

Цифровые платформы в формировании единого информационного пространства компаний^{*}

Digital Platforms in the Formation of a Single Information Space for Companies

Р. РАФИКОВА, Г. ЯКШИБАЕВА

Рафикова Регина Ильшатовна, магистрант кафедры стратегического управления Института экономики, финансов и бизнеса Уфимского университета науки и технологий. E-mail: regina_rafikova@list.ru

Якшибаева Гульнара Вахитовна, канд. экон. наук, доцент кафедры стратегического управления Института экономики, управления и бизнеса Уфимского университета науки и технологий. E-mail: Gulnara270271@yandex.ru

Аннотация. В статье анализируются современные инструменты внутренних коммуникаций, их роль в управлении изменениями и повышении вовлечённости сотрудников. Рассматриваются цифровые платформы, корпоративные социальные сети, мессенджеры, интранет-системы и другие технологии, способствующие оперативному обмену информацией и формированию единого информационного пространства.

Ключевые слова: цифровая трансформация, внутренние коммуникации, цифровые инструменты, корпоративные мессенджеры, корпоративная культура, управление изменениями, вовлечённость сотрудников.

Abstract. The article analyzes modern internal communication tools, their role in managing changes and increasing employee engagement. It examines digital platforms, corporate social networks, messengers, intranet systems, and other technologies that facilitate the rapid exchange of information and the creation of a unified information space.

Key words: digital transformation, internal communications, digital tools, corporate messengers, corporate culture, change management, and employee engagement.

Основные положения

1. Эффективные внутренние коммуникации повышают производительность, вовлечённость и удержание персонала, что напрямую влияет на конкурентоспособность компании.
2. Цифровая трансформация коммуникаций проявляется в активном внедрении коллаборативных платформ, развитии интранета и мобильных приложений, позволяющих оптимизировать рабочие процессы.
3. Инвестиции в новые инструменты внутренних коммуникаций и развитие кризисных каналов связи становятся стратегическим направлением, обеспечивающим устойчивость бизнеса и адаптацию к вызовам.

Введение

В современную эпоху цифровая информация стала ключевым ресурсом, сопоставимым по значимости с материальными и финансовыми активами, который обеспечивает быстрый обмен знаниями, ускоряет принятие управленческих решений и формирует основу для инноваций. Развитие цифровых технологий привело к появлению широкого спектра инструментов цифровых коммуникаций – от корпоративных мессенджеров и видеоконференций до комплексных систем управления проектами и «облачных» платформ хранения данных.

Коммуникации в эпоху цифровой трансформации являются основой эффективного управления организацией. Ивашова В.А. определяет коммуникацию в современных условиях как связь и взаимодействие между участниками управленческой и оперативной деятельности

* Ссылка на статью: Рафикова Р.И., Якшибаева Г.В. Цифровые платформы в формировании единого информационного пространства компаний // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2025. № 6. С. 110–116. DOI: 10.34773/EU.2025.6.19.

в организации для эффективной координации при принятии решений и выполнении рабочих процессов [5]. Никитина Н.А. трактует коммуникацию как «обмен информацией, знаниями, интеллектуальной собственностью», что позволяет выделить специфические функции коммуникации: интегрирующую, контактоустанавливающую, ритуальную, образовательную, функцию самопрезентации [8]. По мнению Гончаровой Н.В., организационная коммуникация – это процесс, с помощью которого руководители развивают систему предоставления информации большому количеству людей внутри организации и отдельным индивидуумам и институтам за её пределами [4].

Цель данной статьи – проанализировать современные инструменты внутренних коммуникаций и оценить их влияние на производительность и корпоративную культуру компаний.

Методы

В исследовании использовались анализ научной и аналитической литературы, контент-анализ статистических источников, а также сравнительно-сопоставительный и статистический методы для выявления эффективности различных каналов коммуникации. Применение системного подхода позволило рассматривать внутренние коммуникации как ключевой элемент цифровой трансформации бизнеса, а полученные данные интерпретировать в контексте их влияния на производительность, вовлечённость сотрудников и устойчивость организации.

