

УДК 004

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ВОЗМОЖНОСТЬ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОУСТОЙЧИВОСТИ

Бабич П.О., Пинголь А.И., студенты гр.933701

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Бабич В.Н.

Аннотация. В докладе подчёркивается важная роль влияния новейших инфокоммуникационных технологий на экономическое составляющее компании в процессе улучшения экономики, а также перспективы развития сетевого маркетинга как одного из наиболее важных отраслей электронного бизнеса. Проанализировано высокое влияние технологических новшеств на конкурентоспособность и устойчивость на внешнем рынке.

Ключевые слова. Сетевые технологии, интернет-ресурсы, конкурентоустойчивость, сетевой маркетинг.

Новым веянием в мировой экономике, который полностью перерабатывает характер рынка, становится рождение и развитие международных торговых сетей

«Вливание» розничной торговли в сеть- это безусловно закономерный процесс, несущий за собой новые векторы расширения бизнеса и стойкость на рынке, несмотря на всемирную глобализацию, увеличения количества игроков рынка, которые создают всё большую конкуренцию. Чем же это обусловлено? Во-первых, тарифные и нетарифные ограничения между странами заметно снижаются, что в разы увеличивает международные поставки и торговлю в целом. Во-вторых, финансовой глобализацией, которая уже в свою очередь обеспечивает приток и движение капитала, а также способствует экспортно-импортным операциям.

Сегодня для укрепления конкурентоустойчивости предприятия и производства начинают играть большую роль использование информационных интернет ресурсов. Электронный маркетинг принял место катализатора развития, несмотря на разрастающийся уровень мировой конкуренции.

Электронный маркетинг- это комплекс мероприятий по продвижению и продаже на рынке товаров и услуг с помощью различных сетевых технологий[1]

А данная среда характеризуется геометрическим уровнем прогрессии своего развития, поэтому тем, кто хочет выстоять во всех состояниях экономики, необходимо постоянно следить за всеми уровнями развития сетевой экономики, и тут надо рассматривать процессы от зарождения до последних тенденций в этой области.

В основу современной концепции устойчивости в конкуренции и успешного развития и в целом присутствия компании на международном рынке, легли принципы, которые были сформулированы ещё в конце 20 века К. Прахаладом и Г. Хамелем. А суть их заключается вот в чем. Чтобы добиться максимального экономического эффекта своей деятельности, современная компания просто обязана агитировать всё большее количество потенциальных клиентов, продемонстрировав им преимущество своей продукции над конкурентами, при этом сделать это всё необходимо довольно быстро, чтобы не быть скопированными конкурентами. А без маркетинговой стратегии это очень проблематично. Ведь для инвестиционной привлекательности в современном этапе необходима рыночная устойчивость, конкурентоспособность, безубыточность и платежеспособность, нежели стандартные задачи по выпуску и наращиванию объема продукции. Решить эту проблему и достичь целей устойчивой конкуренции поможет оперативность управления системами информационных технологий и использование информационно-рекламных интернет-ресурсов. Оборачиваясь на историю, мы видим, что IT-технологии очень быстрым темпом прошли путь от просто помощников до полноценных систем управления предприятия, обеспечения коммуникаций с клиентами и другим самостоятельным технологическим процессам. Идя по такому пути, основная деятельность предприятий и организаций (основные бизнес-процессы компании) осуществляется в виде электронной коммерции с широким использованием информационных интернет-технологии. Поэтому это диктует жесткие требования к качеству используемых информационных технологий, а следовательно и электронного маркетинга в целом. IT-услуга обеспечивает поддержку сразу многих бизнес-аспектов и воспринимается потенциальными потребителями как единое целое. Все это следствие глобализации через обобщение опыта разного рода компаний по использованию новых технологий.

