

УДК 332.055.2

А. М. Бочкарев

ФГБОУ ВО «Пермский государственный аграрно-технологический университет им. академика Д.Н. Прянишникова», Пермь, e-mail: albo-73@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦИФРОВОГО КОНТЕНТА В СИСТЕМАХ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

Ключевые слова: Цифровой контент, система информационного обеспечения, мобильные устройства, дополненная реальность, цифровой мир.

В статье проводится анализ теоретических положений по использованию систем в Пермском крае, выявляются факторы, влияющие на развитие информационного обеспечения предприятий. В завершении статьи выявлены основные факторы развития информационного обеспечения предприятия. В современной экономике информация рассматривается как один из видов ресурсов наряду с рабочей силой, материала, основными фондами, денежными средствами и т.д. Важнейшей разновидностью информации является актуальная информация. Актуальная экономическая информация – это совокупность сведений, отражающих социально-экономические процессы. К ней относятся сведения, которые циркулируют в экономической системе, о процессах производства, материальных ресурсах, процессах управления производством, финансовых процессах. Современные предприятия немислимы без информационного обеспечения. В функционировании бизнес-процессов идут постоянные вертикально-горизонтальные потоки информации, которые необходимо анализировать, обработать, делать необходимые выводы и принимать обоснованные решения.

A. M. Bochkarev

Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Perm State Agro-Technological University named after Academician D.N. Pryanishnikov», Perm, e-mail: albo-73@mail.ru

FEATURES OF USING DIGITAL CONTENT IN INFORMATION SUPPORT SYSTEMS

Keywords: Digital content, information support system, mobile devices, augmented reality, digital world.

The article analyzes the theoretical provisions on the use of systems in the Perm region, identifies factors that affect the development of information support for enterprises. At the end of the article, the main factors of development of information support of the enterprise are identified. In the modern economy, information is considered as one of the types of resources along with labor, material, fixed assets, money, etc. the most Important type of information is up-to-date information. Current economic information is a collection of information that reflects socio-economic processes. It includes information that circulates in the economic system, about production processes, material resources, production management processes, and financial processes. Modern enterprises are unthinkable without information support. In the functioning of business processes, there are constant vertical-horizontal flows of information that need to be analyzed, processed, draw the necessary conclusions and make informed decisions.

Современные предприятия немислимы без информационного обеспечения. В функционировании бизнес-процессов идут постоянные вертикально-горизонтальные потоки информации, которые необходимо анализировать, обработать, делать необходимые выводы и принимать обоснованные решения. В Федеральном законе от 27 июня 2006 г. № 149–ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» дано следующее определе-

ние: «информация – сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления» [1].

Цель исследования

Определение группы факторов, влияющих на развитие системы информационного обеспечения цифровым контентом. Разработка рекомендаций по совершенствованию системы, способствующей развитию промышленного комплекса.

Материал и методы исследования

Анализ. Чтобы лучше понять материал, его необходимо разложить на составные единицы и подробно изучить каждую. Этим и занимается анализ.

Синтез. Противопоставление анализу, необходимое для объединения разрозненных элементов в единое целое. К этому методу мы прибегаем, чтобы получить общее представление об изучаемом явлении.

Моделирование. Чтобы подробно изучить предмет исследования, иногда нужно поместить его в специально созданную модель.

Прошло много времени с тех пор, как электронный мобильный гаджет появился в качестве цифровой платформы выбора, и теперь он эволюционировал как главное окно для контента, коммерции, развлечений и опыта клиентов. Цифровой мир перешел от VK к WhatsApp, Viber на виртуальных помощников, таких как Alisa или Siri, очерчивающих фон постоянных изменений. Это привело к параллельному развитию тенденций потребления контента. Потребители теперь начали получать доступ к цифровому контенту, нам нужно обратить внимание на установившиеся ожидания и предпочтения. Здесь обсуждаются некоторые ключевые тенденции в потреблении цифрового контента.

Если опыт не удобен, лидер собирается уйти. Цифровые компании установили высокую планку по опыту работы с предприятиями с помощью своих маркетинговых инициатив бренда. Становится возможным контролировать каждый пункт цифрового соприкосновения и поэтому важно обеспечить большой опыт клиента в области использования новых технологий. Поскольку создается все больше и больше цифрового контента, существует необходимость справиться со сложностью и обеспечить лучший цифровой опыт, возможный для потребителей бренда. При этом возникают трудности с созданием контента. Компании получают помощь от компании и экономят время.

На стороне контента цифровой опыт сопоставляется с такими параметрами, как скорость загрузки страницы, плохо написанный и представленный фирмен-

ный контент, а также контент, который не оптимизирован для конкретного диапазона устройств. Удивительно, но клиенты обнаружили в опросах, что контент, который является слишком персонализированным с плохо представленным или размещенным видео, является для них препятствием для сделок, и такие раздражающие события будут отговаривать их от совершения сделки с брендом.

Новые технологии как средство потребления цифрового контента

Голос, по-видимому, взял на себя роль средства выбора для потребления цифрового контента и взаимодействия с цифровыми технологиями. Использование интеллектуальных динамиков, голосовых помощников и инструментов искусственного интеллекта позволило предприятиям – потребителям информации взаимодействовать с цифровыми носителями с помощью голоса.

Это зарождение нового тренда, но отчеты показывают, что организации начинают взаимодействовать с другими предприятиями посредством виртуальных сервисов, интернет-порталов и вебсайтов конкретных производителей, причем смарт-динамики и голосовые помощники являются заметными помощниками. Как и с другими технологическими вещами, новое поколение больше настроено на потребление цифрового контента на смарт-динамиках, виртуальных помощниках и носимых устройствах. Мы даже можем рассматривать практическое использование AR (дополненная реальность) и VR (виртуальная реальность) в качестве следующих этапов потребления контента в этом цифровом путешествии.

