

мобильных технологий. Они становятся основным каналом взаимодействия компаний с клиентами в связи с расширением доступности мобильного интернета и ростом числа пользователей мобильных устройств. Особое внимание уделяется разработке мобильных приложений, оптимизации сайтов для мобильных устройств и созданию специальных мобильных маркетинговых кампаний. Также наблюдается стремительное развитие интерактивных технологий, таких как виртуальная и дополненная реальность, чат-боты и голосовые помощники. Эти технологии позволяют создавать уникальные пользовательские опыты, улучшать взаимодействие с клиентами и повышать эффективность маркетинговых кампаний. Также стоит отметить рост влияния социальных медиа.

Так, во всем мире наблюдается активное внедрение цифровых технологий для повышения узнаваемости бренда и улучшения результатов деятельности организации в цифровую эпоху. В Беларуси, например, виртуальная выставка, созданная Центральным научно-исследовательским и проектно-технологическим институтом (ЦНИИТУ), является примером успешной интеграции различных цифровых технологий, таких как веб-платформы, интерактивные экспонаты, онлайн-коммуникация. Виртуальная выставка включает в себя интерактивные экспонаты, которые позволяют пользователям взаимодействовать с представленным контентом. Это могут быть видеобзоры проектов, анимации, интерактивные презентации и другие формы контента, способствующие более глубокому пониманию и оценке представленных разработок.

ЦНИИТУ активно продвигает свою виртуальную выставку через социальные сети, электронные письма и другие онлайн-каналы. Это позволяет привлечь больше потенциальных партнеров, инвесторов и клиентов, заинтересованных в инновационных разработках, представленных на выставке.

Этот подход не только обеспечивает большую доступность и удобство для посетителей, но и позволяет компании эффективно привлекать внимание к своим инновационным разработкам и устанавливать контакты с потенциальными партнерами.

Таким образом, интеграция цифровых технологий становится неотъемлемой частью современной маркетинговой стратегии и ключевым фактором успеха для компаний, стремящихся оставаться релевантными и конкурентоспособными на рынке. Также важно помнить, что успешная интеграция цифровых технологий требует не только технического понимания, но и глубокого знания целевой аудитории, а также постоянного анализа и оптимизации маркетинговых стратегий. Только такие компании смогут оставаться на пике конкуренции и успешно развиваться в цифровую эпоху.

#### Список использованных источников

1. Виртуальная выставка предприятий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clevr.by/>. – Дата доступа: 10.03.2024.
2. Капустина, Л. М. Интернет-маркетинг. Теория и практика продвижения бренда в сети / Л. М. Капустина, И. Д. Мосунов. – Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2015. – 102 с.
3. Ромат, Е. В. Маркетинговые коммуникации : учебник для вузов. Стандарт третьего поколения / Е. В. Ромат, Д. В. Сендеров. – СПб. : Питер, 2019. – 396 с.

**О. Г. Довыдова**

*магистр экономических наук, ассистент  
БГЭУ (Минск)*

### ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ДРАЙВЕР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ИНТЕЛЛЕКТУАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

В условиях современного преобразования экономики и перехода к инновационным и цифровым процессам влияние внедрения инноваций в производственный процесс оказывает значительное воздействие на конкурентоспособность и прибыльность предприятия.

Цифровизация содействует развитию и внедрению новых технологических процессов, совершенствованию характеристик продукции, увеличивает эффективность организационно-управленческого механизма организации, является прямым ключом к новым рынкам и потребителям.

Современные достижения экономической науки и практики объективно доказали, что основой развития конкурентоспособности организации являются инновационные факторы: новые технологии, системная техника нового типа, новая организация труда и производства, новый комплекс стимулирования и мотивации инновационной деятельности.

Одной из последних тенденций современного мира в сфере развития цифровой трансформации экономики является Индустрия 4.0, или Четвертая промышленная революция, которая представляет собой интеграцию звеньев промышленной производственной цепи с применением «новейших информационных и коммуникационных технологий» [1].

Посредством внедрения новшеств решаются вопросы роста производительности труда, интенсификация производства, а также экономии ресурсов, что позволяет завоевать лидерство на рынке, сократить уровень издержек, повысить показатели прибыли. Развитие и внедрение в производственную деятельность высокоэффективных технологических нововведений также обеспечивает формирование новых технологических условий для соответствующего экономического и социального развития общества посредством получения новых знаний, расширения производственных возможностей, формирования и использования новых продуктов.

Проблема повышения инновационной деятельности предприятий является особо актуальной в условиях цифровой трансформации экономики. Число инновационно-активных организаций имеет темп прироста в 64,9%, причем удельный вес таких организаций превысил 35% от общего числа организаций. Прирост по данному показателю – 14,7 процентных пункта (табл.).

Динамика показателей инновационной деятельности организаций промышленности

Показатель	Год						
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Число инновационно-активных организаций, ед.	345	347	380	405	432	567	569
Удельный вес инновационно-активных организаций в общем числе организаций, %	20,4	21,0	23,3	24,5	26,2	35,0	35,1
Удельный вес отгруженной инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции, %	16,3	17,4	18,6	16,6	17,9	19,8	17,7

Примечание – Источник: [2].

Результатом деятельности инновационно-активных организаций является инновационная продукция, темп прироста составил 1,4 пункта к 2016 г. и -2,1 – к 2021 г., что вызвано сокращением общего объема отгруженной продукции и сокращением объема инновационной продукции.

Внедрение инноваций на всех этапах процесса производства высокотехнологичной продукции позволяет предприятиям повысить собственную конкурентоспособность и выйти на новые рынки.

#### Список использованных источников

1. Довыдова О. Г. Оценка инновационной активности организаций промышленности Республики Беларусь в условиях цифровой трансформации / О. Г. Довыдова, Н. В. Стома // Экономика. Наука. Инноватика : материалы II Междунар. науч.-практ. конф., г. Донецк, 19 марта 2021 г. / отв. ред. А. В. Ярошенко. – Донецк, 2021. – С. 588–591.

2. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 10.10.2023.