути развития, 2021. — № 2(116). — С. 138—140.
4. *Анимица, Е. Г.* Импортозамещение в промышленном производстве региона: концептуально-теоретические и прикладные аспекты / Е. Г. Анимица, П. Е. Анимица, А. А. Глузов // Экономика региона. — 2015. — № 3. — С. 160—172.

УДК 330.59

А. К. Островская, Ж. Л. Дыдышко

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

ИЗМЕНЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЦЕН НА ТОВАРЫ И УСЛУГИ КАК ФАКТОР УРОВНЯ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ

Введение. На современном этапе развития экономики Республики Беларусь проблемы уровня жизни населения и факторы, определяющие его динамику, становятся очень важными. От их решения во многом зависит направленность и темпы дальнейших преобразований в стране и стабильность в обществе. Решение этих проблем требует определенной политики, выработанной государством, центральным моментом которой был бы человек, его благосостояние, физическое и социальное здоровье. Именно поэтому все преобразования, которые так или иначе могут повлечь изменение уровня жизни, вызывают большой интерес у самых разнообразных слоев населения.

Основная часть. Уровень жизни — многогранное явление, которое зависит от множества разнообразных причин, начиная от территории, где проживает население, то есть географических факторов, заканчивая общей социально-экономической и экологической ситуацией, а также состоянием политических дел в стране. На уровень жизни в той или иной степени может влиять и демографическая ситуация, и жилищно-бытовые и производственные условия, объем и качество потребительских товаров, но все наиболее значимые факторы можно объединить в следующие группы:

- политические факторы;
- экономические факторы;
- социальные факторы;
- научно-технический прогресс,
- экологические факторы и др. [1].