

ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННЫХ INTERNET-ТЕХНОЛОГИЙ НА РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «ДРАГОН ВОСТОК»

М.В. Медведев

бакалавр

В.В. Жохова

канд. эконом. наук, доцент кафедры маркетинга и торговли

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Целью является исследование влияния современных Internet-технологий на результаты деятельности предприятия и разработка методов оптимизации деятельности ООО «Драгон Восток» на основе внедрения Internet-технологий.

Ключевые слова: Internet-технологии, веб-сайт, продвижение, оптимизация, анализ, разработка.

THE INFLUENCE OF MODERN INTERNET TECHNOLOGIES ON THE RESULTS ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE

The goal is to study the impact of modern Internet technologies on the results of the enterprise and develop methods for optimizing the activities of Dragon Vostok based on the introduction of Internet technologies.

Keywords: Internet technologies, website, promotion, optimization, analysis, development.

Введение

Современное бизнес-пространство характеризуется применением информационных технологий, реализуемых в сети Интернет, которые обеспечивают взаимодействие производителя и потребителя без посредников, что повышает удобство субъектов взаимодействия, скорость осуществления хозяйственных и финансовых операций. Актуальность оптимизации деятельности предприятия на основе внедрения Internet-технологий определяется развитием информационного общества, процессами цифровизации экономики и организацией маркетинговых коммуникаций в сети Интернет.

В настоящее время на конкурентном рынке Приморского края обостряется конкурентная борьба между торговыми предприятиями из-за развития кризисных тенденций в экономике, которые повлекли за собой сокращение покупательской способности населения.

Значимость применения Internet-технологий в операционной деятельности предприятий подтверждается большим количеством работ отечественных и зарубежных авторов в данной сфере.

Исследование возможностей Internet-технологий для продвижения товаров и услуг предприятия

Воздействие Internet-технологий на коммерческую деятельность предприятий не является однозначным. В условиях цифровизации экономики и получения быстрого доступа к информации, происходит обострение конкурентной борьбы. В то же время это обострение стимулирует бизнес к созданию более качественных товаров и услуг, формируя при этом конкурентный рынок, на котором действуют успешные продавцы. В свою очередь, Internet-технологии, применяемые в деятельности предприятия, принципиально меняют взаимоотношения между продавцом и покупателем.

Маркетинговая деятельность организаций в сети Интернет получила название диджитал-маркетинга. Основными видами Internet-технологий, применяемых в диджитал-маркетинге, являются методы продвижения в сети Интернет. В настоящее время для продвижения товаров можно использовать специальные площадки для электронной торговли. Среди инструментов развития бизнеса в электронной среде особое внимание следует уделить инструментам интернет-маркетинга, из которых основными видами являются:

- собственный сайт фирмы;
- контекстная реклама;

- баннерная реклама;
- ретаргетинг;
- нативная реклама
- видеомаркетинг;
- вирусный маркетинг [1].

В результате применения перечисленных инструментов продвижения в сети Интернет-товаров и услуг развивается электронная торговля. Электронная торговля осуществляется повсеместно и в любое время. Онлайн-продажи предоставляют продавцу возможность расширять ассортимент и уменьшать издержки обращения за счет сокращения количества посредников [2, с. 40].

Одним из основных инструментов интернет-маркетинга и базой для реализации различных Internet-технологий являются собственные сайты компаний. Сайт предоставляет возможности ознакомления клиентов компании с ее целями и задачами, расположением главного офиса, наличием филиалов и представительств в других населенных пунктах [3].

Сайт может быть организован в форме лендинга, который является одной страницей с расположенной на ней информацией об одном товаре или услуге. Некоторые интернет-магазины используют сайты-визитки. Преимущества и недостатки продвижения товаров в различных социальных сетях представлены в табл. 1.

