

Anton Perelomow

Использование Интернета в бизнес-коммуникации = Internet in Business Communication

Humanistyka i Przyrodoznawstwo 18, 243-250

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Anton Perelomow

Państwowy Uniwersytet w Sumach
(Ukraine)

Sumy State University
(Ukraine)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТА В БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ

Internet in Business Communication

Ключевые слова: Интернет, коммуникация, бизнес, электронная коммерция.

Key words: Internet, communication, business, e-commerce

Резюме

Бурное развитие информационных технологий и современных высокотехнологичных средств коммуникации в сети Интернет привело к увеличению опосредованного общения в системе межличностных связей субъекта. Информационные технологии как совокупность программно-технических средств вычислительной техники, а также приемов, способов и методов их применения для выполнения функций сбора, хранения, обработки, передачи и использования информации в конкретных предметных областях являются одной из главных движущих сил происходящих сегодня революционных изменений в методах ведения бизнеса.

Abstract

The rapid development of modern high-tech means of communication on the Internet has led to an increase in mediated communication in the interpersonal relations of the subject. Information technology as a combination of software and hardware of computers, as well as the methods, techniques and methods of their use to perform the functions of collecting, storing, processing, transmission and use of information in specific subject areas are one of the main driving forces of the revolutionary changes taking place today in the methods of business.

Electronic communications have revolutionized business communications, although the huge increase in use has taken some organizations by surprise. It is commonplace now for people at work to use e-mail as easily as using the telephone, and Internet access is often part of the setup of a workstation. Many people now routinely use e-mail and the Internet for personal communication and interest as well as in the workplace. For instance, the UK government is committed to promoting workplace learning and development, and intends that everyone in the UK who wants it should have access to the Internet by 2005. Much of

this access is in the workplace, and more organisations are going online every day. Electronic communications offer unique benefits and challenges. There are technical aspects to any electronic system that an organization may need to consider this leaflet does not give detail of technical issues and organizations may wish to seek advice on these matters.

Современные технологии изменили нашу личную жизнь, а также произвели революцию в мире бизнеса. Много лет назад, коммуникация была ограничена лишь отправкой писем и общением посредством радиоволн, качество и эффективность коммуникации посредством таких коммуникационных каналов была на очень низком уровне и с задержками. Однако теперь с изобретением мобильной связи, компьютеров и других средств коммуникации бизнес-компании могут общаться на глобальном уровне, затрачивая при этом меньше времени и усилий.

Деловое общение – это передача информации, связанной с услугами, продукцией или компаниями, в рамках бизнеса¹. Общение является важной частью повседневной работы предприятия. Прямые каналы коммуникации в бизнесе помогают организации удачно и эффективно осуществлять свою деятельность. Все предприятия требуют эффективных каналов коммуникации, а также навыков её ведения. Существуют различные каналы связи, которые включают face-face общение, интернет-связь, печать, презентации, доклады, телефонные переговоры и форумы. Технологии играют важную роль в бизнесе. Без современных технологий, общение посредством большей части этих каналов не было бы возможным. Успех функционирования предприятия стал зависеть от технологий.

С изобретением компьютеров и Интернета скорость, с которой люди могут общаться, резко возросла. Теперь компании могут общаться различными способами, такими как электронная почта, обмен мгновенными сообщениями, видеоконференции, обсуждение бизнес-проблем на интернет-форумах, ведение бизнес-блогов. Письмо, отправленное по электронной почте, может быть подготовлено, отправлено и получено в течение нескольких минут. Мобильная связь также открывает значительные преимущества, поскольку коммуникация посредством выше указанных средств может происходить и за пределами офисного пространства. Текстовые сообщения с телефона на телефон могут быть отправлены

¹ D. Clutterbuck, S. Hirst, S. Cage, *Talking Business: Making Communication Work*, Butterworth-Heinemann 2003, 210 pp.

в считанные секунды. Человек может быть доступен по телефону практически в любом месте, а качество покрытия мобильных сетей продолжает расти и развиваться. Мгновенный обмен сообщениями, а также использование видеоконференций позволяют группам людей общаться в режиме реального времени во всех уголках страны и даже мира.

