

wurde die Zulassung zu einigen Nischenmärkten erleichtert, die Anforderung, wonach der Gründung eines ausländischen Versicherers die Registrierung einer Vertretung und seine Arbeit für zwei Jahre vorausgehen muss, wurde aufgehoben usw.

Neue Versicherungstechnologien wurden auch im Bereich der Schadensregulierung, der Unterdrückung von Versicherungsbetrug aktiv eingesetzt. Blockchain-Technologien werden populär. Die Einführung des C-ROSS-China Risk Oriented Solvency Systems war ein wichtiges Ereignis in Bezug auf die qualitative Veränderung des chinesischen Marktes. Das Ergebnis der Einführung von C-ROSS war die zunehmende Transparenz des Versicherungsmarktes.

Das kennzeichnende Hauptmerkmal des modernen Versicherungsmarktes in China ist seine Macht, die durch das schnelle Wachstum, die rasante Entwicklung der Wirtschaft im Allgemeinen bedingt ist.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass es in der Evolution des chinesischen Versicherungsmarktes zwei wichtige Richtungen für seine rasante Entwicklung gibt: die Reform der Struktur des Marktes in den Jahren 1978-1996 und Erweiterung eigener Versicherung unter den Bedingungen des schnellen Wachstums der Bevölkerung und der Wirtschaft des Landes.

Abschließend sollte angemerkt werden, dass das Potenzial des chinesischen Versicherungsmarktes sowohl für nationale als auch für ausländische Versicherer groß ist. Hunderte Millionen Menschen sind an verschiedenen Versicherungsprogrammen beteiligt, was die Branche sozial bedeutsam macht, von deren Erfolgen die Allgemeine sozio-politische Stabilität weitgehend abhängt. Die internationale Wettbewerbsfähigkeit der chinesischen Versicherungsunternehmen wächst stetig.

W. Laptew, A. Schischmintzewa
В.С. Лаптев, А.П. Шишминцева
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А.М. Коцаренко

FAKTOREN DER KONKURRENZFÄHIGKEIT IN DER IT-SPHÄRE

Факторы конкурентоспособности в ИТ-сфере

In vielen Ländern, insbesondere in der Republik Belarus, werden zurzeit unter dem Einfluss von äußeren Faktoren Veränderung der Anwendererfahrung, Automatisierung aller Geschäftsvorgänge sowie hoher Bedarf an Gütern im Bereich der Informationstechnologien (IT) beobachtet, was dem Geschäft wegen steigender Konkurrenz schädigt.

Das Ziel dieser Forschung ist die Aufklärung der Faktoren, die Konkurrenzfähigkeit in der IT-Sphäre beeinflussen. Unter Aufgaben der Forschung sind: Durchführung einer Umfrage unter zukünftigen IT-Fachkräften, Zusammenfassung deren Ergebnisse, Erarbeitung der Empfehlungen im Bereich der Vorbereitung von IT-Fachkräften.

Vor unserem Land steht die Aufgabe, die Wettbewerbsfähigkeit unserer IT-Unternehmen auf dem Weltmarkt zu unterstützen, um neue Kunden zu akquirieren und schon existierende Kontakte zu behalten. Dies soll Gewinne maximieren und ein positives Image des Landes schaffen sowie Venture-Finanzierung als Investitionsinstrument der künftigen Projekte (Unternehmen) mit nachfolgender Kommerzialisierungsmöglichkeit sicherstellen.

Doch ist es notwendig die Faktoren zu berücksichtigen, die sowohl das Heranziehen der ausländischen Venture-Investitionen als auch die Wettbewerbsfähigkeit unseres Landes auf dem internationalen Markt im IT-Bereich beeinflussen. Diemeist wichtigen sind unten dargelegt.

Zum Ersten ist für Jungunternehmen sowie für Software entwickelnde Unternehmen das Team von großer Bedeutung: dabei geht es um Berufserfahrungen, Leistungsfähigkeit, Motivation und andere Aspekte.