Таблица 1

Преимущества и недостатки продвижения товаров в различных социальных сетях [3]

Название социальной сети	Преимущества продвижения товаров	Недостатки продвижения товаров
ВКонтакте	– большая аудитория (20,5 млн чел.); – многофункциональность; – популярность комьюнити-модели общения; – возможность глубокого таргетинга	Возраст основной аудитории и наличие фактора форс-мажора
Telegram	– можно делать небольшие форматы видеоконтента; – писать своей аудитории аудиосообщения; – вести эфиры; – делать опросы; – социальная сеть имеет множество возможностей, которые реализованы удобнее, чем в Facebook	Telegram на данном этапе развития является мессенджером, а не социальной сетью, поэтому не сможет полностью заменить возможности, которые есть в любой соцсети
Яндекс. Дзен	– средняя месячная аудитория – 53 млн чел.; – подходит для продвижения ретейла, b2c-товаров и услуг для широкой аудитории: еда, одежда, косметика, товары для дома и ремонта, бытовая и компьютерная техника, из услуг – психология, эзотерика, личные финансы и банки	«Персонализированная лента»: сервис формирует контент, который может вам понравиться, основываясь на том, с чем вы уже взаимодействовали на площадке, что может быть как преимуществом, так и недостатком

Согласно таблице, все социальные сети имеют преимущества и недостатки продвижения бизнеса в них. М.Н. Норосов считает, что одним из наиболее эффективных инструментов интернет-маркетинга является контекстная реклама. Данный вид рекламы является текстовым сообщением, которое появляется в поисковой выдаче по запросу клиента в Яндекс-Директ, Google Ads и на сайтах-партнерах поисковых систем, таких как рекламная сеть Яндекса [4, с. 37]. Необходимо отметить, что социальные сети предоставляют продавцам и покупателям возможности поддержки диалога. Обмена мнениями о свойствах конкретных товаров и услуг. В результате применения таких Internet-технологий, как продвижение товаров в социальных сетях минимизируется такой недостаток электронной торговли как отсутствие непосредственного контакта с товаром.

Таким образом, в современном обществе применение Internet-технологий осуществляется всеми предприятиями. Проекты, связанные с внедрением информационных технологий, имеют особую роль для развития различных отраслей [5]. Посредством применения данных тех-

нологий предприятия создают маркетинговые коммуникации, взаимодействуют с органами государственной власти, предоставляют финансовую и налоговую отчетность, проводят рекламные кампании.

Разработка и внедрение веб-сайта ООО «Драгон Восток»

Проведение экспертных оценок позволило определить, что для создания собственного сайта ООО «Драгон Восток» необходимо разработать и реализовать краткосрочный проект. Для разработки и реализации проекта создания сайта предприятия приглашаются специалисты ООО «РадиоМаркет», которые занимаются продвижением компаний и брендов в сети Интернет. Из сотрудников ООО «Драгон Восток» в реализации и разработке проекта будет принимать участие системный администратор.

Заинтересованные стороны проекта и их ожидания представлены на рис. 1.

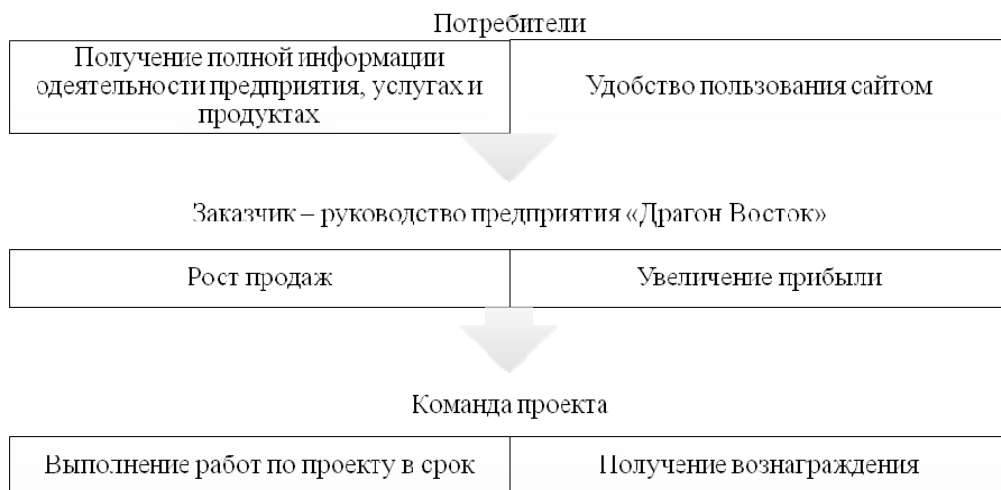


Рис. 1. Заинтересованные стороны проекта и их ожидания

Согласно рисунку, заказчиком проекта является руководство ООО «Драгон Восток». В команду проекта входит программист, менеджер проекта, контекстолог, веб-дизайнер, финансовый аналитик – являются сотрудниками сторонней организации.