Распространение Интернета произвело настоящую революцию в сфере бизнеса. Использование Интернета меняет «hi-tech маркетинг» очень быстро, иные отрасли пытаются использовать его лишь как часть своей маркетинговой стратегии. Такая реконфигурация характеризуется тем, что различные компании начинают вести бизнес иным образом, учитывая современные тенденции развития технологий. Это также касается и потребителей, их покупки товаров и услуг. Поэтому необходимо отметить, что современные технологии играют важную роль в преобразовании цепочки между производителем и розничной торговлей и в дальнейшем до конечных потребителей, следствием чего является появление новых розничных каналов распространения и открытия новых площадок для сбыта своих товаров и услуг. Создание сайта является мощным инструментом, используемым различными коммерческими организациями по всему миру. Это процесс достижения бизнес-целей посредством использования электронных коммуникационных технологий.

Интернет вызвал много изменений в мире, в том числе и в способе ведения бизнеса многих современных предприятий. Технический прогресс дал возможность развиваться продукции намного быстрее и эффективнее, а бизнес-процессы стали более систематизированными и отлаженными. Действительно, внедрение Интернета некоторым отраслям промышленности подготовило почву для еще дальнейшей более основательной оптимизации бизнеса в будущем и как следствие большего прогресса. Благодаря обратной связи с конечным потребителем, которая обеспечивается посредством современных коммуникационных каналов, производители товаров и услуг имеют возможность в более краткие сроки получить отзывы о своей деятельности, об уровне качества выпускаемой продукции, а также рассчитать общий рейтинг своей компании, основываясь на данных, полученных из Сети.

Стоит сказать что Интернет-индустрия включает в себя также все формы *net art* и *net culture*, а также производство сайтов, порталов и иных форматов коллективной и групповой коммуникации. Интернет искусство (часто называемое *net art*) является одной из форм цифрового искусства, распространяемого через Интернет. Этот вид искусства обошёл традиционное господство системы галерей и музеев, обеспечивая эстетические переживания через Интернет. Во многих случаях, зритель вовлекается в некоторые взаимодействия с произведением искусства. Художников, работающих

в этом стиле, иногда называют *net artist*². Различные аукционы которые присутствуют в Сети, позволяют принимать участие в торгах более широкому кругу людей, нежели это было ранее, где доступ к таким мероприятиям был ограничен лишь узким кругом общества. Молодые художники могут показывать свои произведения искусства на различных выставках, которые проводятся исключительно в Интернете, и это более удобный способ собственного продвижения, который может дополнять классические мероприятия, посвященные искусству.

В музыкальной индустрии, использование Интернета также стало важным аспектом маркетинга, в частности, в бизнес-коммуникации. Поскольку на сегодняшний день именно Интернет даёт возможность развиваться молодым исполнителям, а также поддерживать рейтинг уже известных музыкантов.

Официальный сайт корпорации становится основным каналом для рекламы и связей с общественностью в Интернете. Первоначально он создавался как онлайн-визитка, содержащая основную информацию о деятельности корпорации, однако с развитием Интернета его вид и функции изменились. В настоящее время официальный сайт корпорации формируется под влиянием новых коммуникационных характеристик Сети и использует новые технологические возможности. Увеличение аудитории пользователей и рост влияния Интернета, как особого канала и среды информации, поставили новые задачи перед специалистами по рекламе и связям с общественностью. Открытая коммуникация многих-с-многими в Сети характеризуется эмоциональностью, развлекательной направленностью, непрофессионализмом, а также критическим восприятием. Коммуникация вынуждает адаптировать не только тексты пресс-релизов, размещенных в Интернете, но и весь контент официальных сайтов. Текстовая информация становится более краткой, растет количество иллюстраций и мультимедиа. Внешний облик сайта может напоминать онлайн-игру или мультфильм, отражающий философию корпорации и ее ценности. Главным технологическим требованием является наличие адаптированной версии для мобильных устройств и планшетов (особенно iPad). Специалисты по «раскрутке» определяют оформление и контент корпоративных сайтов в связи с ценностными ориентирами всех интернет-пользователей в целом и своей аудитории в частности. На корпоративных сайтах появляется возможность обратной связи с пользователем (в т.ч. через кнопки социальных сетей), что необходимо для контроля эффективности и эффекта коммуникации. Ключевым методом охвата аудитории и привлечения трафика на сайт становится деятельность специалистов на «сторонних»

² Internet Art [Электронный ресурс] <http://en.wikipedia.org/wiki/Internet_art>.

