

бренда, предлагая уникальный контент, создавая и развивая коммуникации со своими читателями, потенциальными покупателями, эффективность которых зависит от глубины понимания потребностей покупателей.

Вторым важным направлением использования блоггинга как маркетингового инструмента в деятельности зарубежных компаний является продвижение эксклюзивной персонифицированной продукции. Так, например, очень успешно используют блоггинг крупные мировые производители изделий ручной работы: Stremtan F., Achim M. I., Radu L. A. и Radoviciu R.

Что касается особенностей развития блоггинга как маркетингового инструмента в деятельности зарубежных компаний, то они заключаются в постоянном развитии и дополнении данного инструмента коммуникаций, например, конкурсами, розыгрышами, блог-хопами в рамках тематического блога. Проведение конкурсов в блогах хозяйствующих субъектов создает и повышает активность читателей, увеличивает интерес и мотивацию к покупке новой продукции, стимулирует спрос на продукцию конкретных брендов.

Таким образом, основная тенденция в развитии блоггинга в зарубежных странах – это его динамизм и постоянное совершенствование технологий, которые помогают привлекать клиентов и позволяют продвигать товары не только на внутреннем, но и на внешнем рынках.

О. Коренько

ИССЛЕДОВАНИЕ ИМИДЖА ИТ-КОМПАНИИ EPAM SYSTEMS

В условиях рыночных отношений главным и определяющим фактором экономического благополучия компании является востребованность ее продукции потребителем на рынке товаров и услуг. Современный потребитель информационно-технологических услуг постоянно следит за трендами отрасли, чтобы извлечь максимальную выгоду от использования информационных технологий, повышающих эффективность большинства бизнес-процессов и позволяющих конкурировать на рынке. Важную роль играет формирование имиджа компании.

Как отметил глава Международной ассоциации профессионалов в области аутсорсинга, «Пользователи аутсорс-услуг должны иметь возможность легко найти и выбрать правильную компанию для реализации своих нужд». Поэтому формирование и совершенствование имиджа компании на рынке – одна из самых важных и сложных задач в ИТ-индустрии.

В ИТ-секторе работают люди, для которых информация – средство и предмет труда, поэтому за своим имиджем ИТ-компания внимательно следят. Поддержание привлекательного образа – сложный процесс. Компании соревнуются между собой в создании преимуществ для требовательных кандидатов – от введения новых пунктов в и без того привлекательный социальный пакет до полного ребрендинга для формирования нового образа компании-команды. Такое информационное давление на соискателей может иметь и обратную сторону: потенциальные работники перестают видеть различия между игроками рынка.

Среди лучших мировых поставщиков аутсорсинговых услуг есть компания с белорусскими офисами разработки – EPAM Systems – крупнейший разработчик программного обеспечения в Центральной и Восточной Европе, резидент Парка высоких технологий. Компания получила международную награду CEE Shared Services and Outsourcing Awards за сотрудничество с университетами. Корпоративные обучающие курсы кроме Беларуси открыты в Казахстане, России и Украине.

Формирование имиджа – это длительный процесс, требующий постоянного поддержания положительного мнения о компании со стороны потребителей. В условиях высокой конкуренции на мировом рынке технологических услуг EPAM Systems удерживает лидирующие позиции, выступая в качестве партнера для крупных компаний, помогая им реализовывать проекты по цифровой трансформации бизнес-процессов, что способствует распространению положительного имиджа компании среди потребителей.

Изучение опыта формирования внутреннего и внешнего имиджа компании, предоставляющей качественные услуги, может стать теоретической и практической базой для дальнейшего исследования понятия имиджа IT-компаний и построения внутренних коммуникаций в компаниях.

Ли Сюэ

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КИТАЙСКО-РОССИЙСКИХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ В ДАЛЬНЕВОСТОЧНОМ РЕГИОНЕ

Развитие китайско-российских внешнеторговых отношений связано с освоением и развитием Дальнего Востока, Забайкалья и Восточной Сибири в сотрудничестве с Китаем, что имеет принципиально важное значение для реализации экономической стратегии России, модернизации российской экономики, придания ей инновационного характера и интеграции в экономическое пространство Азиатско-Тихоокеанского региона. Предложенный Китаем проект «Экономический пояс Шелкового пути» (ЭПШП) – одно из проявлений современных тенденций экономической регионализации и глобализации.

К перспективному направлению экономического взаимодействия следует отнести приграничную торговлю: ежегодный прирост торговли в Дальневосточном регионе составляет около 30 %, что обеспечивает около 20 % общего двустороннего торгового оборота, или более 40 % общей приграничной торговли Китая.

Имеются предпосылки к созданию совместных предприятий на основе взаимной дополняемости производственных ресурсов двух стран: российский Дальний Восток испытывает недостаток рабочей силы в сельском и лесном хозяйстве, в рыболовстве и добыче полезных ископаемых, в то время как в китайской приграничной провинции Цзилинь ежегодно насчитывается более 100 тысяч желающих трудоустроиться.

Расширение транспортной инфраструктуры между Китаем и Россией является неотъемлемой частью производственно-экономического сотрудни-