Интенсивное развитие «IT» технологий наряду с крупными структурными изменениями в экономике и применением новейших методов управления с 90 г. XX века позволили наиболее развитым странам мира – США, Японии, Западной Европы перейти к постиндустриальной стадии развития экономики и общества. Это привело как интенсивному развитию интернет-ресурсов, так и – к зарождению глобальной сетевой экономики. Сейчас руководителям приходится постоянно развивать информационные технологии и электронные ресурсы, чтобы следовать меняющимся тенденциям. Ну а уже уровень конкурентоспособности производств существенно оказывает влияние

на экономику государства. Ведь для государства сетевой маркетинг является одним из способов поглощения безработицы, люди могут самостоятельно работать в удобное время, создавать свой график и свою структуру, которые преобразуются в собственный бизнес. Это и делает сетевой маркетинг не только необходимым для устойчивого притока капитала в государство, а также делает его столь привлекательным для молодых специалистов.

Даже в период стагнации экономики связь интернет-технологий и сетевого маркетинга дает ему мощный потенциал. Но для действенного функционирования и отражения вышеуказанных преимуществ необходим один очень важный факт. А очень важным фактом в этом является развитие технологического потенциала. Чтобы убедиться в этом, мы проанализировали рейтинг индекс глобальной конкурентоспособности и показали на таблице 1.

Таблица 1 – Рейтинг стран по индексу глобальной конкурентоспособности в 2020 г

Показатели	США	Россия	Германия	Великобритания	Финляндия
Индекс глобальной конкурентоспособности	1	51	5	9	6
Инфраструктура	6	59	1	13	10
Технологический уровень	9	67	21	16	11
Конкурентоспособность компаний	7	91	1	13	11
Инновационный потенциал	1	48	7	14	3

Анализируя влияния структурной характеристики, мы заметили, что такие позиции возможны только путем интенсификации влияния научной и инновационной деятельности, наукоемких и информационных технологий на экономику. По этой таблице видно, что целесообразно акцентировать внимание на организацию работы инвестиционного капитала на развитие технологического потенциала и сетевого маркетинга. А в дальнейшем создания целых IT-компаний, которые станут генераторами новых технологических стратегий развития экономики. При опережающем росте генератора информационно-коммуникационного сектора экономики в стране будет присутствовать необходимый приток капитала. И в целом на примере рассматриваемых стран можно судить о особой роли уровня интенсификации информационных технологий производств, компаний, холдингов ведущих отраслей. Поэтому сегодня развитие экономической конкурентоспособности через электронный маркетинг посредством новейших технологий имеет приоритетное значение.

На рисунке 1 показывается влияние электронных информационно-рекламных ресурсов на промышленное производство.

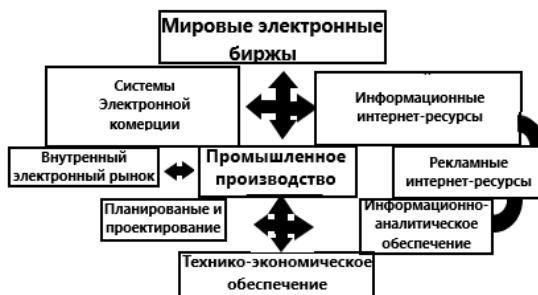


Рисунок 1 – Функционирования промышленного производства в современных условиях сетевой экономики

Проанализировав настоящий уровень сетевой экономики, видно, что внедрение новейших технологий и развитие сетевого маркетинга изменило характер бизнеса, ведь увеличилась скорость реакции на все явления, способные изменить вектор экономических составляющих, появилась экономия на персонале и аренде помещений, изменились отношения между продавцом и покупателем, теперь последний имеет полный доступ к информации о товаре и в праве выбрать нужный ему вариант. Так электронная торговля становится неотъемлемой частью современной экономики. А безусловно движущим элементом здесь, повторимся, выступает развитый электронный маркетинг.

