

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования
Белорусский государственный университет информатики и
радиоэлектроники

УДК 339.138:004.738.5

Барановский Артём Сергеевич

**МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ В СФЕРЕ IT-
УСЛУГ**

АВТОРЕФЕРАТ

на соискание степени магистра экономических наук
по специальности 1-25 80 04 «Экономика и управление народным
хозяйством»

Научный руководитель
Журавлев Валерий Александрович
кандидат экономических наук, доцент

Минск 2018

ВВЕДЕНИЕ

IT-услуги один из самых востребованных продукт в наше время, который помогает стремительно развивать бизнес в самых различных отраслях, в том числе и маркетинге. Любые компании, предприятия и организации осуществляют свою деятельность при помощи информации. Это самый востребованный продукт в наше время, который помогает стремительно развивать бизнес в самых различных отраслях. Для оперирования данными, их получения, обработки и передачи необходим ряд оборудования, программного обеспечения и услуги, которые предоставляют IT компании.

Объектом исследования является маркетинговая деятельность предприятия в сфере IT-услуг.

Предметом исследования являются IT-услуги и их маркетинговая составляющая в общем потоке цикла разработки ПО и структуры. IT-услуги способствуют созданию эффективных инструментов исследования для бизнеса, являются мощным инструментом воздействия на аудиторию. Технологические возможности Интернета обуславливают быстрое развитие информационного общества. А с его развитием меняются подходы к управлению маркетингом в сфере IT-услуг.

Целью работы является разработка рекомендаций по формированию национальной модели развития рынка IT-услуг на основе анализа тенденций мирового рынка IT-услуг, связи развития экономики и IT-услуг. Внедрение данных рекомендаций может ускорить развитие IT-услуг в Республике Беларусь и усилить инновационный потенциал экономики.

В соответствии с поставленной целью в данной работе нашли свое решение следующие задачи:

- поиск основных направлений и инструментов в сфере IT-услуг;
- законодательное регулирование маркетинга в сфере IT-услуг;
- предложения по развитию маркетинга отечественных предприятия в сфере IT-услуг.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Связь работы с научными исследованиями университета. Результаты диссертационного исследования были использованы при проведении следующих научно-исследовательских работ, «Маркетинг криптовалют. Саморегулирующиеся рекламные системы для IT-стартапов в сфере блокчейн-технологий и смарт-контрактов». Научно-исследовательская работа проводилась на базе Белорусского государственного университета

информатики и радиоэлектроники с использованием открытых статистических источников частного предприятия ООО «Артос Медиа».

Цель и задачи исследования. Предметом исследования являются ИТ-услуги и их маркетинговая составляющая в цикле разработки программного обеспечения в Республике Беларусь и в мире в условиях глобализации, особенности регулирования на национальном и международном уровнях.

Объектом исследования является маркетинговая деятельность предприятия в сфере ИТ-услуг на современном этапе их развития, их регулирование на национальном и международном уровнях, действующие в отрасли компании, используемые ими технологии, а также перспективные технологии и существующий спрос на них.

Целью работы является разработка рекомендаций по формированию национальной модели развития рынка ИТ-услуг на основе анализа тенденций мирового рынка ИТ-услуг, связи развития экономики и ИТ-услуг. Внедрение данных рекомендаций может ускорить развитие ИТ-услуг в Республике Беларусь и усилить инновационный потенциал экономики.

Для достижения поставленной цели в работе были поставлены и решены следующие задачи:

- поиск основных направлений и инструментов в сфере ИТ-услуг;
- законодательное регулирование маркетинга в сфере ИТ-услуг;
- предложения по развитию маркетинга отечественных

предприятия в сфере ИТ-услуг.

Новизна полученных результатов. Впервые проведен всесторонний анализ маркетинговой деятельности компаний в сфере ИТ-услуг, сделана оценка эффективности проводимых ими маркетинговых мероприятий. Внедрение разработок оценивает рост продаж на рынке ИТ-услуг и их конкурентоспособность на территории страны и за её пределами. Проведено исследование деятельности отдельных предприятий и сделаны предложения по развитию ассортимента ИТ-услуг, внедрения CRM-системы в узкие сферы деятельности отдельных её видов и эффективности проведения мероприятий.

