

3. Кадровая политика и кадровое планирование [Электронный документ]. – Режим доступа: https://studme.org/66325/menedzhment/tseli_zadachi_kadrovoy_politiki. – Дата доступа: 17.03.2018

УДК 338.2

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СТАРТАПОВ В БЕЛАРУСИ

*А.И. Мельник, А.Д. Толкач, студентки группы 10503217 ФММП БНТУ,
научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Е.В. Бертош*

Резюме – Научно-технический прогресс затронул все сферы в обществе, включая экономическую. Для развития национальной экономики необходимо использовать инновационные достижения. В последние годы стали широко использоваться стартап-проекты. Поддержание стартапов позволяет талантливым специалистам реализовывать свои инновационные идеи в реальные проекты. Наличие стартап-центров на территории Республики Беларусь делает ее более привлекательной для иностранных инвесторов.

Resume – Scientific and technical progress has affected all spheres in society, including the economic one. It is necessary to use innovative achievements for the development of the national economy. In recent years, start-up projects have become widely used. Maintaining startups allows talented professionals to implement their innovative ideas in real projects. The presence of start-up centers in the territory of the Republic of Belarus makes the country more attractive to foreign investors.

Введение. Актуальность развития стартапов на территории Беларуси обусловлена: наличием перспективных молодых предпринимателей; развитием высокотехнологических отраслей. Целью инвесторов является создание среды для стимулирования и поддержки бизнес-активности обучающихся, молодых ученых и молодых специалистов в научно-инновационной сфере.

Основная часть. В последние годы развитие стартапов набирает обороты. При производстве новых товаров или услуг, производители стремятся найти новые возможности и извлечь выгоду. Для поддержки предпринимательской деятельности на территории Беларуси была разработана и издана Директива Президента Республики Беларусь № 4 от 31 декабря 2010 г. «О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь», которая путем развития государственно-частного партнерства и расширения прав руководителей бюджетных усовершенствовала условия ведения бизнеса и улучшила состояние национальной экономики [3]. Стартап – это новая компания (возможно даже не являющаяся еще юр. лицом), которая только начинается развиваться и строит свой бизнес либо на основе инноваций [2]. Любой стартап не возможен без идеи. Сама идея, без материальной поддержки, существует только на бумаге или на словах и стоит очень мало. Успешность идеи заключается в ее востребованности. Материальную поддержку идеи, воплощенную в стартап, оказывают инвесторы. В последние годы IT-сектор становится привлекательным для инвесторов. Вкладывая в данный сектор средства, инвестор получает прибыль в максимально короткие сроки. К проблемам развития стартапов на территории Беларуси можно отнести недостаток финансирования, нестабильность национальной экономики и нехватка талантов. Отсутствие целей и перспективы развития проекта в будущем препятствует заинтересованности инвесторов. Только слаженная команда, которая имеет мотивацию и обладающая необходимой компетентностью, способна превратить идею в прибыльный бизнес с перспективной дальнейшего роста. Инвестор будет вкладывать средства в стартап, только когда увидит в нем перспективу. Необходимо грамотно излагать свою идею, описывать риски и возможную прибыль. Прежде всего можно отметить поддержку студенческих стартапов со стороны университетов. Примером является Научно-технологический парк БНТУ «Политехник». За последние несколько лет БНТУ выступил в качестве эффективной площадки для реализации ряда масштабных инновационных проектов в различных областях. Проводится поддержка проектов на протяжении всех его этапов, проекты участвуют в республиканских и международных конкурсах, проводится бесплатное обучение по нескольким курсам. Помимо этого на национальном уровне проводятся мероприятия «Стартап года» для предпринимателей и инвесторов.

Заключение. Таким образом, инновационные стартапы представляют собой потенциально важный сектор белорусской экономики и фундаментальный актив для будущего роста страны. Если Беларусь сможет опираться на технические знания, успехи основателей бизнеса, их менторов и инвесторов для создания активной предпринимательской экосистемы, она может стать значимым игроком в мировой экономике знаний, повысив свою конкурентоспособность и долгосрочные перспективы развития.

ЛИТЕРАТУРА

1. Стартапы в Республике Беларусь Актуальные вопросы развития: [Электронный документ]. - Режим доступа: <https://constructor.ru/finansy/chto-takoe-startap.html>. - Дата доступа: 20.03.2019.

2. Что такое стартап? [Электронный документ]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/startapy-v-respublike-belarus-aktualnye-voprosy-razvitiya>. - Дата доступа: 20.03.2019.