Результаты

Ключевые инструменты внутренних коммуникаций в условиях цифровой трансформации представляют собой не просто набор технологий, а комплексную экосистему, обеспечивающую непрерывное взаимодействие между сотрудниками, прозрачность процессов и оперативность принятия решений. Лозовский А.Н. пишет, что основными функциями внутриорганизационных коммуникаций в цифровой трансформации выступают:

1. Передача управленческих решений от руководства к сотрудникам;
2. Обеспечение координации деятельности внутри организации;
3. Создание единого информационного пространства;
4. Развитие корпоративной культуры и поддержание мотивации сотрудников;
5. Управление взаимоотношениями с клиентами, партнерами, инвесторами [7].

Например, информативная функция заключается в передаче сведений внутри организации. Данная функция обеспечивает распространение информации между сотрудниками, отделами и руководством, что позволяет согласовывать действия, принимать обоснованные решения и оперативно реагировать на изменения. Эффективная информационная коммуникация снижает уровень неопределенности, способствует предотвращению ошибок и ускоряет выполнение рабочих процессов.

По данным аналитического отчёта ZipDo, компании с эффективной коммуникацией в 3,5 раза чаще превосходят конкурентов по ключевым показателям, а также в 4,5 раза чаще удерживают сотрудников по сравнению с организациями с низким уровнем коммуникации [15].

Более того, использование цифровых платформ оказывает ощутимое влияние на эффективность бизнеса, обеспечивая:

- рост производительности на 20-25 %;
- сокращение объёма электронных писем на 30-45 %;
- экономию в среднем 3,5 часов рабочего времени в неделю;
- снижение числа конфликтов в коллективе на 30 %;
- ускорение выполнения проектов примерно на 25 % [14].

При этом 86 % сотрудников и руководителей считают слабую коммуникацию причиной большинства неудач, а 97 % отмечают её важность для решения ежедневных задач [17].

Ключевые инструменты внутренних коммуникаций в цифровой трансформации представлены на рисунке 1.

В первую очередь особое место занимают корпоративные мессенджеры, которые становятся основным каналом для повседневного общения между сотрудниками, руководителями и целыми командами. Такие платформы как Microsoft Teams или Slack позволяют обмениваться сообщениями в реальном времени, осуществлять аудио- и видеозвонки, создавать тематические каналы и группы по интересам [13]. Внутри крупных организаций эти инструменты интегрируются с другими сервисами – например, с календарями, задачами, системами учёта рабочего времени или аналитикой.

