

Архитектура продуктовых, сервисных и информационных потоков с четко описанными бизнес-процессами в условиях цифровой трансформации должна подвергаться постоянным изменениям. Инновации данной архитектуры включают в себя как процессные, так и продуктовые.

К процессным инновациям особенно в условиях цифровизации относятся не только внедрение нового или улучшенного способа производства или доставки продукции, значительные изменения в технологии и производственном оборудовании, но и в программном обеспечении.

Как отмечал бывший директор компании Alcatel по исследованиям и разработкам, управляющий директор Vector Consulting Services Э. Кристофер «ближайшее будущее программного обеспечения определяется развитием по пяти главным направлениям:

- взаимодействие — основа потребительских интернет-сервисов, социальных сетей, конфигураторов продуктов и услуг, цифровых денег, систем автоматизации сотрудничества и краудсорсинга;

- понимание — механизмы понимания важны для семантического поиска, обработки Больших Данных, аналитики и экономики данных, средств оперативной проверки корректности информации и систем контроля качества данных;

- связь — важна для повсеместных мобильных вычислений, мобильных сервисов, кибер-физических систем, Индустрии 4.0, межмашинных коммуникаций, сенсорных сетей и высоко интегрированных сенсорных блоков;

- облака — это основа облачных приложений и сервисов, база для новых моделей лицензирования ПО и т. п.;

- конвергенция — слияние дисциплин, определяющих характеристики мобильных предприятий, биоинформатики, Интернета вещей, повсеместных сенсорных и автономных систем» [4, 28].

Заключение. С целью повышения эффективности и качества деятельности компании могут внедряться в систему производства и логистики лазерные технологии, использование 3-D принтеров и перевод процессов печати на цифровую основу, внедрение штрихового кодирования, автоматизация производства и упаковки продукции, внедрение систем GPS для оптимизации маршрутов доставки, цифровизация всех бизнес-процессов компании [5].

Говоря о продуктовых инновациях в данном компоненте бизнес-модели, следует отметить, что нововведения должны касаться не только удовлетворения потребностей, которые уже имеются на рынке, но и латентно существующих, но еще не осознанных потребностей клиентов.

Список используемых источников

1. Timmers, P. Business Models for Electronic Markets // Electronic Markets. — International Journal of Electronic Commerce & Business Media. 1998. — Vol. 8. — No. 2. — Pp. 3—8. & ResearchNote #98-21 September 9, 1998.
2. Создание гибридной интеллектуальной системы управления рисками в условиях цифровой экономики / К. Л. Полупан [и др.] // Развитие цифровой экономики в условиях деглобализации и рецессии ; под ред. А.В. Бабкина. — СПб., 2019. — С. 96—113.
3. *Переборова, Н. В.* Бизнес-моделирование и информационные технологии в цифровой экономике / Н. В. Переборова, В. В. Ильинский // Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы ; под ред. А.В. Бабкина. — СПб., 2017. — С. 636—664.
4. Формирование цифровой экономики в России: сущность, особенности, техническая нормализация, проблемы развития / А. В. Бабкин [и др.] // Науч.-техн. ведомости СПбГПУ. Экон.науки. — 2017. — Т. 10, № 3. — С. 9—25.
5. *Кристофер, Э.* Программное обеспечение: взгляд в будущее / Э. Кристофер // Открытые системы. СУБД. — 2015. — № 04.

УДК 334

В. В. Климук, И. А. Клименков

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», г. Барановичи, Республика Беларусь

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К СОДЕРЖАНИЮ

В Республике Беларусь реализуются государственные программы социально-экономической направленности. В нашей стране проводятся форумы, круглые столы, другие мероприятия, на которых обсуждаются вопросы социального предпринимательства, создан нормативно-правовой задел для развития института социального предпринимательства.

В качестве функций системы социального предпринимательства в Республике Беларусь выделены: создание духовных и материальных ценностей, способствующих социализации, адаптации и интеграции социально уязвимых групп; производство, продажа товаров и/или предоставление услуг, в которых заинтересовано общество, представители социально уязвимых групп; использование технико-технологических, организационно-управленческих и социальных инноваций для разрешения или смягчения социальной проблемы [2].

