

Содержание:

image not found or type unknown



Введение

Экономика функционирует благодаря разнообразным связям: транспортным, социальным, научным, предпринимательским и т.д., которые обеспечивают обмен информацией и координацию действий субъектов хозяйствования. В последние годы появилось много электронных компьютерных сетей. Среди них ведущую роль в формировании глобальных и национальных электронных рынков играет, бесспорно, Интернет.

В развитых странах одновременно происходят две революции – в информационных технологиях и в бизнесе.

В настоящее время мы являемся свидетелями кардинальной революции в средствах коммуникации. Целый ряд, казалось бы, отдельных выдающихся технических достижений - телевидение, передающее изображение и звук на расстояние, компьютер, оперирующий огромными массивами информации, представленной в цифровом виде, космические линии телекоммуникаций, охватывающие весь мир и т. д. - образуют, технологически сопрягаясь и дополняя друг друга, быстро разрастающуюся и совершенствующуюся глобальную информационно-коммуникативную систему.

И все это находится в прямой взаимосвязи с общемировыми процессами глобализации, охватывающими все стороны нашей жизни от экономики до культуры. От состояния экономики страны зависит качество жизни ее граждан, а также степень ее положения в мировом сообществе. Бизнес является опорой экономики, поэтому все процессы, которые имеют влияние на бизнес, отражаются и на экономике страны. Таким образом, очень актуальной является тема воздействия процессов глобализации на коммуникации в сфере бизнеса, которые играют решающую роль в его развитии.

1. Что такое глобализация

Глобализация является объективным процессом и высшей стадией интернационализации, характеризующейся качественным изменением содержания всех видов деятельности современного общества. Отдельные авторы определяют глобализацию как процессы технологической (в том числе информационной), экономической, культурной и политической интеграции человечества, в связи с чем, в корне меняется мироустройство и мировой порядок.

На современном этапе ни одна страна не может остаться в стороне от быстро развивающихся процессов интернационализации и глобализации экономики. Участие в них позволяет не только решить насущные экономические проблемы, но и активно внедриться в мировые технологические потоки, осваивать и эффективно использовать зарубежный опыт организации и управления производством. Приобщение к мировому сообществу не только ведет к кардинальным изменениям в производстве и потреблении, но и существенно трансформирует представления людей о современном мире, заставляет осмысливать новые проблемы, что требует особого поведения, квалификации и знаний. Изменения, происходящие в мире, инициируют появление новых, так называемых глобальных, предпринимательских возможностей, новых интересных идей и способов их воплощения. Особенно велико значение международного торгово-экономического и научно-технического сотрудничества для развивающихся экономик. Как считают специалисты, это - следствие узости их национальных рынков, отсталой технико-технологической базы, нехватки квалифицированных специалистов, неразвитости науки и гораздо большего, нежели в развитом мире, разрыва между структурами производства и потребления.

Глобализация предпринимательской деятельности в последние десятилетия усиленно развивается благодаря наличию ряда тенденций, характеризующих развитие мирового сообщества.

Одной из таких тенденций является изменение влияния факторов времени и пространства. Международное предпринимательство, как известно, связано с преодолением больших расстояний. Высокие темпы технического прогресса в области коммуникаций и транспорта позволяют в значительной степени экономить время и средства, затрачиваемые на передачу информации, транспортировку товаров и перемещение людей. Достижения в области коммуникаций, такие, как спутниковая связь, не только ускоряют взаимодействие, но и позволяют осуществлять более оперативный контроль над любыми международными операциями.

Быстрый обмен информацией о новых изделиях приводит к увеличению объемов продаж на иностранных рынках. Благодаря техническим новшествам на транспорте появилась возможность перемещать производство из страны в страну, разделять производство компонентов или целых изделий между странами в целях оптимизации затрат.

