

**Гиматов Айдар Фаилевич**

студент

**Краснов Виктор Владимирович**

студент

**Федякова Юлия Алексеевна**

студентка

ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный

педагогический университет им. И.Н. Ульянова»

г. Ульяновск, Ульяновская область

## **РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ СЕРВИСА**

*Аннотация:* в данной статье рассмотрена степень влияния современных информационных технологий на сервис и его развитие. Проанализировано и показано, что использование информационных технологий является необходимой частью работы любой сервисной организации, они играют большую роль при работе сервисной организации с клиентами посредством использования компьютерных технологий, сети Интернет, современных социальных сетей и т. д., также они помогают при работе предприятия сферы сервиса с продвижением товаров или услуг на рынок с помощью распространения информации в сети. Всестороннее внедрение и использование новейших информационных технологий в организацию сферы сервиса является необходимым условием повышения конкурентоспособности любой сервисной организации.

*Ключевые слова:* сервис, сфера услуг, услуги, конкуренция, информатизация сервиса, информационные технологии.

В сегодняшнее время трудно представить, чтобы человек провёл день, ни разу не столкнувшись с информационными технологиями. Они полностью проникли в повседневную жизнь людей, начиная от изготовления детали на заводе и заканчивая решениями важных государственных вопросов. И конечно же, информационные технологии не могли не оказать влияние на сервис и на сам

процесс оказания услуг, которыми пользуется миллионы людей. Влияние этих технологий на сервис настолько велико, что без них современные сервисные организации просто не могли бы существовать.

Управление организацией сферы сервиса и принятие нужных управленческих решений нуждается в большом количестве информации в необходимой ему сфере. Развитие сервиса, увеличение конкуренции в привлечении новых покупателей придают совершенно иной смысл деятельность организации. Эти факторы требуют от предприятий сервиса ориентироваться не только запросы общества, но и на потребности каждого отдельного человека. В связи с этим процесс оказания услуг, основная цель которой удовлетворение потребностей клиента, становится главным процессом для менеджмента современных организаций, определяет конкурентоспособность стратегии предприятия [1, с. 13].

Каждая организация, которая достигла в своём становлении высокого уровня и масштаба, становится перед необходимостью улучшения управления своей деятельностью, что трудно реализовать без развития и совершенствования технологий, оказывающие на деятельность компании одну из главных ролей. Необходимо отметить, что история развития сервисной деятельности, как и всей сферы услуг, напрямую связана и историей развития информационных технологий, которые имеют несколько этапов своего развития.

Первый этап определяется технологией ручного сбора и обработки информации, который был популярен вплоть до 1850-х годов. Перо, чернила и самые простые счётные аппараты – основной инструментарий сбора, обработки и хранения информации тех времён. В роли средства коммуникации значилась почтовая и курьерская связь.

Второй этап развития информационных технологий, которые активно внедрялись в сервисную деятельность, начался в конце XIX века. Благодаря новым научным открытиям, начинают появляться новые изобретения, призванные облегчить жизнь и работу людям: пишущие аппараты, средства связи, в частности, телефон, телеграф, радио и другие новшества, впоследствии изменившие историю развития сервисной деятельности. Именно технологический прогресс дал

---

возможность поменять технологию обработки информации и организационную структуру сервисной организации в целом.

Отличительной чертой третьего этапа, в который вошел период 1940–1960-х годов, является изобретение электронных пишущих и копировальных машин и прибора для записи голоса – диктофона, что открыло для сервисных организаций новые грани для развития и способов привлечения клиентов.

Четвертый этап начался в 60-х годах XX века с серийным изготовлением электронно-вычислительных машин, которые сразу повсеместно проникли во все сферы жизнедеятельности людей. Именно в этот период является стартом нового периода компьютерных информационных технологий. Спустя десять лет после появления первого ЭВМ (электронно-вычислительная техника) эта технология достигла своего расцвета, во многом благодаря появлению персональных ЭВМ, которые стали доступны, как крупным организациям, так и простым гражданам.