ресурсах, в том числе социальных сетях. Отдельным направлением специалистов по продвижению в Интернете становится коммуникативное обеспечение деятельности интернет-магазинов, открывающихся на корпоративных сайтах. Маркетинговые задачи оказываются тесно связанными с задачами по «продвижению», так как интернет-торговля охватывает региональные рынки и новую аудиторию, которая может взаимодействовать с корпорацией только виртуально, через корпоративный сайт. Специалисты в Интернете формируют возникновение нового типа корпоративных сайтов, которые представляют собой открытые многопользовательские ресурсы, интегрированные в онлайн-коммуникацию.

Интернет – очень гибкая, динамичная и насыщенная среда. Вот почему Интернет стал благоприятным местом для ведения бизнеса, или его дублирования, а также функционирования некоторых его элементов (подразделений). Статистика показывает, что электронная коммерция с каждым годом растёт. По итогам 2011 г., обнародованным Министерством Торговли США, оборот электронной коммерции в США вырос на 16,1% и составил \$194,3 миллиарда, по сравнению с \$167,3 миллиардами в 2010 г.³

Электронная коммерция (от англ. *e-commerce*) – это сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций.

К электронной коммерции относят⁴:

- электронный обмен информацией (*Electronic Data Interchange, EDI*),
- электронное движение капитала (*Electronic Funds Transfer, EFS*),
- электронную торговлю (*e-trade*),
- электронные деньги (*e-cash*),
- электронный маркетинг (*e-marketing*),
- электронный банкинг (*e-banking*),
- электронные страховые услуги (*e-insurance*).

Появление электронной коммерции произвело революцию в способе ведения бизнеса. Бизнес-операции, финансовый трейдинг и даже обслуживание клиентов ведётся лишь посредством сети Интернет, без необходимости физического присутствия, а иногда лишь одним нажатием кнопки. Интернет показал себя как канал для обеспечения эффективной связи между компаниями и их клиентами, снижая количество ресурсов, затрачиваемых на связь с общественностью. Использование Интернета в бизнесе вызвано как минимум двумя важными причинами. Во-первых, это новый

³ Оборот электронной коммерции [Электронный ресурс] <<http://www.cybersecurity.ru/consulting/146930.html>>.

⁴ Electronic commerce [Электронный ресурс] <http://en.wikipedia.org/wiki/Electronic_commerce>.

альтернативный канал связи, наряду с традиционной сетью филиалов и дочерних компаний, которые обеспечивают коммуникацию клиентов с компаниями. В настоящее время все больше и больше клиентов, особенно молодых, которые быстрее осваивают новые технологии, получают доступ к удаленным каналам сбыта, совершая компьютерные операции и другие виртуальные сделки. Эти онлайн-клиенты требуют еще большего контроля над своими личными финансами. Для таких клиентов очень важно иметь доступ к своим финансовым сервисам «всегда, везде и в любом месте».

С другой стороны, виртуальная команда представляет собой группу людей, члены которой вносят свой вклад в общую цель, но разделены временными рамками, расстоянием и организационными границами. Такая группа взаимодействует между собой, используя только информационно-коммуникационные технологии, такие как Интернет. Групповое виртуальное общение – очень эффективный способ управления бизнесом. Групповое виртуальное общение даёт возможность работникам чувствовать себя увереннее, общаясь с вышестоящим начальством или сотрудниками, принимать решения, касающиеся бизнес- проблем совместно, тем самым вносить коллективный вклад в развитие и управление бизнес-структурой. Виртуальное общение способствует некоему раскрепощению коммуникантов, и это в свою очередь, является позитивным моментом, поскольку сотрудники не чувствуют той психологической скованности (стеснения робости, боязни собственной некрасноречивости), которая присутствует во время физического общения. Поэтому они могут более свободно высказываться по поводу многих аспектов ведения бизнеса. Именно это позволяет людям вносить больший вклад в развитие компании, чем высказывать свои мнения во время реального заседания или совещания. Таким образом, принятие решений организации происходит в более широком и объективном информационном поле, чем если бы они были бы ограничены лишь *face-to-face* (индивидуальной) коммуникацией, поскольку присутствует элемент неформальности.

