

ЦИФРОВЫЕ СТРАТЕГИИ И ТРАНСФОРМАЦИИ

КОММУНИКАЦИЯ ПРАВИТЕЛЬСТВА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР И ПРОБЛЕМЫ СОЗДАНИЯ «ЦИФРОВОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА»

Получено: 12.02.2020; одобрено: 19.03.2020; опубликовано: 13.04.2020

УДК 316.776 JEL L96, M11, N83 DOI 10.26425/2658-3445-2020-1-75-85

Болдырева Людмила Борисовна

Канд. техн. наук, доцент, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация

ORCID ID: 0000-0002-0756-527X

e-mail: boldyrev-m@yandex.ru

АННОТАЦИЯ

Настоящая работа состоит из двух частей. В первой части рассмотрены вопросы коммуникации правительства и предпринимательских структур. Дана оценка роли коммуникации для развития современного общества. Реализация концепций открытого правительства, участия общественности и корпоративного управления являются требованиями к правительствам, желающим «оставаться на связи» с предпринимательскими структурами. Во многих странах сотрудничество, информированность, участие и непрерывное взаимодействие не только с гражданами, но также с предпринимательскими структурами стали важными факторами изменений в системе управления, особенно в правительственной информационной политике. В таких странах наблюдается сдвиг в регуляторной функции в сторону более открытого и более интерактивного взаимодействия. Предпринимательские структуры в настоящее время имеют реальный шанс повлиять на улучшение и разработку государственной политики и системы управления. Проанализированы публикации на указанную тему, в основном зарубежные. Особое внимание уделено характеристикам каналов связи: надежности, скорости и результативности (эффективности).

Во второй части работы исследованы вопросы создания «цифрового правительства», а также особенности создания такого правительства в развивающихся странах, хотя во многих отношениях рассмотренные процессы цифровизации правительственных структур характерны и для экономически развитых стран. Отмечено, что внедрение технологий цифровых коммуникаций в организации государственного сектора может благоприятно повлиять на оказание государственных услуг. При должной реализации цифровое правительство может уменьшить стоимость предоставляемых государственных и общественных услуг и создать условия для установления лучшего контакта с гражданами – особенно в удаленных и малонаселенных местностях. Цифровое правительство может также повлиять на создание большей прозрачности и лучшей отчетности в принимаемых решениях, стимулировать развитие локальной цифровой культуры и способствовать развитию демократии. Для определения эффективности любого конкретного акта коммуникации правительства и предпринимательской структуры вводится понятие «коммуникационный результат». Отмечена зависимость «коммуникационного результата» от культурного уровня в обществе.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Информация, каналы связи, коммуникация, коммуникационный результат, менеджмент, электронное правительство, эффективность коммуникации, цифровое правительство.

ЦИТИРОВАНИЕ

Болдырева Л.Б. Коммуникация правительства и предпринимательских структур и проблемы создания «цифрового правительства»//E-Management. 2020. № 1. С. 75–85.

Благодарность. Публикация подготовлена по проекту № 2 в рамках договора пожертвования от 01 марта 2019 г. № 1154. © Болдырева Л.Б., 2020. Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная.



DIGITAL STRATEGIES AND TRANSFORMATIONS

COMMUNICATION BETWEEN GOVERNMENT AND BUSINESS ENTITIES AND CHALLENGES OF CREATION OF “DIGITAL GOVERNMENT”

Received: 12.02.2020; approved: 19.03.2020; published: 13.04.2020

JEL CLASSIFICATION L96, M11, H83 DOI 10.26425/2658-3445-2020-1-75-85

Boldyreva Liudmila

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, State University of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0002-0756-527X

e-mail: boldyrev-m@yandex.ru

ABSTRACT

The present paper consists of two parts. In the first part, the issues of communication between government and business entities have been considered. The role of the communication for the modern society development has been assessed. Implementation of concepts of open government, public participation and corporate governance are the requirements to the governments who would like to “keep in touch” with business entities. In many countries, cooperation, awareness and continuous interaction not only with citizens, but also with business entities became important factors of changes in the system of management, especially in the government information policy. In such countries, a shift is observed of regulatory function toward more open and more interactive interaction. Business entities have a real chance now to influence the improvement and development of public policy and management system. The publications on this subject mainly those published abroad, have been analysed. A particular emphasis is on the characteristics of communication channels: reliability, speed and effectiveness (efficiency).

In the second part of the paper, the issues of creation of “digital government”, as well as special aspects of creation of “digital government” in developing countries have been considered, although in many ways the processes of “digitalization” of government organs are characteristic for the developed countries as well. It has been noted, that the implementation of digital information technologies and digital communications in the public sector organization would have a favorable impact on the way the public services are provided. With proper implementation, the digital government may decrease the cost of provision of public services and establish conditions for better contacts with citizens, especially in distant and less populated regions. Digital government can also influence the creation of better transparency and accountability of the decisions made, stimulate the development of local digital culture and promote the development of democracy. To determine the efficiency of any particular act of communication the concept of “communicative result” is introduced. The cultural dependence of the communication result has been noticed.

KEYWORDS

Communication, channels of communication, communication result, efficiency of communication, electronic government, digital government, information, management.

