

И. А. Осколков, А. Н. Станкевич
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель — **Е. В. Андрос**

ВЕНЧУРНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ И СТАРТАПЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Венчурные инвестиции являются важным сегментом финансового рынка, способствующим инновационному развитию и технологическому прогрессу. В Беларуси венчурные инвестиции и стартапы набирают популярность, открывая новые возможности для предпринимателей и инвесторов.

Венчурные инвестиции предоставляют молодым компаниям капитал для разработки и реализации инновационных идей, а также поддержку в управлении и развитии. Инвесторы получают возможность участия в перспективных проектах с высоким потенциалом доходности.

Беларусь обладает благоприятной экосистемой для стартапов, включающей технопарки, бизнес-инкубаторы и акселераторы. Наиболее известные: Парк высоких технологий (ПВТ), Бизнес-инкубатор Белорусского государственного университета и Imaguru Startup Hub.

Среди успешных белорусских стартапов:

1. Wargaming — лидер в индустрии компьютерных игр, создатель World of Tanks.

2. Flo — приложение для отслеживания женского здоровья, популярное во всем мире.

3. PandaDoc — платформа для автоматизации документооборота.

Основные проблемы: недостаток венчурного капитала, правовые и административные барьеры. Несмотря на это, многие стартапы находят пути преодоления трудностей.

Государство поддерживает стартапы и венчурные инвестиции через программы и фонды, такие как Программа развития Парка высоких технологий и Белорусский инновационный фонд.

Перспективы выглядят обнадеживающими: государственная поддержка и интерес иностранных инвесторов способствуют росту сектора. Важна работа над улучшением инвестиционного климата и снятием правовых барьеров.

Венчурные инвестиции и стартапы в Беларуси играют ключевую роль в инновационном развитии, способствуют созданию новых технологий и продуктов. С активной государственной поддержкой и международным интересом страна имеет все шансы стать лидером в области венчурного инвестирования в регионе.

Источники

1. Парк высоких технологий Беларусь : [сайт]. — URL: <https://www.park.by> (дата обращения: 25.11.2024).

2. SMM-агентство BIF : [сайт]. — URL: <https://bif.by> (дата обращения: 25.11.2024).

СНИЛ «Гандаль»

Е. В. Островская, Л. С. Борисова

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — О. П. Ефимова-Стадник,

канд. экон. наук, доцент

СОВРЕМЕННЫЕ СРЕДСТВА РЕКЛАМЫ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Современное развитие ресторанного бизнеса в Республике Беларусь невозможно без использования современных технологий, и прежде всего в рекламе. Эффективная реклама играет ключевую роль в привлечении клиентов, повышении конкурентоспособности ресторанов, кафе, баров и т.д.

Владельцы бизнеса в ресторанной сфере широко используют разнообразные методы и стратегии развития, в том числе средства рекламы, которые содействуют укрупнению бизнеса, увеличивают эффективность масштаба производства, а также способствуют увеличению продаж.

Новизна и способность вовлекать зрителя во взаимодействие — особенность современных средств рекламы, среди которых: организация специальных мероприятий (дегустации, пресс-ланчи, мероприятия для блогеров, артистов и журналистов, бизнес-завтраки и т.д.); SMM (информирование и привлечение новых клиентов и поддержание лояльности постоянных посетителей с помощью социальных сетей); интернет-реклама (SEO, контекстная, баннерная, вирусная реклама); наружная реклама (вывески, баннеры, указатели, информационные таблички) [1]; POS-материалы (меню, фирменная посуда, подставки под кружки и коктейли, холдеры с описанием специальных предложений, визитки и наклейки).

В современном мире технологий и виртуализации наибольший интерес представляет использование социальных сетей (Instagram, TikTok, Telegram) для продвижения ресторанов. Более половины населения нашей страны заходят в социальную сеть ежедневно, поэтому этот инструмент находится в фокусе внимания маркетологов и владельцев бизнеса.

Помимо интернет-каналов, в ресторанной индустрии большой потенциал имеют различного рода коллаборации. Их виды могут быть различными (контракт с публичным человеком, сотрудничество с тревел-индустрией, специальное блюдо или меню, предоставление площадки для мероприятия), но конечная цель — развитие ресторанного