Дополненная реальность – новая реальность для потребления контента

Продолжая с дополненной реальностью, отчеты показывают, что дополненная реальность будет двигаться в основной поток гораздо быстрее, чем прогнозировалось. Мы рассматриваем потенциальный рынок в размере 85 миллиардов долларов к 2022 году как для смарт-очков, так и для мобильных устройств. Наличие стандартизированных платформ, а также API для AR в виде ARCore от Google для Android и ARKit от Apple,

доступных для устройств iPhone, станет ключевым фактором, способствующим этой формирующейся тенденции. С помощью подобных технологий, информационные системы промышленных предприятий смогут в значительной мере увеличить объемы обрабатываемой информации на каждую производственную единицу. Это приведет к неизбежному повышению эффективности используемого информационного обеспечения, и как следствие, повышению производительности сотрудников. В качестве базовых платформ апробирования AR-технологий были рассмотрены такие предприятия пермского края, как ОАО «Машиностроитель», АО «ОДК-Пермские моторы» и ПАО «Уралкалий». Применение новых технологий позволило сократить сроки подготовки новых специалистов, повышения квалификаций уже работающих, а также, усовершенствовать действующие системы контроля и мониторинга за существующими технологическими процессами.

Формирование потребностей в сфере AR(VR) технологий определяют новые задачи к разработчикам, не только аппаратных платформ, но и современного программного обеспечения. Это, в свою очередь, способствует более полной и эффективной интеграции между разработчиками и заказчиками, повышая результативность их взаимодействия.

Компании сосредотачиваются на наращивании своих экспертных знаний для создания контента для потребления на этих устройствах. AR возьмет на себя видео и будет представлять собой следующий шаг в своей эволюции, чтобы обеспечить платформу для специалистов и маркетологов для обмена контентом, подключения и взаимодействия. Кроме этого, AR-технологии позволяют обеспечить высокий уровень безопасности при ознакомлении с технологически сложными, вредными и закрытыми производствами, которые необходимо освоить новым сотрудникам.

В промышленной сфере такие решения позволят максимально увеличить эффективность информационного обеспечения в системе вертикально-горизонтальных связей информационного обмена для принятия управленческих решений [3].

Различные уровни менеджмента промышленного предприятия нуждаются в регулярном совершенствовании информационных систем, что определяет применение новейших технологий. Встраивание данных инструментов в состав корпоративной информационной системы предприятия обуславливает возможность качественного рывка в развитии механизма управления. Но, также наблюдается изменение приоритетов в отношении уже используемых технологий.

Электронная почта теряет свои позиции

Маркетологи утверждают, что электронная почта обещает лучший ROI (финансовый коэффициент, иллюстрирующий уровень доходности или убыточности бизнеса, учитывая сумму сделанных в этот бизнес инвестиций) среди маркетинговых каналов с наименьшей стоимостью приобретения, но ее роль в более широком цифровом ландшафте сводится к минимуму [2]. Он используется больше в профессиональном контексте и в пределах офисной зоны с людьми, избегающими его использования за пределами офиса в стремлении к балансу работы и жизни. Опросы показали, что сотрудники предприятий тратят до 27% меньше времени на проверку электронной почты из года в год. Но при этом наблюдается увеличение времени использования различных мессенджеров в производственных нуждах.

Тем не менее, электронная почта по-прежнему является средством выбора для потребления маркетингового контента и использования его в эскалации роли принятия бизнес-решений. Он набирает очки в других режимах, таких как мобильные приложения, прямая почта и сообщения в социальных сетях [4].

Более широкая общая тенденция использования цифрового контента заключается в том, что молодое поколение сотрудников быстрее усваивает его. Для разнообразия, у нас есть пожилые сотрудники (старше 65 лет), которые также получают доступ к информационным ресурсам на мобильном гаджете [5].

Выводы

Итогом проведенного исследования является формулирование концептуаль-

ной модели системы информационного обеспечения, основанной на уточненных принципах: интегрированности, непрерывности совершенствования, постоянного поиска инновационных форм и критериальности оценки. Предложенные решения способны увеличить обрачиваемость информационных массивов на промышленных предприятиях, что, в свою очередь, приведет к значительной экономии расходов на операци-

онные затраты в сфере совершенствования корпоративных информационных систем, и, в тоже время, позволит продолжать технологическое совершенствование (развитие) для повышения конкурентоспособности предприятия. В рамках данных решений формируется целесообразность однозначного использования новых информационных технологий в корпоративной информационной системе.

Библиографический список

1. Есипов В.Е. Оценка бизнеса. 2-е изд. / В.Е. Есипов, Г.А. Маховикова, В.В. Терехова. – СПб.: Питер, 2011. – 464 с.
2. Индикаторы информационного общества: 2015: статистический сборник / Г.И. Абдрахманова, Л.М. Гохберг, М.А. Кевеш и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2015. – 312 с.
3. Пыткин А.Н. Организационно-экономический механизм управления предприятиями энергетики: монография / А.Н. Пыткин, А.И. Хисамова. – Пермь: АНО ВО «Пермский институт экономики и финансов», 2014. – 208 с.
4. Шалабаев П.С. Устойчивое развитие предприятий в условиях кризиса // Вопросы образования и науки: теоретический и методический аспекты: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции. 2015. С. 145-146.
5. Щеглов Е.В. Анализ факторов, влияющих на содержание и механизм реализации промышленной политики в Пермском крае // Крымский научный вестник. 2015. Том 1. «Экономические науки». № 4. С. 268-288.