Проект является краткосрочным, срок его реализации составляет 1 месяц. Иерархическая структура работ по проекту представлена на рис. 2.



Рис. 2. Иерархическая структура работ по проекту.

После составления плана проекта, обсуждения его с заказчиком и определения целей продвижения сайта ООО «Драгон Восток» осуществляется планирование ресурсов.

Планирование ресурсов в соответствии со структурой разбиения работ представлено в табл. 2.

Таблица 2

Планирование ресурсов в соответствии со структурой разбиения работ.

Мероприятия по реализации проекта	Затраты при максимальном сроке выполнения работ, руб.	Затраты при минимальном сроке выполнения работ, руб.
Разработка технического задания на разработку и реализацию проекта	0	0
Определение затрат по проекту и источников финансирования	10 000	18 000
Обсуждение результатов планирования с заказчиком	10 000	15 000
Создание макета сайта для поиска авиабилетов	20 000	28 000
Верстка разработанного макета и программирование	15 000	20 000
Наполнение сайта информацией	20 000	30 000
Тестирование сайта	18 000	24 000
Размещение сайта на хостинге, начало работы сайта	14 000	18 000
Анализ результатов проекта	25 000	30 000
Итого:	141 000	184 600

Согласно таблице, заказчик оплачивает каждый этап выполнения работ. Принимается, что затраты ООО «Драгон Восток» по созданию собственного сайта составят 141 000 руб., так как ООО «Драгон Восток» принимает максимальный срок реализации проекта. Далее необходимо определить бюджет проекта создания собственного сайта ООО «Драгон Восток». Формирование бюджета проекта представлено в табл. 3.

Таблица 3

Бюджет проекта разработки и внедрения веб-сайта ООО «Драгон Восток»

Мероприятия по реализации проекта	Исполнители	Бюджет	Прямые расходы	Накладные расходы
Разработка технического задания на разработку и реализацию проекта	Заказчик	0,00	0,00	0,00
Определение целей продвижения веб-сайта организации	Менеджер	9000	2025	900
	Программист		2025	
	Контекстолог		2025	
	Web-дизайнер		2025	
Определение затрат по проекту	Финаналистик	10 000	10 000	0,00
Обсуждение результатов планирования с заказчиком	Менеджер	10000	1800	0,00
	Программист		1800	
	Контекстолог		1800	
	Web-дизайнер		1800	
	Финаналистик		1800	
Создание макета сайта	Web-дизайнер,	20 000	9000	2000
	Контекстолог		9000	
Верстка разработанного макета и программирование	Web-дизайнер,	15 000	4500	1500
	Контекстолог,		4500	
	Программист		4500	

Мероприятия по реализации проекта	Исполнители	Бюджет	Прямые расходы	Накладные расходы
Наполнение сайта информацией	Контекстолог,	20 000	9000	2000
	Программист		9000	
Тестирование сайта	Менеджер	18 000	8100	1800
	Программист		8100	
Размещение сайта на хостинге, начало работы сайта	Менеджер	14 000	3150	1400
	Web-дизайнер		3150	
	Контекстолог		3150	
	Программист		3150	
Анализ результатов проекта	Менеджер	25 000	25000	0,00
Итого:		141 000	121 400	19 600

Согласно таблице, прямые расходы по проекту составят 141 000 руб. Накладные расходы по проекту составят 19600 руб. Таким образом, общие затраты по созданию веб-сайта организации составляют 160 600 руб.

