

были сокращены из-за внедрения искусственного интеллекта в производство. Эти компенсации могут выплачиваться каждый месяц в течение нескольких лет либо только один раз. Их должно быть достаточно для повышения квалификации, переобучения, прохождения специальных курсов либо получения образования в зависимости от уже имеющихся образования и квалификации. Кроме того, можно обязать предприятия, которые планируют сокращение штата сотрудников из-за роботизации, обеспечивать этим сокращённым сотрудникам переобучение или пере-квалификацию внутри предприятия. Помимо этого, вполне вероятно введение специального налога на роботов для привлечения дополнительных средств в подобные фонды.

В заключение подведём некоторые итоги:

Для того чтобы максимально обезопасить себя от сокращения, связанного с внедрением искусственного интеллекта, необходимо постоянно развиваться, осваивать новые навыки и умения, изучать как можно больше иностранных языков.

При внедрении новейших высоких технологий уровень безработицы повысится в Беларуси на 15-20 %, а в мире на 30 %.

Необходима подготовленность законодательств государств для материальной поддержки сокращённых работников с помощью различных фондов и обложения предприятий специальными налогами.

Список используемых источников:

1. http://a.kras.cc/2017/09/blog-post_438.html
2. <https://officelife.media/news/in-minsk-opened-a-shop-without-cashiers-and-sellers/>
3. <https://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=42064>
4. http://synthira.ru/news/ugroza_robotizacii_kakie_strany_postradajut_pervymi/2018-03-24-750

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНЫХ ДЕЙСТВИЙ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Геллер Д.Т., Макась М.О.

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

Жилинская Н. Н. – к.э.н., доцент

На сегодняшний день сфера ИТ активно развивается. Растет интерес людей к этой отрасли, отчего растет занятость населения в этой отрасли, следовательно, увеличивается количество компаний. Так как рынок ИТ представляет собой монополистическую конкуренцию, барьеры на вход в бизнес относительно высоки, то имеет место конкуренция между фирмами в отрасли. Из-за этого анализ конкурентных действий в сфере ИТ является актуальным.

Одним из важнейших факторов эффективной деятельности экономики является конкуренция. Она дает возможность совершенствовать работу предприятий. Кроме того, конкуренция – это стимул для производителей ориентироваться на вкусы и интересы покупателей; это условие насыщения товарного рынка. Благодаря использованию современных технологий компании стремятся к расширению предложения своих услуг. Поиск инновационных решений, расширение границ рынка ИТ выступают стимулом для его развития. Однако на практике существует большое количество препятствий для развития конкуренции в сфере информационных технологий. Часть из них связана с особенностями включения локальных компаний в мировой рынок. Лидерами мирового развития рынка информационных технологий являются развитые постиндустриальные страны, в первую очередь, США, где число пользователей сети Интернет достигло 60% населения страны. Современные потребители нуждаются в услугах и бизнес-схемах, которые отвечают требованиям их деятельности. Наблюдается увеличение интереса к технологическим достижениям рынка информационных технологий и новым возможностям, которые открывают их дальнейшее развитие. Этот интерес подкреплен реальным спросом и реальными инвестициями как со стороны физических лиц, так и корпоративных клиентов. Производители оперативно реагируют на значительный рост спроса, что еще более ускоряет замену старых технологий новыми. Однако несовершенство законодательства в области защиты, препятствующие развитию интеллектуальной собственности, «интеллектуальное пиратство» наносит удар по добросовестной конкуренции, заставляя производителей уходить в сферу неформального рынка. Институциональные барьеры, конкуренции на внутреннем товарном и факторных рынках, подрывают способность национальной экономики выдерживать конкуренцию с иностранными товарами. Возрастание роли и значения информационных технологий и как инструмента, и как важнейшего фактора развития новой экономики представляет актуальность выбранной темы. Исследование особенностей развития конкурентных отношений на рынке ин-

формационных технологий представляет несомненный интерес как с точки зрения изучения общих закономерностей его развития в ведущих странах мира, так и с позиции анализа возможностей применения имеющегося мирового опыта. Ярким примером является конкуренция между «гигантами» сферы: Microsoft и Google.

