

УДК: 316.454.52:004
DOI 10.26118/2782-4586.2026.98.70.010

Степаненко Елена Владимировна

Московский государственный технический университет гражданской авиации

Синявина Александра Вадимовна

Московский государственный технический университет гражданской авиации

Использование мессенджера как инструмента коммуникации при принятии управленческих решений

Аннотация. В эпоху цифровизации мессенджеры становятся ключевым каналом для распространения новостей, передачи образовательного и рабочего контента. Однако внутренняя логика их построения и функционирования - чатовая, неформальная, высокоскоростная - накладывает отпечаток на восприятие и интерпретацию информации пользователями. В настоящем исследовании рассматривается использование мессенджеров как инструмента коммуникации при принятии управленческих решений. Цель исследования - оценить процесс принятия управленческого решения при использовании мессенджера. Проведено аналитическое исследование – рассмотрены основные понятия деловой коммуникации и проанализированы научные исследования, проведенные в рамках обозначенной темы. Для подтверждения выводов аналитического исследования авторами проведено собственное исследование методом эксперимента, который направлен на изучение особенностей коммуникации в мессенджерах и воздействия таких коммуникаций на восприятие информационного и эмоционального содержания сообщений. В эксперименте принимали участие студенты старших курсов, обучающиеся по управленческому направлению подготовки, а также молодые специалисты различных подразделений авиапредприятий. Анализ результатов эксперимента позволил сделать выводы о сокращении времени на разработку управленческого решения и уменьшении вероятности возникновения конфликта при осуществлении процесса коммуникации с применением мессенджера.

Ключевые слова: цифровизация, мессенджер, онлайн-взаимодействие, деловая коммуникация, управленческое решение, эксперимент.

Stepanenko Elena Vladimirovna

Moscow State Technical University civil aviation

Sinyaeva Alexandra Vadimovna

Moscow State Technical University civil aviation

Using messenger as a communication tool for management decisions

Abstract. In the era of digitalization, messengers are becoming a key channel for the dissemination of news, educational and work content. However, the internal logic of their construction and functioning - chat, informal, high-speed - affects the perception and interpretation of information by users. This study examines the use of messengers as a communication tool in making managerial decisions. The purpose of the study is to evaluate the management decision-making process when using the messenger. An analytical study was conducted – the basic concepts of business communication were considered and scientific research conducted within the framework of the designated topic was analyzed. To confirm the conclusions of the analytical study, the authors conducted their own experimental study, which is aimed at studying the features of communication in messengers and the impact of such communications on the perception of the informational and

emotional content of messages. Senior students studying in the management field of training, as well as young specialists from various departments of airlines, took part in the experiment. The analysis of the experimental results allowed us to draw conclusions about reducing the time needed to develop a management solution and reducing the likelihood of conflict during the communication process using the messenger.

Keywords: digitalization, messenger, online interaction, business communication, management decision, experiment.

Введение

Сегодня общение между людьми как субъектами коммуникаций происходит не только целенаправленно, но и в «фоновом режиме». Практически у каждого человека есть как минимум один персональный канал информации, по которому непрерывно поступает контент, как формируемый преимущественно адресатом, так и навязанный ему (реклама), а также откровенный спам. Одним из таких каналов, наиболее популярным, является мессенджер – программное приложение для обмена сообщениями. Каждый человек, находящийся в активном возрасте, сегодня пользуется одним, а чаще несколькими приложениями – мессенджерами.

Общение посредством мессенджера охватывает все сферы деятельности абонента: профессиональную, личную, рекреационную, деловую и многие другие. Такое общение обладает как рядом несомненных преимуществ перед личностным общением: независимость от времени суток и территориального нахождения субъектов, мгновенная передача информации, «протоколирование» сообщений и т.д, так и определенными недостатками: отсутствие эмоционального контакта, вынужденная «сухость» и краткость изложения. Практика показывает, что преимущества такого общения с каждым годом становятся все более значимыми для субъектов, которые готовы мириться с обозначенными недостатками.

Деловые коммуникации, в отличие от других типов коммуникаций, всегда нацелены на достижение определенного, четко выраженного результата. Это может быть передача или получение информации, выработка совместного мнения (согласование позиций), принятие решения. Последнее – наиболее важный результат деловых коммуникаций. И здесь, как в любом виде человеческой деятельности, появляется понятие эффективности: соотношение затраченных усилий и качества принимаемого решения. В связи с широким распространением использования мессенджеров как средства деловых коммуникаций, в данном исследовании предпринята попытка изучения этого процесса при принятии управленческих решений.