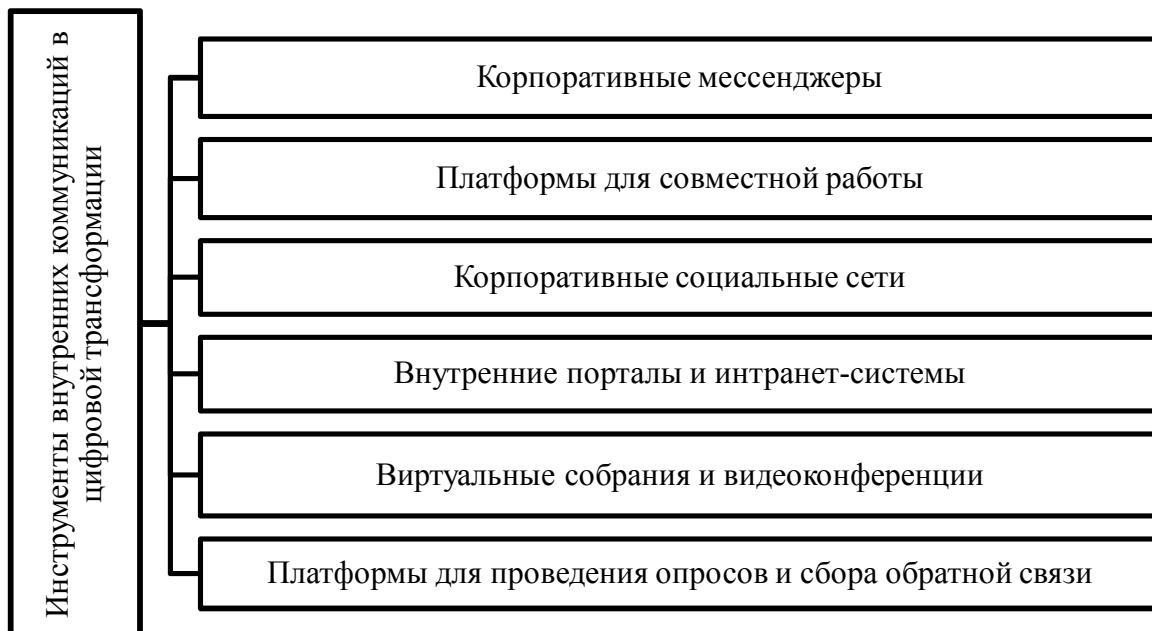


Рис. 1. Инструменты внутренних коммуникаций в цифровой трансформации

Следующий важный инструмент – это платформы для совместной работы, которые позволяют сотрудникам в режиме реального времени редактировать документы, распределять задачи, обмениваться файлами и отслеживать прогресс по проектам. Такие среды как Google Workspace или Microsoft 365 предоставляют удобный интерфейс для командной работы и снижают потребность во множестве пересылаемых писем и несогласованных версий файлов [12]. В условиях цифровой трансформации они способствуют формированию культуры открытого взаимодействия и ускоряют выполнение проектов. В «Яндексе» и «Тинькофф» подобные решения используются для кросс-функциональной координации между командами разработчиков, аналитиков, маркетологов и другими специалистами.

Существенную роль играют и корпоративные социальные сети – это цифровое пространство, в котором сотрудники могут неформально общаться, делиться идеями, новостями, участвовать в внутренних инициативах и комментировать решения руководства. В российских условиях данную функцию нередко выполняют внутренние решения на базе «Битрикс24» или платформы, разработанные специально для нужд компаний, как, например, в «Газпром нефти» или «МТС».

Внутренние порталы и интранет-системы – это централизованные цифровые платформы, на которых размещаются корпоративные новости, регламенты, документы, справочники, формы для заявок, инструкции и обучающие материалы. Порталы создаются с целью упорядочить доступ к информации и создать единое информационное пространство организации.

Цифровые доски и планировщики, такие как Trello, Jira или Asana [9], позволяют создавать задачи, назначать ответственных, устанавливать сроки и отслеживать исполнение. Эти инструменты становятся особенно ценными в условиях гибких методологий управления проектами, таких как Agile или Scrum. В технологичных и быстроразвивающихся компаниях –

например, в «Альфа-Банке» – подобные инструменты становятся обязательной частью коммуникационной инфраструктуры [1].

В условиях цифровизации значительно возрастает значение видеоконференций и виртуальных собраний. Они позволяют сократить расстояние между удалёнными командами, обеспечить регулярный контакт между руководством и сотрудниками и поддерживать личный элемент общения. Такие платформы как Zoom, Webex, Google Meet стали незаменимыми в постпандемийную эпоху, особенно в компаниях, перешедших на гибридный формат работы [2].

Согласно статистическим данным, в современных организациях доминируют несколько ключевых каналов:

1. Электронная почта используется в 98 % компаний, ее считают наиболее эффективным инструментом 84 % сотрудников.
2. Интранет внедрён в 77 % организаций, причём 56 % планируют его модернизировать в ближайшее время.
3. Microsoft Teams применяют 63 % компаний, Slack – более 52 %, что подтверждает тренд на развитие коллаборативных платформ.
4. Видеоконференции повышают продуктивность на 50 %, а 62 % сотрудников предпочитают асинхронную коммуникацию.

Особое место занимает мобильный доступ: 66 % компаний внедрили мобильные версии корпоративных инструментов, а 75 % сотрудников ценят возможность взаимодействовать с рабочей информацией через смартфон [16].

Следует выделить статистику предпочтений сотрудников:

- 75 % предпочитают электронную почту;
- 68 % – цифровые каналы (Slack, Microsoft Teams, корпоративные порталы);
- 38 % – визуальные форматы (инфографика, видео) [12].

Рассмотрим особенности использования инструментов внутренних коммуникаций в цифровой трансформации (рис. 2).