В марте 2011 г. корпорация Microsoft сообщила, что прекращает производство новых моделей цифровых медиаплееров Zune ввиду низкого спроса на данные устройства. Многие эксперты считают, что Zune по некоторым качествам выигрывает у iPod, но для того, чтобы занять позицию лидера на рынке медиаплееров вместо Apple, Microsoft опоздала на 5 лет. Zune закрыли, потому что он не смог предложить ничего технологически нового пользователям. Microsoft попыталась скопировать iPod, и вышло это неудачно. Чтобы превзойти Apple, Microsoft нужно было предложить такой товар, который смог бы захватить большую часть рынка, будучи совершеннее iPod. Медиаплеер Microsoft не смог этого сделать. На момент выхода Zune более 75% рынка принадлежали iPod. При этом преимуществ перед iPod у Zune не было. Таким образом, на рынке плееров для Microsoft сложилась ситуация недостаточного разделения потребительского спроса. Устройство iPod сумело удовлетворить большую часть спроса и одновременно задать высокие стандарты качества данного продукта, к которым люди быстро привыкли. Эффект бренда Apple также привязал потребителей к iPod так, что его потенциальный конкурент-победитель должен был быть в разы лучше. Плеер Zune не смог обойти конкурента, поэтому был вынужден покинуть рынок.

Рынок информационных технологий остается, можно сказать, «технологическим эльдорадо», где продолжают открываться все новые ниши. Быстрый характер конкуренции на рынке заставляет компании постоянно развиваться, ориентироваться на получение прибыли. Нормальная средняя прибыль, получаемая в нынешнем периоде, уже является предупреждающим знаком проигрыша в конкурентной борьбе и заставляет выходить из отрасли уже сегодня, чтобы избежать серьезных потерь завтра. Очень показателен пример известной американской корпорации Hewlett-Packard. Акции крупнейшего производителя компьютеров Hewlett-Packard упали на 20% после того, как компания объявила о решении выйти из бизнеса по производству персональных компьютеров и сконцентрироваться на разработке программного обеспечения и компьютерных услугах. HP заявила, что думает о выходе из компьютерного бизнеса и рассматривает возможности его развития, включая «полное и частичное отделение». Компания стала крупнейшим в мире производителем ПК после приобретения в 2002 году за 17,6 млрд. долл. Compaq Computer. Спустя почти десять лет бизнес перестал быть привлекательным для HP, как поясняют в компании, из-за своей низкой прибыльности — 5,4% в 2010 году против 11,7% по компании в целом. Несмотря на то, что Hewlett-Packard оставалась одной из ведущих компаний на рынке производства компьютеров, она добровольно покинула эту отрасль не ввиду крупных убытков, а всего лишь из-за невысокой рентабельности. Отсутствие возможности извлекать технологическую ренту на данном рынке уже означает поражение в инновационной конкуренции, т.к., во-первых, фирма не получает избыточную прибыль, необходимую для финансирования конкурентных технологий, и, во-вторых, фирма потеряла доверие со стороны инвесторов, которые будут вкладывать средства в более прибыльные компании.

Тогда основной смысл конкуренции, наблюдаемой на IT-рынке, заключается в стремлении перевести относительно избыточные ресурсы (деньги и технологии) в ресурс высшего уровня – время. Финансовые ресурсы в сфере ИТ уже давно не являются дефицитом. Технологии как совокупность патентов, ноу-хау, квалифицированных специалистов, организационных методик продвижения инноваций нельзя рассматривать как источник конкурентного преимущества на рынках высоких технологий. Тогда единственным способом превзойти конкурента становится попытка перевода этих относительно избыточных ресурсов в выигрыш времени. «Купить время» в инновационной гонке можно с помощью получения конкурентных преимуществ на ранних этапах жизненного цикла товара.

Единственным средством борьбы с недобросовестной конкуренцией со стороны гигантов сферы рынка являются штрафные санкции. В свое время корпорация Microsoft не раз была оштрафована за использование своего монопольного положения на рынке операционных систем: она навязывала свой браузер Internet Explorer и не позволяла другим компаниям-конкурентам продавать свои решения. Провайдеры операционных систем для мобильных устройств стали действовать так же. И были оштрафованы.

