

УДК 338.24

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ ВО ВЗАИМОДЕЙСТВИИ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ С ВНЕШНЕЙ СРЕДОЙ**

**Е.Э. Никитина**

Тверской государственной университет, Тверь

Цель статьи – исследование особенностей применения интернет-технологий в деятельности предприятий Тверской области. Рассмотрено понятие «информационное управление», выделены основные направления развития современных информационных технологий в деятельности предприятий. Рассмотрены особенности использования ими корпоративных сайтов. Доказано, что в настоящее время корпоративные сайты используются в первую очередь для привлечения внимания потенциальных партнеров и клиентов. Обобщен опыт использования информационных технологий в управлении.

***Ключевые слова:** информационное управление, информационные технологии, корпоративный сайт, интернет-магазин, информационные ресурсы.*

Информационное общество, как сравнительно новый его тип, оказывает влияние на управленческие процессы всех уровней: на государственное управление, управление отдельными организациями. Применительно к новым типам управления в настоящее время используется термин «информационное управление».

Этот термин в научной литературе часто рассматривается в значении «управление при помощи информации». Объем сведений, циркулирующих сейчас в сети Интернет, переход средств массовой информации в цифровой формат, возможность получения диаметрально противоположной информации из любых источников, фактическое отсутствие реальной возможности заблокировать доступ к тем или иным ресурсам – все это дает неограниченные возможности для внедрения в сознание населения различных идей, норм и стереотипов. Безусловно, возможности информационного воздействия на общественное мнение сейчас гораздо шире, чем еще десять лет назад. Умение правильно использовать неограниченные возможности информационно-телекоммуникационных сетей, осуществлять в нужный момент «вброс» информации, интерпретировать и комбинировать имеющиеся сведения – все это дает неоспоримые преимущества, позволяя сформировать общественное мнение, представления, нужные образы и настроения.

Долгое время умение работать с информацией в таком ключе было актуально только для политического управления. Однако в настоящее время управление при помощи информации используется не только в политике, но и на уровне отдельных фирм и организаций. И речь идет не только об управлении спросом или продвижении бренда. Использование руководством фирмы информационных ресурсов в отношении собственных сотрудников может способствовать формированию корпоративного духа, корпоративной

культуры, сплочению или, наоборот, разобщению коллектива, мотивации или демотивации работников к совершению определенных действий и т.д.

А.Г. Чхартишвили дает следующее определение информационного управления: это «воздействие на информированность принимающих решение субъектов – элементов активной системы, осуществляемое с целью побуждения их к совершению требуемых действий» [6, с. 161]. В.Я. Цветков и А.Н. Корнаков определяют информационное управление через составляющие его процессы: «процессы информационного управления можно рассматривать как сложные информационные процессы, объединяющие более простые процессы сбора, обработки, накопления, хранения, поиска и распространения информации в сложный комплекс, имеющий специальное функциональное назначение и определенную цель, и целевую функцию» [5, с. 129]. Эти авторы отмечают, что информационное управление основано в первую очередь на информационно-интеллектуальных усилиях. Основная особенность информационного управления заключается в том, что связанные с ним процессы тесно связаны с целями предприятия. Можно говорить о том, что процессы информационного управления являются основой всех остальных процессов, связанных с деятельностью предприятия, и объединяют их в единое целое [4, с. 93].

Новый тип управления связан, в том числе и с применением новых управленческих технологий [2, с. 42]. Их использование в деятельности коммерческих организаций развивается в настоящее время сразу по нескольким направлениям. Во-первых, это внедрение современного программного обеспечения во внутренней деятельности предприятий (системы электронного документооборота, системы поддержки принятия решений и т.д.). Во-вторых, это развитие корпоративных сайтов предприятий и размещение на них информации как для клиентов, поставщиков и дилеров, так и для потенциальных работников. В-третьих, это развитие электронной коммерции, организация продаж через сеть Интернет.

