

9.2. ИССЛЕДОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННОЙ ВЕРТИКАЛЬНО-ИНТЕГРИРОВАННОЙ СТРУКТУРЫ

Бигачева Е.Н., старший преподаватель кафедры «Менеджмент»

ГОУ ВПО «Московский государственный университет инженерной экологии»

В статье описаны методологические и методические основы исследования бизнес-коммуникаций в системе управления промышленных вертикально интегрированных структур как стратегического ресурса и важного фактора конкурентоспособности. Предложен комплексный подход к формированию оценки эффективности бизнес-коммуникаций промышленной вертикально-интегрированной структуры.

ВВЕДЕНИЕ

В условиях перехода российской 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.

Анализ теоретических проблем, методических и практических задач повышения эффективности системы управления промышленных вертикально-интегрированных структур [4, 6, 15] показал, что одним из важнейших условий успешного функционирования промышленной вертикально-интегрированной структуры является формирование эффективных бизнес-коммуникаций между ее управляющей компанией и бизнес-единицами, а также со всеми сторонними организациями.

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 сахарной промышленности является наличие полного цикла производства сахарной продукции от выращивания сырья для сахарного производства до его переработки, производства, сбыта и хранения продукции.

Все вышеуказанное показывает необходимость проведения исследования бизнес-коммуникаций в системе управления промышленных вертикально-интегрированных структур с уче-

том множества экономических, социальных, организационно-управленческих и психологических факторов, и разработки организационно-методических основ комплексной оценки эффективности бизнес-коммуникаций промышленной вертикально-интегрированной структуры. В настоящее время не определен понятийный аппарат бизнес-коммуникаций промышленных вертикально-интегрированных структур; не разработаны критерии, показатели и методика комплексной оценки эффективности бизнес-коммуникаций. Слабая проработанность теоретических проблем и методических основ оценки эффективности бизнес-коммуникаций в системе управления промышленных вертикально-интегрированных структур, определила выбор темы и содержания данной статьи.

1. БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ВЕРТИКАЛЬНО-ИНТЕГРИРОВАННЫХ СТРУКТУР

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 российских 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.

Формирование крупных вертикально интегрированных структур является одной из существенных тенденций современной российской экономики, поэтому в настоящее время особую актуальность приобретает научная проблема исследования образования и совершенствования вертикально-интегрированных структур. В 2009 г. российский рынок слияний и поглощений сократился более чем на 57,2%, составив около 41,91 млрд. долл. США против 98 млрд. долл. в 2008 г., что связано, прежде всего, с сохранением неблагоприятных кризисных факторов, сокращением потребительского спроса и пересмотром корпоративных стратегий [13]. К примеру, в сахарной промышленности количество вертикально-интегрированных структур в течение последних пяти лет практически не изменялось, а доля выпуска продукции в валовом продукте отрасли достигла 78% (табл. 1).

Система управления вертикально-интегрированной структуры показывает наличие материальных, финансовых и информационных потоков, которые основываются по сути своей на коммуникациях. Проведенный нами анализ литературы по вопросам исследования коммуникаций в организациях [1, 2, 3, 9, 10] показал, что наиболее корректным, являются термин «бизнес-коммуникации», который определяет все многообразие связей между участниками бизнес-процесса, входящих в своеобразный жизненный цикл бизнес-коммуникации, начиная от первых деловых контактов с контрагентами, презентации товаров и услуг, проведения рекламных кампаний, ведения переговоров, заключения договоров, и завершая актом прекращения коммуникации. Бизнес-коммуникации осуществляются между различными субъектами экономической деятельности и их специфи-

кой является то, что в результате бизнес-коммуникаций образуется коммерческая прибыль, следовательно, бизнес-коммуникации, как правило, затрагивают коммерческие интересы обеих сторон.

Таблица 1

ПОКАЗАТЕЛИ ВЕРТИКАЛЬНО-ИНТЕГРИРОВАННЫХ СТРУКТУР САХАРНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Показатель	Годы				
	2004	2006	2007	2008	2009
Количество вертикально-интегрированных структур сахарной промышленности, ед.	11	12	11	11	12
Общее число предприятий, входящих в вертикально-интегрированные структуры, ед.	702	713	725	739	745
Доля выпуска продукции вертикально-интегрированными структурами в валовом продукте сахарной промышленности, %	73,7	77,4	78,0	78,4	77,0
Доля занятых на предприятиях по производству сахарной продукции вертикально-интегрированных структур сахарной промышленности, %	73	78	79	78	76

Бизнес-коммуникации для промышленных вертикально-интегрированных структур, хотя по своей формальной форме имеют информационный характер, но по внутреннему содержанию основаны на взаимодействии системы экономических, социальных, организационно-управленческих, психологических и технологических отношений, складывающихся между организациями. Особым признаком для промышленных вертикально-интегрированных структур является наличие внутрикорпоративных и внекорпоративных бизнес-коммуникаций. Бизнес-коммуникации в системе управления промышленных вертикально-интегрированных структур возникают при непосредственном контакте людей и опосредованно с помощью технических средств передачи информации, являются не однократным актом, продолжают в течение некоторого довольно длительного периода времени, обладают значимостью, смысловым содержанием, интенсивностью, ответственностью.