FOR CITATION

Boldyreva L.B. Communication between government and business entities and challenges of creation of “digital government” (2020) *E-Management*, 3 (1), pp. 75–85. DOI 10.26425/2658-3445-2020-1-75-85

Acknowledgements. The publication was prepared according to the Project No. 2 under the donation contract No. 1154 dated on March 1, 2019. © The Author(s), 2020. This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Улучшение коммуникации между правительством и предпринимателями в последнее время стало одной из наиболее важных задач для органов государственной власти [Sanina, 2017; Bharosa 2013]. Реализация концепций открытого правительства, участия общественности и корпоративного управления являются требованиями к правительствам, желающими «оставаться на связи» с предпринимательскими структурами [Evans, Campos, 2013]. Во многих странах сотрудничество, информированность, участие и непрерывное взаимодействие не только с гражданами, но также с предпринимательскими структурами стали важными факторами изменений в системе управления, особенно в правительственной информационной политике. В таких странах наблюдается сдвиг в регуляторной функции в сторону более открытого и более интерактивного взаимодействия. Предпринимательские структуры в настоящее время имеют реальный шанс повлиять на улучшение и разработку государственной политики и системы управления.

За последние двадцать лет исследователи продемонстрировали возрастание интереса к широкому кругу вопросов философского, социологического и этического характера, описывающих концепции коммуникации правительства и предпринимательских структур. В большинстве этих исследований рассматривают многие вопросы философского, социологического и этического характера, связанные с концепциями коммуникаций между правительством и предпринимательством [Macintosh, 2004].

Наиболее широко исследуемая область в этих дискуссиях – социальная ответственность бизнеса [Moon, 2002], которая подразумевает нравственное обязательство предприятия добиваться большей информированности и действовать более активно как член общества, разделяя ответственность с правительством за формирование политики и принятие стратегических решений. В некоторых исследованиях затрагиваются вопросы отношения предприятий к этим изменениям в коммуникации и участии.

В работе [O'Neill, Harsell, 2014] особо отмечается, что в современных условиях те предприниматели, которые не участвуют в коммуникации с правительством в вопросах выработки государственной политики, могут оказаться в неблагоприятных конкурентных условиях. Таким образом, в имеющихся публикациях достаточно обоснованно показано, почему в современном обществе коммуникация правительства и предпринимательства должны развиваться более интенсивно. Однако имеется очень мало исследований о том, как с технической точки зрения может быть эффективно реализована такая коммуникация.

Имеется несколько исследований коммуникаций между правительством и предпринимательскими структурами, в которых анализируется техническая эффективность каналов связи [Van den Boer et al., 2016; Arendsen, 2014; Dennis, 2003]. В основном в этих исследованиях рассматриваются новые виды правительственных информационных платформ и преимущества Web 2.0 [Arendsen, 2014], в то время как исследования более традиционного использования корреспондентских опросов (по почте) [Dennis, 2003] практически отсутствуют как предмет анализа. Отсутствие понимания того, как эффективно организовать техническую сторону коммуникации между правительством и бизнесом – серьезная проблема для успешности всей парадигмы [Reinsch, Lewis, 1984; Boczkowsky, Orlikowski, 2004; Monge, Kalman, 1996]. Очевидно, что коммуникация между правительством и предпринимательскими структурами существует, но мало известно, как именно это делается. Известно, что правительство и предпринимательские структуры используют разные каналы связи либо на индивидуальной основе, либо совместно [Dutta-Bergman, 2004].

Однако имеется очень мало эмпирических данных о том, как коммуникация осуществляется на практике и какие каналы являются наиболее эффективными. Возьмем, например, ситуацию, в которой правительственный орган рассматривает некоторую нормативную меру, которая будет иметь различное значение для предприятий разного типа и разного размера. Предполагая, что правительственный орган хочет привлечь средства, зададим вопросы: как он может определить, какое отношение будет к этому у предприятий различного типа и размера? Какие каналы связи нужно использовать, чтобы эффективно получить ответную реакцию от малых, средних и больших компаний? Должен ли правительственный орган использовать одни и те же каналы для каждой компании или необходимо использовать различные каналы? При выборе коммуникационных каналов нужно ли правительству учитывать местоположение компании, ее технологический уровень и вид бизнеса? Ответы на эти вопросы и выработка соответствующей правительственной стратегии правительственной коммуникации для выбора каналов связи может быть критически фактором для процесса коммуникации в получении реакции компаний на предлагаемую законодательную меру.