Другая тенденция относится к развитию институциональных механизмов. Благоприятные условия развития международного предпринимательства создаются благодаря эволюции общественных институтов, совершенствованию инфраструктуры бизнеса. Это касается, в частности, снятия торговых барьеров; создания торговых союзов; изменений, происходящих в странах Восточной Европы и некоторых странах СНГ. Важной тенденцией развития мировой экономики является также изменение конкуренции в глобальном масштабе. В связи с растущей конкуренцией на мировом рынке, снятием торговых барьеров, развитием систем коммуникации, информации и транспорта предпринимательские организации испытывают все большее влияние международных рынков. Предприниматели рассматривают интернационализацию как неизбежность, с которой им придется рано или поздно столкнуться. На современном этапе развития мирового хозяйства не обязательно выходить за рубеж, чтобы испытать международную конкуренцию. В рамках международной конкуренции предпринимательские фирмы вынуждены адаптироваться к новым условиям. Процесс глобализации охватывает разные сферы мировой экономики, Современная глобализация мировой экономики выражается в следующих процессах: в углублении, прежде всего, интернационализации производства, а не обмена, как это имело место ранее. Интернационализация производства проявляется в том, что в создании конечного продукта в разных формах и на разных стадиях участвуют производители многих стран мира. Промежуточные товары и полуфабрикаты занимают все большую долю в мировой торговле и в межкорпоративных трансфертах. Институциональной формой интернационализации производства выступают ТНК;

В углублении интернационализации капитала, заключающемся в росте международного движения капитала между странами, прежде всего, в виде прямых инвестиций (причем объемы прямых иностранных инвестиций растут быстрее, чем внешняя торговля и производство), интернационализации фондового рынка;

Глобализации производительных сил через обмен средствами производства и научно-техническими, технологическими знаниями, а также в форме

международной специализации и кооперации, связывающих хозяйственные единицы в целостные производственно-потребительские системы; через производственное сотрудничество, международное перемещение производственных ресурсов;

Формировании глобальной материальной, информационной, организационно-экономической инфраструктуры, обеспечивающей осуществление международного сотрудничества;

усилении интернационализации обмена на основе углубления международного разделения труда, возрастания масштабов и качественного изменения характера традиционной международной торговли овеществленными товарами. Все более важным направлением международного сотрудничества становится сфера услуг, которая развивается быстрее сферы материального производства;

Существует точка зрения, согласно которой у глобализации нет альтернативы, то есть этот процесс неизбежен, но вариабелен – существуют модели дальнейшего хода развития этого процесса в зависимости от дальнейших тенденций развития общемировой интеграции.

Таким образом, глобализация – неизбежный объективный процесс, который имеет место в настоящее время и затрагивает все области нашей жизни, в том числе оказывает огромное влияние на мировые хозяйственные процессы, и очень масштабно влияет на развитие бизнеса, в том числе и на коммуникации в этой сфере.

2. Коммуникации в сфере бизнеса

“Коммуникация (лат. communicatio, от comunico — “делаю общим, связываю, общаюсь”), 1) пути сообщения, транспорта, связи, сети подземного коммунального хозяйства, 2) общение, передача информации от человека к человеку в процессе деятельности”.

Таким образом, коммуникации — это и обмен информацией в процессе деятельности, общения, и пути сообщения. Эффективностью коммуникаций в организации часто определяется качество решений и их реализации. Различают: 1) формальные коммуникации, осуществляемые между элементами формальной структуры организации: межуровневые коммуникации (нисходящие и восходящие),

горизонтальные коммуникации (между подразделениями одного уровня в иерархии организации), коммуникации “руководитель–подчиненный”, “руководитель–рабочая группа”; 2) неформальные коммуникации (связанные с неформальными группами и неслужебными вопросами, а также распространение слухов о служебных вопросах). Обычным средством осуществления формальных коммуникаций является письменная и устная речь. При осуществлении коммуникаций следует принимать во внимание наличие “барьеров непонимания” (семантического, стилистического, логического, фонетического, барьера авторитета и др.) и овладевать методами их преодоления.

Разница между просто общением и коммуникацией состоит в том, что в процессе общения больше внимания уделяется психологическому аспекту, тогда как коммуникация предполагает взаимодействие психологического, информационного, технико-технологического и организационно-экономического уровней. Эффективные коммуникации могут обеспечить и успех, и неудачу или, по крайней мере, определить степень успеха.

