

**Якунина Маргарита Геннадьевна**  
студент,  
Факультета управления  
ФГАОУ ВО «Южный Федеральный Университет»,  
Ростов-на-Дону, Россия  
[lady.jakunina@yandex.ru](mailto:lady.jakunina@yandex.ru)

**Ибрагимов Тимур Газанфарович**  
студент,  
Экономического факультета  
ФГАОУ ВО «Южный Федеральный Университет»,  
Ростов-на-Дону, Россия  
[tim.ibragimov@mail.ru](mailto:tim.ibragimov@mail.ru)

### **Современные информационные технологии в бизнесе**

*В данной статье рассмотрена потребность бизнес-структуры в использовании информационных технологий, а также проведен анализ того, как данные технологии оказывают влияние на уровень конкурентоспособности компании. Также следует отметить, что информационные технологии в рамках современного времени применяются во всех сферах деятельности бизнеса, в связи с чем, они также активно используются в процессе реализации маркетингового планирования.*

**Ключевые слова:** информационные технологии, конкурентоспособность, маркетинговые коммуникации, система управления бизнесом.

**Margarita G. Yakunina**  
student,  
Faculty of Management  
Southern Federal University,  
Rostov-on-Don, Russia  
[lady.jakunina@yandex.ru](mailto:lady.jakunina@yandex.ru),

**Timur G. Ibragimov**  
student,  
Faculty of Economics  
Southern Federal University,  
Rostov-on-Don, Russia  
tim.ibragimov@mail.ru

### **Modern Information Technologies in Business**

*This article examines the need for a business structure in the use of information technology, and analyzes how these technologies provide an impact on the level of competitiveness of the company. It should be noted that information technologies in the modern world are used in all areas of business, and they are actively used in the implementation of marketing planning.*

**Keywords:** information technologies, competitiveness, marketing communications, business management system

В условиях современного времени существует множество компаний, каждая из которых обладает индивидуальной управленческой структурой. Следует заметить, что в процессе управления бизнесом, используются различные методы и инструменты, которые способствуют более эффективной реализации системы продвижения компании в рамках конкурентной среды. Также необходимо отметить, что управленческая структура бизнеса подразумевает работу в информационной среде, которая образуется за счет нескончаемого потока документов, распоряжений, запросов исходящего и входящего характера и другой информации, без которой невозможно эффективное функционирование компании.

Необходимо отметить тот факт, что за последние 15 лет поток информации очень сильно увеличился, в связи с этим произошла трансформация и информационной системы бизнес среды. Ведь наука и технологический прогресс стремится вперед, и это подразумевает

использование в рамках бизнес структур новейших инструментов в целях оптимизации потоков информации.

Не существует единого определения понятия «информационные технологии». В Федеральном законе № 149-ФЗ под информационными технологиями понимаются «процессы, методы поиска, сбора, хранения, обработки, предоставления, распространения информации и способы осуществления таких процессов и методов». В ГОСТ 34.003-90 данное понятие трактуется следующим образом: «информационные технологии – это приемы, способы и методы применения средств вычислительной техники при выполнении функций сбора, хранения, обработки, передачи и использования данных». В стандарте ISO/IEC 38500:2008 приведено такое определение: «информационные технологии – это ресурсы, необходимые для сбора, обработки, хранения и распространения информации».

Таким образом, под информационными технологиями принято понимать комплекс различных инструментов, которые позволяют осуществлять сбор, анализ, оценку и передачу данных, осуществляемые в интересах пользователя.

В связи с тем, что в настоящее время наблюдается постоянная динамика роста конкуренции в различных сферах деятельности, руководители бизнеса, вне зависимости от его масштаба, принимают решение о необходимости использования различных инновационных инструментов, которые позволят выделиться на фоне конкурентов. Информационные технологии выступают в роли одного из возможных инновационных средств, позволяющих не только собирать и систематизировать данные, но также создавать исходящий поток информации. С помощью различных визуальных инструментов, к потребителям поступает информация как об отдельных товарах или услугах, так и о компании в целом. В то же время, не смотря на широту возможностей

используемых средств, они не способны обеспечить компании полное лидерство на рынке, однако могут позволить оптимизировать систему продвижения до конечного потребителя, а также наладить более эффективную систему управления бизнесом.

Современные тенденции информационных технологий можно описать так:

- с каждым годом растет число компаний, которые применяют различные инструменты, позволяющие хранить данные в интерактивном пространстве, а также посредством подобных программных обеспечений производят обмен информацией между пользователями или агентами;

- большее число компаний производят внедрение программ, позволяющих обеспечить наиболее эффективную коммуникационную систему для сотрудников с целью оптимизации корпоративного общения и сокращения временных ресурсов на другие виды передачи информации;

- все чаще информационные технологии используются компаниями для создания виртуальной платформы бизнеса. В настоящее время индивидуальные сайты компаний являются наиболее эффективными средствами трансляции информации потребителям, но для более близкого общения с ними, многие бизнес-структуры заводят личные аккаунты в социальных сетях.