Прогнозирование экономических показателей после внедрения предложенных мероприятий

Прогнозирование продаж осуществляется методом экстраполяции посредством аналитического выравнивания ряда чисел от цели прогнозов и наличия представленной базисной информации.

Результаты прогнозирования динамики продаж за счет создания собственного сайта организации представлены на рис. 3.

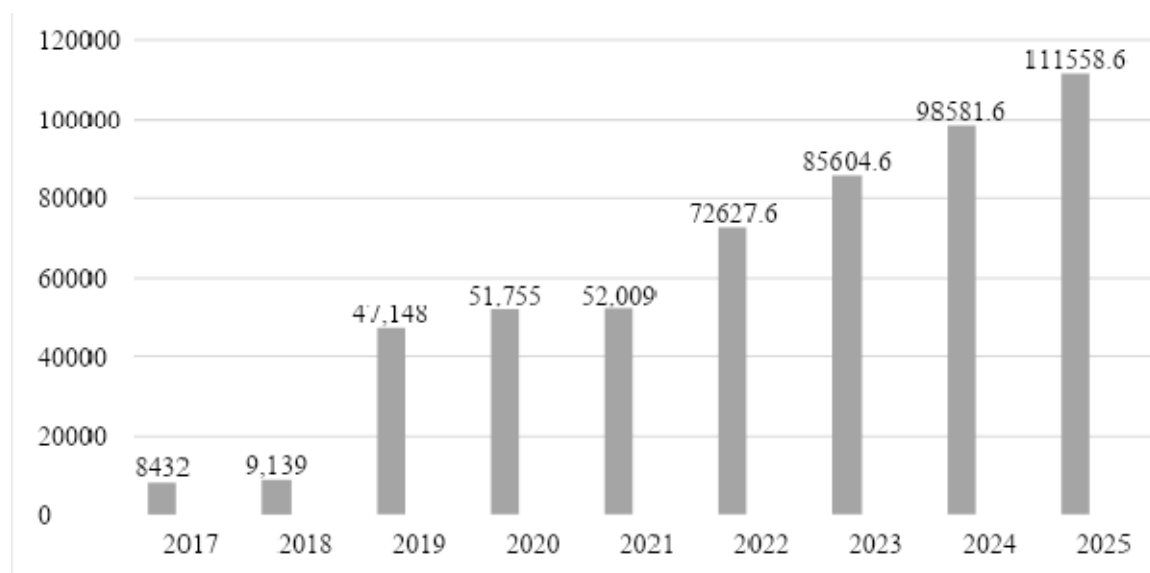


Рис. 3. Прогноз продаж ООО «Драгон Восток» в результате создания собственного сайта предприятия

Согласно рисунку, прогноз продаж ООО «Драгон Восток» является положительным.

Таким образом, создание собственного сайта ООО «Драгон Восток» будет способствовать росту выручки компании за счет увеличения количества потенциальных потребителей продуктов и услуг предприятия.

Выводы

Реализация проекта создания собственного сайта связана с использованием финансовых ресурсов, источником которых является нераспределенная прибыль прошлых лет ООО «Дра-

гон Восток». Прогноз результатов реализации проекта основан на предположении, что продажи и чистая прибыль предприятия возрастут. Собственный сайт предприятия будет являться инструментом продвижения продуктов и услуг предприятия за счет увеличения количества потенциальных потребителей продуктов и услуг предприятия, предпочитающих совершать покупки в режиме онлайн. Рост целевой аудитории будет обусловлен присоединением осведомленной о деятельности компании интернет-аудитории. В результате создания веб-сайта улучшится имидж ООО «Драгон Восток» как предприятия, применяющего современные Internet-технологии в своей деятельности и проводящего цифровую трансформацию бизнеса.

1. О мерах по предотвращению распространения на территории Приморского края новой коронавирусной инфекции (2019-nCoV)»: постановление губернатора Приморского края от 18 марта 2020 года № 21-пг. – Текст: электронный // Администрация Приморского края [сайт]. – URL: <https://rg.ru/2020/03/19/primorie-post21-reg-dok.html>. (дата обращения: 19.01.2022).