Для оценки рисков и возможностей при решении управленческих задач, проведено исследование методом эксперимента, цель которого состоит в выявлении задач, которые наиболее эффективно решаются при использовании мессенджеров, а также тех задач, решение которых эффективно только в очном общении. Задачами исследования является определение эффективности принятия управленческих решений с использованием мессенджеров в сравнении с прямым взаимодействием. В нашем случае критериями эффективности деловых коммуникаций являются: время принятия решения, процент потери информации в процессе принятия решения; возможность возникновения конфликтной ситуации в процессе принятия решения.

Объектом исследования является группа индивидуумов, перед которыми ставится задача выработки и принятия управленческого решения.

Обзор литературы

Как известно, умение применять навыки деловой коммуникации является необходимым условием для достижения успеха в различных сферах деятельности. Для обеспечения терминологической точности необходимо определить ключевые понятия исследования, опираясь на авторитетные научные источники.

Коммуникация – это процесс обмена информацией между системами или индивидами. В социальном контексте, коммуникация представляет собой «субъект-субъектное отношение, где информация не просто передается, но и создается, интерпретируется» [1].

Общение – это многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями в совместной деятельности. Как отмечает Андреева Г.М., общение включает в себя не только обмен информацией (коммуникативная сторона), но и восприятие партнера (перцептивная сторона), а также взаимодействие с ним (интерактивная сторона) [2]. Именно перцептивная и интерактивная стороны наиболее страдают в условиях цифрового общения.

Мессенджер (от англ. messenger — курьер, посланник) — это программа для мгновенного обмена текстовыми сообщениями, аудиозаписями, фотографиями и другими мультимедиа. Приложения устанавливаются на компьютер, смартфон, планшет и работают через интернет. Этим мессенджеры отличаются от смс (sms), которые отправляют и получают по мобильной сети¹.

Цветков В.Я. обосновывает высокую вероятность использования при принятии управленческих решений цифровых технологий следующими причинами: большими массивами информации, которые затрудняют анализ с помощью естественного интеллекта; ростом числа факторов, влияющих на управление, и как следствие роста числа типов данных, что затрудняют их анализ с помощью естественного интеллекта, а также скоростью передачи информации в коммуникациях [3]. Панфилова А.П. определяет коммуникацию как специфический обмен информацией, процесс передачи эмоционального интеллектуального содержания, утверждая, коммуникация в современных условиях является основой жизнедеятельности каждой фирмы, организации, предприятия [4]. Семченко И. В., Башманова М.И. отмечают наличие коммуникации во всех процессах управленческой деятельности [5]. Якупов П.В. представил большое аналитическое исследование проблем коммуникации [6]. Автор многогранно рассматривает определение процесса взаимодействия, возможные коммуникационные барьеры. Анализ данной работы позволил увидеть обобщенный анализ процесса коммуникации. Однако сегодня процесс деловой коммуникации, являющейся средством принятия управленческих решений, приобрел сформировавшуюся цифровую форму.

«Целью принятия управленческого решения в цифровом менеджменте является обеспечение решения поставленных перед организацией стратегических и тактических задач с использованием информационных и цифровых технологий. При этом объекты интегрируются с другими объектами управленческих решений. Происходит совершенствование инструментария и содержание управленческого труда» – отмечает Юсупова С.М. [7, с.29]. Данное высказывание автора еще раз подтверждает применение цифровой коммуникации в управленческом труде. Цифровая коммуникация перестала быть дополнением к реальному общению, превратившись в его основную форму, особенно для поколения Z и поколения миллениалов. Согласно исследованию We Are Social и Hootsuite, в 2023 году 98,3% российских интернет-пользователей в возрасте от 16 до 64 лет использовали запросы сообщений, в среднем по 3,4 запроса сообщений на одного пользователя². Таким образом, можно отметить, что проблема применения информационных технологий в процессе выполнения управленческих задач, вызывает большой интерес к ее изучению [8, 9, 10]. Анализ

¹ Что такое мессенджер. [https://trends.rbc.ru/trends/social/617a68a89a79476935d1f857#:~:text=Мессенджер%20\(от%20англ.%20messenger%20—,и%20получают%20по%20мобильной%20сети](https://trends.rbc.ru/trends/social/617a68a89a79476935d1f857#:~:text=Мессенджер%20(от%20англ.%20messenger%20—,и%20получают%20по%20мобильной%20сети) (Дата обращения 05.10.2025г.)

² We Are Social, DataReportal, Hootsuite. «Digital 2023: Russia» – <https://datareportal.com/reports/digital-2023-russia> Статистика мессенджеров в России на 2025 год. (Дата обращения 10.10.2025г.)

