

Влияние цифровых коммуникаций на бизнес-активность населения России

Научный руководитель – Шиняева Ольга Викторовна

Баранова Маргарита Андреевна

Студент (бакалавр)

Ульяновский государственный технический университет, Гуманитарный факультет,
Кафедра политология, социология и связи с общественностью, Ульяновск, Россия
E-mail: marg.baranova2015@yandex.ru

Все больше процессы, происходящие в современном обществе, становятся зависимы от развитий цифровых технологий. Они повлияли на общение между людьми, на скорость передачи информации. Изменили принципы влияния на массы людей и их сознание. Появилась пропаганда изменения себя и своей жизни от блогеров и прочих медийных личностей в социальных сетях, которая повлекла за собой стремление людей развиваться в своих интересах и хобби с последующей монетизацией. Появились возможности для обучения людей правилам ведения и развития бизнеса. Актуальность темы заключается в том, что специалисты в сфере маркетинга должны знать, как влияют цифровые коммуникации на развитие бизнеса, что они могут предложить населению.

Цель исследования: выявить, как именно цифровые коммуникации повлияли на развитие бизнес-активности населения. Выделяются два основных признака: маркетинг в социальных сетях и Интернете стал простым и доступным для населения способом масштабирования бизнеса, что дает осознание простоты окупаемости инвестиций в свой бизнес; появление Ed-Tech платформ на фоне запроса у людей быть независимыми и богатыми с целью обучения населению принципам развития бизнеса и доступность обучения на этих платформах.

В эпоху развития информационных технологий, эти самые технологии упростили взаимодействие компаний со своей целевой аудиторией, привлеченной к социальным сетям и Интернету в целом. В октябре 2018 года во всем мире было около 4,2 миллиарда интернет-пользователей, что на 7% больше, чем в прошлом году - около 3,4 миллиарда человек. И эта цифра продолжает расти. [1]

В связи с этим интернет-реклама становится все более популярной. Интернет позволяет почти всем компаниям предлагать свои продукты и услуги, взаимодействовать со своими клиентами и определять, какая рекламная компания является самой эффективной. А главное - этому инструменту просто обучиться. И так как цифровые коммуникации стали неотъемлемой частью повседневной жизнью каждого человека, люди привыкли к ним и активно пробуют использовать их в достижении своих целей. В массы пришло осознание, что цифровые коммуникации помогут продвигать собственные товары и услуги без особых навыков продавца или маркетолога. Это привело к тому, что люди поняли: бизнес открывать не страшно, потому что легко будет установить связь с клиентами - а значит, бизнес не прогорит.

Также развитие цифровых коммуникаций привело к тому, что процесс получения новых навыков и знаний полностью изменился: стало возможно получить навыки помимо профессиональных, которые даются в ВУЗах и колледжах. Люди научились продавать друг другу свои знания в сфере ведения бизнеса, работы с клиентами, ведению переговоров через социальные сети и Интернет, и обучать друг друга на интернет-платформах. Так зародились Ed-Tech стартапы - набор цифровых инструментов, направленных на повышение эффективности образовательного процесса.

Ed-Tech дало людям окружение, которое еще больше мотивирует развиваться, менять свою жизнь, работать над своей независимостью и заниматься своим делом. Позволило сделать доступным процесс получения знаний о том, как ведется бизнес, как он развивается.

Имея наставника и людей, которые верят в начинания человека, человек активно начинает вести деятельность. Все это появилось у людей, и люди начали заниматься бизнесом. В 2010 году численность занятых в сфере индивидуальной предпринимательской деятельности людей составила 5385,9 тысяч человек, а объем выручки составил 4671,2 млрд рублей. К 2018 году этот показатель вырос до 5976,7 тысяч человек, а объем выручки составил 15003,8 млрд рублей. Предпринимателей стало больше на 600 тысяч человек, заработано более чем в 3 раза больше денег. [2]

По итогу, цифровые коммуникации запустили в массы процесс развития предпринимательского мышления и стремления к саморазвитию, сделали возможным появление цифровых образовательных ресурсов для получения различных навыков, в том числе и для развития бизнеса, а также предоставили населению доступ к простым инструментам развития бизнеса, которые дают ощущение уверенности в своих проектах. [3]

Источники и литература

- 1) Крылов А. Н., Кузина Г. П., Гольшкова И. Н., Язинцев Р. А. Повышение эффективности бизнес-коммуникаций на основе использования digital-каналов // Вестник университета. – 2019. – 3 с.
- 2) Малое и среднее предпринимательство в России // Федеральная служба государственной статистики URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13223?print=1> (дата обращения: 08.03.2022).
- 3) Особенности маркетинговых коммуникаций в России // Справочник от Автор24 URL: https://spravochnick.ru/marketing/marketingovye_kommunikacii/osobennosti_marketingovyh_kommunikaciy_v_rossii/ (дата обращения: 08.03.2022).