В настоящее время изучению технологий информационного управления посвящено достаточно большое количество теоретических исследований. Однако представляется актуальным изучать именно практическую сторону информационного управления, опыт использования предприятиями различных информационных технологий для достижения определенных бизнес-целей. Актуальность данного исследования заключается в изучении особенностей применения интернет-технологий в деятельности крупнейших предприятий Тверской области.

С целью выявления особенностей использования ресурсов сети Интернет при взаимодействии организаций с внешней средой был проведен мониторинг (2014 и 2017 гг.) сайтов крупнейших промышленных предприятий Тверской области. Сведения были взяты с официального сайта Правительства Тверской области, где приведен перечень предприятий по видам деятельности (представлены 67 крупнейших промышленных предприятий нашего региона) [3].

За период с 2014 г. по 2017 г. количество предприятий, активно развивающих корпоративный сайт, увеличилось с 67 % до 76 %. Из оставшихся предприятий в 2014 г. большая часть являлась филиалами или входила в холдинг, поэтому их собственный сайт отсутствовал. И только восемь из 67 предприятий в 2014 г. вообще не имели страницы в Интернете. В

2014 г. некоторые предприятия имели страницы в специализированной социальной сети N4.BIZ [1], предназначенной для упрощенного создания интернет-магазинов и поддержки развития бизнеса. Однако при исследовании страниц предприятий, указанных на сайте Правительства Тверской области, оказалось, что информация о них, представленная на страницах N4.BIZ, минимальна. К тому же было сложно определить, являются ли их интернет-магазины действующими, так как цены на продукцию в них отсутствовали. Поэтому предприятия, у которых страница существовала только на сайте N4.BIZ, не рассматривались как имеющие собственный сайт.

В 2017 г. собственный сайт начинают развивать те предприятия, которые являются филиалами или входят в холдинг. В результате они представлены и на собственном сайте, и на сайте головной организации. А вот популярность социальной сети N4.BIZ снизилась до минимума. В 2017 г. только одно предприятие представлено в этой сети. Результаты мониторингов 2014 и 2017 гг. представлены на рис. 1.

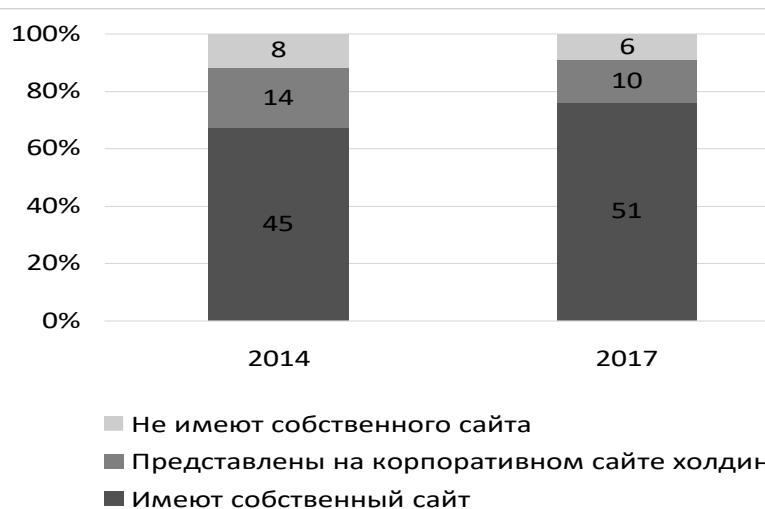


Рис. 1. Распределение крупнейших предприятий Тверской области по наличию/отсутствию собственной страницы в Интернете (составлено автором)

Основное назначение большинства изученных сайтов – предоставление потенциальным клиентам и партнерам информации о предприятии (история компании, уставные документы и отчетность, сертификаты, информация о производстве, продукции или услугах, контактные данные).

