

## **ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ В КОНТЕКСТЕ ИНТЕНСИФИКАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

*Пугач С. И., канд. пед. наук, доц., г. Минск*  
*Добрый Д. С., г. Минск*

Интернет, имеющий коммуникационную основу, является глобальной децентрализованной информационной средой и представляет собой инструмент ведения экономической, и в том числе предпринимательской, деятельности. Интернет-сообщества, контекстная реклама, поведенческий маркетинг, поисковая оптимизация, интегрированный интерактивный PR, видеореклама в Интернете – далеко не полный перечень средств, который предоставляет Интернет как коммуникационная среда с потребителем. При этом количество методов и разнообразие подходов к использованию коммуникационного ресурса Интернет в инвестиционной и маркетинговой деятельности субъектов хозяйствования постоянно растёт. Информационная среда Интернет проявляет признаки агрессивности в вопросах установления связей с пользователем посредством целенаправленного массированного информационного потока с последующим их (связей) развитием до уровня управляемого взаимодействия. Однако, в условиях интенсификации конкурентного противостояния на рынке товаров и услуг, изменения качества, полноты и достоверности интересующей потребителя информации эти методы достаточно быстро теряют эффективность и нуждаются в совершенствовании.

В связи с этим, проблема поиска и выявления наиболее эффективных методов воздействия на пользователей Интернет через изучение потребительских запросов и потребительского поведения представляет особый интерес.

Поскольку в центре внимания находится потребитель, необходимо изучать его потребности, формирующиеся в конкретной культурной и цивилизационной среде. Доминирование интерактивного характера взаимодействия между предпринимателем и потребителем позволит своевременно отслеживать реакцию последнего на информацию экономического содержания, незамедлительно и гибко реагировать на его индивидуальные запросы.

В настоящее время оказывается недостаточно технически оснащенного, созданного с соблюдением принципов разработки и функционирования масс-

медиа, имеющего качественное актуальное наполнение, сайта: чтобы выгодно отличаться от конкурентов, необходим охват максимального числа потенциальных клиентов и партнеров.

Наилучшее воздействие на потребителей оказывает интеграция нескольких каналов Интернет коммуникаций, сочетающих с одной стороны точечное воздействие на аудиторию потребителей через актуализацию экономического предложения, с другой – наиболее полный охват потребителей посредством модификаций предоставляемой информации о продукте предпринимательской деятельности.

В то же время, возможности для анализа коммуникационных действий в Интернет обладают рядом существенных ограничений, которые необходимо решить для достижения максимально качественного контакта с потребителями.

Инновационная деятельность в Интернет основывается на разработке уникальных для данного «медиа» видов деятельности. При этом инновациями на рынке могут быть: новые продукты и услуги, новые способы производства, реальные сети поставщиков или потребителей, профилизация и оптимизация экономической деятельности в соответствии с запросами рынка (бизнес-модели), создающие новый потребительский спрос или новую функциональную значимость в реальном секторе экономики. Названные инновации предприятия можно рассматривать в качестве источника добавленной стоимости, которая создает предпринимательский доход.

Всякое предприятие, преследующее интенсификацию эффективного вхождения в рыночные отношения на «виртуальном поле» решает задачи:

- определение приоритетных направлений совершенствования коммуникационной деятельности предприятия в Интернет в условиях развития информационной сетевой экономики;
- создание методических рекомендаций по количественному увеличению каналов продвижения товаров и услуг в Рунете и повышению эффективности предоставляемых информационных услуг;
- признание Интернет как информационно-коммуникативной среды социально-экономической системы предприятия;
- разработка инновационных технологий коммуникационной деятельности предприятия в Интернет и практическое внедрение модели, обеспечивающей повышение конкурентоспособности предприятия в условиях информационной сетевой экономики.