научных исследований, рассматривающих применение цифровых технологий в управленческой деятельности, позволил обозначить следующие проблемы исследований.

- Коммуникационные барьеры. Работа Трифоновой А. О. описывает ключевые тенденции цифровизации социальных взаимодействий. Особое внимание уделяется побочным эффектам технологического прогресса, который не только расширяет коммуникативные возможности, но и создает новые барьеры в межличностных отношениях, например такие как отсутствие невербальной составляющей (жесты, мимика и интонация), что часто приводит к недоразумениям и необходимости дополнительных устных объяснений [11].

- Искажение эмоционального посыла. В статье Смирновой Т.В. рассматривается проблема выражения эмоций в социальных сетях. Среди основных недостатков отмечены ограниченность, то есть не всегда удается с помощью символов выражения эмоций донести до собеседника суть сообщения (27,3 % ответов), а также недопонимание собеседником ответа (19,1 % ответов). Таким образом правильно идентифицировать передаваемую эмоцию по содержанию текстового сообщения удается лишь в 46% случаев, в то время как при личном общении точность достигала 85-90%. Основными преимуществами цифровой коммуникации являются: удобство ответа (26,0 %), быстрота ответа (25,2 %), наглядность ответа (20,6 %) [12].

- Психологическое воздействие. Исследованию психологических рисков внедрения новых технологий в профессиональную деятельность посвящена статья группы авторов (А. Н. Демин, А. В. Рендакова, С. А. Погорелов, Д. Д. Алтынник), в которой систематизированы психосоциальные эффекты использования новых технологий, создающих риски психологической дезадаптации и утраты психологического благополучия, вызывающих у респондентов в том числе рост уровня тревожности, вызванный ожиданием ответа и неоднозначностью трактовки сообщений [13].

Таким образом, актуальность данного исследования подтверждается как статистикой использования мессенджеров, так и наличием ряда научных работ, фиксирующих существенные коммуникативные потери и психологические последствия при переходе к общению через мессенджеры.

Методология

Методологической основой данного исследования является совокупность научных методов исследования таких как: системный анализ литературных источников, моделирование, диагностические методы (тестирование, метод экспертных оценок, кластерный анализ). Также в рамках исследования был проведен эксперимент, по итогам которого появилась возможность оценки эффективности использования средств коммуникации в рамках формирования управленческих решений с последующей статистической обработкой полученных результатов [14].

Результаты исследования

В связи с использованием множества программ – мессенджеров, для проведения экспериментального исследования необходимо выбрать наиболее востребованную, для чего было проведено отдельное аналитическое исследование рынка используемых в настоящее время программ коммуникации. Поскольку молодёжная аудитория является наиболее активным пользователем мессенджеров, именно ее выбор определяет современные тренды коммуникации [15]. Анализ статистики мессенджеров в России позволил определить самые популярные платформы в России¹. Ожидается, первое место занял Telegram, на втором — ВК, на третьем WhatsApp. Viber — на седьмом месте, что неудивительно после его блокировок. Но пока Viber все еще популярнее, чем Pinterest, X или Facebook.

Наиболее популярные среди молодежи в России мессенджеры и частота их использования приведены на рисунке 1. Поскольку предлагаемые разными программами пакеты услуг не полностью совпадают, для обоснования выбора, помимо статистики использования, рассмотрим их краткие сравнительные характеристики.

1. Telegram. В России Telegram занимает уверенное первое место по популярности среди мессенджеров. Ценится своей безопасностью, гибкими возможностями кастомизации внешнего вида и отлично проработанными инструментами монетизации и ведения сообществ. В 2022 году команда разработки запустила премиум-подписку, благодаря которой можно разблокировать дополнительные эксклюзивные функции.