2. Жилина И.Ю. Электронная розничная торговля в России: состояние и перспективы.– Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/elektronnaya-rozничnaya-torgovlya-v-rossii-sostoyanie-i-perspektivy> (дата обращения: 06.04.2022).

3. Беякова М.Ю., Зверева А.О. Применение Интернет-технологий продвижения в коммерческой деятельности предприятия // Экономика и бизнес. – 2019. – № 11 (57). – С. 52–55.

4. Популярность социальной сети «ВКонтакте». – Текст: электронный.– URL: <https://www.chorocho.com/promoting-groups-in-vk.html>. (дата обращения: 19.01.2022).

5. Разумова, Ю. В., Макаренко Н. Б. Формирование информационной инфраструктуры на предприятиях энергетического сектора // Фундаментальные исследования. – 2017. – № 2. – С. 200–207. – EDN YGGCUV.

КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ НЕОДНОЗНАЧНОСТЬ КОНСТРУКТА «ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ПСИХОЛОГИИ»

Миларовелл Казини

магистрант

О.И. Ильина

канд. филос. наук, доцент, департамент психологии и образования ШИГН

Дальневосточный федеральный университет
Владивосток, Россия

Данная статья посвящена проблеме концептуальной неоднозначности содержания и структуры конструкта «эмоциональный интеллект», с которой сталкивается каждый исследователь, пытающийся определить границы и возможности изучения эмоционального интеллекта в области психологии. В статье приведен теоретический обзор концепций, моделирующих эмоциональный интеллект для его дальнейшего изучения; представлен обобщающий вывод, что, несмотря на многообразие моделей, суть эмоционального интеллекта составляют способности распознавать, выражать и управлять своими эмоциями и эмоциями других людей.

Ключевые слова: интеллект; социальный интеллект; эмоциональный интеллект; способности; структурные компоненты; теоретические модели.

CONCEPTUAL AMBIGUITY OF THE CONSTRUCT "EMOTIONAL INTELLIGENCE IN PSYCHOLOGY"

This article is devoted to the problem of conceptual ambiguity of the content and structure of the construct "emotional intelligence", which is faced by every researcher trying to determine the boundaries and possibilities of studying emotional intelligence in the field of psychology. The article provides a theoretical overview of the concepts modeling emotional intelligence for its further study; a generalizing conclusion is presented that, despite the variety of models, the essence of emotional intelligence is the ability to recognize, express and manage their emotions and the emotions of other people.

Keywords: intelligence; social intelligence; emotional intelligence; abilities; structural components; theoretical models.

Введение

Актуальность изучения проблемы концептуальной многозначности конструкта «эмоциональный интеллект» связана с прикладными задачами в психологии: поиском надежных и достаточных критериев эмоционального интеллекта; и с практическими – подборкой действительно валидных методик диагностики реальных компонентов эмоционального интеллекта.

Для того, чтобы разобраться, что понимают под «эмоциональным интеллектом» в рамках современной психологии, важно проследить историю становления этого понятия и раскрыть суть семантически смежных понятий, таких как интеллект, социальный интеллект и др.; рассмотреть общие и существенные признаки эмоционального интеллекта, которые лежат в основе современных концепций, позволяющих подбирать валидный и надежный диагностический инструментарий.

Основная часть

Несмотря на многообразие определений интеллекта, представленных в психологических словарях, все они подчеркивают его связь с мышлением и познавательными способностями [2], а философские еще и противопоставляют его чувственно-эмоциональному познанию [10]. В самом общем смысле в психологии под интеллектом понимают «1) общую способность к познанию и решению проблем, влияющая на успешность любой деятельности и лежащая в основе других способностей; 2) систему всех познавательных способностей человека: ощущения, восприятия, памяти, представления, воображения и мышления... Понятие интеллекта как общей умственной способности применяется в качестве обобщения поведенческих характеристик, связанных с успешной адаптацией к новым жизненным задачам» [2, с. 181].

Тем не менее, для того чтобы акцентировать в какой области человек проявляет те или иные познавательные способности, психология пытается дифференцировать интеллектуаль-