Wir haben eine Umfrage unter Studierenden der letzten Semester und IT-Absolventen unserer führenden Hochschulen durchgeführt (158 Personen). Nach der Meinung der Befragten gilt bei der Anstellung als der wichtigste Faktor praktische (technische) Erfahrung von mindestens 6 Monaten. Nicht weniger wichtig sind Fremdsprachenkenntnisse auf dem Niveau B2 und noch höher. 62 % der befragten Studenten brauchen mehr Unterrichtseinheiten im Englischen (Grund- und Mittelstufe sowie technische Sprache).

Wir sind der Meinung, dass es ganz notwendig ist diejenigen Hochschullehrer anzuwerben, die in der IT-Branche praktisch tätig zu sein.

Noch ein wesentlicher Faktor ist das Zufließen von ausländischen Investitionen. Es ist zu bemerken, dass Investoren durch verständliche und weit verwendbare Institute des englischen Rechtes angezogen werden. Dank dem Dekret №8 ist in der Republik Belarus im Rahmen des High-Tech-Parks die Durchführung der Investitionsgeschäfte bereits möglich. Diese Geschäfte werden unter Bedingungen des konvertierbaren Darlehens realisiert, das man als Mittel des Venture-Investments verstehen muss.

Es sind auch mögliche Veränderungen der epidemiologischen Situation im Land (etwa COVID) zu berücksichtigen, was die Nachfrage beeinflussen könnte. Die Erfahrung des 2. und 3 [1]. Jahresviertels 2020 zeigte, dass zeitliche Unterbrechung der Entwicklung von neuen Produkten sowie Revision des Geschäftsmodells als Krisenmaßnahmen verwendet werden können.

Somit wurden sowohl innere Faktoren des Unternehmens (technische Erfahrung des Teams und Potenzial der weiteren Entwicklung), als auch äußere

Einflüsse (gesetzliche und epidemiologische) analysiert, die ein positives Image des Landes bilden und wesentliche Investitionen fördern können. Es wurden auch Tendenzen der Entwicklung der IT-Sphäre untersucht und Empfehlungen im Bereich der Vorbereitung der IT-Fachkräfte erarbeitet, die unserer Meinung nach sinnvoll wären.

Literatur

1. State of the Market: Global IT Spending Review and Industry Outlook, Q3 2020 [Electronic resource] // IDC. – 2020. – Mode of access: <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=WC20200806>. – Date of access: 04.11.2020.

S. Nikiforovets
С.А. Никифоровец
БГУ (Минск)

Научный руководитель М.Ф. Арсентьева

ENTWICKLUNG DER MARKE FÜR STÄDTE UND REGIONEN (AM BEISPIEL DER STADT ÜBERLINGEN)

Разработка бренда для городов и регионов (на примере города Юберлинген)

Das Ziel der Forschung ist die Rolle der Marke in Marketing für Städte und Regionen festzustellen. Zu den Aufgaben zählt man:

- 1) Den Begriff “Marke” zu definieren.
- 2) Merkmale der Markenpolitik von Städten und Regionen zu bestimmen und zu analysieren.
- 3) Eine Markenentwicklungsstrategie am Beispiel der Stadt Überlingen zu erarbeiten.

Die Internationalisierung und Globalisierung der Wirtschaft haben auch zu einem globalen Wettbewerb zwischen Nationalstaaten, Regionen und Städten dieser Welt um ansiedlungswillige Investoren geführt. Globale Unternehmensstrategien, rasante Entwicklungen im IT-Bereich sowie Fortschritte in der Logistik und bei den Transportsystemen senken erheblich Transportkosten und ermöglichen multinationalen Konzernen, ihre Wertschöpfungsaktivitäten grenzüberschreitend zu konfigurieren und zu optimieren.

Die Wirkung von der Stadt- bzw. Regionenmarke auf die Präferenzen und das Verhalten der Zielgruppen ist umso stärker, je klarer und deutlicher die Vorstellungen von dieser Stadt bzw. Region sind. Erst durch die Markierung ist es möglich, einer