

2. Проект Стратегії аграрного сектору економіки України на період до 2020 року [Електронний ресурс] / Міністерство аграрної політики та продовольства України. — Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/ru/node/7644>

УДК 330.4 e-mail:

oberemchuk@yahoo.com

**Оберемчук В. Ф.**

к.э.н., доцент,  
Киевский национальный  
экономический университет  
имени Вадима Гетьмана,  
Украина

**Oberemchuk V.F.**

Ph.D., Associate Professor  
Kyiv National Economic  
University named after Vadym  
Hetman — self-governing  
(autonomous) research  
university, Ukraine

**Плющ О. Б.**

к.ф.-м.н., доцент  
Академия управления при  
Президенте РБ, Беларусь

**Plyushch O.B.**

PhD., Associate Professor  
The Academy of Public  
Administration under the aegis  
of the President of the Republic  
of Belarus, Belarus

**Езерская Ю. О.**

Академия управления при  
Президенте РБ, Беларусь

**Ezerskaya YU.O.**

The Academy of Public  
Administration under the aegis  
of the President of the Republic  
of Belarus, Belarus

**ИМИТАЦИОННОЕ  
ИССЛЕДОВАНИЕ МОДЕЛИ  
БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ  
IT-ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ  
ПРЕДПРИЯТИЯ, КАК  
СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ  
ЭФФЕКТИВНОСТИ  
СТРАТЕГИИ БРЕНДИНГА**

**SIMULATION RESEARCH  
OF THE BUSINESS PROCESS  
MODEL OF IT-DEPARTMENT  
OF THE ENTERPRISE AS THE  
WAY TO IMPROVE THE  
EFFICIENCY OF THE  
BRANDING STRATEGY**

**Аннотация.** В статье описан один из способов снижения рисков реализации стратегии продвижения бренда предприятия в Интернет-пространстве — исследование бизнес-процессов IT-подразделения.

**Ключевые слова:** имитационная модель, бизнес-процесс, IT-подразделение, брендинг

**Summary.** This article describes one of the ways to reduce the risks in implementing brand strategies of enterprise in the Internet — researching of business processes of IT department.

**Key words:** simulation model, business process, the IT department, branding

В условиях современной высокой конкуренции бренд предприятия все чаще становится ключевым конкурентным преимуществом предприятия-производителя в глазах потребителя. Эффективное управление брендом как элементом интеллектуального капитала дает возможность повысить синергетический эффект от использования интеллектуальных ресурсов и создать условия для более глубокого раскрытия и эффективного использования потенциала компании и повышения ее конкурентоспособности путем формирования и реализации стратегии брендинга, как традиционного, так и в сети Интернет.

Брендинг является эффективным только в комплексе всех маркетинговых мероприятий. Прежде чем заниматься брендингом компания должна оптимизировать производство, инновационную политику, финансы и логистику. В случае недостаточной проработки этих направлений предприятием эффект от брендинга будет обратным. Одним из наиболее перспективных путей снижения рисков брендинга является имитационное исследование модели бизнес-процессов, предусматривающей реализацию выбранной стратегии. Поскольку на сегодняшний день Интернет является самым быстрорастущим сегментом рекламного рынка, продвижение бренда предприятия в Интернет-пространстве является наиболее эффективным. Таким образом, ключевая роль в реализации проекта брендинга предприятия отводится ИТ-подразделению. Оптимизация бизнес-процессов, выполняемых этим подразделением позволяет наиболее полно реализовать выбранную стратегию брендинга предприятия и избежать возможных проблем его функционирования в условиях динамично изменяющегося рынка. На сегодняшний день существует широкий выбор специализированных программных продуктов для моделирования бизнес-процессов, что существенно облегчает решение задачи построения модели бизнес-процессов ИТ-подразделения. Исследование этой модели позволяет создать систему целей и показателей для оценки эффективности деятельности, как всего подразделения, так и отдельных сотрудников, помогает распределить полномочия и ответственности между сотрудниками, позволяет создать регламентирующую документацию, оптимизировать бизнес-процессы и штатную численность сотрудников, а также решить проблему оптимальной мотивации сотрудников подразделения. Поскольку модель бизнес-процессов не требует значительных затрат на разработку, внедрение и сопровождение, ее использование позволит повысить шансы на успех в реализации проекта продвижения бренда предприятия в Интернет-пространстве.