МЕТОДЫ И ОБЛАСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Каналы связи

С технической точки зрения коммуникация между правительством и предпринимательской структурой аналогична любому другому двухстороннему взаимодействию, например коммуникации компании с клиентами или партнерами. Любая коммуникация предполагает отправку запроса и получение реакции. В общепринятом определении канала связи – это техническая или (формальная) сторона коммуникационного процесса, которая позволяет передавать информацию от отправителя к получателю и наоборот [Dutta-Bergman, 2006]. Канал связи включает все средства для создания и приема сообщения, то есть знаков, языка (включая невербальный язык), программ и т.п. Канал – средство коммуникации, которое некоторая организация по своему усмотрению может использовать, а может и не использовать. Конкретный канал может быть предпочтительной опцией в определенных ситуациях или полностью игнорироваться в других ситуациях. Каналы могут использоваться отдельно или в комбинации с другими каналами. В настоящее время деловые и правительственные организации редко используют единственный канал для передачи своих сообщений. Исследования [Ramirez et al., 2008] показывают, что комбинации двух или большего числа каналов встречаются на практике довольно часто, и эти комбинации могут иметь место последовательно или одновременно [Lapidoth, Narayan, 1998]. В работах [Shrivastava, 2012] и [Westmyer et al., 1998] содержится предположение, что все возрастающее применение новых коммуникационных технологий связано с увеличенным использованием более старых коммуникационных технологий и личным общением. В работах [Ballard, 2008] и [Castells, 2002] показано, что имеется много ситуаций с взаимодополняемостью, когда используются различные коммуникационные каналы, такие как телефон, обмен сообщениями и электронная почта, личное общение и Facebook. Конкретные предпочтения зависят от уровней социальной компетентности, что означает способность взаимодействовать правильно и эффективно, особенно в комбинации [Castells, 2002]. В работе [Dennis, 2003] показано, что для удовлетворения информационных потребностей компании используют не только различные каналы, предлагаемые правительством, но и многие информационные источники, не входящие в компетенцию правительства. В этой ситуации правительство утратило свою монополию на доставку информации предпринимательским структурам. Тем не менее, правительство нуждается в том, чтобы инициировать взаимодействие с предпринимательскими структурами таким образом, чтобы добиться получения ответа, особенно в ситуациях, когда компании не обязаны давать ответ.

Таким образом, понимание технической стороны коммуникации между правительством и бизнесом для достижения результатов становится критичным к новым формам инклюзивной системы управления. Для получения желаемого результата важно понимать специфические характеристики каналов связи. Основными характеристиками для понимания различных каналов связи являются надежность, скорость и результативность.

2. Надежность

Надежность – мера определенности, что данный канал будет работать, означающая вероятность того, что коммуникационный контент (обратная связь или информация) будет доставлен. Как подчеркивается в работе [Veldeman et al., 2017] во многих случаях отправитель и получатель действуют, не имея полного знания о характеристиках канала, по которому осуществляется передача информации. Надежность зависит от многих факторов, таких как характер помех в канале, информации, доступной пользователю, наличия обратной связи с получателем или умения и мотивации использовать тот или другой канал. Культурные и организационные различия также могут влиять на надежность и создавать коммуникационные барьеры [Karjaluoto et al., 2015]. Этот факт особенно важен в нашем случае, так как мы исследуем взаимодействие между правительством и бизнесом как организаций двух различных типов.

Там, где имеется несколько каналов связи и их взаимодополняемость, надежность канала может быть обеспечена за счет правильного выбора канала или комбинации каналов [Fulk, DeSanctis, 1995].

3. Скорость

Скорость относится к тому, как быстро можно получить результат от коммуникации, при отправке информации или получении ответа. Скорость коммуникации конечна и во времени, и в пространстве. Время ответа также связано с организационными методами работы и ценностями, а также некоторыми частотными характеристиками [Morris, 2000]. Международные исследования показывают, современные каналы связи, используемые компаниями, такие как электронная почта и социальные сети, значительно ускоряют

создание и широковегательную рассылку сообщений, так как они значительно изменяют деловое коммуникационное пространство [Stephens et al., 2012].

Международные инновационные компании предпочитают использовать цифровые каналы связи и особенно социальные сети как наиболее предпочтительный канал для данного типа предпринимательства [Leonard et al., 2011]. В современной международной предпринимательской практике одна из наиболее важных задач это работа с социальными сетями, и имеется множество работ, в которых показана все возрастающая эффективность применения этих коммуникационных каналов в больших международных компаниях [March, Simon, 1993]. Исследования взаимного влияния коммуникационных технологий и организации [Bevir, Rhodes, 2003] показывают роль использования сверхширокополосных трактов передачи информации (супермагистралей) и то, как это влияет на эффективность организаций. Прежде всего, эти новые каналы связи позволяют передавать различные виды информации (текст, аудио, видео, графику и цифровые матрицы). Они также позволяют передавать по одному каналу огромное количество информации. Гипертекст и интерактивность позволяют легко обрабатывать и изменять информацию. Наконец, стоимость коммуникации значительно снижается и стоимость каналов связи. Однако эти изменения не лишены недостатков. В то время как имеются несомненные преимущества, которые дает более простая и быстрая связь, исследования показали, что в условиях доступности огромного количества информации часто трудно получить полезную и релевантную информацию, когда это необходимо [Burststein, 2003]. Один из способов преодолеть недостатки, связанные с возрастающей скоростью связи, является использование не одного, а нескольких каналов связи. Как и в случае надежности, применение различных каналов связи приводит к получению большего количества откликов.

4. Результативность

Результативность характеризует правильный выбор канала или комбинации каналов для решения конкретной задачи и совершенствования организационной структуры. Согласно [Fulk, DeSanctis, 1995] результативность означает, что цели, поставленные для коммуникационного взаимодействия, достигнуты. Таким образом, канал считается результативным, если он дает возможность организации либо посылать информацию, либо получать ответы от получателя этой информации. В то же время результативность канала зависит от высокой эффективности, надежности и скорости коммуникации. Результативность канала связи определяется тем фактом, что каждый канал должен передать максимально возможное для него количество информации в заданное время. Отдельные лица или организации выбирают альтернативные каналы, понижая доверие к некоторым каналам и повышая доверие к другим [Dutta-Bergman, 2006]. Результативность также связана со стоимостью коммуникации. В большинстве случаев результативность связывают с задачей оптимизации или определением наилучшего возможного решения. Имеющееся в наличии разнообразие каналов существенно изменило то, как правительство и предпринимательство осуществляют коммуникацию друг с другом. Результативность коммуникации в равной степени важна для обеих сторон. Неспособность получить актуальную информацию может дорого стоить правительству для своевременного принятия правительством политических решений. Неспособность передать актуальную информацию снижает влияние предприятий на принятие политических решений в конкретной экономической области.

