

3. Ньюсом, Д. Все о PR. Теория и практика публичных отношений / Д. Ньюсом, В. Тёрк Джуди, Д. Крукеберг. – Изд. 2-е. – М.: Инфра-М, 2001. – 628 с.

4. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – Изд. 9-е. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 656 с.

УДК 330.3

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ИТ-КОМПАНИЙ В БЕЛАРУСИ

*Д. С. Карпович, Э. С. Веденикова, студенты группы 10503219 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О. Н. Монтик*

Резюме – в данной статье описывается настоящее положение белорусской ИТ-сферы на рынке, а также рассмотрены методы повышения конкурентоспособности ИТ-компаний в Беларуси.

Resume – this article describes the current position of the Belarusian IT-sphere in the market, as well as methods for increasing the competitiveness of IT companies in Belarus.

Введение. В современном индустриальном мире единственно важным признаком результативности и востребованности оказываемой услуги или выпускаемого продукта является конкурентоспособность. ИТ-сфера в Беларуси занимает лидирующие позиции и стремится охватить новые рынки. В следствии этого организации должны быть конкурентоспособными.

Основная часть. Конкурентоспособность – способность определенного объекта или субъекта превзойти конкурентов в заданных условиях. Чем больше компания подготовлена выдерживать конкуренцию на рынке, тем больше она конкурентоспособна [1].

Конкурентоспособность подразделяется на национальную (возможность организации определенной страны конкурировать с организациями других стран в такой же области), конкурентоспособность товара (дееспособность товара оставаться востребованным и интересным для потребителя), конкурентоспособность предприятия (опережение конкурентов в способности удовлетворять определенные потребности клиентов) [2].

Рассмотрим повышение конкурентоспособности ИТ-компаний в Беларуси с точки зрения национальной конкурентоспособности. ИТ-сфера в Республике Беларусь показала себя как развивающаяся отрасль в стране. До политических событий 2020 года международные СМИ называли Беларусь «Кремниевой долиной Восточной Европы» [3].

В достижении высокого уровня информационных технологий поспособствовала государственная поддержка и создание специального налогово-правового режима. В 2005 году был создан Парк высоких технологий (ПВТ) для совершенствования ИТ-бизнеса в Беларуси. Также огромную

роль сыграло освобождение от налогообложения участников ПВТ, куда включаются такие налоги как НДС, налог на прибыль, таможенные пошлины, оффшорные пошлины [4]. Эти действия со стороны государства значительно расширили возможности компании, что в следствии увеличило национальную конкуренцию организаций.

Кроме того, на повышение конкурентоспособности повлияли лояльные факторы по отношению к работникам в IT-сфере. К таким факторам относятся безвизовый режим (срок пребывания до 30 дней), обучение 24 % молодежи высших учебных заведений в сфере информационных технологий, планирование открытия университета точных наук в РБ, высокая заработная плата в сравнении со средним заработком в стране, подписание декрета № 8 от 2017 г. президентом о «Развитии цифровой экономики».

Для того, чтобы определить дальнейшие действия, направленные на повышения конкурентоспособности, необходимо провести оценку конкурентоспособности предприятия. От правильности и действительности оценки будут зависеть методы повышения конкурентоспособности.

Одним из самых простых, но не менее эффективных способов повышения конкурентоустойчивости на рынке является использование результатов SWOT-анализа IT-фирмы [5]. Воспользовавшись сильными сторонами и возможностями продукта, можно выделить основные преимущества фирмы. Увеличению позиции организации на рынке IT способствует сокращение рисков возникновения угроз и нахождение положительного влияния слабых сторон. Отрицательные стороны можно обойти следующими стратегиями: разработка и внедрение новых товаров и предложений, переориентация бизнеса, максимизирование преимуществ, выгодные условия для клиентов, расширение базы поставщиков.

Кроме того, имеются прочие способы увеличения конкурентоспособности такие как повышение объемов реализации продукта, улучшение качества, сокращение расходов, бенчмаркинг.

Наличие трудовых ресурсов и показатель развития информационных технологий, определяет налаженность управленческой системы в организации. Методы организации труда наиболее действенны для повышения конкурентоспособности, так как благодаря информированности, организованности и предприимчивости руководства, можно ожидать технические и организационные нововведения.

Заключение. Преимущество в IT-сфере, а также конкурентоспособность организации, предполагает долгий, системный и последовательный процесс улучшения каждого детерминанта конкурентоспособности. Объективная и правильная оценка фирмы, определит последующие методы увеличения конкурентоспособности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Конкуренентоспособность предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://up-pro.ru/encyclopedia/konkurentosposobnost/>. – Дата доступа: 14.03.2022.
2. Конкуренентоспособность предприятия: сущность, методы оценки и механизмы увеличения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://logistics.ru/9/2/i20_64.htm. – Дата доступа: 13.03.2022.
3. IT-компании в Беларуси и международные представительства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minsk.page/it-belarus/bolshie-kompanii-i-mezhdunarodnye-predstavitelstva/>. – Дата доступа: 13.03.2022.
4. Парк высоких технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.park.by/>. – Дата доступа: 14.03.2022.
5. IT-тренды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.dp.ru/a/2019/02/28/IT-trendi_dlja_razvitija_bi. – Дата доступа: 15.03.2022.

УДК 159.944.3

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЖУТЕРИИ РУЧНОЙ РАБОТЫ ЧЕРЕЗ СЕТЬ ИНСТАГРАМ

*А. А. Кречко, К. А. Потоцкая, студенты группы 10503119 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук., доцент О. Н. Монтик*

Резюме – В наше время практически невозможно представить успешно развивающийся бизнес без вложений в рекламную кампанию и высокого уровня рекламного продвижения. Каждая организация выбирает свой способ раскрутки производимых товаров или предоставляемых услуг.

Summary – In our time, it is almost impossible to imagine a successfully developing business without investments in an advertising campaign and a high level of advertising promotion. Each organization chooses its own way of promotion of manufactured goods or services.

Введение. Социальные сети активно развиваются, а следом за ними обретает популярность рекламное продвижение на различных платформах в интернете [1].

Большинство молодых брендов начинают свое продвижение в интернет пространстве, поскольку такой способ не влечет за собой большие материальные затраты. На примере продвижения рукодельной бижутерии рассмотрим самые подходящие и действенные методы рекламы.

Основная часть. Современный малый бизнес все чаще отдает предпочтение рекламе через сеть Инстаграм. Аудитория данной социальной сети не прекращает расти, а это в свою очередь и привлекает рекламодателей. Производство бижутерии ручной работы относится к малому бизнесу,