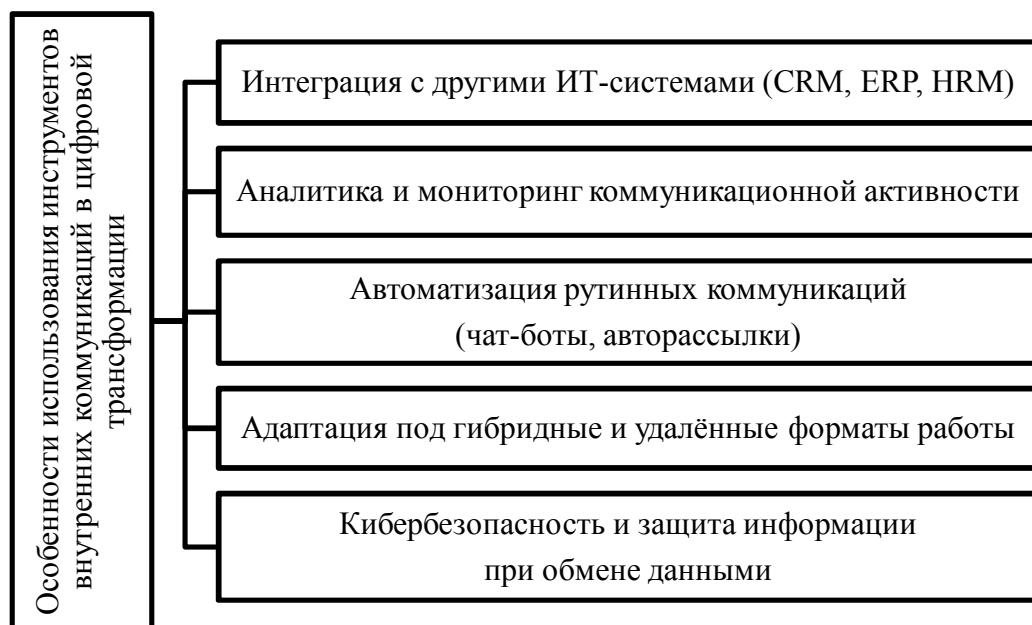


Рис. 2. Особенности использования инструментов внутренних коммуникаций в цифровой трансформации

Одной из ключевых особенностей становится интеграция коммуникационных платформ с другими цифровыми системами, используемыми в компании. Внутренние каналы общения тесно связаны с CRM-системами, ERP-платформами, HRM-инструментами и другими

специализированными программами, что позволяет объединять в одном интерфейсе обмен со-общениями, работу с задачами, документооборот и аналитические данные. Например, в «Сбер-банке» Microsoft Teams используется как единая среда для коммуникации, где также интегри-рованы сервисы для аналитики и планирования задач, а внутренние ИТ-системы сопряжены с чатами и календарями [6].

Современные платформы позволяют отслеживать уровень вовлечённости сотрудников в информационные потоки: сколько человек читают корпоративные новости, как часто использ-уются внутренние ресурсы, кто инициирует диалоги и участвует в обсуждениях. Например, в компании «Ростелеком» аналитика внутренних коммуникаций используется для настройки но-востной ленты корпоративного портала: сотрудники чаще видят именно те материалы, которые соответствуют их роли, региону и интересам.

Автоматизация рутинных коммуникаций, такая как внедрение чат-ботов, автоматических напоминаний, электронных рассылок и шаблонов сообщений позволяет освободить сотрудни-ков от повторяющихся операций, что значительно снижает нагрузку на HR-специалистов и по-вышает удовлетворённость сотрудников. Например, в компании «Тинькофф» внутренние чат-боты в Telegram и Slack помогают новым сотрудникам адаптироваться: они предоставляют ин-струкции, отвечают на часто задаваемые вопросы и перенаправляют запросы в нужные подраз-деления [13].

Ещё одной важной особенностью является адаптация коммуникационных инструментов под гибридный и удалённый форматы работы. Пандемия и последующие изменения в органи-зации труда показали необходимость устойчивых цифровых решений для распределённых ко-манд. Современные платформы обеспечивают полноценное участие сотрудников в жизни ком-пании независимо от их физического местоположения. Например, в группе компаний «Яндекс» разработана система Яндекс.Телемост, которая позволяет эффективно управлять задачами, про-водить собрания и вести диалог между отделами, включая команды в регионах и за границей [10].