3. О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь:[Электронный документ] . - Режим доступа: http://president.gov.by/ru/official_documents_ru/view/direktiva-4-ot-31-dekabrja-2010-g-1400/. - Дата доступа: 20.03.2019.
УДК 659.13.17

SMM КАК ЗАЛОГ УСПЕШНОГО БИЗНЕСА

*К.С. Мешкова, студент группы 10503416 ФММП БНТУ,
научный руководитель – преподаватель А.В. Забавская*

Резюме – Бизнес уверенными шагами уходит в онлайн: практически любое предприятие имеет свой сайт. Еще несколько лет назад никто представить не мог, что благодаря социальным сетям можно будет продвигать и продавать свой товар. Социальные сети не стоят на месте, они активно развиваются. С каждым днем увеличивается количество пользователей и число посещений социальных сетей. Например, в своем ежегодном отчете Facebook сообщил о том, что количество ежедневных посетителей данной социальной сети составило 1,52 млрд в 2018 году, что на 9% больше по сравнению с 2017 годом. И среди этого потока людей любой предприниматель может найти своего потенциального потребителя и продать ему свой товар (услугу). Поэтому на сегодняшний день для успешного ведения бизнеса необходимо знать и уметь пользоваться SMM.

Resume – Business confident steps going online: almost any company has its own website. A few years ago, no one could imagine that, thanks to social networks, it would be possible to promote and sell their goods. Social networks do not stand still, they are actively developing. Every day the number of users and the number of visits to social networks increases. For example, in its annual report, Facebook reported that the number of daily visitors to this social network was 1.52 billion in 2018, which is 9% more compared to 2017. And amid this stream of people, any entrepreneur can find his potential consumer and sell him his product (service). Therefore, today for successful business it is necessary to know and be able to use SMM.

Введение.SMM – это вид маркетинга, который ставит перед собой задачу открыть для социальных сетей продукцию предприятия, найти его целевую аудиторию и предложить ей свой товар. Традиционные виды продвижения уходят в сторону, уступая SMM маркетингу. Реклама на телевидении и по радио становится однообразной и скучной, газеты теряют свою актуальность. А вот значимость социальных сетей все растет и растет.

Основная часть. Почему же среди всех видов продвижения стоит сделать акцент на SMM?

1. невысокая стоимость. Относительно низкая стоимость рекламного контакта (в разы дешевле рекламы в прессе, при больших масштабах дешевле рекламы на ТВ);
2. большой охват ЦА. С каждым днем все больше людей регистрируются на различных сайтах, что увеличивает количество потенциальных потребителей нашей продукции. Также есть возможность определить для себя свою ЦА и подстроить под нее подходящую рекламу;
3. общение с потребителями. Благодаря SMM компания получает быструю реакцию от покупателя как о своей рекламе, так и о своем продукте, что помогает быстро реагировать на положительные и негативные отзывы;
4. повышение преданности к бренду. При продвижении товара в социальной сети пользователи не воспринимают информацию как рекламу, они относятся к ней, как к некоей рекомендации или совету.
5. постоянность. Потребитель может зайти в социальную сеть в любое время и всегда увидеть там нашу рекламу [1].

После того, как были выявлены преимущества SMM, необходимо выбрать метод продвижения в социальных сетях:

1. создание группы (сообщества). Представители компании ежедневно публикуют информацию о новых товарах, интересные факты, объявляют о розыгрышах, скидках и т.д.;
2. создание ветки на форуме. Выбирается несколько ключевых форумов по тематике продукта и создаются темы, где можно отвечать на интересующие вопросы клиентов, работать с претензиями и замечаниями, реагировать на критику, публиковать важные объявления;
3. блоги. Можно создать отдельный блог по тематике бренда, в котором будет отражаться информация как о самой компании, так и про продукцию [2]. Но наиболее интересной вариантом блога является влог, в котором можно делать различные обзоры на товар. Снимать видео о различных новинках, тестируя их на работниках компании, что спровоцирует большее доверие со стороны потребителей.

Заключение.SMM должен стать неотъемлемой частью каждой компании, потому что медиамаркетинг отличается своей доступностью, большим охватом ЦА и оперативностью реагирования. Для качественного и профессионального продвижения бренда следует обращаться в SMM-агентства, которые проанализируют спрос и предложение необходимого товара и подберут правильную и качественную рекламу для ЦА. Такой подход обеспечит стабильный рост известности предприятия и поспособствует созданию положительного имиджа компании.