

КОРПОРАТИВНЫЕ СРЕДСТВА ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ

Мащенко П. Л.¹, Пилипенко М. О.²

¹Мащенко Полина Леонидовна – студент;

²Пилипенко Мария Олеговна – студент,
кафедра инновационных технологий в государственном управлении,
Московский технологический университет, г. Москва

Аннотация: данная статья посвящена обзору различных программных средств для осуществления внутренних коммуникаций между персоналом в компаниях. В ней описываются три типа таких средств – электронная почта, мессенджеры и корпоративные социальные сети. Для каждого средства указываются преимущества и недостатки. Оценка программного средства проводится с точки зрения его удобства для работников и руководителей, а также размеров компании. В статье приводятся примеры существующих на рынке представителей программных средств каждого типа.

Ключевые слова: коммуникации, корпоративное общение, средства коммуникаций.

THE MEANS OF INNER ENTERPRISE COMMUNICATIONS

Mashchenko P.¹, Pilipenko M.²

¹Mashchenko Polina – student;

²Pilipenko Maria - student,
INNOVATION TECHNOLOGIES IN PUBLIC ADMINISTRATION DEPARTMENT,
MOSCOW TECHNOLOGICAL UNIVERSITY, MOSCOW

Abstract: this article is devoted to the various means of inner enterprise communications for personnel of different companies. It contains descriptions of three types of inner enterprise means of communication which are e-mail, messengers and enterprise social networks. For each of them are described advantages and disadvantages and also its usefulness and usability for employees and executive heads, which also depends on the size of the company itself. There are given examples of existing means of each type.

Keywords: communications, enterprise communication, means of communication.

УДК 004

Введение.

В настоящий момент с развитием информационных технологий у компаний появился большой выбор форм и средств сетевых коммуникаций. Будь то более традиционная почта, новомодные мессенджеры и даже внутренняя социальная сеть – все это и не только может служить способом связи и общения сотрудникам компании. В данной работе мы хотим изучить разные сетевые средства внутренних коммуникаций, определить особенности и преимущества каждого из них и найти наиболее оптимальный вариант.

1. Основные типы ПО для организации внутренних коммуникаций в компании.

Программное обеспечение для осуществления внутренних корпоративных коммуникаций развивается в течение сорока лет - с того момента, как мир увидел электронную почту. За это время человечество создало огромное количество программных продуктов, предназначенных для общения, но далеко не все из них могут быть пригодны для общения между сотрудниками на работе. Основные средства организации внутренних коммуникаций в компаниях на сегодняшний день можно разделить на три группы:

- почтовые сервисы (электронная почта),
- мессенджеры (средства мгновенной связи),
- корпоративные социальные сети.

Конечно, у всех этих категорий продуктов есть как достоинства, так и недостатки, и каждая из них обладает своими особенностями. Ниже приведен анализ этих особенностей относительно нынешних российских реалий с заключением, какие средства связи наиболее полезны для корпоративного использования.

2. Электронная почта. Почтовые сервисы

2.1. Что такое электронная почта.

Электронной почтой называется технология по пересылке и получению электронных информационных сообщений, называемых «электронные письма», по компьютерной сети. По принципу работы и функционалу электронная почта очень похожа на обычную, вплоть до используемой терминологии («письмо», «ящик», «доставка» и другие). Из этого следуют и характерные особенности услуги: простота использования, возможная задержка в передаче сообщения, достаточная надежность и в

то же время отсутствии гарантии правильной доставки.

2.2. Преимущества электронной почты.

В течение многих лет электронная почта занимает лидирующие позиции по популярности способа обмена информацией. Она позволяет пользователям отправлять друг другу сообщения и файлы, сортировать письма по темам и отправителям, пересылать письма с одного адреса на другой через почтовые клиенты. Важно отметить, что почтовый клиент можно использовать любой, независимо от адреса электронной почты; современные почтовые клиенты позволяют управлять несколькими почтовыми ящиками сразу, без необходимости входа и выхода из аккаунта. Все почтовые клиенты (как и компании, предоставляющие пользователям почтовые ящики) имеют практически одинаковый набор функций, без значительных отличий.

Стоит заметить, что независимо от популярности электронной почты и ее привычности для пользователя, она не является оптимальным путем связи в организации, так как характеризуется также недостатками, весьма существенными для данной сферы.

2.3. Недостатки электронной почты.