Не менее важной особенностью является возможность кастомизации инструментов под индивидуальные особенности организации. Цифровые решения настраиваются с учётом струк-туры компании, корпоративной культуры и отраслевых требований. Например, «Газпром нефть» разработала собственную цифровую экосистему, где внутренний портал включает ин-терактивные новостные ленты, доступ к обучающим платформам, инструменты для оценки во-влечённости и обратной связи [3].

По данным исследований, в ближайшие годы компании планируют значительно усилить работу с внутренними коммуникациями:

- 33 % организаций инвестируют в новые инструменты,
- ещё 30 % рассматривают такую возможность, что на 57 % больше, чем в 2024 году.

Также наблюдается интеграция коммуникационных инструментов с HR-системами (71 % компаний) и развитие мобильных приложений (пока их имеют 23 % компаний) [4].

Поскольку цифровизация увеличивает объёмы передаваемой и хранимой информации, особое внимание уделяется вопросам кибербезопасности. Инструменты внутренних коммуни-каций всё чаще оснащаются средствами защиты данных, такими как двухфакторная аутентифи-кация, шифрование переписки, настройка прав доступа и аудит активности пользователей. В «Росатоме», где безопасность данных критически важна, корпоративные мессенджеры работа-ют по внутреннему протоколу с ограничением внешнего доступа, а все коммуникации проходят сквозное шифрование, соответствующее государственным стандартам безопасности.

Обсуждение

Анализ статистических данных и научной литературы по данной теме позволяет сделать не-сколько ключевых выводов:

1. Эффективные внутренние коммуникации напрямую связаны с результативностью биз-неса – они повышают производительность, вовлечённость и удержание персонала.

2. Цифровая трансформация коммуникаций неизбежна: компании активно внедряют колаборативные платформы, модернизируют интранет и развивают мобильные сервисы.
3. Коммуникационные платформы экономят ресурсы и сокращают операционные издержки, снижая зависимость от электронных писем и повышая гибкость работы.
4. В ближайшие годы ожидается рост инвестиций в цифровые каналы связи, особенно в мобильные и интегрированные решения.
5. Кризисные коммуникации требуют особого внимания, поскольку именно в экстремальных условиях проверяется устойчивость корпоративных инструментов.

Заключение

Таким образом, использование инструментов внутренних коммуникаций в цифровой трансформации выходит далеко за рамки традиционного обмена информацией. Оно становится стратегическим ресурсом, влияющим на производительность, адаптивность и устойчивость организаций в условиях постоянных изменений, что обеспечивает инновационное развитие всех хозяйствующих субъектов экономической системы [11]. Опыт российских компаний подтверждает, что эффективная цифровая коммуникация – это не просто техническое нововведение, а важнейший элемент корпоративной стратегии и долгосрочной конкурентоспособности.

Литература

1. Альфа-Банк: ИИ в помощь контакт-центру [Электронный ресурс]. URL: <https://www.osp.ru/articles/2025/0410/13059429>
2. Большие новости унифицированных коммуникаций от Microsoft, Zoom, Webex, Google, RingCentral и 8×8 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ucmeet.info/post/большие-новости-унифицированных-коммуникаций-от-microsoft-zoom-webex-google-ringcentral-i-8-8>
3. «Газпром нефть» создала единую цифровую платформу для нефтесервисных компаний [Электронный ресурс]. URL: <https://neftgaz.ru/news/oilcervice/780766-gazprom-neft-sozdala-edinuyu-tsifrovuyu-platfromu-dlya-nefteservisnykh-kompaniy>
4. Гончарова Н.В., Ворожцова А.В. Особенности внутриорганизационных коммуникаций в условиях цифровой трансформации // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий: материалы VIII Междунар. научно-практич. конф.: в двух томах, Екатеринбург, 18–19 апреля 2022 г. Том 1. Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2022. С. 296–301.
5. Ивашова В.А., Надточий Ю.Б. Исследование внутренних коммуникаций в организации // Международный научно-исследовательский журнал. 2021. № 6 (108). С. 181–185. DOI: 10.23670/IRJ.2021.108.6.093.
6. Информационные технологии в Сбербанке [Электронный ресурс]. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Информационные_технологии_в_Сбербанке
7. Лозовский А.Н., Джога В.А. Особенности формирования современного коммуникационного процесса в менеджменте предприятия // Актуальные научные исследования в современном мире. 2020. № 5-5(61). С. 140–145.
8. Никитина Н.А. Удаленная занятость на российском рынке труда и отношение к ней работников // Социальные и экономические системы. 2021. № 3(21). С. 143–151.
9. Некоторые аспекты организации удаленной работы персонала в условиях пандемии / И.И. Сергеева, М.А. Степанова, А.Ю. Бабак, А.Е. Дутиков // Экономическая среда. 2021. № 1(35). С. 47–52. DOI: 10.36683/2306-1758/2021-1-35/47-52.
10. Сравнение Яндекс.Телемост и Google Workspace [Электронный ресурс]. URL: <https://soware.ru/compare/yandextelemost-vs-google-workspace>
11. Якшибаева Г.В. Трудовой потенциал инновационной экономики: монография / Г.В. Якшибаева; М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. бюджетное