Снижение эффекта или устранение такой неспособности может быть достигнуто на основе более научного понимания всего, что связано с каналами связи. Благодаря уменьшению времени и финансовых затрат на взаимодействие каналов, можно использовать несколько каналов, чтобы передать информацию. Однако проблема оптимизации все же существует. Более того, могут иметься проблемы, связанные с взаимодополняемостью, при комбинации каналов взаимодействия в коммуникационной цепочке.

Изучая технические вопросы коммуникации правительства и бизнеса, можно обоснованно ответить на важные вопросы, связанные с тем, как правительство может улучшить обратную связь предприятий и коммуникацию посредством выбора каналов, с которыми предприятия более склонны работать, и отказа от каналов, с которыми предприятия не склонны работать и, таким образом, определить, каковы наилучшие способы организовать процесс коммуникации с наименьшими затратами времени и средств. Ответы на эти вопросы имеют значение для выработки эффективной коммуникационной стратегии для привлечения бизнеса и включения обратной связи от бизнеса в процесс разработки правительственной политики.

5. Проблемы создания «Цифрового правительства»

В настоящее время проблемы коммуникации правительства и бизнеса (или граждан страны) рассматриваются в предположении о существовании «цифрового» правительства. Или же предполагается наличие процесса преобразования «электронного» правительства в «цифровое» правительство.

В ряде статей обсуждаются проблемы, которые необходимо решить в процессе такого преобразования и трудности преобразования, например, в статье [Fakhoury, 2018]. В работе, написанной сотрудницей Ливанского университета, отмечается, что цифровое преобразование общества имеет много преимуществ: были созданы новые рабочие места и услуги, увеличилась эффективность во многих сферах производства, ускорилось внедрение инноваций. Но в сфере управления не все так благополучно.

Кажется разумным внедрение технологий цифровой информации и цифровых коммуникаций в организации государственного сектора – известных под названием «цифрового правительства», что имело бы благоприятное влияние на то, как оказываются государственные услуги. Например, это позволили бы гражданам запрашивать возврат сумм за медицинские услуги, пользуясь правительственным веб-сайтом.

При должной реализации цифровое правительство может уменьшить стоимость предоставляемых государственных и общественных услуг и создать условия для установления лучшего контакта с гражданами – особенно в удаленных и малонаселенных местностях. Цифровое правительство может также повлиять на создание большей прозрачности и лучшей отчетности в принимаемых решениях, стимулировать развитие локальной цифровой культуры и способствовать развитию демократии.

Реализация концепции цифрового правительства является трудным делом, и участие граждан может быть незначительным. Например, в то время как в Дании, стране номер один в предоставлении онлайн-услуг, в 2018 г. 89 % граждан использовали цифровые услуги, многие другие страны далеки от этого. В Египте, например, только 2 % населения использует цифровые услуги.

Автор статьи утверждает, что реализация цифрового правительства является трудноразрешимой проблемой для развивающихся стран. Но некоторые небольшие шаги могут быть сделаны прямо сейчас, чтобы решить некоторые вопросы. Успешными являются лишь немногие проекты создания цифрового правительства.

Характер правительства сложен, и определяется взаимодействием социальной, политической, экономической и организационной систем. В то же время технология сама является источником усложнения, ее влияние, достоинства и ограничения еще не поняты всеми заинтересованными сторонами.

С учетом этой сложности неудивительно, что многие проекты создания цифрового правительства не реализуются, и не только в развивающихся странах. Фактически, 30 % проектов неудачные; 50–60 % – частичный провал вследствие перерасхода выделенных средств и несоблюдение плановых сроков. Успешными являются лишь менее 20 % всех проектов.

В 2016 г. правительственные расходы на технологии во всем мире составляли 439 млрд долл. США, причем прогноз на 2020 г. – 476 млрд долл. США. Поэтому высокий процент неудач в реализации проектов вызывает большую озабоченность. Основной фактор, определяющий провал большинства попыток создания цифрового правительства в развивающихся странах, это «управление проектом». В течение длительного времени правительство и доноры рассматривали введение цифровых услуг как обособленную инженерно-техническую задачу, не связанную с политикой правительства и задачами, решаемыми правительством.

Хотя цифровое правительство имеет важные технические аспекты, оно является, прежде всего, социальным и политическим явлением, управляемым человеческим поведением, а это имеет свою специфику в контексте страны и локальной политики.

Изменения, следовательно, зависят в основном от «культурных изменений» – длительного и сложного процесса, который требует, чтобы должностные лица разбирались в новых технологиях. Они также должны изменить отношение к своей работе, своей миссии, своим задачам и взаимодействию с гражданами.

В развивающихся странах потребность в цифровых технологиях отсутствует, как в самом правительстве, так и вне правительства. Внешний спрос от граждан часто подавляется распространенным цинизмом о государственном секторе и отсутствием подходящих каналов связи для коммуникации спроса. В результате лидеры государственного сектора ощущают со стороны граждан слишком небольшое давление, слишком незначительное требование перемен. Например, попытка Вьетнама ввести в 2004 г.