Первая ее слабая сторона – это ее устоявшаяся структура сообщения. Электронная почта унаследовала от своей бумажной предшественницы всю структуру письма: сначала идет приветствие, за ним следует собственно текст сообщения и заключение с подписью отправителя и контактной информацией. Устоявшиеся традиции предполагают использование формального стиля письма, и это достаточно нерационально для ведения внутриорганизационного общения, так как сотрудники вынуждены тратить время на написание приветствий-прощаний и строго контролировать свою речь и формулировки – в то время как в современных коллективах все больше приветствуется неформальное общение, которое позволяет строить менее напряженные отношения между сотрудниками.

Второй недостаток связан с принципом обмена сообщениями в электронной почте, который заключается в ее однопотокности. Изначально все сообщения попадают в одну папку, из которой пользователь сортирует их вручную. Внутрикорпоративная переписка смешивается с письмами от клиентов, рекламой и другими оповещениями, да даже просто выделить отдельный диалог или вспомнить контекст сообщения бывает довольно проблематично.

Третьей проблемой является отсутствие интеграции с почтой другого ПО. Например, для обсуждения одной темы очень удобно создать диалог или комментируемый пост, однако для реализации подобного типа функций на почте необходимо делать рассылку всем участникам обсуждения и также ожидать ответы от каждого. При этом участники не будут видеть уже написанное друг другом (либо смогут прочесть с опозданием, так как почта все же имеет некоторую задержку при отправке сообщения).

Дополнительным слабым местом (или выводом из третьего пункта) можно обозначить то, что человек вынужден работать в условиях высокой переключаемости задач, переключаясь с одной программы на другую и обратно, что значительно снижает КПД работы. Кроме того, такой стиль работы сильно утомляет мозг и вскоре человек уже перестает полноценно воспринимать информацию.

3. Мессенджеры.

3.1. Основные понятия.

Мессенджеры – тип ПО, обеспечивающий общение с собеседником/группой лиц в режиме реального времени (как правило - посредством переписки).

Характеризуются преимущественно простым функционалом и интерфейсом, а также маленьким весом приложений.

3.2. Специфика мессенджеров.

Если говорить об особенностях использования данного типа ПО, то вот основные из них:

- ошибки в выборе адресата (часто пользователи пишут сообщение не тому получателю);
- следует учитывать, что сообщения зачастую недостаточно защищены и могут быть прочитаны посторонними лицами;
- необходимо обеспечить уверенность в том, что собеседник полностью Вас понимает;
- как правило, общение проходит в неформальном стиле, либо просто с отсутствием формального оформления сообщения;
- в отличие от почты, ответ в данного типа системах должен быть дан незамедлительно в момент получения сообщения (как только оно было прочитано), а также время ответа не ограничивается рабочим временем.

Примеры мессенджеров: Whatsapp, Viber, Telegram, Slack. Slack интегрирует в свои каналы сообщения из других приложений для общения и работы (например, Dropbox, Google Docs, GitHub) и умеет посылать сигналы в эти сервисы прямо из комнат чата. Это позволяет пользователям отслеживать прогресс в различных проектах с помощью одной платформы, а также снизить информационную перегрузку, которая возникает при необходимости общаться с множеством людей в разных мессенджерах и почте. Существует веб-версия сервиса, а также приложения для iPhone и Android.

4. Корпоративные социальные сети.

4.1. Что такое корпоративная социальная сеть?

Всем нам известны примеры и основные функции социальных сетей. В чем же заключается их отличие именно корпоративных? Ответ прост: ограниченный круг лиц, доступных в сети в определенной компании. Таким образом работники могут свободно общаться внутри такой сети и использовать другие ее функции, однако они не будут тратить время на общение с людьми, не имеющими к работе никакого отношения.

4.2. Преимущества социальных сетей.

В список преимуществ можно включить формирование корпоративного духа и дружеских отношений между сотрудниками, мотивация персонала, а также степень его вовлеченности (18-25%): данное ПО позволяет заполнять профили и выставлять информацию о себе, которая будет доступна другим участникам сети. Продолжением этого пункта является значительное сокращение затрат на обучение и периода адаптации нового сотрудника (на 15%). Более того, снижается процент увольнения сотрудников по причине трудностей адаптации (на 7%).

Вторым в списке преимуществом (в основном перед почтовыми сервисами) является отсутствие острой необходимости в формальном стиле общения – напротив, так как доступ к сети имеют только сотрудники, пользователь не обязан выстраивать стены и тратить время на ненужные формальности, как это зачастую требуется при общении с клиентами. Также появляется возможность получения быстрой обратной связи от коллег.