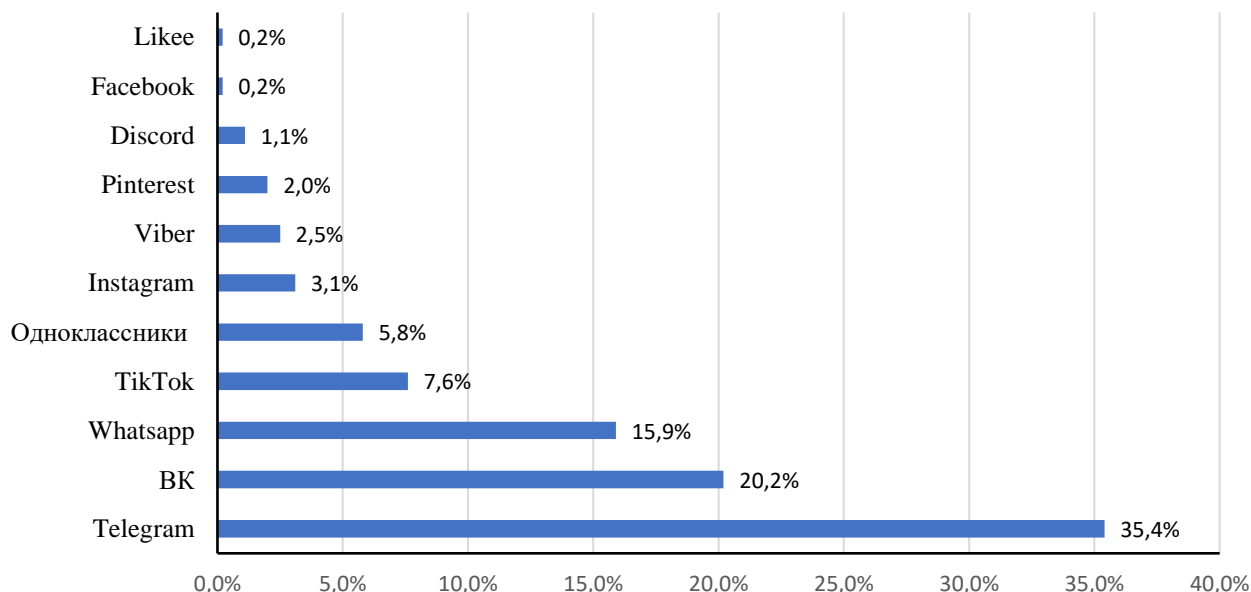


Рис.1. Процент использования мессенджеров в России³.

2. VK Messenger. Отечественная среда для общения, дублирующая стандартный чат в социальной сети ВКонтакте. Внешне интерфейс очень похож на Telegram. В настройках можно отслеживать группы, в которых пользователю выданы права администратора. Там же имеется возможность настройки внешнего вида пользовательского интерфейса и папок с чатами.

3. WhatsApp. Третий по популярности мессенджер в России. Личные сообщения и звонки пользователей защищены сквозным шифрованием. Имеется опция создания групповых обсуждений, стикеры и GIF-анимация, а также возможность записывать короткие видеоролики.

4. Discord. Изначально игровой мессенджер, превратившийся в платформу для сообществ по интересам. Популярен благодаря удобству голосового общения и организации тематических чатов (серверов).

Каждый из мессенджеров выполняет свою коммуникативную функцию: Telegramm – для контента и гибкой коммуникации, WhatsApp - для доверенных и бытовых контактов, VK Messenger как часть социальной экосистемы и Discord - для узкоспециализированных и игровых сообществ.

Коммуникация с применением мессенджеров отличаются от очных коммуникаций [16, 17]. В Таблице 1 представлены преимущества и недостатки применения мессенджеров в процессе деловой коммуникации.

³ We Are Social, DataReportal, Hootsuite. «Digital 2023: Russia» – <https://datareportal.com/reports/digital-2023-russia>
Статистика мессенджеров в России на 2025 год. (Дата обращения 10.10.2025г.)

Таблица 1

Преимущества и недостатки применения мессенджеров в деловой коммуникации⁴

Мессенджеры	Преимущества	Недостатки
Telegram	Push-уведомления: позволяют мгновенно получать оповещения о новых сообщениях, не открывая приложение.	Зависимость от заряда батареи устройства и качества интернета.
	Высокий уровень приватности, сообщений для мессенджеров с шифрованием.	Риск утечки данных. Такие как взлом аккаунта или снимки экрана.
	Бесплатная коммуникация в виде сообщений.	Необходимость доступа к интернету.
	Меньший трафик по сравнению с голосовыми звонками.	
	Большой процент аудитории среди знакомых и коллег.	
	Каналы и публичные чаты для распространения информации.	Привязка к номеру телефону. То есть меньше анонимность.
	Мощный бот-API для автоматизации задач.	Централизованное хранение.
	Секретные чаты с шифрованием и таймером самоуничтожения.	Нет сквозного шифрования по умолчанию в облачных чатах.
WhatsApp (принадлежит Meta)	Самая массовая аудитория в СНГ и в мире	Принадлежит Meta - вопросы к приватности.
	Простой и интуитивно понятный интерфейс.	Обязательная привязка к номеру телефону.
	Сквозное шифрование по умолчанию для всех чатов.	Ограниченный функционал для больших групп и каналов.
Viber		Слабая синхронизация между телефоном и компьютером.
	Встроенный функционал звонков на стационарные телефоны.	Менее популярен среди молодежи, уступает в инновациях
	Интересные стикеры и реакции.	Более тяжелое приложение в использовании
Discord	Сообщество для больших групп общения.	
	Мощные голосовые каналы и серверы для сообществ.	Сложность для новичков из-за обилия настроек
	Гибкие настройки ролей и прав.	Воспринимается в основном как платформа для геймеров
Однокласс-ники	Интеграция с играми и стриминг.	Не такой приватный, как Signal или Телеграм.
	Популярен среди старшего поколения в СНГ, ностальгический контент, игры, удобство для поиска старых друзей.	Устаревший интерфейс, много рекламы, слабые функции приватности