Информационную систему управления образованием, чтобы, среди прочих задач, отслеживать посещаемость школ, была свернута из-за отсутствия поддержки со стороны политических лидеров и должностных лиц в руководстве. Разработка и управление программой создания цифрового правительства требуют также высокого уровня исполнения административных функций. Но развивающиеся страны, которые больше всего нуждаются в цифровом правительстве, это также страны с низкой способностью управления процессом, создавая риск «административной перегрузки».

Методы создания цифрового правительства в развивающихся странах должны сделать упор на следующем: участие местного руководства и соблюдение принципа «местной собственности». В развивающихся странах большая часть проектов создания цифрового правительства, основанных на поддержке донорами, пытаются заимствовать то, что было успешным в других местах, без адаптации к местной культуре и без должной поддержки тех, кто мог бы использовать в своих интересах создаваемые услуги. Из примерно 530 проектов по информационным технологиям, финансируемых Всемирным банком в 1995–2015 гг., 27 % были оценены как умеренно неудовлетворительными или еще хуже.

Самым быстрым решением для осуществления перемен является «долевое участие» местных – как правительств, так и компаний (граждан). В этом отношении существенным является осуществление реформы государственного сектора. Политика правительства, выраженная в законах, административных актах и социальных программах, должна быть изменена, чтобы соответствовать новым цифровым средствам. Успех цифрового правительства в странах Северной Европы является результатом обширных реформ государственного сектора. В Соединенных Штатах Америки инвестиции полицейских управлений в информационные технологии, которые привели к снижению преступности, были осуществлены посредством значительных организационных изменений.

В развивающихся странах за последние двадцать лет в реформировании государственного сектора было сделано очень мало. Возможно, наиболее часто упускаемый из виду урок, связанный с цифровым правительством, это то, что требуется большое время для достижения фундаментальной «цифровизации» государственного сектора. Многие развивающиеся страны пытаются осуществить в течение нескольких десятилетий то, на что потребовалось несколько веков в экономически развитых странах. В Великобритании, например, только в 1854 г. была запущена серия реформ, направленных на создание государственных услуг, предоставляемых в соответствии с законом. Потребовалось еще 30 лет, чтобы устранить патронаж как *modus operandi* (образ действий) служб государственного сектора.

Национальные культуры и культурные традиции административного процесса, а также процессов ведения бизнеса очевидно составляют структуру, в рамках которой каналы взаимодействия между институциональными агентами считаются предпочтительными или даже возможными. Они играют очень важную роль как необходимый фон, обуславливающий надежность, скорость и результативность коммуникационных каналов. Еще один связанный с культурой фактор – это то, что бизнес обычно адаптирует новые средства коммуникации намного быстрее, чем правительственные административные органы. Культурная обусловленность коммуникации не может быть измерена количественно, в отличие от результативности, надежности и скорости. Однако это следует учитывать при разработке процесса коммуникации между правительством и предпринимательскими структурами, чтобы получить наиболее эффективный возможный коммуникационный результат.

6. Коммуникационный результат

Для определения эффективности любого конкретного акта коммуникации правительства и предпринимательской структуры вводится понятие «коммуникационный результат». Коммуникационный результат – определенное следствие коммуникации, инициированной правительством, будь то посредством последовательного или комплексного использования каналов связи. Коммуникационный результат показывает, может ли правительство собрать нужную ему информацию от предприятий – это положительный коммуникационный результат, или оно не способно собрать такую информацию – это отрицательный коммуникационный результат. В настоящей статье особое внимание уделено влиянию типов каналов, их надежности, скорости передачи данных на коммуникационный результат. Другими словами, какие каналы связи нужно использовать и в какой комбинации, чтобы получить требуемый результат от правительственных коммуникаций. Наше предшествующее обсуждение результативности канала связи фокусировалось

на технических (или формальных) характеристиках, но коммуникационный результат включает также некоторые из культурных особенностей коммуникационной стратегии, используемой в коммуникации правительства и предпринимательства. Безусловно, коммуникационный результат зависит от типа правительства, является ли оно, в частности, электронным или цифровым.

Коммуникационный результат всегда является культурно зависимым [Liddicoat, 2009]. Национальные культуры и культурные традиции административного процесса, а также ведения бизнеса, очевидно, составляют структуру, в рамках которой каналы взаимодействия между институциональными агентами считаются предпочтительными или даже возможными. Они играют очень важную роль как необходимый фон, обуславливающий надежность, скорость и результативность коммуникационных каналов. Еще один связанный с культурой фактор – это то, что бизнес обычно адаптирует новые средства коммуникации намного быстрее, чем правительственные административные органы. Культурная обусловленность коммуникации не может быть измерена количественно, в отличие от результативности, надежности и скорости. Однако это следует учитывать при разработке процесса коммуникации между правительством и предпринимательскими структурами, чтобы получить наиболее эффективный возможный коммуникационный результат. Таким образом, в настоящей статье исследован вопрос, каковы основные каналы связи и как они сочетаются для получения коммуникационного результата в коммуникации между правительством и предпринимательством развивающихся стран.

Содержащееся в работе [Sanina et al, 2017] эмпирическое исследование основано на данных, почерпнутых из исследований, проведенных в определенном городе и регионе России, и проверяет следующие гипотезы:

Г1: чем больше вероятность того, что правительство будет использовать комбинацию каналов связи, вместо одного, тем больше вероятность получения положительного коммуникационного результата;

Г2: чем больше вероятность того, что правительство выберет свой канал связи с учетом размера компании, ее инновационного уровня, степени регулирования правительством данного сектора предпринимательской деятельности, местоположения компании, тем больше вероятность того, что правительство получит положительный коммуникационный результат;

Г3: чем чаще правительство выбирает наиболее результативные каналы (канал) связи для определенного типа компании, тем больше вероятность того, что правительство получит положительный коммуникационный результат.

