

В рамках современного этапа экономического развития происходит расширение функциональных сфер применения маркетинга. Прежде всего, речь идет об обеспечении функционирования так называемой инновационной триады: инвенции — инвестиции — инновации, и сопровождения «потока инноваций», что включает инициацию, создание, производство и диффузию новых знаний и создаваемых на их основе продуктов и процессов.

Маркетинг активно внедряется в сферу НИОКР и становится важнейшим средством интеграции науки, производства и потребления. И, следовательно, инициация, создание, коммерциализация и обеспечение потребления нововведений становится в современных условиях основным объектом маркетинга.

Расширение информационных возможностей социума за счет развития IT-технологий и интернет-технологий вооружает маркетинг новыми технологиями и инструментами. В итоге — применение инструментов интернет-маркетинга, современных технологий, интерактивных опросов и обработка первичной маркетинговой информации кардинально повышает результативность исследовательско-аналитической функции маркетинга и обеспечивает решение ключевой проблемы маркетинга — управление поведением потребителя.

Все обозначенные изменения находят содержательное и организационное оформление в рамках такого специфического вида маркетинга, как маркетинг инноваций, который становится основным трендом в развитии маркетинга в современной экономике.

*М. Н. Садовская, канд. техн. наук, доцент
БГЭУ (Минск)*

ИТ-ТЮНИНГ КОММУНИКАЦИЙ В БИЗНЕСЕ

К бизнесу можно вполне применить перефразированное крылатое высказывание Альберта Эйнштейна: «Ведение бизнеса — как вождение велосипеда. Чтобы сохранить равновесие, ты должен двигаться». Постоянное развитие является обязательным атрибутом успешной деятельности в любой области. А реалии современности сами подсказывают, что одной из возможностей этого развития является внедрение информационных технологий. Роль последних едва ли можно переоценить. Они не только способствуют совершенствованию маркетинговой деятельности, доставки продукции и расчетных операций, но и существенно влияют на производственные или технологические процессы деятельности каждого предприятия.

Среди множества информационных технологий коммуникационные являются наиболее востребованными. Именно они позволяют традиционную экономику превратить в сетевую, которая обеспечи-

вадет экономический рост за счет улучшения качества и скорости информационного взаимодействия как между внутренними субъектами (персоналом, подразделениями), так и с внешними (партнерами, поставщиками, потребителями).

Рассмотрим подробнее некоторые направления использования информационных коммуникаций для ведения бизнеса.

Удаленное выполнение программ. Компьютерные сети в локальном исполнении (в рамках предприятия) или в корпоративном масштабе (в группе взаимодействующих предприятий) позволяют организовать общий доступ к ресурсам центров обработки данных (ЦОД) предприятия. Это дает снижение требований к оборудованию на рабочих местах персонала и обеспечивает высокий уровень информационной безопасности. Сеть Интернет может вывести на принципиально новый способ обслуживания ИТ-инфраструктуры предприятия, так как аренда вычислительных мощностей на облачной платформе приносит множество преимуществ: отсутствие капитальных затрат на оборудование ЦОД (или дублирующий ЦОД) и программное обеспечение, снижение эксплуатационных расходов на ЦОД, гибкость в наращивании/сокращении и программном конфигурировании виртуальных рабочих мест, квалифицированная поддержка сервисного обслуживания и обеспечения безопасности.

Корпоративный сайт компании. Представительство компании во Всемирной паутине не только решает задачи информирования о деятельности предприятия, но и служит средством прямого и обратного взаимодействия с потребителем, инструментом поиска и коммуникаций партнеров, корпоративным информационным ресурсом.

Электронный бизнес. Оптимизация бизнес-процесса посредством коммуникационных технологий сети Интернет способствует развитию бизнеса: выводит на мировой рынок, дает неограниченные маркетинговые возможности, круглосуточно привлекает клиентов, сокращает сроки взаимодействия с ними, создает распределенную сеть рабочих мест, снижает эксплуатационные и рекламные расходы, и, как следствие, цену товара для потребителей и др.

Социальные Интернет-сети. Образующиеся стихийно группировки людей по интересам на бесплатных площадках в Интернете (Facebook, ВКонтакте, Twitter, Instagram...) служат для публикации личной информации и обмена ею с другими людьми. Теперь эти сети могут играть и значительную экономическую роль: как эффективный способ корпоративного документооборота и коммуникаций, как инструмент повышения узнаваемости компании, как источник маркетинговой информации и средство распространения рекламы, как способ привлечения потребителя и взаимодействия с ним.

Таким образом, ИТ-тюнинг коммуникаций в бизнесе способствует непрерывности технологического процесса и выводу его за рамки территории предприятия, тесной связи компаний с потребителями, совершенствованию маркетинговых исследований, снижению расходов и стоимости продукции, увеличению товарооборота и др.