⁴ Составлено авторами по материалам исследования.

ВКонтакте (VK)	Многофункциональность (соцсеть, музыка, видео), удобство для создания групп и событий, популярен в СНГ.	Слабая приватность, много рекламы.
Instagram (принадлежит Meta)	Визуальный контент, мощные инструменты для бизнеса и блогеров.	Приватность не является приоритетом, алгоритмическая лента, фокус на публичном контенте, требует много трафика.

Рассмотрев наиболее популярные программы, их функциональные возможности, удобство и статистику использования, авторы для проведения эксперимента выбран мессенджер WhatsApp.

Проведение эксперимента позволило проанализировать время принятия управленческого решения, возможность возникновения конфликтной ситуации, а также потеря информации. Также в рамках эксперимента проанализировано решение коммуникативных задач.

Коммуникационные задачи — это конкретные шаги и действия, которые необходимо предпринять для достижения бизнес-целей. Такие задачи могут меняться в зависимости от бизнеса, этапа его развития и типа аудитории, видов коммуникации.

Внутренние коммуникации — направлены на сотрудников компании, информация не транслируется на широкие массы, а обсуждается в ограниченном кругу. Задача — способствовать оперативному решению рабочих задач и благоприятной атмосфере в коллективе.

В рамках эксперимента авторами были разработаны кейсы по согласованию управленческого решения, разрешению конфликтной ситуации, распределению организационных задач, проведению выборов лидера. Описание задач, предлагаемых для решения, и выводы, сделанные по результатам обработки результатов эксперимента представлены ниже.

1. Согласование управленческого решения.

Описание: группе нужно прийти к единому мнению по сложному вопросу, где есть несколько вариантов, каждый со своими плюсами и минусами. Цель — не просто выбрать вариант, а убедиться, что все члены группы понимают и поддерживают окончательное решение.

Пример: «Вашей компании выделен ограниченный бюджет. Нужно согласовать, на что его потратить в первую очередь: на маркетинг, обучение сотрудников или новое оборудование. Аргументируйте свой выбор».

Вывод: ключевым итогом такого обсуждения является не просто выбор варианта, а достижение консенсуса. Все участники должны понять обоснованность окончательного решения, даже если изначально отдавали предпочтение другому варианту. Это превращает группу из совокупности индивидов в сплоченную команду, готовую сообща реализовывать выбранный курс. Успех измеряется не скоростью принятия решения, а глубиной проработки аргументов, активным слушанием и добровольным согласием каждого с тем, что выбранный путь является наилучшим для компании в данных условиях.

2. Решение конфликта (распределение материальных благ).

Описание: задача, где интересы участников изначально не совпадают и ресурсы ограничены. Необходимо найти компромиссное решение, которое участники сочтут справедливым, чтобы избежать обид и сохранить рабочие отношения.

Пример: «Ваш отдел получил премию в размере 100 тыс. рублей на пять человек. Распределите ее между сотрудниками, учитывая их разный вклад в общий проект. Каждый участник будет отстаивать свою ценность для команды».

Вывод: главным результатом в такой ситуации является не только математическое распределение средств, но и сохранение рабочих отношений внутри команды. Успешное решение достигается, когда участники воспринимают процесс как справедливый, даже если они лично получили немного меньше. Это требует открытости, признания вклада других и готовности к компромиссам. Результатом должно быть не только удовлетворение от суммы, но и уверенность в том, что ее ценность замечена и уважается, что предотвращает недовольство и создает здоровую атмосферу доверия к будущему.

3. Распределение организационных задач.

Описание: нужно совместно разработать план действий и распределить зоны ответственности между участниками. Ключ – ясность, реалистичность сроков и добровольное согласие каждого взять на себя свою часть работы.

Пример: «Вашей команде поручено организовать корпоративное мероприятие через две недели. Вам нужно определить список всех задач (зал, кейтеринг, программа, приглашения) и распределить, кто за что отвечает».