Лучший способ продвижения вперед – осознать сложности, присущие цифровому правительству и подразделить их на компоненты, более поддающиеся решению. В то же время мы должны привлечь граждан и лидеров к определению социальных и экономических ценностей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Эффективные стратегии решения проблемы создания электронного правительства в развивающихся странах должны сочетать техническую инфраструктуру с социальными, организационными и политическими изменениями. Фундаментальная реформа по созданию цифрового правительства требует длительных усилий, ответственности и руководства во многих поколениях. Проявление дальновидности является, следовательно, существенной частью глобального социально-экономического плана.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Arendsen R., Peters O., TerHedde M.J., Van Dijk J. (2014). Does e-government reduce the administrative burden on businesses? An assessment of government and business systems usage in the Netherlands // *Gov. Inf. Q.* Vol. 31. No. 1. Pp. 160–169. DOI: 10.1016/j.giq.2013.09.002.
- Ballard D.I., Roe R.A., Waller M.J., Clegg S.R. [Eds] (2008). *Organizational temporality over time: Activity cycles as sources of entrainment* // *Time in Organizational Research*. London: Routledge. Pp. 204–219.
- Bevir M., Rhodes, R., Weller P. (2003). Traditions of governance: Interpreting the changing role of the public sector // *Public Adm.* Vol. 81. No. 1. Pp. 1–17. DOI: 10.1111/1467-9299.00334.
- Bharosa N., Janssen M., Van Wijk, R. [et al] (2013). Tapping into existing information flows: The transformation to compliance by design in government and business information exchange // *Gov. Inf. Q.* Vol. 30. No. 1. Pp. 9–18. DOI: 10.1016/j.giq.2012.08.006.

- Boczkowsky P., Orlikowski W., Grant D., Hardy C., Oswick C., Putnam L.* [Eds] (2004). Organizational discourse and new media: A practice perspective // *The SAGE handbook of organizational discourse*. London: Sage Publications. Pp. 359–378.
- Burstein P.* (2003). The impact of public opinion on public policy: A review and an agenda // *Polit. Res. Q.* Vol. 56. No. 1. Pp. 29–40. DOI: 10.1177/106591290305600103.
- Castells M.* (2002). *The Internet galaxy: Reflections on the Internet, business, and society*. Oxford: Oxford Univ. Press.
- Dennis W.J.* (2003). Raising response rates in mail surveys of small business owners: Results of an experiment // *J. Small Bus. Manag.* Vol. 41. No. 3. Pp. 278–295. DOI: 10.1111/1540-627X.00082.
- Dutta-Bergman M.J.* (2006). Community participation and internet use after September 11: Complementarity in channel consumption // *J. Comput.-Mediat. Comm.* Vol. 11. No. 2. Pp. 469–484. DOI: 10.1111/j.1083-6101.2006.00022.x.
- Dutta-Bergman M.J.* (2004). Complementarity in consumption of news types across traditional and new media // *J. Broadcast. Electron. Media*. Vol. 48. Pp. 41–60. DOI: 10.1207/s15506878jobem4801_3.
- Evans A.M., Campos A.* (2013). Open government initiatives: Challenges of citizen participation // *J. Policy Anal. Manag.* Vol. 32. No. 1. Pp. 172–185.
- Fakhoury R.* (2018). Digital government isn't working in the developing world. Here's why. Режим доступа: <https://theconversation.com/digital-government-isn-t-working-in-the-developing-world-heres-why-94737> (дата обращения: 11.02.2020).
- Fulk J., De Sanctis G.* (1995). Electronic communication and changing organizational forms // *Organ Sci.* Vol. 6. No. 4. Pp. 337–349. DOI: 10.1287/orsc.6.4.337.
- Karjaluoto H., Mustonen N., Ulkuniemi P.* (2015). The role of digital channels in industrial marketing communications // *Journal of Business and Industrial Marketing*. Vol. 30. No. 6. Pp. 703–710. DOI: 10.1108/JBIM-04-2013-0092.
- Lapidoth A., Narayan P.* (1998). Reliable communication under channel uncertainty // *IEEE Trans Inf Theory*. Vol. 44. No. 6. Pp. 2148–2177.
- Leonard K.M., Van Scotter J.R., Pakdil F., Chamseddine N.J., Esatoglu E., Gumus M. [et al.]* (2011). Examining media effectiveness across cultures and national borders: A review and multilevel framework // *Int. J. of Cross Cult. Manag.* Vol. 11. No. 1. Pp. 83–103. DOI: 10.1177/1470595810389790.
- Liddicoat, A.J.* (2009). Communication as culturally contexted practice: A view from intercultural communication // *Australian Journal of Linguistics*. Vol. 29. No. 1. Pp. 115–133. DOI: 10.1080/07268600802516400.
- Macintosh A.* (2004). Characterizing e-participation in policy-making // *Proceedings of the 37th Annual Hawaii International Conference on System Sciences*. DOI: 10.1109/HICSS.2004.1265300.
- March J.G., Simon H.* (1993). *Organizations*. 2nd ed. Cambridge. Blackwell. MA.
- Monge P.R., Kalman M., Watt J., Van Lear A.* [Eds] (1996). *Sequentiality, simultaneity, and synchronicity in human communication // Cycles and dynamic patterns in communication processes*. New York: Ablex. Pp. 71–92.
- Moon J.* (2002). The social responsibility of business and new governance // *Government and Opposition*. Vol. 37. No. 3. Pp. 385–408. DOI: 10.1111/1477-7053.00106.
- Morris A.* (2000). The problem of information overload in business organisations: A review of the literature // *Int. J. Inf. Manage.* Vol. 20. No. 1. Pp. 17–28. DOI: 10.1016/S0268-4012(99)00051-1.
- O'Neill P.B., Harsell, D.M.* (2014). How do business and government interact? Combining perspectives from economics, political science, public administration, and practitioners // *American Journal of Business Education*. Vol. 8. No. 2. Pp. 161–168. DOI: 10.19030/ajbe.v8i2.9138.
- Ramirez J.A., Dimmick J., Feaster J., Shu-Fang L.* (2008). Revisiting interpersonal media competition. The gratification niches of instant messaging, e-mail, and the telephone // *Communic Res.* 3. Vol. 5(4), Pp. 529–547. DOI: 10.1177/0093650208315979.
- Reinsch N.L., Jr., Lewis P.H.* (1984). Communication apprehension as a determinant of channel preferences // *J. Bus. Commun.* Vol. 21. No. 3. Pp. 53–61. DOI: 10.1177/002194368402100307.
- Ruppel E.K., Burke T.J.* (2014). Complementary channel use and the role of social competence // *J. Comput. Media Commun.* No. 20. Pp. 37–51. DOI: 10.1111/jcc4.12091.
- Sanina A. [et al.]* (2017). The effectiveness of communication channels in government and business communication // *Information Polity*. No. 22. Pp. 251–266. DOI: 10.3233/IP-170415.
- Shrivastava S.* (2012). Comprehensive modeling of communication barriers: A conceptual framework // *IUP J Soft Ski*. Vol. 6. No. 3. Pp. 7–19.
- Stephens K.K., Cho J.K., Ballard D.I.* (2012). Simultaneity, sequentiality, and speed: Organizational messages about multiple-task completion // *Hum. Commun. Res.* Vol. 38. No. 1. Pp. 23–47. DOI: 10.1111/j.1468-2958.2011.01420.x.