В результате анализа подходов к изучению социального предпринимательства ученым Д. В. Станкевич [4] сформулированы критерии, отличающие социальное предпринимательство от иных форм деятельности:

- социальные предприятия осуществляют экономическую деятельность как субъекты хозяйствования;
- деятельность социального предприятия имеет устойчивый характер, направлена на достижение социальной ценности в долгосрочном периоде, социальное предприятие имеет стратегию развития, которая опирается на бизнес-модель;
- цель и миссия социального предприятия ориентированы на создание благ, необходимых для решения конкретной социальной проблемы;
- получение прибыли социальным предприятием является обязательным инструментом реализации миссии и достижения цели;
- предприятие, не имеющее прибыли, но выполняющее функции, направленные на решение социальной проблемы, не может быть отнесено к социальным;
- инновационность и новаторство деятельности социального предприятия заключаются не только в комбинировании имеющихся ресурсов, но и способности выявления возможностей для ликвидации или снижения негативного влияния социальной проблемы [4].

Учеными Е. В. Ванкевич, К. И. Краенковой [1] в ходе анализа существующих исследований в области социального предпринимательства было выявлено несколько характерных признаков данного феномена:

- 1) социальное предпринимательство направлено на решение каких-либо социальных проблем или достижение социальных целей;
- 2) социальное предпринимательство находится на стыке некоммерческого и коммерческого секторов экономики, следовательно, может принимать как форму НКО, так и коммерческую организационную форму;
- 3) использование предпринимательского подхода в деятельности, т. е. создание финансовой самостоятельности, достижение социальной и экономической устойчивости. Организация получает прибыль и направляет ее на решение поставленных социальных задач, либо на развитие деятельности;
- 4) использование инноваций для решения социальных проблем;
- 5) масштабируемость и тиражируемость деятельности субъекта социального предпринимательства [1].

В поддержку реализуемых государственных инициатив по переходу науки в цифровой формат и приведения ее в соответствие четвертому технологическому укладу Институт научных коммуникаций разработал датасет по социальному предпринимательству, содержащий индикаторы социального предпринимательства в мировой экономике (индикаторы социальной ответственности предпринимательства и индикаторы некоммерческой деятельности предпринимательства) [3].

Список использованных источников

1. *Ванкевич, Е. В.* Социальное предпринимательство в современных условиях: сущность и методы оценки / Е. В. Ванкевич, К. И. Краенкова // *Вестн. Белорус. гос. экон. ун-та.* — 2018. — № 2. — С. 5—16.
2. *Вишнякова, М. В.* Социальное предпринимательство в Республике Беларусь: социологический анализ : автореф. дис. ... канд. соц. наук / М. В. Вишнякова. — Минск, 2020. — 24 с.
3. Датасеты для научных исследований [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://datasets-isc.ru/>. — Дата доступа : 25.12.2023.
4. *Станкевич, Д. В.* Социальное предпринимательство: теоретические основы и практика государственного регулирования : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.01. — Минск, 2023.

УДК 339.138

А. А. Костюкевич

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

*Научный руководитель
Ж. Л. Дыдышко*

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Введение. Интернет-продвижение бизнеса — это процесс привлечения потенциальных клиентов и увеличения продаж через различные онлайн каналы. В настоящее время онлайн маркетинг стал неотъемлемой частью любого бизнеса, ведь большинство потребителей ищут товары и услуги в интернете.

Основная часть. SEO-оптимизация — это совокупность процессов, позволяющих улучшить сайт для его ранжирования в поисковых системах. Такой метод поможет привлечь большое количество аудитории, увеличить продажи и сделать компанию более узнаваемой [1].

Оптимизация сайта под ключевые запросы позволяет увеличить трафик на сайте и привлечь больше потенциальных клиентов. Для этого необходимо провести анализ ключевых слов, которые наиболее важны для вашего бизнеса, и оптимизировать сайт под них. Оптимизация может включать в себя изменение контента, тегов, заголовков, а также внешних ссылок на сайт.