Вывод: эффективность этого процесса определяется ясностью, реализмом и добровольным принятием ответственности. Когда задачи распределяются на основе способностей, рабочей нагрузки и желаний участников, возникает чувство собственности на результат. Конечная цель - не только составить список необходимых заданий, но и общее понимание программы, в которой каждый знает свою роль, время и точки взаимодействия с другими. Такой подход гарантирует, что работа выполняется эффективно и своевременно, а команда действует как хорошо скоординированный механизм.

4. Проведение выборов лидера.

Описание: задача, требующая убеждения, аргументации и выявления неформального авторитета. Группе необходимо определить самого подходящего кандидата на роль руководителя проекта, основываясь на навыках и опыте каждого.

Пример: «Вашей группе предстоит сложный и долгосрочный проект. Вам нужно выбрать лидера, который будет координировать работу, принимать окончательные решения и отчетываться перед руководством. Каждый из Вас может предложить свою кандидатуру или другого участника, приведя аргументы».

Вывод: таким образом, результатом выборов руководителя должно быть не только официальное назначение, но и получение мандата доверия от всей группы. Успешный процесс приводит к тому, что команда добровольно делегирует полномочия выбранному кандидату, поскольку они убеждены в его компетентности и лидерских качествах. Это создает основу для будущей продуктивной работы, поскольку руководитель получает искреннюю поддержку, а команда уверена в том, что ими руководит самый квалифицированный специалист, способный привести проект к успеху.

Сущность эксперимента заключалась в поиске решения участниками только с помощью мессенджеров или только при очной коммуникации (прямом взаимодействии). Основным показателем, анализируемым по результату принятия решений, было время принятия решения в минутах. Участниками эксперимента явились студенты очного направления подготовки бакалавриата по профилю «Организация бизнес-процессов» в количестве 107 человек, а также молодые специалисты, получившие высшее образование по вышеназванному направлению подготовки в количестве 27 человек. Таким образом, в эксперименте приняли участие 134 человека. Для формирования выводов по данному исследованию данная выборка может считаться репрезентативной.

Участники эксперимента были разбиты на мини-группы по пять человек, половина участников решала задачи только с помощью мессенджеров, другая половина – только в очной коммуникации. Для чистоты эксперимента, мини-группы были сформированы таким образом,

что их участники в повседневном общении очных и не очных коммуникаций практически не поддерживали. Обобщенный анализ результатов эксперимента отражен на рис. 2.

Анализ результатов эксперимента показывает, что явного преимущества в процессе принятия управленческих решений в очном или заочном (цифровом) режиме в процессе эксперимента не выявлено. В зависимости от типа решаемых задач преимущество в скорости выработки решения показывает то одна, то другая группа. В случае решения задачи «выбора из перечня» (решение конфликта и выборы лидера) время решения задачи практически одинаково.

Анализ результатов задачи по «согласованию управленческого решения» показал, что группы, осуществляющие коммуникацию в прямом взаимодействии, нашли решение быстрее, чем группы, использовавшие мессенджеры. По мнению авторов это объясняется более высокой скоростью взаимодействия при очном общении. Говорить быстрее, чем набирать текст. Можно отметить, что решение было принято единодушно всеми участниками мини групп. Решение принималось демократическим путем – каждый участник озвучил решение задачи, далее большинством голосов – единогласно решение было принято.

Задача по «решению конфликта» была решена практически за одинаковое время обеими типами команд. Участники предлагали разные варианты выхода из конфликтной ситуации, однако, неформальные лидеры мини групп, сформулировали решение задачи, и оно было поддержано другими участниками. Решение данной задачи у мини групп, взаимодействующих с помощью мессенджеров, выглядело иначе: один из членов команды высказывал свое мнение, и другие участники практически без дебатов единогласно поддержали такое решение.