Van den Boer Y., Arendsen R., Pieterse W. (2016). In search of information: Investigating source and channel choices in government and business service interactions // *Gov. Inf. Q.* Vol. 33. Pp. 40–52.

Veldeman C., Van Praet E., Mechant P. (2017). Social media adoption in business-to-business: IT and industrial companies compared // *Int. J. Bus. Commun.* Vol. 4. No. 3. Pp. 1–23. DOI: 10.1177/2329488415572785.

Westmyer S.A., Di Ciuccio R.L., Rubin R.B. (1998). Appropriateness and effectiveness of communication channels in competent interpersonal communication // *J. Commun.* Vol. 48(3). Pp. 27–48. DOI: 10.1111/j.1460-2466.1998.tb02758.x.

REFERENCES

Arendsen R., Peters O., TerHedde M.J. and Van Dijk J. (2014), “Does e-government reduce the administrative burden on businesses? An assessment of government and business systems usage in the Netherlands”, *Gov. Inf. Q.*, vol. 31, no. 1, pp. 160–169. DOI: 10.1016/j.giq.2013.09.002.

Ballard D.I. Roe R.A., Waller M.J. and Clegg S.R. [Eds] (2008), “Organizational temporality over time: Activity cycles as sources of entrainment”, *Time in Organizational Research*, Routledge, London, pp. 204–219.

Bevir M., Rhodes R. and Weller P. (2003), “Traditions of governance: Interpreting the changing role of the public sector, *Public Adm.*”, vol. 81, no. 1, pp. 1–17. DOI: 10.1111/1467-9299.00334.

Bharosa N., Janssen M., Van Wijk R. [et al] (2013), “Tapping into existing information flows: The transformation to compliance by design in government and business information exchange”, *Gov. Inf. Q.*, vol. 30, no. 1, pp. 9–18. DOI: 10.1016/j.giq.2012.08.006.

Boczkowsky P., Orlikowski W., Grant D., Hardy C., Oswick C. and Putnam L. [Eds] (2004), “Organizational discourse and new media: A practice perspective”, *The SAGE handbook of organizational discourse*, Sage Publications, London, pp. 359–378.

Burstein P. (2003), “The impact of public opinion on public policy: A review and an agenda”, *Polit. Res. Q.*, vol. 56, no. 1, pp. 29–40. DOI: 10.1177/106591290305600103.

Castells M. (2002), *The Internet galaxy: Reflections on the Internet, business, and society*, Oxford Univ. Press, Oxford.

Dennis W.J. (2003), “Raising response rates in mail surveys of small business owners: Results of an experiment”, *J. Small Bus. Manag.*, vol. 41, no. 3, pp. 278–295. DOI: 10.1111/1540-627X.00082.

Dutta-Bergman M.J. (2006), “Community participation and internet use after September 11: Complementarity in channel consumption”, *J. Comput-Mediat. Comm.*, vol. 11, no. 2, pp. 469–484. DOI: 10.1111/j.1083-6101.2006.00022.x.

