

image not found or type unknown



**CRM**- Система управления взаимоотношениями с клиентами ) — прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов.

**SCM** цепочками поставок — управленческая концепция и организационная стратегия, заключающаяся в интегрированном подходе к планированию и управлению всем потоком информации о сырье, материалах, продуктах, услугах, возникающих и преобразующихся в логистических и производственных процессах предприятия, нацеленном на измеримый совокупный экономический эффект (снижение издержек, удовлетворение спроса на конечную продукцию).

**ERP** — это организационная стратегия интеграции производства и операций, управления трудовыми ресурсами, финансового менеджмента и управления активами, ориентированная на непрерывную балансировку и оптимизацию ресурсов предприятия посредством специализированного интегрированного пакета прикладного программного обеспечения (ПО), обеспечивающего общую модель данных и процессов для всех сфер деятельности».

**Бизнес-аналитика** - это процесс анализа информации, направленный на выработку и принятие решения (модели поведения) для достижения поставленных целей. Инструментами бизнес-аналитики являются аналитические системы, позволяющие обработать, структурировать и предоставить исходную информацию таким образом, чтобы она была удобна для оперирования в принятии управленческих решений.

Использование аналитических систем при значительных объемах информации, а также, как правило, использование разнородных систем-источников этой информации позволяет Заказчику:

Повысить прозрачность деятельности и состояния компании.

Повысить оперативность принятия решений менеджментом компании за счет получения актуальной и своевременной информации в любом месте и в любое время.

Повысить эффективность работы сотрудников компании.

Снизить операционные издержки компании, направленные на получение актуальной информации за счет информационного самообслуживания пользователей системы.

Использовать широкий набор функционала системы для анализа данных практически из любых систем-источников, что позволяет интегрировать систему в существующий ИТ-ландшафт.

Получать информацию на мобильных устройствах для принятия оперативных управленческих решений менеджментом Компании.

Использовать единую точку входа в систему для всех пользователей посредством ролей и полномочий на использование контента и данных от систем источников.

**ЕСМ**-системы управления корпоративным контентом (Enterprise Content Management, ECM) предназначены для решения критически важных ИТ-задач, связанных с управлением, хранением и интеграцией документов и другой неструктурированной информации, содержащейся в различных автоматизированных системах и бизнес-приложениях, использующихся на предприятии. ECM-технологии направлены на поддержку работы с данными различных типов и форматов на протяжении всего их жизненного цикла.

**HRM** - системы (программы) для управления человеческими ресурсами, направленные на обеспечение организации качественным персоналом, способным выполнять возложенные на него трудовые функции, и оптимальное его использование. Управление персоналом является неотъемлемой частью качественных систем управления организации.

Основные методы управления персоналом, реализуемые с помощью HRM-системы:

Экономические: материальное стимулирование и санкции, финансирование и кредитование, зарплата, себестоимость, прибыль, цена.

Организационно-распорядительные: поддержание дисциплины, возложение ответственности, применение средств принуждения, нормативно-документальное

закрепление функций.

Социально-психологические: мотивация, моральное поощрение, социальное планирование.

## **Общий объём рынка электронного бизнеса России в 2019-2020 годах**

Объём рынка электронной коммерции в России в 2019 году составил 4,173 триллиона рублей против 1,953 триллиона в 2018 году, показало исследование "Экономика Рунета 2019-2020", представленное в ходе Российского интернет-форума "РИФ+КИБ 2020".

По данным исследования, проведенного Ассоциацией электронных коммуникаций (РАЭК), объём рынка онлайн-ритейла в 2019 году составил 1,295 триллиона рублей (рост на 26% относительно 2018 года), онлайн-трэвел — 730,3 миллиарда рублей (рост на 9%), рынок услуг в интернете — 808,7 миллиарда рублей (рост на 19%), рынок электронных платежных услуг — 1,339 триллиона рублей (рост на 19%).

По данным совместного исследования РАЭК, НИУ ВШЭ и Microsoft, 42% российских ритейлеров уже сегодня используют технологии и решения на основе искусственного интеллекта, а еще 35% планируют начать в течение пяти лет. Таким образом, к 2024 году технологии и решения на основе искусственного интеллекта будут использовать 77% российских ритейлеров.

"Самым популярным решением на основе ИИ у российских ритейлеров является персонализация: 26% респондентов отметили, что персонализация используется в их компаниях. Широко используются такие решения, как виртуальные помощники и чат-боты (23% респондентов), интеллектуальные системы для принятия решений и предиктивная аналитика (20% респондентов)", — поясняют аналитики.

При этом работа по полномасштабному внедрению искусственного интеллекта в деятельность компании полностью завершена только у единичных ритейлеров. "Однако в ближайшие пять лет можно ожидать полномасштабного применения искусственного интеллекта в различных бизнес-процессах, в том числе требующих межсистемных интеграций и внешнего взаимодействия", — отмечают авторы исследования.

Кроме того, самоизоляция и переход на удаленную работу стимулировали резкое увеличение количества онлайн-заказов. "Наибольший рост наблюдается в таких товарных категориях, как продукты питания, электронная и бытовая техника (в

частности, ноутбуки), аксессуары для работы из дома (гарнитуры, клавиатуры и т.д.), товары для детей", — уточняют аналитики. Однако в большинстве товарных категорий данный рост является кратковременным.