

организовывать поставки: Несомненно риски существуют, но они не превосходят, возникающие в результате, модернизации отраслей промышленности, находящихся в упадке. На сегодняшний день промышленный майнинг на базе БелАЭС – вполне реальная перспектива.

Источники литературы

1. Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2018. Режим доступа: <http://www.minfin.gov.by>. – Дата доступа: 20. 11. 2018.
2. Динамика абсолютных и относительных показателей внешнего долга Республики Беларусь на 1 января 2006-2018 года // Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс] // <http://nbrb.by/statistics/ExternalDebt/Indic2013.xls>
3. Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by>. – Дата доступа: 20.11.2018.
4. Сидорова А.В. Государственный долг Республики Беларусь: состояние, проблемы погашения и управления. [Электронный ресурс]. – 2016.- Режим доступа: https://elibrary.ru/full_text.asp?id=26156053.- Дата доступа: 20.11.2018.
5. Платежный баланс на 2018 г. [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/statistics/BalPay/Methodology/GenInfo6.pdf?v=2>. – Дата доступа: 20.11.2018.

*Krupeichenko Anastasia Dmitrievna, Lisitskaya Lidia Ivanovna
Belarus state economic university*

Government debt of the Republic of Belarus: problems and their solutions

Annotation. The article describes one of the main indicators of the economic development of the state: government debt. And also reflects its changes and suggested ways to reduce it.
Keywords: public debt, debt obligations.

УДК 339.138 (476)

*Кудасова Елена Валерьевна, Шишминцева Арина Петровна
Белорусский государственный экономический университет
elenafresiaflower@mail.ru, arina.shsihmintseva@mail.ru*

Возможности маркетинговых исследований при венчурных инвестициях

В современных условиях развитие экономики неэффективно без генерирования идей и внедрения инноваций с целью их дальнейшей коммерциализации. В эпоху глобализации действенным инструментом обеспечения инновационного проекта является венчурное финансирование, под которым понимают рисковые долгосрочные инвестиции в капитал создаваемых инновационных проектов (компаний), способствующие развитию и расширению бизнеса, в обмен на долю в уставном капитале или пакет акций с целью дальнейшей их перепродажи.



Данное инвестирование было использовано при создании десятков известных компаний: Amazon.com, Compaq, Netscape, Sun Microsystems, Apple, Intel и др.

Главными источниками вложения средств в инновационные проекты (компании) выступают инвесторы, обладающие опытом в бизнесе и желающие участвовать в инновационном проекте, проявляющие свою деловую активность на начальных стадиях развития проекта – бизнес-ангелы; инвестиционные фонды, осуществляющие инвестиции в акционерный капитал инновационных компаний на разных стадиях ее роста – венчурные фонды [1, с. 107].

Целесообразно отметить, что венчурное инвестирование – многоэтапный процесс, включающий раннюю стадию (посев, стартап), ранний и устойчивый рост и выход из проекта. В качестве яркого примера прохождения инновационным проектом данных стадий можно привести компанию Google, основанную Ларри Пейджем и Сергеем Брином в 1996 году. В 1998 году эта компания получила крупный чек от бизнес-ангела Энди Бехтольшейма (сооснователя Sun Microsystems). В 1999 году после успешного прохождения ранней стадии, когда компания уже стала закрытым акционерным обществом, её подготовленный бизнес-план привлёк инвестиции в размере 25 млн долл. США от венчурных фондов Sequoia Capital и KPCB в обмен на 40 % акций компании. В результате проект вышел на новую стадию – стадию раннего роста. Был осуществлён запуск первых продаж, и в последующем наблюдался рост спроса на товар, и, как следствие, это привело к росту продаж компании. Таким образом, произошёл переход к стадии устойчивого роста. В 2001 году новый генеральный директор Эрик Шмидт вложил в компанию 1 млн долл. США в обмен на 9,7 % ее акций. А в 2004 году компания начала продажу своих акций на фондовом рынке [2, с. 11]. 2 октября 2015 года Google была реорганизована в Alphabet. В марте 2018 года капитализация компании составила 762,6 млрд долл.

Как правило, наибольшие трудности у предпринимателей-инноваторов возникают на стадии «посева». Поэтому на данной стадии целесообразно вкладывать средства для финансирования маркетинговых исследований, без результатов которых проблематично выявить потенциально возможный спрос на инновационный продукт. Без маркетинговых исследований невозможно дальнейшее сопровождение инновационного проекта венчурными инвестициями. Грамотно проведённое маркетинговое

исследование позволяет выявить потенциал компании на рынке и выгодно использовать её сильные стороны. Прежде всего, целесообразно провести ситуационный анализ, изучив особенности маркетинговой среды. К маркетинговой среде относят факторы, оказывающие влияние на деятельность предприятия.