Положения, выносимые на защиту.

1. Понятие и классификация ИТ-услуг;
2. Понятие и содержание маркетинга ИТ-услуг;
3. Анализ развития сферы ИТ-услуг в мире и Беларуси.
4. Регулирование сферы ИТ-услуг в Беларуси.
5. Анализ маркетинга ИТ-услуг в Беларуси;
6. Предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности в

сфере ИТ-услуг в Беларуси.

Апробация результатов диссертации. Результаты диссертации были представлены на конференции белорусского государственного университета (Беларусь, Минск) 14–18 мая 2018 г. на 4-ой Международную научно-

практическую конференцию «Веб-программирование и Интернет-технологии (WebConf2018)». Также работа была представлена на конференции Белорусского государственного университета информатики и радиоэлектроники.

Опубликованность результатов исследования. Работа «Маркетинг криптовалют. Саморегулирующиеся рекламные системы для IT-стартапов в сфере блокчейн-технологий и смарт-контрактов» опубликована в сборниках научных статей Белорусского государственного университета информатики и радиоэлектроники и Белорусского государственного университета.

Структура и объем диссертации. Работа состоит из введения, трёх глав, посвященных исследуемой теме, и заключения со ссылками на использованные источники.

Магистерская диссертация выполнена самостоятельно, проверена в системе «Антиплагиат». Процент оригинальности соответствует норме не менее 70%, установленной кафедрой экономики. Цитирования обозначены ссылками на публикации, указанные в «Библиографическом списке».

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ

В первой главе «Основы маркетинговой деятельности в сфере IT-услуг» проанализировано правовое и экономическое содержание, сущность, особенности и виды IT-услуг. Дана классификация IT-услуг. Показано, что маркетинговая сущность IT-услуг связаны с понятием программный продукт. В теоретических исследованиях IT-услуг и практическом использовании эти понятия зачастую применяется неадекватно, некоторые из них отождествляются, содержание не всех из них понятно лицам, использующим их в теории или практике. Для современной организации обязательными являются автоматизация и использование программных продуктов и услуг, а их юридическим носителем являются договора на оказание IT-услуг.

Рассмотрено развитие рынка IT-услуг в США, ЕС, Германии, России, Республике Беларусь. В каждой стране существуют определенные условия, касающиеся предоставляемых IT-услуг. Спрос на IT-услуги формируется в соответствии с уровнем развития экономики, уровнем жизни и зарплат.

Во второй главе «Направления развития сферы IT-услуг в мире» проанализированы сущность, цели, задачи, особенности и инструменты IT-услуг. Рассмотрен комплекс-микс (4P) маркетинга IT-услуг для физических и юридических лиц. Маркетинг IT-услуг имеет свои особенности, ввиду специфического характера маркетинговой деятельности в рамках IT-услуг.

Подробно рассмотрены традиционные инструменты маркетинга и использование интернет-маркетинга в сфере IT-услуг.

В третьей главе «Современные инструменты в сфере IT-услуг» рассмотрены направления развития рынка IT услуг и государственное регулирование юридических услуг в Беларуси. Происходит специализация на рынке IT-услуг в Беларуси.

Необходимо расширять перечень оказываемых услуг, развивать комплекс маркетинга, искать новые, более совершенные способы продажи услуг. Необходимо широко использовать Интернет, что позволит юридическим фирмам еще больше укрепить свои позиции на рынке IT-услуг и расширить клиентскую базу.

Главная цель развития интернет-маркетинга в сфере IT-услуг – повышение степени удовлетворенности клиентов благодаря большему учету их потребностей, и повышению эффективности использования инструментов юридического маркетинга. За счет Интернета появляется возможность применять индивидуальный подход в работе с клиентами, выходить на зарубежные рынки, заблаговременно выявлять новые потребности клиентов и выявлять новые возможности сотрудничества.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В последние годы резко возрос спрос на IT-услуги и их маркетинговую поддержку. Это связано с переменами, которые произошли в мире в последнее время. Существенным изменением стала глобализация рыночных отношений в общественной и экономической жизни. Это изменение самым существенным образом повлияло на деятельность организаций и продуктовых компаний.