Что касается конкуренции среди работников сферы ИТ, программирование подвержено автоматизации не меньше, чем рутинный офисный труд. Она не безграничная, поэтому в определенный момент будет насыщена специалистами. Учитывая, что в нынешний момент наблюдается активный приток новой рабочей силы, конкуренция будет расти. Отчего и порог вхождения в отрасль будет повышаться.

Проанализировав развитие конкуренции на рынке информационных технологий, были выделены следующие особенности конкурентных действий:

1. Слияние компаний.
2. Заключение соглашений с крупными компаниями.
3. Ценовая политика.
4. Поглощение (фирма выкупает другую фирму).
5. Масштабирование компании. Чем больше запросов, тем лучше можно «отточить» свой продукт.
6. Диверсификация направлений бизнеса.
7. Борьба за высококвалифицированных сотрудников.
8. Создание продукта, максимально удовлетворяющего требованиям пользователя: закрытие «боли» клиента, удобство использования.
9. Перехват трафика (реклама).
10. «Купить время».
11. Штрафные санкции.

Список используемых источников:

1. https://www.jstor.org/stable/23015552?seq=1#page_scan_tab_contents
2. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Конкуренция>
3. https://www.researchgate.net/publication/220079452_Information_Technology_Network_Structure_and_Competitive_Action
4. <https://timreview.ca/article/57>

ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АУТПЛЕЙСМЕНТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Папян Д.Д.

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

Орлова Е.И. -- старший преподаватель

Давно не новое для Запада слово «аутплейсмент» звучит сегодня для Беларуси свежо и актуально. Кризис значительно увеличил количество увольняемых, обострил все связанные с этим проблемы. Всерьез озадаченные работодатели пытаются найти максимально безболезненный для обеих сторон выход из положения – ведь зачастую сокращать персонал приходится не из-за его некомпетентности, халатности, а просто потому, что нужно сокращать штат. Наиболее дальновидные или опытные руководители обращаются к опыту зарубежных коллег – внедряют в компании «этикет красивого расставания». Иначе говоря, аутплейсмент – процедура, позволяющую решить вышеназванную проблему.

Массовое высвобождение персонала представляет большую угрозу в том числе и нам – в скором будущем молодым специалистам. Из этого и вытекает потребность моей работы, целью которой я ставлю проанализировать процесс аутплейсмента и выдвинуть рекомендацию по внедрению аутплейсмента в РБ.

На Западе эта услуга широко распространена, существуют агентства, занимающиеся исключительно аутплейсментом. В России спрос на эту услугу появился сравнительно недавно. После кризиса 1998 г. многие крупные предприятия вынуждены сокращать персонал, обращаясь в кадровые агентства с просьбой помочь трудоустроить своих сотрудников. Первые компании, которые предоставили данную услугу, стали западные компании Mapower и DBM Inc. По сегодняшний день, аутплейсмент в России достаточно редкое явление, которое встречается в крупных городах, таких как Санкт-Петербург и Москва.

Если говорить об использовании аутплейсмента в нашей стране, то эта услуга в большинстве случаев не входит в перечень услуг, предоставляемых консалтинговыми агентствами Беларуси, так как применение аутплейсмента пока не стало активной практикой белорусских организаций, и спрос на данную услугу практически отсутствует.

Я считаю, что проблема внедрения аутплейсмента в Беларуси состоит в недостаточной компетенции компаний в этом вопросе и достаточно высокой стоимости самой процедуры аутплейсмента. Моя гипотеза состоит в том, что, если решить данные проблемы, аутплейсмент сможет стать вполне обычной услугой на белорусском рынке.

Таким образом, моя работа будет иметь практический смысл, поскольку ее результат позволит упростить ситуацию высвобождения работников и сделать саму процедуру максимально комфортной как для работников, так и для работодателей.

Вообще, определений аутплейсмента насчитываются десятки: «программа адаптации сокращенных сотрудников», «комплекс мероприятий, направленных на оказание помощи сокра-