Для анализа внешней среды исследуемой компании целесообразно использовать такой маркетинговый инструмент, как PEST-анализ для выявления политических (Political), экономических (Economic), социальных (Social) и технологических (Technological) аспектов внешней среды компании (таблица 1). PEST-анализ является инструментом долгосрочного стратегического планирования и составляется на 3-5 лет вперед, с ежегодным обновлением данных [4].
Таблица 1 — PEST-анализ

Политические аспекты	Экономические аспекты
<ul style="list-style-type: none"> – тип управления государством; – стабильность правительства; – свобода слова и нормы законодательства; – уровень бюрократии и коррупции; – тенденции к регулированию или дерегулированию; – законодательство в области труда и социальной помощи населению; – наиболее вероятные политические изменения на 3-5 лет. 	<ul style="list-style-type: none"> – степень развития <u>бизнес-структуры</u>; – темпы роста экономики, ставка процента, курс валют, уровень инфляции; – уровень безработицы, ситуация на рынке труда и стоимость труда; – степень глобализации экономики; – уровень располагаемого дохода населения; – степень развития банков; – наиболее вероятные изменения в экономике на 3-5 лет.
Социальные аспекты	Технологические аспекты
<ul style="list-style-type: none"> – численность населения, половозрастная структура населения; – здоровье, образование, социальная мобильность; – привычки и характер проведения работников, отношение к работе; – общественное мнение, нормы поведения и ограничения (табу); – уровень и стиль жизни; – наиболее вероятные социально-культурные изменения на 3-5 лет. 	<ul style="list-style-type: none"> – вклад технологий в развитие рынка; – развитие интернет - и <u>мобильные</u> устройств; – активность и развитие научно-технологических исследований; – степень использования, внедрения и передачи технологий; – наиболее вероятные изменения в технологическом плане на 3-5 лет.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [4]

Так как венчурное инвестирование на разных стадиях предполагает выявление и минимизацию рисков, то на основе PEST-анализа не лишним будет проведение комплексного SWOT-анализа, под которым понимают оценку сильных и слабых сторон компании, её возможностей и угроз. В свою очередь он подразделяется на анализ внутренней и внешней бизнес-среды. Анализ внутренней среды основан на изучении сильных и слабых сторон компании. Менеджер или компания, которая занимается SWOT-анализом, анализирует



финансовое состояние, организационную деятельность и внутренний маркетинг, основной упор при этом делая на слабые стороны для их дальнейшей модернизации. После анализа сильных и слабых сторон компании, у неё появляется два пути развития: реализация возможностей уже имеющимися средствами или поиск более привлекательных перспектив с учетом финансовой составляющей [5, с.143].

Кроме того, будущая компания должна отслеживать основные внешние факторы, такие как демографические, технологические, социокультурные, правовые, политические и так далее; а также важные элементы микросреды, такие как анализ конкурентов, изучение каналов распределения и поиск поставщиков, которые непосредственным образом влияют на благополучие компании и получение прибыли.

Основополагающей целью изучения внешней бизнес-среды является создание новых маркетинговых возможностей, под которыми понимают совокупность потребностей покупателей, удовлетворение которых есть основа прибыли компании.

Анализ факторов внешней среды невозможен без угроз. Угрозы внешней бизнес-среды представляют собой совокупность негативно влияющих тенденций или неблагоприятное развитие событий, которые при отсутствии защитных и действенных маркетинговых инструментов, приводят к уменьшению объёма продаж и снижению доходов компании.

Таким образом, SWOT-анализ является эффективным маркетинговым инструментом для прогнозирования рисков компании и для выбора проведения мероприятий, необходимых для улучшения конкурентоспособности компании (таблица 2).

Таблица 2 — SWOT-анализ

	Возможности (O)	Угрозы (T)
Сильные стороны (S)	Мероприятия, проводимые маркетинговым отделом, для реализации лучших сторон компании	Комплекс мероприятий, который используется для предотвращения угроз
Слабые стороны (W)	Совокупность маркетинговых методов, которые направлены на преодоление слабых сторон компании и использование предоставленных возможностей	Свод методов, которые приводят к минимуму слабые стороны компании для избегания возможных угроз

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [5]

Будущей компании будет полезно провести анализ конкуренции на рынке с помощью модели конкурентных сил Майкла Портера.