Бизнес-коммуникации правомерно определить как факторы обеспечения эффективности деловых контактов.

Принципы эффективных бизнес-коммуникаций, согласно исследованию ряда ученых, можно представить следующим образом:

объективная необходимость при решении проблем коммуникативного характера учитывать единство рационального и эмоционального в поведении человека; иногда речь может идти об иррациональном, особенно с субъективной точки зрения (мы часто считаем, что человек нерационален, поскольку его поведение не укладывается в нашу модель, не соответствует нашим ожиданиям);

ситуативность, включающая необоснованность ожидания именно той реакции на коммуникативное воздействие, которая является желательной (малое воздействие способно вызвать “лавинную” реакцию), возможность нахождения объекта воздействия в состоянии напряженности, которое трудно распознать, и субъективность в интерпретации ситуаций; стремление к повышению уровня объективности представлений о партнере по взаимодействию, недостаточности своего мнения и опыта для трактовки и прогнозирования поведения партнера по общению;

развитие, или онтогенез субъектов общения и динамики психических процессов и состояний. системность субъектов коммуникаций (система целостна, уникальна,

автономна, адаптивна, связана со средой, т. е. открыта, не поддается полному моделированию процессов и состояний); вероятность наличия недиагностируемых скрытых факторов поведения типа намерений, умыслов, имитации; неполная адекватность моделей поведения субъектов любой сложности, на основе которых строятся прогнозы и ожидания, самому субъекту, системе бесконечность процесса познания научность;

Бизнес-коммуникации включают в себя сферы менеджмента, маркетинга, конфликтологии, публичных рилейшнз (связи с общественностью), рекламу, культуру коммуникаций, культуру управления; невербалистику. Чаще всего используется системный подход для оценки коммуникаций в бизнесе.

Это сложное многоплановое явление связано с некоторым набором подходящих норм, правил, приемов общения. Их адекватное понимание и принятие всеми общающимися сторонами и соблюдение в соответствии с ожиданиями трактуется партнерами как благоприятный фактор, а неадекватность принимается как помеха, отвлекающий фактор, способный изменить результаты общения.

Таким образом, коммуникации в сфере бизнеса предполагают взаимодействие многих составляющих, начиная от межличностного общения, управленческих подходов, и заканчивая техническими и экономическими разновидностями связей. Все эти процессы играют немалую роль в успешном развитии бизнеса.

Рассмотрим некоторые аспекты воздействия глобализации на коммуникации в сфере бизнеса.

3. Глобализационные процессы в бизнесе, роль коммуникации в этом процессе

Для современной мировой экономики характерна стремительно развивающаяся транснационализация корпоративных отношений. В этом процессе основной движущей силой выступают транснациональные предприятия (ТНП), банки (ТНБ) и корпорации (ТНК). В результате мировой экспансии последних наблюдается широкомасштабное проникновение их филиалов на территории иностранных государств и обострение международной конкуренции на внутренних рынках. Сегодня в мировой экономике ни один значительный процесс не происходит без участия корпоративных субъектов мирового хозяйства.

Отмечая главную особенность ТНК – создание зарубежных филиалов путем ПИИ, исследователи разработали ряд моделей оптимизации финансовых потоков, которые опираются на минимизацию транзакционных издержек, оптимизацию налоговой нагрузки и арбитраж капитала, то есть максимизацию функции дохода ТНК. Политика коммуникаций в сфере производственных и сбытовых стратегий определяется международной конвергенцией производства и потребительского спроса, которые изучаются в научно-исследовательских центрах, коллективы которых располагаются с таким расчетом, чтобы новые технологические процессы и продукция оперативно внедрялись в производственной и сбытовой сетях ТНК.