образовательное учреждение высш. проф. образования «Уфимский гос. авиационный технический ун-т». Уфа: УГАТУ, 2012. 275 с. ISBN 978-5-4221-0269-3.

12. Microsoft 365 vs Google Workspace: функции, возможности и безопасность [Электронный ресурс]. URL: <https://plus-aliance.ru/news/novosti/microsoft-365-vs-google-workspace-funktsii-vozmozhnosti-i-bezopasnost-/>

13. TiMe вместо Slack: Тинькофф разработал собственный корпоративный мессенджер [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tbank.ru/about/news/10-11-2022-time-instead-of-slack-tinkoff-has-developed-its-own-corporate-messenger/>

14. Explore Our Data Insights / Wifitalents market intelligence [Electronic resource]. URL: <https://wifitalents.com/topics>

15. Internal Communication Statistics / Zipdo [Electronic resource]. URL: <https://zipdo.co/internal-communication-statistics>

16. Internal Communication Statistics. Effective internal communication boosts engagement, retention, and organizational success significantly / WifiTalents [Electronic resource]. URL: <https://wifitalents.com/internal-communication-statistics>

17. Workplace Communication Statistics for 2025 [Electronic resource]. URL: <https://www.keevee.com/workplace-communication-statistics>

DOI: 10.34773/EU.2025.6.20

Цифровая трансформация туристических услуг: разработка мобильного аудиогида*

Digital Transformation of Travel Services: Developing of a Mobile Audio Guide

**В. ХАРИСОВ,
Р. МАВЛИХАНОВ, А. ВАГАПОВА**

Харисов Венер Ильсуревич, канд. экон. наук, доцент кафедры «Проектный менеджмент и экономика предпринимательства» ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет» (УГНТУ). E-mail: ugaesvener@mail.ru

Мавлиханов Рафаэль Азаматович, студент 1 курса магистратуры института компьютерных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский технологический университет “МИСИС”» (Университет МИСИС). E-mail: r.mavlihanov@yandex.ru

Вагапова Аделя Ильфатовна, студент 1 курса магистратуры института компьютерных наук Университета МИСИС. E-mail: r.mavlihanov@yandex.ru

Аннотация. В условиях цифровизации туристической отрасли и растущего спроса на индивидуальные формы путешествий особую актуальность приобретает разработка мобильных решений, способных интегрировать культурный контент, удобство навигации и персонализированные маршруты. В данной статье рассматривается процесс создания стартап-проекта – мобильного приложения с функцией аудиогида, ориентированного на внутренний туристический рынок России. Проект направлен на популяризацию культурного наследия российских городов, повышение качества туристических услуг и удовлетворение потребностей современных самостоятельных путешественников. Представлены

* Ссылка на статью: Харисов В.И. Цифровая трансформация туристических услуг: разработка мобильного аудиогида / В.И. Харисов, Р.А. Мавлиханов, А.И. Вагапова // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2025. № 6. С. 116–123. DOI: 10.34773/EU.2025.6.20.