

возможностей найти по-настоящему эффективные способы маркетинга [4].

Таким образом, в ходе данного исследования была определена сущность понятия agile-маркетинга, а также выявлены его ключевые идеи. Следовательно, чтобы добиться успеха в сегодняшней динамичной, непредсказуемой бизнес-среде, в которой доминирует цифровизация, маркетинговая функция должна использовать гибкие принципы.

Список использованных источников

1. Daspit, J. J. Business model innovation: from systematic literature review to future research directions / J. J. Daspit Daspit, J. J. D. Andreini, C. Bettinelli // Journal of Management and Governance. – 2017. – Vol. 21, № 3. – P. 785–792.

2. Fitzgerald, M. Embracing digital technology: A new strategic imperative MIT / M. Fitzgerald [at al.] // Sloan Management Review. – 2014. – Vol. 55, No 2.

3. Что такое Agile и подойдет ли он вашей компании [Электронный ресурс] // РБК. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/education/6023fc369a79476e47b19ef0>. – Дата доступа: 12.12.2021.

4. Agile-маркетинг – как применять гибкие подходы к управлению в маркетинге [Электронный ресурс] // LeadStartup. – Режим доступа: <https://leadstartup.ru/db/agile-marketing>. – Дата доступа: 18.12.2021.

УДК 339.138

ВНЕДРЕНИЕ ЦИФРОВЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Ляхова А.

Научный руководитель: **Вайлунова Ю. Г.**

Витебский государственный технологический университет

Изменения, которые вносит цифровая экономика, отражаются в необходимости формировать новые конкурентные стратегии субъектов, а также изменять подходы к ведению маркетинговой деятельности. Развитие малого и среднего предпринимательства (далее – МСП) имеет большое значение для формирования структуры экономики страны, так как МСП вносит значимый вклад

в основные экономические показатели страны. Кроме того, МСП выполняет ряд важных социально-экономических задач: способствует созданию новых рабочих мест, повышению конкуренции в стране, участвует в формировании бюджетов всех уровней и др. Это обуславливает актуальность темы исследования.

В работах Васильева З. А., Голубкова Е. П., Демченко А., Дзя Д., Костецкого Я., Ламбена Ж. Ж., Тяна Е., Хотяшевой О. М., и других ученых отражена сущность маркетинговых инноваций. Роль и значение МСП рассматривается в исследованиях: Точицкой И., Урбан Д., Фрайд Д., Хенсон Д., Шимановича Г., и др. Вопросы цифровой экономики нашли отражение в трудах Головенчика Г. Г., Кастельс М., Кешелава А. В., Ковалева М. М., Лapidус Л. В., Шваб К. и других.

Маркетинг инноваций представляет собой маркетинговую деятельность по созданию и продвижению товаров, услуг, проектов, которые обладают существенно новыми свойствами.

Особенно актуальна тема повышения конкурентоспособности и эффективности на основе маркетинговых цифровых инновационных технологий для МСП. В результате анализа мировых рейтингов, оценки статистических данных о развитии ИКТ [2; 3] можно сделать вывод, что Республика Беларусь может быть отнесена к перспективной группе стран по уровню цифровой трансформации экономики и общества.

Проведя анализ инновационной деятельности субъектов МСП в Республике Беларусь, можно сделать вывод о том, что сегодня лишь незначительная часть субъектов МСП внедряет маркетинговые инновационные технологии, по сравнению с зарубежными странами этот показатель очень мал (рис. 1).

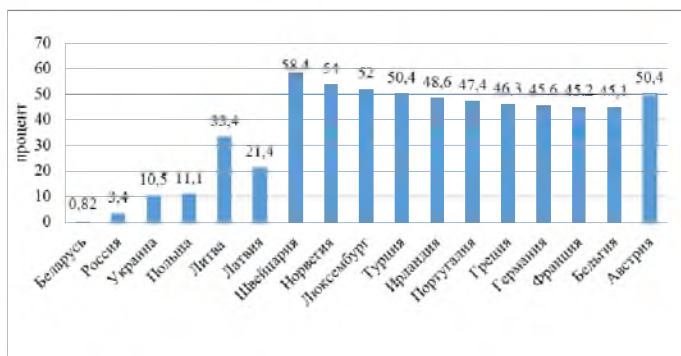


Рисунок 1 – Доля МСП, внедряющих маркетинговые или организационные инновации, в общем числе МСП за 2019 г. (фрагмент)

В целях увеличения инновационной маркетинговой активности в условиях цифровой экономики для МСП Республики Беларусь предлагаются следующие технологии.

1. Внедрение диджитал-маркетинга в деятельность МСП, расширение искусственного интеллекта (использование чат-ботов). Искусственный интеллект решает задачу «автоматизации» бизнес-процессов, повышения качества клиентской поддержки, оптимизации издержек.

2. Создание цифровых платформ для развития сотрудничества между субъектами дают возможность различным субъектам делиться информацией и таким образом существенно улучшать сотрудничество и создавать инновационные продукты и решения.

3. Внедрение CRM-технологий в деятельность МСП. Значение CRM-систем состоит в том, что их применение позволит повысить лояльность клиентов, увеличить объем реализации, прибыль, конкурентоспособность и эффективность предприятий.

Таким образом, использование субъектами МСП цифровых маркетинговых инновационных технологий позволит не только повысить свою эффективность и конкурентоспособность, но и страны в целом.

Список использованных источников

1. Медведева, И. В. Наука и инновационная деятельность в Республике Беларусь : стат. сб. / И. В. Медведева [и др.]. – Минск : Национальный статистический комитет Респ. Беларусь, 2020. – 125 с.

2. Global Connectivity Index (GCI) компании Huawei за 2019 год [Электронный ресурс] // Huawei. – Режим доступа: <https://www.huawei.com/by/news/by/2019/gci-2019-intelligent-connectivity-is-the-catalyst-for-fresh-gdp-growth/>. – Дата доступа: 19.03.2021.

3. Данные и аналитика: держим руку на пульсе информационного общества [Электронный ресурс] // ITU. – Режим доступа: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/>. – Дата доступа: 19.03.2021.