Совершенствование информационных технологий, средств связи и транспорта обуславливает увеличение количества товаров и услуг с идентичными потребительскими свойствами, пользующихся спросом на многих рынках. Примером могут послужить модная одежда, бытовая техника, ресторанные или гостиничные услуги. Одновременно многие ТНК контролируют и направляют свой бизнес с учетом особенностей национальных рынков.

При транснационализации бизнеса мировой рынок воспринимается как единый и полностью гомогенный, предпринимательская стратегия строится, исходя из стандартизованных мотиваций и требований унифицированных потребительских сегментов. То есть такая экономическая глобализация выступает логическим завершением и высшей формой концентрации производства. Однако можно сказать, что в современном мире еще один важный критерий детерминации глобализационного уровня экономических процессов – это их отраслевая принадлежность. Одни товарные рынки благодаря универсальности продукта и распространенности стандартизованных операций уже, по сути, являются стандартизованными, другие же, находятся на разных этапах интернационализации.

Изучение опыта управленческой деятельности компаний из более чем 20 стран мира доказывает, что в каждом отдельном случае выбирается собственный путь интернационализации деятельности и ее маркетингового обеспечения, но логика остается типичной: от основ внутреннего маркетинга внутренние структуры развиваются и усложняются в направлении транснационализации и глобализации, привлекая все более сложные и многоуровневые управленческие механизмы, часто даже недооценивая уровень расходов и не имея ясного представления о концептуальных принципах потенциальной деятельности. При том, что компании могут применять одновременно различные виды международной деятельности на разных рынках и сегментах в зависимости от их производственно-коммерческих

возможностей и устремлений, они, как правило, начинают свою деятельность с “домашнего рынка”, постепенно усиливая уровень интернационализации и постепенно усложняя управленческие функции обеспечения производственно-коммерческой деятельности в международном экономическом пространстве. Скорость перехода от национально локализованного бизнеса к стандартизованным формам глобализации зависит от уровня зрелости рыночной среды, факторы которой могут усиливать глобализационные тенденции или, наоборот, подавлять.

Содержание предпринимательства, границы его осуществления связаны с формами и видами предпринимательской деятельности. В связи с принятой структурой процесса воспроизводства (производство, обмен, распределение, потребление) выделяют четыре главные сферы предпринимательство: производственная, коммерческая, финансовая и сфера потребления. Другие виды предпринимательской деятельности, например, маркетинговая, инновационная, включаются в состав четырех главных сфер предпринимательства.

Каким же образом возможно развитие межнациональных и транснациональных корпораций?

Этот процесс обусловлен не только процессами мирового разделения труда, в значительной мере и революционным развитием научно-технического прогресса, появления революционных технологий в области коммуникаций, например нового уровня телефонной связи, а также, конечно же, Интернета и повальной компьютеризации всего информационного мирового пространства. Играет также роль инноваций, которые дают возможность использовать возможности спутниковой связи и новейших достижений электроники.

Заключение

Таким образом, глобализационные процессы являются неизбежным процессом общего мирового развития.

Основными процессами в области бизнеса являются глобализация в области коммуникаций, дающая возможности быстрого обмена информацией

Глобализация приводит к совершенствованию инфраструктуры бизнеса и эволюции общественных механизмов, создающих единое пространство, облегчающее

продажу и доставку товаров.

Наблюдается процесс образования новых форм бизнеса под воздействием процессов глобализации. В частности появляются крупные транснациональные корпорации, которые используют последние достижения техники и инновации, в частности Интернет и спутниковую связь.

Список литературы

1. Яровая И. Интернет как инструмент продвижения продукции промышленных предприятий
2. Юлдашева О.У., Аренков И.А., Мамров А.Н. Организация маркетинга и глобализация экономики: данные опроса руководителей предприятий Санкт-Петербурга.
3. Эльянов А. Мирохозяйственная составляющая экономического прогресса.
4. Владимирова И.Г. Глобализация мировой экономики: проблемы и последствия
5. Чешков М. Глобализация: сущность, нынешняя фаза, перспективы.
6. Спивак В.А. Современные бизнес-коммуникации.
7. Старостина А., Канищенко Е. Противоречивые пути экономической глобализации