Онлайн коммуникация, такая как электронная почта позволяет общаться даже с разницей во времени. Группы сотрудников могут принимать участие в деловых групповых совещаниях по месту своего нахождения без необходимости командировок. Виртуальное общение в группах способствует более эффективной коммуникации поскольку все члены группы синхронно общаются друг с другом и информация поступает многоканально и постоянно, в результате чего происходит меньше конфликтов между членами такой группы коммуникантов. А также существует гораздо меньше шансов доминирования одного из членов группы по отношению к другим коммуникантам. Ну и конечно же такое виртуальное совещание, записывается (документируется) и может быть использовано для будущих ссылок или разрешения спорных ситуаций.

Исследование, проведенное энтузиастами в 2010 г., показывает то, как Интернет может использоваться в бизнес-коммуникации. В исследовании ученые проанализировали роль Интернета в функционировании малых и средних отелей в Австрии. Исследователи пришли к выводу, что использование Интернета позволяет отелям связываться с клиентом напрямую. Кроме того, исследователи отметили, что малые и средние отели в Австрии понимают значение Интернета как конкурентное преимущество. На самом деле, руководство этих отелей сочли бы себя аутсайдерами без Интернета. Это, прежде всего, потому что непрезентованность бизнеса в Интернете снижает присутствие этих компаний на рынке, как для клиентов, так и для посредников.

Увеличившееся распространение ИКТ (информационно-компьютерных технологий) в секторе туризма вызвало значительные изменения в специфике работы туристической сферы, в том числе туроператоров, туристических агентств, букинг-агентств. ИКТ и Интернет-системы позволили предприятиям создавать и получать обновленную информацию, касающуюся цен на услуги и продукцию, наличия товаров, увеличения объема продаж и прибыли. Оптимизированное составление эффективности сбыта той или иной продукции также даёт возможность принятия своевременных шагов в управлении корпорацией.

Подводя итог всего этого, следует сказать, что появление Интернета, несомненно, изменили бизнес-среду, в которой функционируют компании по всему миру. Интернет изменил структуру бизнеса, поскольку появились новые должности, где специалисты отвечают за поддержание бизнеса в Интернете. Некоторые компании оптимизируют ведение бизнеса за счёт сокращения своих расходов на координацию и коммуникацию, что позитивно сказывается на их конкурентоспособности. Выигрывает также и конечный потребитель ведь в цепочке создания стоимости благодаря Интернету исключаются некоторые пункты финансовых затрат. Растёт количество компаний, которые представлены на рынке исключительно в Интернете. Это яркий пример, который показывает, насколько эффективно можно использовать современные технологии и насколько мощным инструментом они являются на сегодняшний день. Виртуальная бизнес-среда стала конкурировать с физической. На наш взгляд, это является очень хорошим признаком, ведь именно конкурентная борьба заставляет компании повышать качество товаров и понижать цены на продукцию, чтобы привлечь потребителя. С другой стороны, очень сложно сказать, останутся ли в дальнейшем компании, которые не представлены в Интернете, и которые не ведут параллельно свою деятельность в виртуальном пространстве. Развитие Интернета даёт возможность напрямую взаимодействовать производителям и потребителям на рынках, таким

образом, потребители получают более полную информацию о товарах и услугах.

Таким образом, стремительный рост Интернета, а также своевременный фидбэк стали одними из ключевых факторов в изменении правил бизнес-конкуренции на рынке. Стратегическая важность Интернета в плане общения становится особенно очевидной для бизнеса, промышленности, производства товаров и услуг, ведь Интернет смог создать структуру, которая позволяет поддерживать отличное взаимодействие с клиентами в бизнес-операциях.

Множество веб-сайтов и других онлайн-сервисов, даёт право рассматривать сеть Интернет как одно из наиболее важных средств коммуникации в мире. Благодаря миллионам клиентов по всему миру, многие организации имеют возможность обеспечить потребности конкретного рынка.