Рассматривая определение маркетинга на электронном рынке, важно также установить, что является объектом и субъектом маркетинговой деятельности на этом рынке. [2]

Объектом маркетинговой деятельности на электронном рынке выступает информационно-аналитическая и экспертно-исследовательская деятельность фирмы с использованием сетевых информационных систем и технологий: по выбору конкурентной позиции на данном рынке, где компания выступает со своим товаром; определению стратегий его продвижения и распределения, выбору рекламной и ценовой политики с учетом всей совокупности факторов внешней и внутренней среды в условиях риска и неопределенности. [2]

Субъектом маркетинговой деятельности на электронном рынке выступает, как и в классическом маркетинге, деятельность конкретного собственника, компании по целенаправленному регулированию деятельности фирмы, производимому по определенной технологии с использованием

системы методов анализа и обработки цифровой информации электронного рынка для достижения поставленных целей. [2]

Очень важно для развития электронного бизнеса рассматривать электронный маркетинг как основу современного бизнеса. Традиционная маркетинговая деятельность – бизнес-анализ, управление отношениями с потребителями, управление цепочками снабжения и управления знаниями – реализуется средствами информационных технологий. Известный специалист по вопросам стратегии Майкл Портер отмечает, что информационные технологии изменяют способ осуществления деятельности компаний, влияют на весь процесс производства и распространения продукции. Информационные технологии стараются пронизать каждую цепочку. Они создают масштабы конкуренции и придают им новый вид. Эти ключевые моменты объясняют такой момент, что информационные технологи занимают огромную роль в бизнесе, а значит и в развитии экономики.

На рисунке 2 мы видим уже более совершенную модель деятельности производства с собственными информационными ресурсами с учетом вышеизложенных моментов.



Рисунок 2 – Усовершенствованная модель производства с собственными рекламными ресурсами

Здесь мы наблюдаем её гибкость, мониторинг информационно-рекламной стратегии и выбор ориентированной на потребителя производственной программы.

В связи с анализируемой информацией и предложенными возможностями создается перспектива роста и постоянного развития экономики при помощи электронного маркетинга и новейших технологий. Выявлен новый фактор повышения конкурентоспособности производства, уровень виртуального сотрудничества в условиях повсеместной глобализации. Ведь благодаря развитию технологий и использованию их в бизнесе, появляется возможность дополнительного повышения эффективности рекламных и информационных ресурсов, повышения степени использования технологических новшеств в данной области. А значит будет увеличиваться скорость ориентации на потребителя, увеличение качества товара, уровня конкурентоспособности. Что в совокупности будет оказывать влияние не только на экономическое составляющее отдельного предприятия или страны, а на мировую экономику в целом! За сетевым маркетингом и электронным бизнесом наше благополучное и постоянно улучшающееся будущее!

Список использованных источников:

- 1) <https://studfile.net/preview/2879165/>
- 2) https://studref.com/400683/informatika/elektronnyy_marketing
- 3) Макконнелл К.Р., Брю С.Л. ЭКОНОМИКС / ECONOMICS. Campbell R. McConnell., Stanley. L. Brue. Изд: ИНФРА-М, 2003. - 983 с.
- 4) Рублевская Ю.В., Рублевский Р.В., Попов Е.В. Стратегии развития отраслевых Интернет-ресурсов. Ж. «Маркетинг в России и за рубежом», №2 / 2002. <http://www.mavriz.ru/articles/2002/2/94.html>
- 5) ISO/IEC 20000:2005. <http://www.itexpert.ru/rus/biblio/iso20k/>
- 6) Global Competitiveness Index 2019-2020 / <http://gtmarket.ru/news/state/2020/10/10/1868>
- 7) Джандиери Г.В., Сахвадзе Д.В., Шаламберидзе М.Ш., Кветенадзе Е.Р. Электронная коммерция и информационные технологии в системе металлургического предпринимательства в развивающихся стран мира. IV международная научно-практическая конференция "Интернет и общество–inso-2009", (<http://www.inso.ge/stats2009.html>)
- 8) <http://rudocs.exdat.com/docs/index-78713.html?page=6>

UDC 004

DIGITAL TECHNOLOGIES AS AN OPPORTUNITY TO INCREASE COMPETITIVENESS

Babich P. O., Pingol A. I.

Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics, Minsk, Republic of Belarus

Babich V. N.

Annotation. The report highlights the important role of the influence of the latest information and communication technologies on the economic component of the company in the process of improving the economy, as well as the prospects for the development of network marketing as one of the most important branches of e-business. The high impact of technological innovations on competitiveness and stability in the foreign market is analyzed.

Keywords. Network technologies, Internet resources, competitiveness, network marketing.