Информационные технологии помимо оптимизации различных бизнес-процессов компании позволяют также сделать работу маркетологов компании более эффективной посредством следующих сервисов:

- MRP II (Manufacturing Resources Planning) – сервис, который позволяет оптимизировать рабочий процесс с помощью осуществления детального планирования деятельности компании, а также управления ключевыми ресурсами бизнеса. Для отдела маркетинга данный сервис обладает необходимыми возможностями, так как он позволяет

структурировать систему планирования и мониторинга деятельности компании с целью разработки актуальных стратегических направлений.

– CRM (Customer Relationship Management System) – программа, которая в настоящее время пользуется значительным спросом среди ведущих представителей маркетинга, в связи с тем, что данный сервис позволяет наладить коммуникационные каналы с потребителями. Данный ресурс осуществляет формирование клиентской базы, позволяет проводить планирование спроса, формирование интерактивных опросов для потребителей, распространяемых через электронную почту. Таким образом, этот сервис представляет особую ценность для специалистов в области маркетинга благодаря оптимизации процесса взаимодействия с клиентами.

– SCM (Supply Chain Management) – программа, которая позволяет систематизировать коммуникационные каналы с поставщиками компании. Данный процесс является одним из наиболее важных для эффективной деятельности предприятия, в связи с тем, что успешные бизнес-отношения позволяют реализовывать товары и услуги высокого качества, а процесс взаимодействия с поставщиками позволяет поддерживать профессиональные взаимоотношения на должном уровне.

– ERP II (Enterprise Resource and Relationship Processing) – сервис, который систематизирует процесс разработки стратегического планирования продвижения продукции компании, таким образом автоматизирует ряд функций, что в значительной мере сокращает временные затраты на обработку информации и выгрузку интерактивных постов в различных социальных сетях и информационных платформах компании.

На основании проведенного исследования, можно заключить, что деятельность любого предприятия в современных условиях возрастающей конкуренции невозможна без внедрения информационных технологий, которые не просто позволяют производить сбор, анализ и передачу данных,

но также автоматизировать ряд системных действий. Инновации в бизнесе позволяют не только оптимизировать процесс управления компанией, но также наладить более эффективный алгоритм работы отдельных специалистов и подразделений.

### **Список источников и литературы**

1. Федеральный закон от 27.07.2006 г. № 149-ФЗ. Об информации, информационных технологиях и о защите информации
2. Брусакова И., Чертовской В. Информационные системы и технологии в экономике. - Финансы и статистика, 2017.
3. Информационная технология. Комплекс стандартов на автоматизированные системы. Автоматизированные системы. Термины и определения: ГОСТ 34.003–90. М.: изд-во стандартов, 1991. 26 с.
4. Корпоративное управление информационными технологиями: ISO/IEC 38500:2008 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bookre.org/reader> (дата обращения: 15.03.2018)
5. Лугачев М.И., Анно Е.И., Когаловский М.Р. Экономическая информатика: Введение в экономический анализ информационных систем. М.: Инфра-М, 2015.

### **References**

1. Federal'nyy zakon ot 27.07.2006 g. № 149-fz. Ob informatsii, informatsionnykh tekhnologiyakh i o zashchite informatsii.
2. Brusakova I., Chertovskoy V. Informatsionnye sistemy i tekhnologii v ekonomike. Finansy i statistika, 2017.
3. Informatsionnaya tekhnologiya. Kompleks standartov na avtomatizirovannye sistemy. Avtomatizirovannye sistemy. Terminy i opredeleniya: GOST 34.003–90. M.: izd-vo standartov, 1991. 26 p.
4. Korporativnoe upravlenie informatsionnymi tekhnologiyami: ISO/IEC 38500:2008. Available at: <http://bookre.org/reader> (accessed on 15.03.2018)

5. Lugachev M.I., Anno E.I., Kogalovskiy M.R. Ekonomicheskaya informatika: Vvedenie v ekonomicheskiy analiz informatsionnykh sistem. M. Infra-M, 2015.

**Выходные данные статьи:**

ЯКУНИНА, Маргарита Геннадьевна; ИБРАГИМОВ, Тимур Газанфарович. Современные информационные технологии в бизнесе. Журнал "У". Экономика. Управление. Финансы., [S.l.], n. 1, апр. 2018. ISSN 2500-2309. Доступно на: <<https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/130>>. Дата доступа.