Третьим «плюсом» является формирование единой базы знаний, которая активно развивается в сети: появляется возможность коллективного сетевого обсуждения и проведения практики «мозгового штурма». На практике это приводит к росту количества (48%) и качества (25%) высказываемых идей. В качестве российских корпоративных сетей даже существует рейтинг сотрудника, а идеи, поданные сотрудниками с наивысшим рейтингом, рассматриваются в первую очередь как потенциально выигрышные (рейтинг напрямую не зависит от корпоративной иерархии, основываясь на практике ранее высказанных и принятых решений). Кроме того, при таком тесном взаимодействии сотрудники подсознательно стараются тянуться за лидерами – как по занимаемой должности, так и по активности.

Следует отметить, что также преимуществом социальных сетей является наличие дополнительных функций, как то: создание обсуждений, тематических диалогов, событий, новостных рассылок и собственно просмотр ленты новостей.

Как показывает статистика, введение корпоративных сетей приводит к снижению затрат по маркетинговым статьям на (8—15%), уровень качества обслуживания клиентов растет (на 12—15%).

4.3. Недостатки социальных сетей.

Основным недостатком таких систем является сложность при введении в эксплуатацию (они значительно тяжелее и дороже мессенджеров), а также необходимость обеспечения технического обслуживания (администрирования) данных сетей. Кроме того, сотрудники могут значительную часть своего времени уделять просмотру изменений (Новостей) или чтению профайлов коллег вместо концентрирования на работе. Многие руководители отказываются вводить в эксплуатацию социальную сеть, так как не понимают ее удобства и пользы, а также не видят значительных отличий от других систем.

Примеры: Facebook at Work, «МТС Лайф», Yammer, NVision.

Yammer, будучи облачным сервисом, не требует внедрения и настройки: для функционирования корпоративной социальной сети необходимо набрать критическую массу участников. Сотрудники компании быстро присоединились к ее созданию: за первые несколько месяцев ее начали использовать почти 350 человек, при этом около 80% – весьма активно. Результат не заставил себя ждать.

«Особенно эффективны дискуссии между руководителями и сотрудниками, — рассказывает Дмитрий Осинцев, заместитель генерального директора по управлению дочерними компаниями «Мелстон». – С того момента, как сотрудники стали активно пользоваться программой Yammer, в компании реализовано несколько успешных проектов, которые ранее просто могли бы не произойти, просто потому, что о них никто не знал» [1].

Неоспоримым преимуществом также стала возможность оперативно получать нужную информацию и связываться с важными людьми. Функционал Yammer очень схож с привычными для большинства социальными сетями, в ней с легкостью можно создавать группы по интересам и сообществу, заметки и обмениваться мгновенными сообщениями. Социальная сеть может интегрироваться в корпоративные сервисы, что дает возможность еще быстрее получать доступ к данным компании, делиться ими с коллегами и принимать важные решения.

Вывод.

Среди трех категорий средств внутренних коммуникаций, рассмотренных выше, можно выделить удачные и неудачные варианты.

Электронная почта мало подходит для использования как средство внутрикорпоративного общения ввиду того, что на разбор и сортировку информации в ней у сотрудника уходит много сил и времени.

Мессенджеры будут полезны для малого и среднего бизнеса. Предоставляя сотрудникам удобное и простое средство общения, они не требуют больших усилий и временных затрат для работы с ними.

Корпоративные социальные сети – хорошее решение для крупных компаний, которым требуется не только обеспечить сотрудников удобным средством связи, но и формировать корпоративную культуру, осуществлять рассылку новостей и спланировать сотрудников.

Список литературы / References

1. Группа компаний Мелстон // Yammer - повышение эффективности работы. [Электронный ресурс], 02.04.15. Режим доступа: http://www.melston.ru/events/index.php?id_4=226/ (дата обращения: 05.05.2016).
2. Панфилов К. Vc.ru // Инструменты для обращения внутри компании: опыт стартапов с «трибуны». [Электронный ресурс], 11.08.2014. Режим доступа: <https://vc.ru/p/communicate/> (дата обращения: 05.05.2016).
3. Осипова О., Бибилова А. Trainings.ru // Корпоративные социальные сети: ловись, рыбка, большая и малая. [Электронный ресурс] (24.10.2014). Режим доступа: <http://www.trainings.ru/library/reviews/?id=15903/> (дата обращения: 05.05.2016).
4. Акимов В. Газета РБК // Доходная переписка. [Электронный ресурс]. №007, 20.01.2015. Режим доступа: <http://www.rbcdaily.ru/media/562949993724974/> (дата обращения: 07.05.2016).
5. Елистратов В. Tjournal // Мессенджеры для параноиков. [Электронный ресурс], 25.02.2014. Режим доступа: <https://tjournal.ru/p/paranoid-messengers/> (дата обращения: 30.04.2016).