**Слесарев Максим Александрович**

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД РФ

преподаватель Кафедры менеджмента, маркетинга и внешнеэкономической деятельности

realmax21@ gmail.com

**Влияние современных Интернет-технологий
на развитие международного бизнеса**

 По мере того, как Интернет-технологии все более плотно входят в повседневную жизнь, становится ясно, что они не только открывают большие возможности для развития современного бизнеса, в том числе и в международном контексте, но и создают определенные внешние условия функционирования предприятий, не учитывать которые нельзя.

 Своевременное внедрение подходящих Интернет-технологий в бизнес-процессы и различные сферы маркетинговой деятельности, включая исследования рынка, сбыт, коммуникационную политику и др., становится критически важным условием успеха не только отдельно взятого продукта или услуги, но и бизнеса в целом.

 Особое внимание в рамках настоящего доклада уделено ряду современных трендов и инструментов, оказывающих значительное влияние на деятельности многих компаний как в сегменте B2C, так и в сегменте B2B.

Одна из таких тенденций – необходимое присутствие брендов во всех социальных сетях, которыми пользуется их целевая аудитория, и общение с существующими и потенциальными клиентами в рамках концепции «Маркетинг 3.0» (Ф. Котлер), что предполагает единство целей и сотрудничество бренда и его аудитории. Важным аспектом является общение с аудиторией на «языке», понятном и соответствующим каждой социальной сети, что является вызовом для многих крупных компаний.

Следует обратить внимание на использование новейших каналов Интернет-коммуникации, к числу которых относится мессенджер Telegram, функционал которого открывает большие возможности в сфере продвижения и Интернет-торговли посредством Telegram-каналов и Telegram-ботов.

Продолжается переход все большего числа сервисов на «облачные» технологии, предполагающие не только более удобный и гибкий механизм предоставления соответствующих услуг и обратной связи, но и модель оплаты по подписке, доказавшую свою эффективность.

Следует отметить внедрение максимальной индивидуализации как продуктов и услуг, реализуемых через Интернет, так и коммуникаций, что становится возможным благодаря детальной статистике, больших данных и основанному на них механизму гибертаргетинга рекламных обращений.

В числе последних тенденций можно обозначить также повышение уровня доступности новейших технологий для бизнеса, в том числе и малого, за счет появления большого числа B2B-сервисов, облегчающих работу с новейшими технологиями и их внедрение в различные сферы деятельности компаний.

Отличительной чертой деятельности предприятий в сети Интернет является повышенный динамизм изменений, зачастую требующий от менеджеров и маркетологов особых компетенций. Именно поэтому тема влияния современных Интернет-технологий на развитие международного бизнеса не теряет своей актуальности.