

цен, максимальное использование средств в направлении финансирования инновационной деятельности. В области продвижения наиболее целесообразной будет реализация малобюджетных проектов, расширится использование инструментов партизанского, сетевого, вирусного, event-маркетинга.

*В.Ю. Шутилин, канд. экон. наук, доцент  
БГЭУ (Минск)*

## **АУТСОРСИНГ КАК МОДЕЛЬ ЭКСПОРТА ИТ-УСЛУГ**

В настоящее время передача многих функций, не входящих в перечень ключевых компетенций фирмы, на аутсорсинг становятся неотъемлемой составляющей стратегии развития большинства глобальных, в том числе европейских, компаний из совершенно разных сфер деятельности. В первую очередь речь идет об услугах в области создания и управления информационными системами предприятий (ИТ-услугах). Особая актуализация данной тенденции в период экономического кризиса в немалой степени обусловлена стремлением организаций к оптимизации, а в некоторых компаниях — просто к экономии ресурсов, затрачиваемых на информационное обеспечение их деятельности.

В понятие аутсорсингового бизнеса чаще всего включаются модели, в рамках которых описываются способы взаимодействия заказчиков и исполнителей по выполнению конкретных функций, а также влияющие на них факторы. Так, в области ИТ-услуг аутсорсинг чаще всего включает как поддержку и модернизацию существующего программного обеспечения (ПО), так и разработку нового. Рассматриваются такие функции, как создание приложений, модульное включение, конверсия данных, миграция версий и т.п., интеграция приложений, решение проблемы совместимости версий и т.д. Учитывая уровень развития отрасли программного обеспечения и разрабатываемых приложений, сложность аутсорсинговых заказов постоянно растет.

Управление интегрированными системами взаимоотношений с клиентами (CRM), цепочками поставок (SCM), базами данных поставщиков, потребителей, столами заказов, службами онлайн-технической поддержки, системами распределения (DRP), локализованными региональными информационными интернет-ресурсами и т.п. — указанные ИТ-сервисы постепенно переносятся трансъевропейскими компаниями в страны, являющиеся основными рынками сбыта (или поставок). Одним из крупнейших поставщиков аутсорсинговых услуг в области управления ИТ-сервисами в Восточной Европе в 2008 г., по оценке экспертов, является компания Luxoft, имеющая свое присутствие, в том числе и в Республике Беларусь.

Необходимо отметить достаточно высокую вовлеченность белорусских ИТ-компаний в аутсорсинговые процессы крупнейших европейских, американских и российских вендоров. В то же время если рас-

сма­тривать экспорт ИТ-услуг (а это одна из наиболее экспортоориентированных отраслей экономики), то основная актив­ность отече­ственных аутсоринговых компаний в настоящее время сосредоточена в области оффшорного программирования и слабо затрагивает такие сферы как собственно управление ИТ-процессами компаний сферы как материального, так и нематериального производства, финансового сектора, логистических цепей и т.п. Удельный вес экспорта работ и услуг резидентов парка высоких технологий (ПВТ) составил за 1 полугодие 2008 г. 87 %, в суммарном выражении — 43 млн дол. США, что в 2 раза больше, чем за тот же период 2007г. Общий же объем экспорта программного обеспечения, по данным Национального банка, составил только за 1 полугодие 2008 г. 71 млн дол. США.

В то же время необходимо заметить, что наиболее крупные резиденты ПВТ — это чаще всего структурные подразделения (либо аффилированные компании) крупных и средних по размерам международных корпораций, специализирующихся на разработке и внедрении программных продуктов, головные офисы которых находятся за пределами Беларуси. Поэтому основу экспорта чаще всего составляют именно услуги по разработке программных средств, а если быть точнее — алгоритмизации и кодирования (по сути, индийский вариант оффшорного бизнеса). Гораздо реже белорусским разработчикам приходится сталкиваться с полным циклом создания экспортного продукта — от постановки задачи через разработку собственного оригинального продукта до обучения персонала заказчика, хотя данная модель является, безусловно, более перспективной с маркетинговой точки зрения.

На наш взгляд, одним из наиболее перспективных направлений развития ИТ-индустрии в нашей стране в области разработки программного обеспечения должна стать постепенная переориентация на производство готовых продуктов под собственными торговыми марками. Данный подход предполагает системную маркетинговую работу, в первую очередь — поиск заинтересованных отраслевых заказчиков, готовых на определенных условиях испытывать законченные программные продукты, и выстраивание с ними соответствующих коммуникаций, в частности на принципах CRM.

*Г.А. Щербич, канд. экон. наук, доцент  
БГЭУ (Минск)*

## **РЕКЛАМА В КОНДИТЕРСКОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

В Республике Беларусь основное место в продвижении товаров отводится рекламе, так как предприятия находятся в сложной сети общественных отношений, а связи с потребителями становятся ключевым фактором успеха на рынке. Не является исключением и кондитерская отрасль.