Dutta-Bergman M.J. (2004), “Complementarity in consumption of news types across traditional and new media”, *J. Broadcast. Electron. Media*, vol. 48, pp. 41–60. DOI: 10.1207/s15506878jobem4801_3.

Evans A.M. and Campos A. (2013), “Open government initiatives: Challenges of citizen participation”, *J. Policy Anal. Manag.*, vol. 32, no. 1, pp. 172–185.

Fakhoury R. (2018), “Digital government isn’t working in the developing world. Here’s why”. Available at: <https://theconversation.com/digital-government-isn-t-working-in-the-developing-world-heres-why-94737> (accessed 11.02.2020).

Fulk J. and De Sanctis G. (1995), “Electronic communication and changing organizational forms”, *Organ Sci.*, vol. 6, no. 4, pp. 337–349. DOI: 10.1287/orsc.6.4.337.

Karjaluoto H., Mustonen N. and Ulkuniemi P. (2015), “The role of digital channels in industrial marketing communications”, *Journal of Business & Industrial Marketing*, vol. 30, no. 6, pp. 703–710. DOI: 10.1108/JBIM-04-2013-0092.

Lapidoth A. and Narayan P. (1998), “Reliable communication under channel uncertainty”, *IEEE Trans. Inf. Theory*, vol. 44, no. 6, pp. 2148–2177.

Leonard K.M., Van Scotter J.R., Pakdil F., Chamseddine N.J., Esatoglu E. and Gumus M. [et al] (2011), “Examining media effectiveness across cultures and national borders: A review and multilevel framework”, *International Journal of Cross Cultural Management*, vol. 11, no. 1, pp. 83–103. DOI: 10.1177/1470595810389790.

Liddicoat A.J. (2009), “Communication as culturally contexted practice: A view from intercultural communication”, *Australian Journal of Linguistics*, vol. 29, no. 1, pp. 115–133. DOI: 10.1080/07268600802516400.

Macintosh A. (2004), “Characterizing e-participation in policy-making”, *Proceedings of the 37th Annual Hawaii International Conference on System Sciences*. DOI: 10.1109/HICSS.2004.1265300.

March J.G. and Simon H. (1993), *Organizations*, 2nd ed. Blackwell, Cambridge, MA.

Monge P.R., Kalman M., Watt J. and Van Lear A. [Eds] (1996), “Sequentiality, simultaneity, and synchronicity in human communication”, *Cycles and dynamic patterns in communication processes*, Ablex, New York, pp. 71–92.

- Moon J. (2002), “The social responsibility of business and new governance”, *Government and Opposition*, vol. 37, no. 3, pp. 385–408. DOI: 10.1111/1477-7053.00106.
- Morris A. (2000), “The problem of information overload in business organisations: A review of the literature”, *Int J. Inf. Manage*, vol. 20, no. 1, pp. 17–28. DOI: 10.1016/S0268-4012(99)00051-1.
- O’Neill P.B. and Harsell D.M. (2014), “How do business and government interact? Combining perspectives from economics, political science, public administration, and practitioners”, *American Journal of Business Education*, vol. 8, no. 2, pp. 161–168. DOI: 10.19030/ajbe.v8i2.9138.
- Ramirez J.A., Dimmick J., Feaster J. and Shu-Fang L. (2008), “Revisiting interpersonal media competition. The gratification niches of instant messaging, e-mail, and the telephone”, *Communic. Res.*, vol. 5(4), pp. 529–547. DOI: 10.1177/0093650208315979.
- Reinsch N.L., Jr. and Lewis P.H. (1984), “Communication apprehension as a determinant of channel preferences”, *J. Bus. Commun.*, vol. 21, no. 3, pp. 53–61. DOI: 10.1177/002194368402100307.
- Ruppel E.K. and Burke T.J. (2014), “Complementary channel use and the role of social competence”, *J. Comput. Media Commun.*, no. 20, pp. 37–51. DOI: 10.1111/jcc4.12091.
- Sanina A. [et al.] (2017), “The effectiveness of communication channels in government and business communication”, *Information Polity*, no. 22, pp. 251–266. DOI: 10.3233/IP-170415.
- Shrivastava S. (2012), “Comprehensive modeling of communication barriers: A conceptual framework”, *IUP J. Soft Ski.*, vol. 6, no. 3, pp. 7–19.
- Stephens K.K., Cho J.K. and Ballard D.I. (2012), “Simultaneity, sequentiality, and speed: Organizational messages about multiple-task completion”, *Hum. Commun. Res.*, vol. 38, no. 1, pp. 23–47. DOI: 10.1111/j.1468-2958.2011.01420.x.
- Van den Boer, Y., Arendsen R. and Pieterse W. (2016), “In search of information: Investigating source and channel choices in government and business service interactions”, *Gov. Inf. Q.*, vol. 33, pp. 40–52.
- Veldeman C., Van Praet E. and Mechant P. (2017), “Social media adoption in business-to-business: IT and industrial companies compared”, *Int. J. Bus. Commun.*, vol. 4, no. 3, pp. 1–23. DOI: 10.1177/2329488415572785.
- Westmyer S.A., Di Cioccio R.L. and Rubin R.B. (1998), “Appropriateness and effectiveness of communication channels in competent interpersonal communication”, *J. Commun.*, vol. 48(3), pp. 27–48. DOI: 10.1111/j.1460-2466.1998.tb02758.x.