Первый этап включает в себя анализ конкурентоспособности товара на рынке при учете существующей угрозы со стороны товаров-



субститутов, уровне конкуренции внутри отрасли, риску возникновения новых участников рыночного процесса.

На втором этапе необходимо проанализировать оценку рыночной власти покупателей на рынке, учитывая долю покупателей с большим объёмом продаж, их склонность к переключению на товары субституты, чувствительность к цене (с помощью эластичности спроса), удовлетворенность качеством товара. Данный этап помогает выявить, насколько клиенты будут привязаны к товару, который компания намерена выпускать, и каков риск потери клиентской базы.

Далее следует изучить риски со стороны поставщиков, оценив стабильность, надёжность и риск повышения цен.

Завершающим этапом является обобщение и систематизация результатов, выявление основных угроз и рисков и разработка грамотной и конкурентоспособной стратегии на основе собранной информации [6].

Кроме того, проведение маркетинговых исследований позволяет осуществить анализ ёмкости рынка и потенциал его развития; исследование конъюнктуры рынка; проведение сегментирования рынка и, как следствие, выделение ключевых сегментов с последующим анализом; проведение конкурентного анализа рынка, то есть сравнение основных игроков на рынке, их ассортимента, цен, структуры распределения, способов коммуникационной политики, места продаж, качества продукта и, следовательно, определение конкурентных преимуществ данных игроков; оценку поведенческих критериев потребителей (факторов, влияющих на первую и повторную покупку товара); оценку свободных рыночных ниш или окна, а также проведение анализа и выявление перспектив развития рынка; разработку позиционирования [3, с. 94].

На ранней стадии развития проекта финансирование можно привлечь от таких элементов венчурной структуры, как бизнес-акселераторы и бизнес-ангелы, которые содействуют проведению маркетинговых исследований.

Бизнес-акселераторы являются надёжной формой поддержки предпринимателей-инноваторов. Они совершенствуют бизнес-проект на ранней стадии – при наличии только идеи – посредством интенсивной программы, подразумевающей активную работу над проектом, менторское сопровождение, консультации в виде семинаров, лекций, встреч с практиками-экспертами, связь с потенциальными партнёрами и будущими инвесторами. Также для

успешной реализации на начальной стадии бизнес-акселераторы используют такой маркетинговый инструмент, как реклама, то есть освещение бизнес-идей в средствах массовой информации. При положительных результатах проведения маркетинговых исследований в дальнейшем их развитие входит тестирование MVP – простейшего работающего прототипа продукта, которым тестируют спрос до полномасштабной разработки. Целью создания данного продукта является защита от рисков невостребованности товара. Таким образом, MVP является действенным механизмом, который позволяет с помощью минимальных усилий собрать информацию, чтобы доработать продукт, исходя из запросов целевой аудитории, или вовсе от него отказаться.

Ярким примером функционирования бизнес-акселераторов в мире является немецкий акселератор Next Media Accelerator, располагающийся в Гамбурге. Он предоставляет инвестиции для развития бизнес-идей в размере 50 тыс. евро и требует 10 % доли в компании, а также проводит тестирование MVP.

Английский акселератор Founders Factory, инвестирующий 30 тыс. фунтов стерлингов за 4-8 % доли в компании, предоставляет возможность корпоративного доступа к партнёрским компаниям, что позволяет протестировать продукт, получить обратную связь, проверить гипотезы, изучить товарный (B2B) и потребительский (B2C) рынки, наладить полезные контакты и связи. К октябрю 2018 года данный акселератор воплотил в жизнь 60 пилотных проектов с корпоративными партнёрами, 30 % стартапов заключили договоры о сотрудничестве [7].

На отечественном рынке в октябре 2018 года стартовал первый белорусский медиа-акселератор LaunchME Media Accelerator (LMA) для технологических проектов. Данный акселератор обладает фондом 24 тыс. долл. США. Хакатон является типичной платформой для поиска идей и проектов, которая является площадкой встреч дизайнеров, разработчиков, где проходят обсуждения возможных проектов с последующей долгосрочной перспективой. На данной площадке LMA набирает проекты для акселератора.

Маркетинговые исследования и тестирование нового продукта, проводимые белорусскими акселераторами, основываются на опыте зарубежных стран и позволяют вести эффективную стратегию развития такого элемента венчурной структуры, как бизнес-акселератор.