В современном мире IT-услуги представляют из себя эффективный инструмент для полного и достоверного информационного обеспечения маркетинговой деятельности. На основе этих технологий сформировался глобальный рынок электронной коммерции, предоставляющий ряд преимуществ для реализации комплекса маркетинговых мероприятий в режиме реального времени: расширение доли рынка на основе глобального доступа к информационным ресурсам; сокращение времени вывода услуги на рынок; реализация оптимального поиска потенциальных инвесторов; сокращение накладных расходов по продвижению товаров и услуг; своевременное изменение маркетинговой политики в соответствии с резко изменяющейся рыночной ситуацией.

Особый интерес у коммерческих организаций вызывают следующие формы использования IT-услуг в рамках Интернет пространства: поиск партнеров и налаживание эффективной связи с ними; реклама и продвижение

продукта; маркетинговые исследования; электронная презентация фирмы и ее продукта; использование возможностей электронных международных и

Стоимость разработки IT-продуктов достаточно высока, а, несмотря на промышленный спад востребованность в ней есть и будет. Особенно сейчас, когда западные производители будут стремиться всеми способами урезать издержки, и в том числе переводить подобную обычно домашнюю разработку туда, где подешевле. Поэтому возникает необходимость систематизации знаний, касающихся данной научно-практической области, а также в развитии методических положений с целью их дальнейшего использования в практике работы отечественных предприятий.

Искусственный интеллект будет перспективнее, нежели маркетинговые технологии разработки ПО и нашим компаниям стоит обратить на него внимание и пытаться развивать и предлагать заказчикам. Маркетинг IT-услуг позволит лучше удовлетворять потребности физических лиц и организаций, повысить эффективность деятельности фирм на рынке Республики Беларусь.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- [1] Сайт «[Hewlett Packard Enterprise \(HPE\)](http://www.hpe.com)». Американская ИТ-компания, созданная в подразделении HP в 2015 году. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hpe.com/ru/ru/what-is/hybrid-cloud.html>
- [2] «SCY Dynamics». Сервисные и ИТ услуги. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sky-dynamics.ru/services/>
- [3] Словари и энциклопедии на Академике. Автоматизированная система. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/19817.
- [4] Автоматизированная система управления – Википедия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Автоматизированная_система_управления.
- [5] Портал №1 по управлению ИТ-услугами – Real ITSM. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://realitsm.ru/2017/11/ponyatie-produkta-v-kontekste-agile-i-itsm/>
- [6] Аналитический материал spydell – Живой журнал. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://spydell.livejournal.com/523369.html>
- [7] IT Sales Camp – Профессиональные курсы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://itsales.camp/blog/osobennosti-prodazhi-it-tovarov-i-uslug/>
- [8] IBM в России и странах СНГ – Продуктовая компания. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www-935.ibm.com/services/ru/ru/it-services/itaas/>
- [9] Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь – Электронная версия документа декрет номер 8. [Электронный документ]. – Режим доступа: http://president.gov.by/ru/official_documents_ru/view/dekret-8-ot-21-dekabrja-2017-g-17716/
- [10] 3DNews [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://www.3dnews.ru/software/opengl/>
- [11] Realcoding.NET [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://www.realcoding.net/articles/novye-vozmozhnosti-directx-11-dinamicheskoe-podklyuchenie-sheiderov-i-szhatie-tekstur.html>
- [12] Вайз Д., Малсид М. - "Google. Прорыв в духе времени" под ред. Е.М. Бузниковой. - М.: Эксмо, 2007. - 368 с.
- [13] Гусев В.С. - "Google: эффективный поиск информации в Интернет. Краткое руководство". - М.: Диалектика, 2005. - 240 с.

