

3. Value of banking merger and acquisitions (M&A) deals [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.statista.com/statistics/1082624/value-of-merger-and-acquisitions-deals-in-the-banking-sector-worldwide/>. – Date of access: 18.03.2022.

Венчурное инвестирование в Республике Беларусь: текущее состояние, проблемы и их решения

*Барышева Е. А., студ. III к. БГУ,
науч. рук. преп. Журавская К. С.*

Актуальным для Республики Беларусь является создание инновационной экономики. Для реализации данной задачи одним из шагов является поддержание механизмов венчурного инвестирования, что в перспективе обеспечит инновационное развитие страны.

С законодательной точки зрения на данный момент в Беларуси нет ни одного венчурного фонда. Тем не менее в стране функционируют некоторые инвестиционные институты, деятельность которых имеет сходства с венчурными фондами, например, Российско-Белорусский фонд венчурных инвестиций, фонд прямых инвестиций «Зубр Капитал», инвестиционная компания «Бульба Венчурс». Основное финансирование проектов осуществляется за счет бизнес-ангелов. Однако белорусские инвесторы на данный момент еще не имеют возможности вкладывать среднемировые суммы, а только не более 100 тыс. долл. США.

Больше всего объемы венчурных инвестиций в Беларуси привлекают следующие отрасли: искусственный интеллект, разработки для здоровья, финансовые технологии и виртуальная реальность. Количество инвестиционных сделок с белорусскими основанными и зарегистрированными стартапами растет в соответствии с мировыми тенденциями: рост с 2014-го по 2019 г. включительно и резкий спад в 2020 г. в связи с увеличенными рисками и опасениями инвесторов в связи с коронавирусной пандемией. Среднегодовой прирост количества действующих стартапов в Беларуси в период с 2014-го по 2020 г. составляет 24,1%. Несмотря на рост количества стартапов в 2020 г. в целом, а также основание новых проектов, коронавирус все же оказал негативное влияние на венчурную индустрию, так как порядка 20 стартапов закрылись в течение 2020 г. Вместе с падением количества венчурных сделок в 2020 г. наблюдался и резкий спад объема венчурных инвестиций в Беларуси, который сократился на 21,8% по сравнению с 2019 г. и составил 36 млн долл. США, когда как в 2019 г. объем составил 45,6 млн долл. США. Рынок венчурных инвестиций в 2020 г. отличился нестабильностью динамики как количества сделок, так и их объемов. Данное положение

на рынке объясняется экономическим спадом страны в целом, также негативным влиянием коронавирусной пандемии, за счет чего деловая активность в Беларуси снизилась.

Недостатком венчурного рынка в Беларуси является отсутствие устоявшейся законодательной базы. Рынок в республике достаточно молодой, привлекательных проектов пока еще немного, за счет чего активность инвесторов не соответствует ожиданиям предпринимателей, что, в свою очередь, не подталкивает рынок к развитию.

Также большинство белорусских предпринимателей консервативны относительно рискованных проектов, предпочитают работать с проверенными временем и опытом проектами, технологиями и прочим. Поскольку предприниматели в основном не стремятся создавать и работать с рискованными новыми проектами, то создается заблуждение об отсутствии необходимости создания белорусских венчурных фондов, который на данный момент в Беларуси нет, из-за чего успешные проекты находят финансирование за границей и релокируются в другие страны.

Следующей проблемой является недостаток квалифицированной рабочей силы в области инновационного менеджмента, а также работы с венчурными инвестициями. Несмотря на повышающийся интерес к инвестициям, в том числе венчурным, отсутствуют специалисты и платформы, с помощью которых можно было бы осуществлять самофинансирование. Необходимо также решить проблему отсутствия государственной финансовой поддержки и устоявшейся законодательной базы. Отсутствие государственной финансовой поддержки приводит к снижению активности на венчурном рынке со стороны создателей проектов, а неустоявшаяся законодательная база отталкивает инвесторов.

Преодоление вышеперечисленных барьеров даст сильный толчок к развитию венчурного рынка, который приведет к созданию белорусских фондов, повышению активности как со стороны предпринимателей, так и инвесторов. Для этого необходимо пересмотреть законодательные акты и создать благоприятные условия для содержания и сопровождения сделок, обеспечивающие безопасность для всех участников венчурных проектов. Одним из стимулов может являться предоставление льгот венчурным компаниям, например, частичное освобождение от налогов. Для усиления активности со стороны предпринимателей необходимо создать больше площадок, таких как бизнес-инкубаторы и ежегодные мероприятия для презентации идей и проектов, уделив внимание рассеиванию заблуждения о том, что венчурные проекты связаны исключительно с высокими технологиями. В свою очередь, в высших учебных заведениях необходимо открыть направления в области инноваций, в рамках которых будет проводиться работа по подготовке высококвалифицированных специалистов.

Литература

1. Belarus tech report 2021. CIVITTA. – Mode of access: <https://ru.calameo.com/read/005151365449b05886032>. – Date of access: 10.04.2022.

2. Калинин, Д. Венчурный фонд с государственным участием: особенности и проблемы управления / Д. Калинин // Банковский вестник, июнь 2020.

SMM-маркетинг: возможности продвижения товаров и услуг

*Васильева К. В., студ. IV к. БГУ,
науч. рук. Мозговая О. С., доц.*

SMM – SocialMediaMarketing – это продвижение в социальных сервисах с помощью публикаций интересных материалов о фирме в сообществах, на форумах, в соцсетях. Суть в постоянном общении с пользователями, скрытой рекламе товаров и услуг. Возможно, использование аудио и видео. SMM предполагает работу не только над авторитетом компании, но и над ее интернет-ресурсом.

Существуют тысячи площадок для социального продвижения. Четыре самые эффективные для русскоговорящей аудитории:

- «ВКонтакте» – создается группа со свободным доступом, в которой публикуются новости о компании, о скидках и акциях. Необходимо постоянно обновлять записи на стене, чтобы не потерять подписчиков.
- «Facebook» – принцип такой же, как и в предыдущем пункте. Но нужно учитывать, что основная аудитория «ВКонтакте» – подростки и молодежь. «Facebook» предпочитают бизнесмены и люди постарше. Значит, текст и подача информации должны отличаться.
- «Twitter» – создается страничка с названием компании. Каждый день (и не один раз!) размещаются короткие сообщения (твиты) о новостях компании. Для лучшего эффекта используют хэштеги.
- «Instagram» – в аккаунте специалиста по продажам размещаются красивые фотографии товаров фирмы с завлекающими подписями и хэштегами. Важно, чтобы и видео, и фото были качественными.

В 2019 г. в Беларуси проведено исследование «Социальные сети и СМИ в Беларуси, осень 2019», в котором изучается активная аудитория социальных сетей в Беларуси [1]. Основное внимание приходится на изучение степени влияния конкретной социальной сети на формирование общественного мнения. Степень влияния авторы исследования определяют исходя из того, насколько активно жители страны (по совместительству пользователи социальной сети) используют ее для передачи и обсуждения информации.