

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ Й УПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННИХ СИСТЕМ У БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ

ЄВГЕНІЯ ДРАГОМІРОВА,

кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності Донецького державного університету управління

СВІТЛАНА ОЛЕЙНІКОВА,

кандидат наук з державного управління, доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності Донецького державного університету управління

ІРИНА СТЕПАНОВА,

Донецький державний університет управління

У статті проаналізовано бізнес-комунікації в системі факторів впливу, обсяг і динаміку телекомунікаційного ринку України, регіональний розподіл рівня довіри до інформації в Інтернет-джерелах і загальноосвітні витрати на інформаційні технології. Виділені результати впровадження уніфікованих комунікацій на підприємстві - суб'єкті зовнішньоекономічної діяльності.

Ключові слова: бізнес-комунікації, Інтернет, уніфіковані комунікації, тенденції, упровадження, зовнішньоекономічна діяльність.

Постановка проблеми. Глобалізаційні процеси останніх десятиліть лягли в основу нових політичних, економічних і культурних відносин між країнами. Інформаційна революція, що розвинулася під впливом науково-технічного прогресу в галузі комунікацій, стала рушійною силою в умовах геополітичних змін, демократичних процесів у багатьох країнах світу. В основу інтеграційних процесів бізнесового кола, зокрема, покладено інформаційну глобалізацію - формування й розвиток єдиного інформаційного простору під впливом комунікаційних технологій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням розвитку теорії комунікацій, її місцю, ролі й призначенню в сучасному менеджменті присвячені дослідження Г. Почепцова, В. Шепеля. Практичні навички ділового спілкування розкривають роботи Дж. Адаіра, Р. Джорджа, Д. Карнегі; міжкультурні особливості процесу розкриті в роботах Т. Персикової, С. Мясоєдова, Є. Покровської. Ефективність бізнес-комунікацій визначена в роботах А. Мірошниченко, Р. Бланда. Зв'язок комунікаційного менеджменту й економічних систем розкрито в однойменному виданні Т. Орлової.

Наголос на управлінні іміджем, репутацією та інвестиційною привабливістю фірм, а також на побудові й підтримці партнерських взаємовідносин між учасниками інвестиційного процесу з метою формування ділових зв'язків і гудвілу зроблено в дослідженнях вітчизняних учених О. Ястремської, А. Крутика.

Мета статті - аналіз сучасних тенденцій розвитку електронних систем бізнес-комунікацій і виділення результатів упровадження уніфікованих комунікацій на підприємстві - суб'єкті зовнішньоекономічної діяльності.

Виклад основного матеріалу. Наслідки фінансової кризи привернули увагу науковців до вивчення

конкурентних переваг сучасних підприємств. Дослідження підтвердили значущість кадрового забезпечення. Мінлива ситуація фінансового сектора змінила завдання отримання прибутків на створення сприятливої соціально-психологічної атмосфери з метою підвищення продуктивності праці й лояльності колективу в умовах кризи.

Комунікації мають величезне значення для успіху підприємств. Опитування показали, що 73 % американських, 63 % англійських і 85 % японських керівників вважають комунікації головною умовою досягнення ефективності організацій. Згідно з даними іншого опитування, проведеного приблизно серед 250 тис. працівників у 2 000 різних компаній, обмін інформацією є однією з найбільш складних проблем в організаціях [1]. Ці опитування показують, що неефективні комунікації - чи не головна причина виникнення проблем. Налагоджені ефективні комунікації відіграють далеко не останню роль у досягненні компаніями успіху, завоюванні й утриманні лідерських позицій на ринку, підвищенні капіталізації. Досвід підприємств світового рівня доводить, що добра репутація, сильний бренд, дотримання філософії соціально відповідального бізнесу конвертуються в капітал.

Складові бізнес-комунікацій, представлені на рисунку 1, містять фактори, що впливають на ефективність бізнес-комунікації сучасного підприємства - суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності (далі - ЗЕД).

Як видно з рисунка, корпоративна культура є фактором впливу на внутрішнє й зовнішнє середовище підприємства - суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності. Вона ґрунтується на національному економічному менталітеті, а "культурна розмаїтість", що притаманна суб'єктам ЗЕД, заважає збереженню національно-культурної самобутності. Через те, що корпоративна культура створюється переважно зусиллями

лідерів, до їх основних функцій слід віднести створення, управління й перетворення корпоративної культури. Синтез корпоративної й організаційної культур, системи мотивації й лідерства створюють синергійний ефект бізнес-комунікацій.

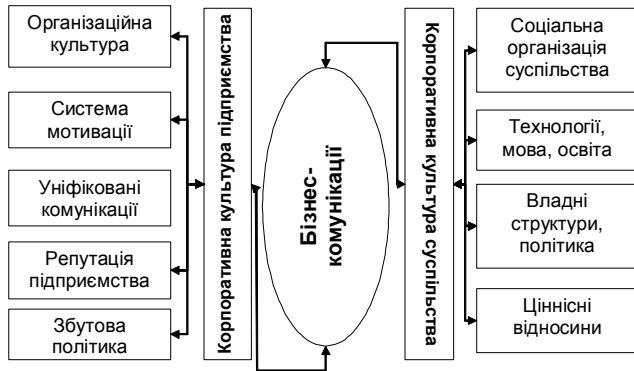


Рис. 1. Бізнес-комунікації в системі факторів впливу.

Однак слід пам'ятати, що швидкість змін усередині підприємства має відповідати швидкості змін поза ним [2]. І наведена схема підтверджує цю тезу наявністю такої складової як уніфіковані комунікації, що являють собою сукупність додаткових приладів, створених на стику "світу комп'ютерів" і "світу телефонів". Уніфіковані комунікації покликані прискорити й функціонально збагатити процеси взаємодії між співробітниками, а також між підприємством і замовниками.

За даними опитувань, ІТ-директори транснаціональних корпорацій різних галузей позитивно ставляться до уніфікованих комунікацій, а також вважають, що вони цілком можуть вплинути на ефективність бізнесу. Для цього в організаціях впроваджена підтримка близько 7 різних комунікаційних інструментів і доповнень до них, із якими працюють співробітники. Однак надмірна кількість різноманітних засобів взаємодії утруднює внутрішнє спілкування й сповільнює бізнес-процеси й процедури прийняття рішень [3].

На питання про проблеми, викликані численністю систем зв'язку, більшість опитаних (95 %) заявили, що, незважаючи на підвищення продуктивності праці, взаємодія здійснюється повільно. 45 % респондентів повідомили, що безліч типів комунікацій приводить до збільшення часу реагування колег на запити. 35 % ІТ-директорів погодилися, що несанкціоноване нецільове використання засобів комунікацій може привести до втрат доходу й невдоволення клієнтів.

Сучасні підприємства - суб'єкти ЗЕД належать до сектора повільного впровадження електронних систем бізнес-комунікацій через ряд причин:

- вірність традиціям паперового документування;
- рівень кваліфікації персоналу;
- відносно високі витрати на впровадження й експлуатацію електронних систем бізнес-комунікацій;
- недосконалість нормативно-правового забезпечення й інформаційна небезпечність.

У прийнятій 8 липня 2009 року Доктрині інформаційної безпеки України зазначені основні реальні та потенційні загрози інформаційній безпеці України. Серед тих, що виникають у зовнішньополітичній сфері, визначені такі:

- поширення у світовому інформаційному просторі викривленої, недостовірної та упередженої інформації, що завдає шкоди національним інтересам України;

- прояви комп'ютерної злочинності, комп'ютерного тероризму, що загрожують сталому та безпечному функціонуванню національних інформаційно-телекомунікаційних систем;

- зовнішні негативні інформаційні впливи на суспільну свідомість через засоби масової інформації, а також мережу Інтернет [4].

Владні структури усвідомлюють необхідність державної підтримки вітчизняного виробника інформаційної продукції й телекомунікаційного устаткування, національних операторів телекомунікацій, зокрема, шляхом створення нормативно-правових, фінансових, фіскальних й інших передумов для підвищення їх конкурентоспроможності на світовому й національному ринках інформаційних і телекомунікаційних послуг.

За даними міжнародних агенцій і державного комітету статистики за 2010 рік обсяг доходів телекомунікаційного ринку України склав 36,3 млрд грн (без ПДВ) (рис. 2). Серед основних телекомсегментів тільки доступ в Інтернет демонстрував упевнений ріст протягом останніх чотирьох років. Розмір української Інтернет-аудиторії в грудні 2010 року склав 11,3 млн користувачів віком від 14 років. Середній час, витрачений одним відвідувачем, становить 9 годин 44 хвилини [5].

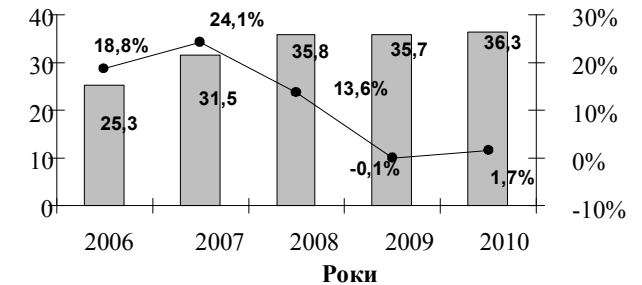


Рис. 2. Обсяг і динаміка телекомунікаційного ринку України.

У структурі доходів галузі зв'язку України основну частку - майже 92 % за підсумками 2010 року - складають доходи від телекомунікаційних послуг. Мобільний зв'язок склав 66,1 % усіх телекомунікаційних доходів. За допомогою мобільного телефону 15,5 % Інтернет-користувачів перевіряють електронну пошту щодня (рис. 3). За даними дослідження, 11,4 % користувачів використовують мобільний Інтернет для відвідування соціальних мереж [6].



Рис. 3. Розподіл користувачів мережі Інтернет з використанням телефону.

Світові бренди перейшли від звичайної присутності в соціальних мережах, до більш активного використання цього виду медіа. Аналіз присутності 100 найбільших компаній зі списку Fortune Global 500 у соціальних медіа виявив, що 25 % із них використовують відразу чотири медіаканали: Facebook, Twitter, YouTube і корпоративні блоги. Маркетологи підприємств не лише спілкуються у соціальних мережах, а й просувають повідомлення своїх компаній [6]. Понад 55 % із 752 опитаних американських представників малого бізне-

су вважають, що Facebook і подібні йому соціальні сервіси, можуть бути бізнес-корисними.

Висновки досліджень світового рівня щодо використання електронних систем комунікацій для розвитку бізнесу підтверджуються й українським реаліями. Найавторитетнішим джерелом інформації українські користувачі (35,3 %) вважають онлайн-ЗМІ. Соціальні медіа користуються довірою майже в 9 % користувачів. Але найбільш надійними джерелами інформації, на думку українців, є пошукові системи - їм довіряють майже 40 % респондентів (табл. 1) [5].

Таблиця 1. - Регіональний розподіл рівня довіри жителів України до інформації в Інтернет-джерелах

Джерела інформації	Регіон					
	Київ	Північ	Захід	Центр	Південь	Схід
	%	%	%	%	%	%
Публікації в онлайн-ЗМІ	27,6	38,4	40,9	40,8	38,8	30,9
Записи в соціальних мережах	10,4	6,3	11,9	4,9	8,5	8,4
Результати пошуку в пошукових системах	36,6	42,9	35,8	35,9	33,9	43,1
Інтернет-реклама (графічна й текстова)	7	9	6	1,9	1,2	1,9
Я не довіряю інформації в Інтернет	20,9	9,8	9,7	14,6	14,5	14,7
Інший варіант	3,7	1,8	1,1	1,9	3,0	9

Серед інших варіантів відповідей були названі: Twitter, офіційні сайти підприємств і компаній, спеціалізовані бібліотеки, інформація, представлена особистими знайомими, які покладаються тільки на власний досвід.

Представлений у таблиці регіональний розподіл явно характеризує рівень залучення регіонів до електронних систем комунікацій і загального інноваційного розвитку регіонів України. Найбільші показники належать промисловим і бізнесовим регіонам: Київ, Схід і Північ. Саме в цих регіонах відсутність єдиного підходу до бізнес-комунікацій підштовхнула безліч компаній до розгляду питання про впровадження уніфікованих комунікацій. При цьому 15 % випробовують або оцінюють подібні системи, а 6 % уже їх використовують.

Українські експерти вважають позитивною тенденцію до збільшення використання можливостей електронних систем бізнес-комунікацій - уніфікованих комунікацій, які зараз представлені: повідомленнями (47 %), відео-конференц-зв'язками (46 %), системами телеприсутності (45 %). У найближчі роки планують оновити наявні підсистеми уніфікованих комуні-

кацій ті респонденти, які мають у своєму розпорядженні засоби VoIP (27 %), корпоративний відео-конференц-зв'язок (25 %), інструменти IP-телефонії (25 %). Факторами впливу на процес уніфікації бізнес-комунікацій сучасних підприємств - суб'єктів ЗЕД виступають: простота їх використання (79 % опитаних), термін окупності (57 %), рівень обслуговування (54 %) і ціна (51 %) [7]. Світові тенденції свідчать про ріст витрат підприємств на телекомунікації (рис. 4), що вказує не лише на інтенсифікацію бізнес-комунікацій, а й на ощадливість більшості підприємств. Адже впровадження уніфікованих комунікацій окуповується через рік, а транспортні витрати менеджерів ЗЕД, пов'язані з присутністю на міжнародних конференціях, переговорах і виставках у більшості випадків не виправдовуються.

Оскільки ефектом від упровадження уніфікованих комунікацій виступає економія, то бізнес-ефект у грошовому вираженні варто рахувати як різницю між витратами до впровадження електронних систем й витратами після їх упровадження. Здешевлення процесу оцінюється за вартістю процесу.

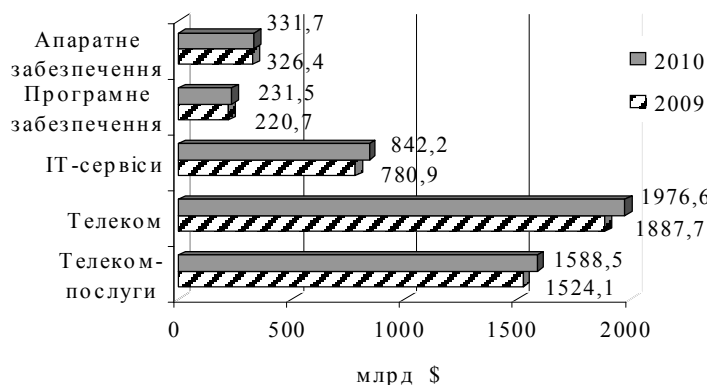


Рис. 4. Глобальні витрати на інформаційні технології, млрд \$ [7].

Для оцінки зміни у вартості процесу можна застосувати відносно грубий експертний метод або використати функціонально-вартісний аналіз й імітаційне моделювання. Економія на операціях оцінюється за зниженням трудомісткості; можна використати прямі виміри або експертні оцінки.

Складність зазвичай викликає оцінка ризиків. При цьому будь-які оцінки матимуть суб'єктивний характер. Якщо витрати на документообіг до впровадження електронних систем вимірювались не лише відрахуваннями на забезпечення процесу, а й, наприклад, штрафними санкціями через недостатність супровідних

листів у контракті, керівництво підприємства відзначить додаткові вигоди й переваги використання уніфікованих комунікацій.

Отже, упровадження уніфікованих комунікацій призведе до підвищення ефективності роботи працівників; зниження тимчасових втрат, пов'язаних із передаванням інформації; підвищення якості бізнес-комунікацій; оптимізації бізнес-процесів підприємств - суб'єктів ЗЕД.

Висновки

Розвиток електронних систем у бізнес-комунікації - це важливий та перспективний напрямок управління як макроекономічними та політико-економічними процесами, так і змінами мікроекономічного характеру на рівні підприємства. Електронні системи дозволяють вирішувати безліч проблем, зокрема й ті, що безпосередньо пов'язані з економічною вигодою від застосування сучасної технології.

Для того, щоб електронна система перетворилася на довгострокову конкурентну перевагу певного підприємства, необхідно розвивати всі складові його

корпоративної культури, а також забезпечити належний рівень кваліфікації персоналу та сучасного технічного забезпечення.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. - М. : ГУ ВШЭ, 2000. - 327 с.
2. Прайс М. Телевидение, телекоммуникации и переходный период: право, общество и национальная идентичность / М. Прайс. - М. : Изд-во Моск. ун-та, 2000. - 288 с.
3. Батченко Л. В. Комунікаційні процеси в міжнародному менеджменті / Л. В. Батченко, Є. С. Драгомірова. - Донецьк : ДонДУУ, 2010. - 123 с.
4. Доктрина інформаційної безпеки України [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://ligazakon.ua>.
5. Genius: в Украине 11,3 млн пользователей интернета [Електронний ресурс]. - Режим доступу : www.ain.ua/2011/02/03/41908/genius-3.
6. Почти 30 % украинских интернет-пользователей выходят в интернет с мобильного телефона [Електронний ресурс]. - Режим доступу : www.ain.ua/2011.
7. Затяжной подъем // Телеком. - 2010. - № 3. - С. 18-21.

Y. Drahomirova, S. Oleynikova, I. Stepanova

THE TRENDS AND IMPLEMENTATION OF ELECTRONIC SYSTEMS IN BUSINESS COMMUNICATIONS

The article analyzes the business communications in the system impacts, the extent and dynamics of the telecommunication market of Ukraine, regional placement confidence in information sources and Internet resources and global total cost on information technologies. Were marked the results of implementation of the unified communications in entity of foreign economic activity.

Key words: business communications, Internet, unified communication, trends, implementation, entity of foreign economic activity.

© Є. Драгомірова, С. Олейнікова, І. Степанова
Надійшла до редакції 18.05.2011

УДК 330.342: 338.42

СТРУКТУРНА ПЕРЕБУДОВА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: МЕХАНІЗМИ РЕГУЛЮВАННЯ СТРУКТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

ОКСАНА КАЛЬМУК,

кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії
Тернопільського національного економічного університету

У статті проаналізовано проблеми структурної перебудови національної економіки та причини гальмування розвитку низки галузей промисловості, обумовлені слабким захистом вітчизняного виробника та недоліками в інноваційній діяльності держави й економічних суб'єктів. Обґрунтовано необхідність збалансування попиту й пропозиції на основі використання не тільки суто адміністративних механізмів, але й ринкових важелів її реалізації.

Ключові слова: державне регулювання економіки, захист вітчизняного виробника, інноваційна діяльність, попит, пропозиція, ринкові важелі, структура національної економіки.

Постановка проблеми. Світова фінансово-економічна криза не могла не позначитися на стані української промисловості. Динамічне піднесення промис-

лового виробництва, що спостерігалось впродовж 1999-2007 років із середньорічним приростом у 10 %, припинилося. Обвальне скорочення виробництва

№ 4 (111) травень-червень 2011 р.