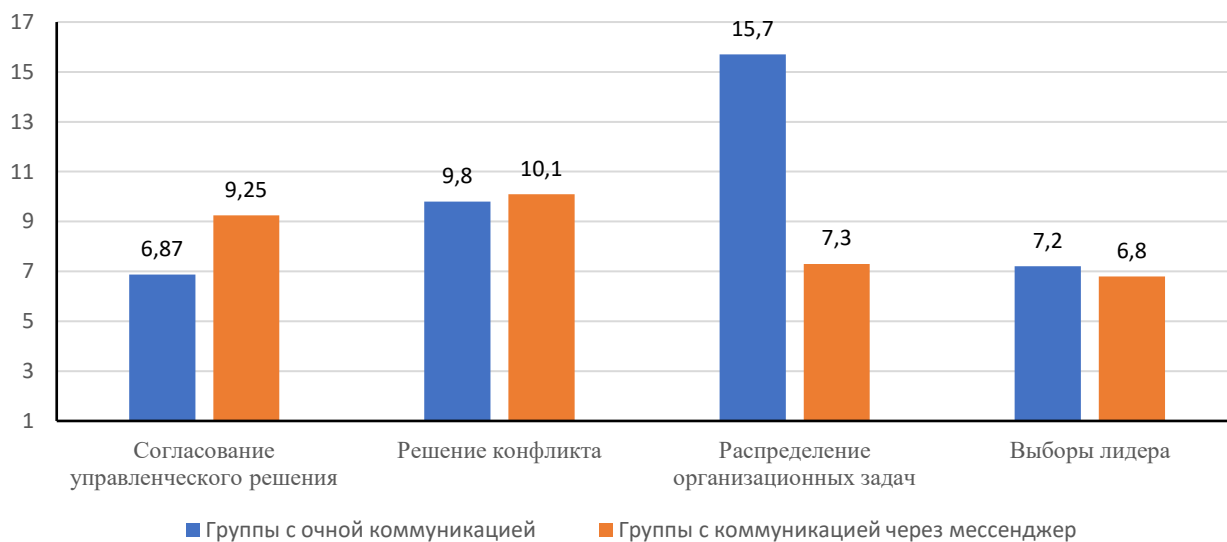


Рис. 2. Среднее время решения задачи (мин)⁵

Интересно отметить, что решение по «распределению организационных задач» вызвало горячие дебаты участников очной коммуникации. Участники выступали с аргументацией решения, отстаивали его. В некоторых мини группах решение принималось путем голосования – большинством голосов. В этом случае преимущество на стороне очной коммуникации.

⁵ Составлено авторами по материалам исследований.

Непредвиденные результаты решения задачи по «выбору лидера» в группе заключаются в чрезвычайно быстром нахождении согласованного решения. Участники всех мини групп практически единогласно утверждали выдвигаемые кандидатуры из состава участников группы, способные возглавить эту группу.

Говоря о стиле общения, который выбрали участники эксперимента при решении задач, можно отметить, что у мини-групп, решающих кейсы очно, стиль был скорее демократический, у команд, использующих мессенджеры, отмечено использование преимущественно авторитарного стиля [18].

Заключение

На данном этапе развития общества существует устойчивая тенденция использования виртуальной коммуникации. Диверсификация мессенджеров по области использования сама по себе может способствовать фрагментации коммуникации и увеличению когнитивной нагрузки пользователя, что является дополнительным фактором, который может повлиять на потерю информации и эмоциональность послания. Массовость использования мессенджеров, подтвержденная статистикой, делает проблему потери информации в этой среде чрезвычайно значимой для исследования. Рассматривая решения различных коммуникационных задач, при использовании онлайн-среды и при очном решении вопросов выявлены как различия во временных интервалах принятия управленческих решений, так и идентичные показатели. Что свидетельствует об эффективности использования виртуальной коммуникации в части функционально необходимых процессов в менеджменте. В частности, при распределении задач, время, затраченное на принятие коллективного решения с помощью электронной коммуникации меньше. Однако согласование управленческого решения, проведенное в очном формате, имеет временное преимущество перед таким же процессом через мессенджеры. Выводы, полученные в результате данного исследования, открывают перспективы для анализа эффективности использования цифровых технологий в принятии управленческих решений.

Список источников

1. Каган М.С. Система и структура // Системные исследования: методологические проблемы: Ежегодник // гл. Ред. Д.М. Гвишиани. М.: Наука, 1983 г., С.86-106.
2. Андреева, Г. М. Социальная психология в пространстве современной науки и культуры / Г. М. Андреева // Психологические исследования. – 2013. – Т. 6, № 30. – С. 2. – EDN SFJMGJ.
3. Цветков Виктор Яковлевич. Цифровые технологии в управлении // Современные технологии управления. ISSN 2226-9339. — №1 (109). Номер статьи: 10907. Дата публикации: 28.03.2025. Режим доступа: <https://sovman.ru/article/10907/>.
4. Панфилова, А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности / А. П. Панфилова; Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей, экономики и права. – 2-е издание. – Санкт-Петербург : Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, 2004. – 494 с. – ISBN 5-7320-0725-0. – EDN QANFIE.
5. Семченко, И. В. Коммуникационный процесс в управленческой деятельности / И. В. Семченко, М. И. Башманова // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2013. – № 3(3). – С. 124-127. – EDN TFNEOJ.
6. Якупов, П. В. Коммуникация: определение понятия, виды коммуникации и ее барьеры / П. В. Якупов // Вестник университета. – 2016. – № 10. – С. 261-266. – EDN XCCQTH.
7. Юсупова, С. М. Процесс принятия управленческих решений в организации в условиях развития цифровой экономики / С. М. Юсупова // Гуманитарный научный журнал. – 2023. – № 3-1. – С. 28-37. – EDN WQNTWI.
8. Степаненко, А. С. Low-code платформы как тенденция управления BPMS / А. С. Степаненко // Гражданская авиация на современном этапе развития науки, техники и общества