Большинство корпоративных сайтов предприятий Тверской области предполагают либо онлайн-отправку заявки на продукцию (26 предприятий (44 %) в 2014 г. и 18 предприятий (27 %) в 2017 г.), либо возможность задать интересующий пользователя вопрос через сайт (29 сайтов (49 %) в 2014 г. и 32 сайта (48 %) в 2017 г.). Для этого на большинстве ресурсов представлена для заполнения специальная форма, посредством которой и осуществляется коммуникация между предприятием и заинтересованными лицами. Часто и для вопроса, и для онлайн-заявки используется одна и та же форма, представленная как в разделе «Контакты», так и в разделах сайта, связанных с выпускаемой продукцией. Кроме того, корпоративные сайты многих

предприятий региона (34 предприятия (58%) в 2014 г. и 45 предприятий (67 %) в 2017 г.) предусматривают возможность для заказчика скачать прайс-листы в различных форматах (doc, pdf, xls), шаблоны заявок и договоров, технические паспорта продукции, инструкции и т.д.

Технологии интернет-магазина с классическим набором инструментов (кнопка «Заказать», корзина и т.д.) используются на корпоративных сайтах нечасто (10 предприятий из 67, или 17 %). Однако если в 2014 г. четыре из десяти предприятий имели не полноценный магазин на сайте, а страницу в деловой социальной сети N4.BIZ, то в 2017 г. уже все 10 предприятий используют технологии интернет-магазина на собственном сайте.

Другая сторона использования предприятиями возможностей информационного управления – подбор кадров через корпоративный сайт. Для этого предусмотрен раздел «Вакансии», где содержится информация об открытых в организации вакансиях, контакты служб управления персоналом, формы (в том числе и онлайн-формы) резюме. Некоторые предприятия помимо информации о вакансиях предпочитают размещать также информацию о преимуществах работы на данном предприятии, о перспективах карьерного роста для сотрудников, о возможностях подработки, трудоустройства или прохождения практики студентов. Если предприятие входит в холдинг, то информация о вакансиях имеется в 100% случаев.

По итогам мониторинга выяснилось, что в 2014 г. из 59 крупнейших предприятий, имеющих собственные сайты или представленных на сайтах холдингов, раздел «Вакансии» на сайте был у 31 предприятия; в 2017 г. количество предприятий, имеющих раздел «Вакансии» не изменилось, хотя число предприятий, развивающих собственный сайт увеличилось. То есть можно говорить о том, что в настоящее время примерно половина попавших в мониторинг предприятий не видит смысла в размещении информации о вакансиях на корпоративном сайте, делая, таким образом, акцент на электронном взаимодействии только с клиентами и партнерами, но не с возможными работниками. Распределение предприятий Тверской области по использованию раздела «Вакансии» на своем сайте представлено на рис. 2.

У ряда компаний, имеющих на корпоративном сайте раздел «Вакансии», информации в этих разделах нет вообще, что может означать как полную укомплектованность предприятия кадрами, так то, что предприятие не считает важным актуализацию этого раздела. Некоторые сайты холдингов размещают информацию о вакансиях по всем своим предприятиям (в этом случае вакансии по Твери есть не всегда), у одного предприятия из раздела вакансии осуществляется переход на известный рекрутинговый портал Head Hunter (hh.ru). Возможность отправки резюме непосредственно через сайт после заполнения соответствующей формы предусмотрена не у всех организаций, однако многие предприятия указывают на возможность отправки резюме по электронной почте (контакты отдела кадров или службы управления персоналом также обычно размещены в данном разделе; иногда – но не всегда – указано также лицо, ответственное за подбор кадров в организации).



Р и с . 2. Наличие и использование раздела «Вакансии» на корпоративных сайтах предприятий Тверской области (составлено автором)

Таким образом, в настоящее время предприятия Тверской области достаточно активно используют ресурсы собственных корпоративных сайтов. При этом основной акцент делается на взаимодействие с партнерами и клиентами, именно на них ориентировано большинство материалов сайтов. Размещенная в сети информация об истории предприятия, об особенностях производства, сертификаты на продукцию, а также различного рода онлайн-инструменты (заявка, калькулятор стоимости, интернет-магазин и т.д.) выполняют в том числе и рекламную функцию, формируя нужное представление о предприятии и об особенностях его работы с клиентами. Тем не менее на основе этих сведений сложно сказать, в какой степени предприятия используют корпоративный сайт как инструмент информационного управления. Скорее всего на данном этапе корпоративный сайт предприятия выполняет прежде всего представительские функции. Другое направление использования предприятиями интернет-ресурсов – взаимодействие с потенциальными работниками – пока развивается не активно.