Бизнес-ангелы имеют схожие функции с бизнес-акселераторами: они также консультируют стартаперов, помогают им разработать перспективную идею, конкурентные преимущества которой будут доступно изложены инвестору. Но главной отличительной особенностью бизнес-ангелов является то, что они инвестируют из собственных средств. Бизнес-ангелы имеют опыт в проведении маркетинговых исследований, что позволяет использовать их компетенции в качестве реализации бизнес-идеи предпринимателей.

Таким образом, для успешной реализации инновационного проекта целесообразным является проведение маркетинговых исследований для выявления ёмкости рынка, получения сведений о состоянии рынка и рыночной конъюнктуры, выявления потенциальных покупателей, анализа конкурентов, сравнительного анализа конкурентных преимуществ и разработки позиционирования, предвидения возможных тенденций развития рынка. Это также важно и для выработки эффективной маркетинговой стратегии компании, нацеленной на долгосрочную перспективу. Финансирование маркетинговых исследований можно осуществить посредством участия таких элементов венчурной индустрии, как бизнес-ангелы и бизнес-акселераторы, которые дадут стартаперам необходимые *hard* и *soft skills* для самостоятельной деловой активности на рынке и будут способствовать привлечению венчурных инвестиций для дальнейшего развития проекта.

Источники литературы

1. Мазоль, С.И. Инвестиционный анализ: учебное пособие / С.И. Мазоль. — Минск: БГЭУ, 2009. — 538 с.
2. Хилл, Б. Бизнес ангелы. Как привлечь их деньги и опыт под реализацию своих бизнес-идей / Б. Хилл, Д. Пауэр. — Москва: Изд-во Эксмо, 2008. — 496 с.
3. Акулич, И. Л. Основы маркетинга / И. Л. Акулич. — Минск: БГЭУ, 2015. — 538 с.
4. PEST-анализ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://powerbranding.ru/biznes-analiz/pest/>. — Дата доступа: 09.12.2018.
5. Котлер, Ф. Основы маркетинга 5-е изд./ Ф. Котлер, А. Гари. —М.: Издат. дом «Вильямс», 2016. — 752 с.
6. Пример анализа пяти конкурентных сил модели Майкла Портера [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://powerbranding.ru/biznes-analiz/porter-model/praktika-analiza/>. — Дата доступа: 09.12.2018.
7. Нехай, Ю. Куда пойти медиа-стартапу? Обзор акселераторов, фондов и грантовых программ [Электронный ресурс] / Ю. Нехай. — 2018. — Режим доступа: https://bel.biz/hacks/kuda-pojti-media-startapu-top-akseleratorov-fondov-i-grantovyh-programm/?fbclid=IwAR00v1GHwm1XwDjV5hOG7Wn1qDJ7Q5EY_H6crC9wjse9v7rY-awwoLxk3_BE.html. — Дата доступа: 06.11.2018.

Elena Kudasova, Arina Shishmintseva
Belarus State Economic University

Opportunities of marketing research supported by venture capital investment

Annotation. In the article the role and opportunities of marketing research and its methods supported by venture capital investment are analyzed.

Key words: marketing research; venture financing; venture funds; business-angels; business-accelerators

УДК 338.24

*Кутюк Юлия Александровна, Малашук Полина Александровна
Белорусский государственный экономический университет
yulietka8@gmail.com, Polinamalashuk@mail.ru*

Информационно-технологический потенциал Республики Беларусь

Информационно-технологический потенциал — это совокупность всех видов ресурсов и условий, обеспечивающих возможность формирования ключевых институтов информационного общества в рамках национальной экономической системы.

Общий мировой фон, на котором происходит научно-технологическое и инновационное развитие Беларуси, в последнее время определяется глобальными процессами информатизации, ускорения технологических сдвигов, усиления международной конкуренции в мировом информационном пространстве.

На уровне программных документов приоритет информационно-технологического развития Республики Беларусь закреплён в следующих документах:

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года, одобренной Президиумом Совета Министров Республики Беларусь 10 февраля 2015 г;

2. 21-ая государственная программа – Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы от 23 февраля 2016 г. № 148;

3. Государственная программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 годы (постановление Совета Министров Республики Беларусь от 23.03.2016 № 235).

Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) и их яркое воплощение – сеть Интернет, оказывают сильное воздействие на все сферы жизни современного общества и наиболее масштабно – на экономическую. По данным статистического комитета развитие телекоммуникационной инфраструктуры в 2017 году обеспечило значительный рост абонентов стационарного широкополосного