

БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ СТРУКТУР

Алимова Ш.А.¹, Ниёзова И.Н.²

¹Алимова Шамсия Абидовна - преподаватель,
кафедра менеджмента,
Бухарский инженерно-технологический институт;

²Ниёзова Ирода Ниязовна - преподаватель,
кафедра экономики,
Бухарский государственный университет,
г. Бухара, Республика Узбекистан

Аннотация: в статье подчеркивается важность бизнес-коммуникации в системе управления промышленных структур. Одним из важнейших условий эффективного функционирования промышленной вертикально-интегрированной структуры является формирование эффективных бизнес-коммуникаций между ее управляющей компанией и бизнес-единицами, а также со всеми сторонними организациями.

Ключевые слова: вертикально-интегрированные структуры, система управления, бизнес-коммуникации, методы оценки эффективности.

В условиях перехода узбекистанской экономики на инновационный путь развития одно из ведущих положений в реальном секторе экономики должны будут занять промышленные вертикально-интегрированные структуры, объединившие в рамках своей деятельности процесс разработки продукта, добычи и переработки сырья и материалов, производства и сбыта готовой продукции. В связи с этим актуальной проблемой экономической науки стало проведение исследований в области развития теоретико-методологических и организационно-методических основ повышения эффективности системы управления промышленных вертикально-интегрированных структур, которая способна адекватно адаптироваться к постоянным изменениям внутренней и внешней среды.

Бизнес-коммуникации в промышленных вертикально-интегрированных структурах характеризуются разнообразием деловых связей, обусловленных спецификой деятельности и различным уровнем организационной культуры бизнес-единиц, управляющей компании и сторонних организаций. Бизнес-коммуникации основаны на взаимодействии системы экономических, социальных, организационных, управленческих и психологических отношений, складывающихся между организациями.

Поэтому социально-экономические показатели результатов деятельности промышленных вертикально-интегрированных структур во многом зависят от качества организации и эффективности осуществления бизнес-коммуникаций. Объективный анализ и оценка эффективности бизнес-коммуникаций в системе управления вертикально-интегрированных структур, дадут возможность выявить негативные характеристики в бизнес-коммуникациях и разработать способы по их устранению.

Специфика бизнес-коммуникаций также обусловлена отраслевой принадлежностью вертикально-интегрированных структур. Так, особенностями бизнес-коммуникаций вертикально-интегрированных структур пищевой (мучной) промышленности является наличие полного цикла производства мучной продукции от выращивания сырья для мучного производства до его переработки, производства, сбыта и хранения продукции.

Опыт многих стран подтверждает целесообразность создания мощных корпоративных структур, так как они во многом задают вектор развития реального сектора национальной экономики и являются основой для поддержания стабильности промышленного производства.

Интеграция узбекских предприятий в корпоративные структуры позволяет объединить возможности промышленного, финансового, торгового, информационного и интеллектуального капиталов и создает потенциал реализации эффекта совместной деятельности. Процессы вертикальной и горизонтальной интеграции в значительной мере обусловлены требованиями инновационных процессов и изменением институциональных условий экономического поведения хозяйствующих субъектов.

Взаимосвязь и взаимовлияние бизнес-коммуникаций обеспечивает эффективность функционирования вертикально-интегрированных структур, что превращает бизнес-коммуникации в стратегический ресурс управления и один из важнейших факторов конкурентоспособности вертикально-интегрированных структур.

Анализ существующих видов бизнес-коммуникаций, проведенный на основе научной литературы, позволил нам предложить и описать новую многоаспектную классификацию бизнес-коммуникаций применительно к специфике промышленных вертикально-интегрированных структур, по признакам:

- состава участников (индивидуально межличностные между двумя работниками; групповые между группами, функционирующими в организации; организационные между различными организациями, в частности со сторонними организациями);
- степени формализации (формальные и неформальные);
- направленности;
- эффективности (эффективные, неэффективные с точки зрения сопоставления затрат или достижения цели);
- проявлению (вербальные и невербальные);
- наблюдаемости (явно наблюдаемые в деловой практике и латентные, для выявления, которых необходимо применение специальных научных методов);
- степени интенсивности и ответственности (высокой, средней и низкой);
- позитивного, негативного и нейтрального характера;
- различной длительности (одноразовые, краткосрочные, долгосрочные).

Список литературы

1. *Агафонов В.А.* Стратегический менеджмент: модели и процедуры: монография / В.А. Агафонов. Москва: Инфра-М, 2017.
2. *Таирова М.М., Рахматуллаева Ф.М.* Прямые иностранные инвестиции как фактор развития инновационной экономики // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук, 2014. № 8-1.
3. *Таирова М.М., Абдуллаев А.Ж., Гиязова Н.Б.* Особенности маркетинга в агропромышленном комплексе // Современное экологическое состояние природной среды и научно-практические аспекты рационального природопользования, 2016. С. 3871-3873.
4. *Кайимова З.А., Таирова М.М.* Инвестиционная деятельность коммерческих банков Республики Узбекистан // Современные тенденции развития аграрного комплекса, 2016. С. 1602-1603.
5. *Аралбаева Г.Г. и др.* Инновационное развитие: потенциал науки и современного образования, 2020.
6. *Абдуллоев А.Ж., Давлатов С.С.* Развитие сотрудничества банковского и аграрного сектора в Узбекистане // Современное экологическое состояние природной среды и научно-практические аспекты рационального природопользования, 2016. С. 4092-4095.
7. *Таирова М. М., Гиязова Н. Б.* Поддержка предпринимательской деятельности в Узбекистане // International scientific review, 2016. № 2 (12).
8. *Khurramov O.* Osobnosti ispol'zovaniya marketingovykh instrumentov v sotsial'nykh media // Alatau Academic Studies, 2016. Т. 4. № 4. С. 61.
9. *Абдуллоев А.Ж., Давлатов С.С.* Определения конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий // Современные тенденции развития аграрного комплекса, 2016. С. 1423-1426.
10. *Кауитович К.О.* The capability of internet in sphere of tourism and services // Polish science journal, 2019. С. 160.
11. *Абдуллоев А.Ж., Таирова М.М., Усманова А.Б.* Особая характеристика агротуризма // Вопросы науки и образования, 2020. № 11. С. 95.
12. *Tairova M.M., Giyazova N.B., Dustova A.K.* Goal and objectives of integrated marketing communications // Economics, 2020. № 2. С. 5-7.
13. *Shoimardonkulovich Y.D., Hamidovich R.O.* Elaboration of regional strategies for the development and improvement of land and water in agriculture // Academy, 2020. № 2 (53).
14. *Shoimardonkulovich Y.D.* The importance of management in the field of service // Вопросы науки и образования, 2020. № 14 (98).