- [14] Сравнение платформ [Электронный ресурс] –Электронные данные. – Режим доступа: <http://digitalid.ru>
- [15] Арлазаров, В.Л. Теория и методы создания интеллектуальных компьютерных систем/ В.Л. Арлазаров, Ю.И. Журавлев, О.И. Ларичев // Информационные технологии и вычислительные системы. -2011. -№1.- С.47-48.
- [16] Батыршин, И.З. К анализу предпочтений в системах принятия решений /И.З. Батыршин.- М.: МЭИ, 2011. -423 с.
- [17] Информационные системы в экономике// Под ред. проф. В.В. Дика. – М.: Финансы и статистика, 2012.- 387 с.
- [18] Кравченко, Т.К. Процесс принятия плановых решений/ Т.К. Кравченко.- М., Экономика, 2014.
- [19] Кравченко, Т.К. Экспертная система принятия решений/ Т.К. Кравченко, Г.И. Перминов. -М.: ГУ-ВШЭ, 2009.- 241 с.
- [20] Майоров, С.И. Информационный бизнес: коммерческое распространение и маркетинг: Финансы и Статистика, 2013. -346 с.
- [21] Джексон, П. Введение в экспертные системы/ П. Джексон.- М., Издательский дом “Вильямс”, 2011.
- [22] Система поддержки принятия решений в человеко-машинных системах управления. Труды Института проблем управления РАН им. В.А.Трапезникова. Том УШ. М.: ИПУРАН, 2010.- С. 46-59.
- [23] Трахтенгеру, Э.А. Компьютерная поддержка принятия решений/Э.А. Трахтенгеру. – М.: Наука, 2012.- 365 с.
- [24] Уотермен, Д. Руководство по экспертным системам/ Д. Уотермен.- М.: Мир, 2010.- 318 с.
- [25] Устинова, Г.М. Информационные системы менеджмента. Учебное пособие /Г.М. Устинова. – СПб: Изд-во «ДиаСофт ЮП», 2010. – 368 с.
- [26] Чекинов, Г.П. Применение ситуационного управления в информационной поддержке принятия решений при проектировании организационно-технических систем // Г.П. Чекинов, А.Л. Куляница, В.В. Бондаренко// Информационные технологии в проектировании и производстве. -2013.- № 2.
- [27] Элти, Д. Экспертные системы: концепции и примеры/ Д.Элти, М. Кумбс.- М.: Финансы и статистика, 2011.-512 с.
- [28] Новостной портал TUT.BY [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://tut.by>
- [29] Международный портал IAOP (The Association with Collaboration at its Core). Рейтинг 100 крупнейших компаний по модели аутсорсинга

[Электронный ресурс] – Режим доступа:
<https://www.iaop.org/Content/19/165/4701>

[30] Сайт национального статистического комитета Республики Беларусь. Статистический ежегодник Республики Беларусь 2017 года на русском языке [Электронный документ] – Режим доступа:
<http://www.belstat.gov.by/upload/iblock/2bb/2bb847d146f678ca24bf66ff94aae379.zip>

[31] Национальный банк Республики Беларусь. Авторская статья Евгения Радионика «Анализ IT-индустрии Беларуси: состояние отрасли и перспективы развития» [Электронный ресурс] – Режим доступа:
<https://www.nbrb.by/bv/articles/10065.pdf>

[32] Совет министров Республики Беларусь. Государственная программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016 – 2020 годы [Электронный документ] – Режим доступа:
<http://www.government.by/upload/docs/file4c1542d87d1083b5.PDF>

[33] Профорientационный портал «EY. Building a better working world». Проект «The IT Industry in Belarus: 2017 and Beyond» [Электронный документ] – Режим доступа: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-it-industry-in-belarus-2017-and-beyond/\\$FILE/ey-it-industry-in-belarus-2017-and-beyond.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-it-industry-in-belarus-2017-and-beyond/$FILE/ey-it-industry-in-belarus-2017-and-beyond.pdf)

[34] Сайт выставочного комплекса «ТИБО-Беларусь». Раздел «Пресс-релизы» [Электронный ресурс] – Режим доступа:
<http://www.tc.by/exhibitions/tibo/prexh/all.html>