: Сборник тезисов докладов Международной научно-технической конференции, посвященной 50-летию МГТУ ГА, Москва, 25–26 мая 2021 года. – Москва: ИД Академии Жуковского, 2021. – С. 475-476. – EDN AZTIPS.

9. Гаранина, О. Д. Ориентация на человека как основа матрицы развития информационного общества / О. Д. Гаранина // Гуманитарный научный вестник. – 2024. – № 4. – С. 105-110. – DOI 10.5281/zenodo.11065070. – EDN YTTVDZ.

10. Степаненко, А. С. СМ пассажира как способ взаимодействия потребителя и производителя в авиатранспортной отрасли / А. С. Степаненко, К. А. Князева // Наукосфера. – 2024. – № 2-1. – С. 217-221. – EDN NVQATL.

11. Трифонова, А. О. Влияние социальных сетей и искусственного интеллекта на межличностное общение в современном обществе / А. О. Трифонова // Современные и информационные технологии в социальной сфере : Сборник научных трудов в 2 томах, Чебоксары, 25 апреля 2025 года. – Чебоксары: Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет (МАДИ), 2025. – С. 204-206. – EDN CAEABH

12. Смирнова, Т. В. Эмоциональность в цифровом пространстве / Т. В. Смирнова // Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения. – 2020. – Т. 4, № 3. – С. 259-264. – DOI 10.35634/2587-9030-2020-4-3-259-264. – EDN JBRPIJ.

13. Возможные психологические риски внедрения новых технологий в профессиональную деятельность / А. Н. Демин, А. В. Рендакова, С. А. Погорелов, Д. Д. Алтынник // Национальное здоровье. – 2025. – № 3. – С. 28-34. – DOI 10.34853/NZ.2025.16.92.007. – EDN SLYDCU.

14. Орлова, О. Н. Педагогический эксперимент эмпирического подтверждения положительной динамики при использовании научных подходов в обучении для каждого направления специальности / О. Н. Орлова // Педагогический журнал. – 2022. – Т. 12, № 6-1. – С. 84-97. – DOI 10.34670/AR.2022.89.47.081. – EDN YQTDML.

15. Sushko, O. Russian IT Services Market / O. Sushko, A. Plastinin, D. Skvortsov // Lecture Notes in Information Systems and Organisation, Rostov-on-Don, 26–28 апреля 2021 года. – Rostov-on-Don, 2022. – P. 218-227. – DOI 10.1007/978-3-031-05175-3_22. – EDN KZMEQG.

16. Стефанова, Н. А. Мессенджеры как цифровой бизнес-инструмент / Н. А. Стефанова, К. О. Шматок // Карельский научный журнал. – 2018. – Т. 7, № 2(23). – С. 127-129. – EDN XURWHJ.

17. Стефанова Н. А., Куванова Т.С. ИНТЕРНЕТ КАК СЕРВИСНАЯ ПЛОЩАДКА//Актуальные вопросы современной экономики. - 2017 г. № 4. С. 44. EDN YLPMXL.

18. Авиационные компетенции в современных реалиях / М. М. Алексеева, А. И. Боброва, Л. Г. Большедворская [и др.]. – Москва: Издательско-торговая корпорация Дашков и К, 2025. – 260 с. – ISBN 978-5-394-06243-8. – EDN NDROQD.

Сведения об авторах

Степаненко Елена Владимировна, кандидат социологических наук, доцент, Московский государственный технический университет гражданской авиации. Москва, Россия.

Синяева Александра Вадимовна, студентка 2 курса бакалавриата направления подготовки 25.05.05. Аэронавигация, профиль – Организация бизнес-процессов, Московский государственный технический университет гражданской авиации, Москва, Россия.

Information about the authors

Stepanenko Elena Vladimirovna, Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Associate Professor of Economics and Management in Air Transport Moscow State Technical University civil aviation, Moscow, Russia.

Sinyaeva Alexandra Vadimovna, 2nd year undergraduate student of the field of study 05/25/05. Air navigation. Profile – Organization of business processes Moscow State Technical University civil aviation, Moscow, Russia.