Последний на сегодняшний день этап охватывает настоящее время. Он в первую очередь ознаменован технологией сети Интернет, появлением социальных сетей, мессенджеров и прочих интернет-порталов, которые являются самым эффективным способом рекламирования товаров, оказания услуг, привлечения новых клиентов, в силу того, что на сегодняшний день более половины людей мира имеют доступ к сети Интернет и перечисленным порталам и активно ими пользуются [1, с. 153].

Сфера сервиса является разносторонней и многогранной, и её надо обеспечить автоматизированной работой всех отделов сервисной организации. Для этого необходимо применять наиболее разнообразные информационные технологии, от создания специализированного программного обеспечения, до использования глобальных мировых сетей [2, с. 26].

На разных этапах создания услуги сервисной организацией чувствуется воздействие информационных технологий. В наибольшей мере оно выражается области создания новых маркетинговых каналов продвижения продукта на рынке и её конечной продажи. Большинство сервисных организаций создают свои

официальные сайты, прибегают к баннерной рекламе на сайтах и прямой рассылке по электронной почте. В результате всех этих процедур повышается качество услуг, благодаря чему существенно сокращается время на обслуживание клиента, увеличивается количество предлагаемых услуг, появляется возможность варьировать цены за услуги, внедряются новые методы управления персоналом.

Использование мультимедийных технологий даёт возможность потенциальному покупателю наглядно показать интересующую его информацию о какой-либо услуге, что в дальнейшем значительно сократит время выбора услуги и ответит на возникшие вопросы.

Организации необходимо выполнять одну из главных своих функций – стабильно получать прибыль и быть рентабельным, а также крепко держаться на конкурентном рынке, для этого ей нужно организовать инфраструктуру, включающую в себя локальную телефонную систему. Бесперебойная работа телефонной связи высокого качества очень важна в сервисной организации [3, с. 188].

Современную сервисную организацию трудно представить без официальной страницы хотя бы в одной из существующих социальных сетей. Социальные сети представляют собой интернет-сервисы, предназначенные для организации и поддержания сетевых коммуникаций. Продавец, продвигающий в социальных сетях свои товары, сегодня уже не способен диктовать правила и условия участникам сети. Поэтому социальные сети нельзя рассматривать ни в качестве канала сбыта продукции, ни в качестве канала маркетинговых коммуникаций. Эффективность их использования определяется степенью вовлеченности продавца в процесс неформальной институционализации сетевого сообщества.

Для эффективного применения маркетинг в социальных сетях должен стать результатом осознанного выбора аудитории по отношению к товару, бренду или производителю. Лишь в этом случае социальная сеть превращается одновременно в маркетинговую панель, инструмент продвижения и механизм обратной связи с целевой аудитории [3, с. 92].

Среди информационных технологий, применяемых в сфере сервиса, необходимо выделить использование чат-ботов. Их активное использование можно объяснить тем, что они дают возможность быстрого доступа к необходимой информации клиента. Чат-ботам не нужно трафика для загрузки и установки программного обеспечения, они доступны на всех устройствах и веб-браузерах.

Главное преимущество чат-ботов заключается в том, что они оптимизируют расходы организации на наём персонала, операторов и других сотрудников. Они осуществляют свою работу ежедневно, без перерывов и выходных, за эту работу не нужно платить денег, они лишь являются инструментом мгновенного и удобного отслеживания экономических показателей предприятия.

Всестороннее внедрение и использование новейших информационных технологий в организацию сферы сервиса является необходимым условием повышения конкурентоспособности любой сервисной организации.

Сервисная деятельность не ограничена во внедрении многообразных информационных технологий, начиная созданием специализированного программного обеспечения и заканчивая использованием глобальных компьютерных сетей. На сегодняшний день в сервисе и в целом в сфере услуг используется большое количество нововведений, компьютерных технологий с разной долей их внедрения и использования.

### ***Список литературы***

1. Баженов Р.И. Интеллектуальные информационные технологии. – Биробиджан: ПГУ им. Шолом-Алейхема, 2016. – 176 с.
2. Косолапов А.Б. Менеджмент в туристической фирме: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2015. – С. 256.
3. Морозов М.А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе. Оргтехника: учебник / М.А. Морозов, Н.С. Морозова. – М.: Академия, 2016. – С. 240.