### Список литературы

1. Деловая социальная сеть B2B и B2C – готовый интернет-магазин бесплатно: сайт. – Режим доступа: <http://n4.biz/> (дата обращения 01.02.2018)
2. Коваленко Е.Я. Гибридные модели управления в информационном обществе // EUROPEAN RESEARCH – 2017. № 8 (31). С. 42 – 44.
3. Крупнейшие предприятия [Электронный ресурс] // Правительство Тверской области. Официальный сайт. – Режим доступа: <http://Тверскаяобласть.рф/ekonomika-regiona/promyshlennost/kru-pre/> (дата обращения 01.02.2018).
4. Соболев Н.В. Информационное управление как специфический вид управления организацией в условиях информационного «взрыва» // Наука. Образование. Личность. 2016. № 4. С. 92 – 96.

5. Цветков, В.Я., Корнаков, А.Н. Циклическая модель информационного управления // Современные наукоемкие технологии. Материалы конференций. 2010. № 2. С. 129–130.
6. Чхартишвили А.Г. Теоретико-игровое моделирование информационного управления // Управление большими системами: сборник трудов. 2006. № 12–13. С. 161 – 171.

## **APPLICATION OF INTERNET TECHNOLOGIES IN INTERACTION OF COMMERCIAL ENTERPRISES WITH EXTERNAL ENVIRONMENT**

**E.E. Nikitina**

Tver State University, Tver

The purpose of the article is to study the peculiarities of Internet technologies application in the activity of Tver region enterprises. The concept of "information management" is considered, the main directions of development of modern information technologies in activity of the enterprises are allocated. The features of their use of corporate websites are considered. It is proved that at the present time corporate websites are used primarily to attract the attention of potential partners and customers. The experience of using information technologies in management is summarized.

**Keywords:** *information management, information technology, corporate website, online store, informational resources*

*Об авторах:*

НИКИТИНА Елена Эдуардовна – старший преподаватель, кафедры управления персоналом Института экономики и управления, Тверской государственный университет, e-mail: Nikitina.EE@tversu.ru

*About the authors:*

NIKITINA Elena Eduardovna – the senior teacher, department of human resource management of Institute of economy and management, Tver State University, e-mail: Nikitina.EE@tversu.ru

### **References**

1. Delovaja social'naja set' V2V i V2S – gotovyy internet-magazin besplatno: sajt. – Rezhim dostupa: <http://n4.biz/> (data obrashhenija 01.02.2018)
2. Kovalenko, E.Ja. Gibridnye modeli upravlenija v informacionnom obshhestve // EUROPEAN RESERCH. 2017. № 8 (31). С. 42 – 44.
3. Krupnejshie predprijatija [Jelektronnyj resurs] // Pravitel'stvo Tverskoj oblasti. Oficial'nyj sajt. – Rezhim dostupa: <http://тверскаяобласть.рф/ekonomika-regiona/promyshlennost/kru-pre/> (data obrashhenija 01.02.2018).
4. Sobolev, N.V. Informacionnoe upravlenie kak specificheskij vid upravlenija organizacij v uslovijah informacionnogo «vzryva» // Nauka. Obrazovanie. Lichnost'. 2016. № 4. С. 92 – 96.
5. Cvetkov V.Ja., Kornakov A.N. Ciklicheskaja model' informacionnogo upravlenija // Sovremennye naukoemkie tehnologii. Materialy konferencij. 2010. № 2. С. 129–130.
6. Chhartishvili A.G. Teoretiko-igrovoe modelirovanie informacionnogo upravlenija // Upravlenie bol'shimi sistemami: sbornik trudov. 2006. № 12–13. С. 161 – 171.