[35] НАШЕ МНЕНИЕ. Экспертное сообщество Беларуси [Электронный ресурс] – Режим доступа:
<https://nmnby.eu/yearbook/2017/page16.html>

[36] Центр стратегических разработок Российской Федерации. Раздел «Институты и общество». Проект «Государство как платформа» Беларуси [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.csr.ru/wp-content/uploads/2018/05/GOSUDARSTVO-KAK-PLATFORMA_internet.pdf

[37] Информационный портал 42.tut.by. Статья «ТИБО-2018: что нам запомнилось на крупнейшей белорусской IT-выставке» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://42.tut.by/592781>

[38] Сайт banki.ru. Статья «Маркетплейс повысит доступность финансовых продуктов для граждан» [Электронный ресурс] – Режим доступа:
<http://www.banki.ru/news/interview/?id=10471693ъ>

[39] Технологический новостной портал #habr. Статья «Big Data от А до Я. Часть 1: Принципы работы с большими данными, парадигма

MapReduce» [Электронный ресурс] – Режим доступа:
<https://habr.com/company/dca/blog/267361/>

[40] Раздел «Все провайдеры» [Электронный ресурс] – Режим доступа:
<http://www.providers.by/>

[41] Рубрика «Экономика» [Электронный ресурс] – Режим доступа:
<http://www.naviny.by/rubric/>

[42] Романова Е.С., Михинова Л.М. Экономика и организация связи
Мн, 2010.

[43] Голубицкая, Е.А. Основы маркетинга в телекоммуникациях:
учебное пособие / Е.А. Голубицкая, Е.Г. Кухаренко – М.: Радио и связь, 2005.

[44] Голубков, Е.П. Основы маркетинга: учебное пособие для
студентов, обуч. по экономическим специальностям / Е.П. Голубков – 3-е изд.,
перераб. и доп. – Москва: Финпресс, 2008.

[45] Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер 12-е
изд. - СПб.: Питер, 2009.

[46] Месник, Н.Ф. Маркетинг на предприятии: курс лекций / Н.Ф.
Месник – Минск: Современные знания, 2007.

[47] Вершинская О.Н., Куперман И.А., Осиленкер Л.Б. Требования к
личности в условиях развития информационного общества
<http://www.narodonaselenie.ru/>

[48] Гаврилов Л. П. Информационные технологии в коммерции серия:
Высшее образование М.: Издательство: Инфра-М, 2010 г. - 240 с.

[49] Гаврилов Л. П. Основы электронной коммерции и бизнеса М.:
Издательство: Солон-Пресс, 2009 . - 592 с.

[50] Гаврилов Л. П., Соколов С. В. Мобильные телекоммуникации в
электронной коммерции и бизнесе М.: Издательство: Финансы и статистика,
2006. - 336 с.

[51] Галушко. Д.М. Разрешительная работа в области связи:
законодательство, ответственность и практика применения // Вестник связи.
2008. - № 10

[52] Гарретт Б., Дюссож П. Стратегические альянсы: Пер. с англ. М.:
ИНФРА-М, 2002. - XX, 332 с. - (Серия «Менеджмент для лидера»).

СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ СОИСКАТЕЛЯ

[1-А.] Барановский, А.С. Маркетинг криптовалют. Саморегулирующиеся рекламные системы для IT-стартапов в сфере блокчейн-технологий и смарт-контрактов// А.С. Барановский // Медиафера в условиях цифровой коммуникации. Материалы 4-ой Международной научно-практической конференцию «Веб-программирование и Интернет-технологии (WebConf2018). Минск, БГУ, 2018. / Белорусский государственный университет. Режим доступа: <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/195620/1/WebConf2018.pdf>

[2-А.] Барановский, А.С. Маркетинг криптовалют. Саморегулирующиеся рекламные системы для IT-стартапов в сфере блокчейн-технологий и смарт-контрактов// А.С. Барановский //Проблемы электронного маркетинга и экономики. Минск, БГУИР, 2018. / редкол. Шкор О.Н. [и др.]Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники.