**338.312/65.051**

**Удовченко Ю.А., Шатунова Т.Е.**

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ В МЕНЕДЖМЕНТЕ**

*В статье представлена попытка по выявлению и структурированию факторов повышения экономического роста и устойчивого развития организаций за счет грамотного и всестороннего привлечения интернет-технологий с целью обеспечения развития в конкурентной среде. В результате исследования сделан вывод о необходимости аналитики и учете трендов рынка интернет-технологий, т.к. в современных условиях для формирования положительного имиджа организации значение имеет не только сам продукт, но и адекватность каналов его продвижения трендам всеобщей цифровизации.*

***Ключевые слова:*** *интернет-технологии, менеджмент, конкурентоспособность, экономический рост, устойчивое развитие.*

На современном этапе развития общества и хозяйства, характеризуемого как эпоха глобальной цифровизации, управление организацией немыслимо без использования интернет-технологий, которые позволяют ускорить распространение информации об организации и ее продукте и являются одной из ведущих технологий продажи как в европейских странах, так и в России [1].

В эпоху 21-го века, когда всё больше и больше людей «переходят» в онлайн-шопинг. Компаниям, существующим только в офлайн-системе, т.е. в обычной рознице, приходится подстраиваться под данное веяние рынка (мы не говорим о крупных промышленных предприятиях, по типу ПАО ''АВТОВАЗ'' и прочие заводы), что вынуждает их создавать страницы на различных интернет-платформах, чтобы эффективнее продвигать бренд и быть ближе к потребителю.

Просмотрев множество сайтов крупных торговых марок, мы пришли к следующему выводу: это либо интернет-магазин, либо сайт-открытка, который лишь представляет узкий перечень продаваемого товара или услуги. Но этого уже недостаточно, чтобы эффективно продвигать свою продукцию. Нужные значительные изменения для расширения функционала сайта.

Во-первых, это внедрение персонального интерактивного помощника. Это не те надоедливые боты, которые появляются на экране у пользователя с вопросом «Не нужна ли Вам помощь?», и при любом запросе пользователя перенаправляют на пересылку его данных (обычно это e-mail и контактный телефон). В большинстве случаев, пользователи заканчивают на этом общение с ботом, и, не найдя ответа, закрывают сайт.

Необходимы новые решения, которые превратят неперсонализированного бота в сотрудника, который будет иметь расширенный функционал, больше скриптов (сценариев), способных отвечать на запросы и только в крайних ситуациях перенаправлять на реального работника, способного ответить на более специфические вопросы. Либо пойти обратным путём и превратить в бота часть сотрудников, которые будут способны круглосуточно семь дней в неделю отвечать на вопросы и быть технической поддержкой по любому вопросу.

Во-вторых, необходимо привлечение блогеров (контентмэйкеров) к продвижению продукта. Ни для кого не секрет, что социальные сети имеют большое значение в нашей сегодняшней жизни. Вместе с ними пришли и блогеры – люди, которые ведут электронные страницы на различных порталах и являющиеся проводниками компании в аудиторию.

Люди проще доверяют другому человеку, нежели рекламному баннеру. При выборе того самого «проводника», главное – не ошибиться, принимать решение о сотрудничестве стоит по нескольким критериям:

1. Тематика канала (страницы) должна совпадать с тем, что вы хотите прорекламировать (т.е. в сегменте гейминга не стоит рекламировать услуги косметолога).
2. Аудитория канала (страницы) должна совпадать с вашим целевым сегментом (по возрасту, полу и, опять же, тематике канала) хотя бы частично.
3. Изучить активность как на канале (комментарии, количество оценок), так и самого канала (насколько часто обновляется контент).
4. Проанализировать точность отображаемых характеристик канала, в связи с наличием сервисов по «накручиванию» (т.е. увеличению) показателей, таких как: просмотры (поста, видео, фото), «лайки/дизлайки», количество подписок на страницу.

Несмотря на вышеперечисленные пункты, самым важным пунктом остается - целесообразность продвижения и, в первую очередь, говорится не столько о его нужности, сколько о финансовой стороне вопроса. Поскольку, чем популярнее блогер, тем выше будет стоимость сотрудничества с ним. Есть возможность снизить затраты и прислать свой товар на тест. В таком случае, все затраты будут сведены к себестоимости продукта и его транспортировке, но вы не сможете обязать блогера не высказываться в негативном ключе.

В-третьих, необходимо сделать упор на продвижение в мобильном сегменте.Согласно данных опроса ВЦИОМ, каждый день (на момент сбора данных 12 февраля 2018 г.) 91% людей в возрасте от 18 до 24 посещают социальные сети. Также стоит отметить то, что возросла численность пользователей мобильного интернета, если ещё в прошлом году перевес был на стороне пользователей персональных компьютеров, то сейчас 52% людей предпочитают смартфон [2].

Именно поэтому при создании собственного сайта необходимо позаботиться о его мобильной версии, а также создании приложения, которое будет доступно для скачивания в Google Play, AppStore и т.п. и расширять функционал сайта.

Под расширением функций подразумевается: поиск по фото, картинке; голосовой поиск; дополненная реальность (т.к. потребителю всё-таки хочется видеть и ощущать, что он покупает, как в розничном магазине); вовлечение потребителя в процесс покупки (скидки, акции, интуитивно понятный интерфейс, нативная реклама на основе предпочтений); использование AMP- и турбо-страниц [3]. Все это в первую очередь направлено на работу с людьми, с их ожиданиями, как явными, так и неявными.

В четвертых, необходимо внедрение систем Блокчейна в менеджмент. Блокчейн представляет собой систему (блоки) информации, связанную между собой, но не имеющую единого сервера. Такой алгоритм шифрования позволяет защищать отдельные записи, принадлежащие конкретному человеку, от редактирования и копирования другими пользователями системы. На данный момент, блокчейн чаще всего ассоциируют с такой электронной валютой, как Биткоин, и криптовалютой в целом. Однако, этим его функции и способности не ограничиваются.

Так как данная система представляет собой цепочку «прозрачной» передачи данных различного рода, можно внедрить её в структуру компании, как для фирмы, так и клиента: показав все транзакции, которые он совершает, а главное дать ему возможность предоставлять и отслеживать состояние (как осуществляется хранение и передача) тех данных, которые он нам предоставляет.

Таким образом, можно дополнительно заслужить уважение в глазах клиента и выстроить маркетинговую стратегию относительно каждого клиента.

Ещё одним важным преимуществом, но уже внутри компании, можно назвать применение блокчейна в документообороте. Все контракты и важные финансовые документы будут надежно защищены, но, в то же время, и менеджмент и клиент будут иметь к ней доступ без боязни вмешательства извне.

Недостатком же может являться то, что введение в работу такой системы будет довольно дорогостоящим решением и на данный момент блокчейн применяется, по большой части, в банковской сфере.

Число пользователей Интернета с каждым годом увеличивается, растет также и число услуг, предлагаемых пользователям. В этой связи оправдан интерес к Интернет - технологиям как к объекту управления. Интернет-технологии повышают производительность, увеличивают сбыт, т.е. помогают организации добиться лучших хозяйственных результатов. Однако, необходим и учет того, как мыслят и как работают люди, использующие Интернет-технологии. Таким образом, в настоящее время, применение Интернет-технологий в менеджменте является залогом устойчивого развития и экономического роста каждой организации, позволяя добиться конкурентных преимуществ.

**Список литературы**

1. [Witt](file:///C:\Users\Anton\Downloads\Witt) D. 2019 Learning and development trends - 10 expert predictions [Электронный ресурс]. URL: https://leaderchat.org/2018/11/27/2019-learning-development-trends-10-expert-predictions/ (дата обращения:27.03.19).

2. Опрос "Вциом-спутник": Каждому возрасту - свои сети. [Электронный ресурс]. URL: https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116691 (дата обращения:29.04.19).

3. AMP и Турбо страницы: плюсы, минусы и результаты внедрения. [Электронный ресурс]. URL: https://spark.ru/startup/alkoveb/blog/45682/amp-i-turbo-stranitsi-plyusi-minusi-i-rezultati-vnedreniya (дата обращения:30.04.19).

Удовченко Юлия Алексеевна, РФ, г. Новосибирск, студент 4 курса, направление 38.03.02 Менеджмент, профиль "Производственный менеджмент", Сибирский государственный университет путей сообщения (630049 г. Новосибирск, ул. Д.Ковальчук, 191, jyi-96@mail.ru).

Шатунова Татьяна Евгеньевна, РФ, г. Новосибирск, старший преподаватель кафедры «Менеджмент на транспорте», Сибирский государственный университет путей сообщения (630049 г. Новосибирск, ул. Д.Ковальчук, 191, [shatun678@mail.ru](mailto:shatun678@mail.ru)).

**Udovchenko Yu.A., Shatunova T.Е.**

**MODERN TENDENCIES OF USE OF INTERNET TECHNOLOGIES IN MANAGEMENT**

The article presents an attempt to identify and structure the factors of increasing the economic growth and sustainable development of organizations through the competent and comprehensive involvement of Internet technologies in order to ensure development in a competitive environment. As a result of the study, a conclusion was made about the need for analytics and taking into account trends in the market of Internet technologies, since in modern conditions, for the formation of a positive image of an organization, not only the product itself is important, but also the adequacy of its promotion channels to the trends of universal digitalization.

**Key words:** Internet technologies, management, competitiveness, economic growth, sustainable development.

Udovchenko Julia Alekseevna, Russian Federation, Novosibirsk, 4th year student, direction 03.03.02 Management, Production Management profile, Siberian State Transport University (630049 Novosibirsk, D. Kovalchuk St., 191, jyi-96@mail.ru).

Shatunova Tatyana Evgenyevna, Russian Federation, Novosibirsk, Senior Lecturer, "Management in Transport", Siberian State Transport University (630149, Novosibirsk, D. Kovalchuk St., 191, shatun678@mail.ru)

**Bibliography**

1. Witt D. 2019 Learning and development trends - 10 expert predictions [Electronic resource]. URL: https://leaderchat.org/2018/11/27/2019-learning-development-trends-10-expert-predictions/ (appeal date: 03/27/19).

2. Vtsiom-Sputnik poll: Each age has its own networks. [Electronic resource]. URL: https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116691 (appeal date: 04/29/19).

3. AMP and Turbo pages: pros, cons and results of implementation. [Electronic resource]. URL: https://spark.ru/startup/alkoveb/blog/45682/amp-i-turbo-stranitsi-plyusi-minusi-i-rezultati-vnedreniya (access date: 04/30/19).