Роль бизнес-коммуникаций в промышленных вертикально-интегрированных структурах определяется:

- влиянием их эффективности на процессы передачи информации, управляющих воздействий, подготовки, принятия и выполнения управленческих решений;
- созданием благоприятного социально-психологического климата в организациях, установлением доверия между управляющей компанией, бизнес-единицами и всеми сторонними контрагентами.

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 [1, 2, 5, 9], 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 (вертикальные, они делятся на нисходящие и восходящие, соответственно от направления к нижнему уровню или высшему уровню управления; горизонтальные – в рамках одного уровня иерархии);
- 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).

2. КРИТЕРИИ, ПОКАЗАТЕЛИ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ В ПРОМЫШЛЕННЫХ ВЕРТИКАЛЬНО-ИНТЕГРИРОВАННЫХ СТРУКТУРАХ

Критерий эффективности оценки бизнес-коммуникаций должен отражать целесообразность их организации и осуществления и служить основой для оценки степени достижения цели коммуникации с учетом произведенных затрат посредством использования различных ресурсов. Целью бизнес-коммуникаций в промышленной вертикально-интегрированной структуре является создание благоприятных условий для социально-экономического развития ее предприятий, к числу которых относятся создание во внешней среде благоприятного имиджа и высокой деловой репутации вертикально-интегрированной структуры, повышения доверия к ней ее деловых партнеров и контрагентов, включая органы государственного управления всех уровней, в частности субъектов Российской Федерации. Внутри вертикально-интегрированной структуры условиями для достижения этих целей являются укрепление производственной, технологической, экономической и управленческой дисциплины, улучшение социально-психологического климата в трудовых коллективах ее бизнес-единиц и управляющей компании.

Из теории управления известно, что идеальным состоянием коллектива является такое, при котором формальные и неформальные группы или структуры максимально совпадают [11]. Максимальное совпадение формальных и неформальных бизнес-коммуникаций является важнейшим условием стабильности бизнес-коммуникаций, создает сплоченность в коллективе и дает существенный социально-экономический эффект. И, наоборот, при несовпадении формальных и неформальных бизнес-коммуникаций, индивидуальные нормы коммуникативной деятельности расходятся с групповыми и корпоративными, что препятствует достижению эффективности коммуникативной деятельности. Поэтому одной из важнейших задач руководства промышленной вертикально-интегрированной структуры и руководителей ее бизнес-единиц является приведение в соответствие формальных и неформальных бизнес-коммуникаций.

Повышение эффективности бизнес-коммуникаций в значительной степени усиливают позитивные факторы вертикальной интеграции, такие как рост производст-

венной эффективности, рост конкурентных преимуществ, синергическое улучшение операционных и финансовых показателей, концентрация и ускорение воспроизводства капитала, сокращение транзакционных издержек, рост конкуренции на рынке продукции с высокой добавленной стоимостью, уменьшение себестоимости производства конечного продукта с возможным снижением его цены. Эффективность бизнес-коммуникаций одновременно снижает негативные факторы, такие, как снижение стратегической маневренности, рост издержек управления и контроля и др.

Для построения критериев эффективности бизнес-коммуникаций необходимо в первую очередь сформулировать принципы формирования эффективных бизнес-коммуникаций. На основе анализа научной литературы [2, 3, 8, 12] и учитывая специфику промышленных вертикально-интегрированных структур [4, 6] в качестве принципов, которые будут способствовать формированию эффективных долгосрочных коммуникаций бизнес-коммуникаций, мы предлагаем:

- принцип научности, который показывает необходимость учета фундаментальных закономерностей поведения человека в бизнес-коммуникации в условиях неполной информации и наличия субъективизма участников коммуникации, что обуславливает применение научных методов для комплексного изучения и повышения эффективности процессов бизнес-коммуникаций;
- принципы конкретности и адаптивности, которые показывают, что в условиях постоянного изменения корпоративной и внешней среды должны соответственно адаптироваться как коммуникативные технологии, так и коммуникативная компетентность персонала;
- принцип профессионализации и коммуникативной компетентности, согласно которого для коммуникативной деятельности должен формироваться специально подготовленный персонал, имеющий соответственные полномочия и компетенцию, в наибольшей степени удовлетворяющий требованиям и индивидуальным потребностям контрагентов и обеспечивающий конкурентное преимущество вертикально-интегрированной структуры;
- принцип социально-психологической комфортности и доверия, который требует как создания благоприятного социально-психологического климата для осуществления бизнес-коммуникации и согласования интересов участников коммуникаций с учетом соблюдения этических норм при осуществлении коммуникаций, так то, что в результате эффективной коммуникации социально-психологический климат должен улучшаться;
- принцип ясности и релевантности бизнес-коммуникации, согласно которому коммуникации должны протекать в простой форме, должны быть одинаково понятны ее участникам и должны иметь для них примерно равнозначное значение и, совпадать с системой их ценностей;
- принцип экономичности, согласно которого необходимо сопоставлять результаты и учитывать затраты организации и осуществления бизнес-коммуникаций;
- принцип снижения риска неэффективной бизнес-коммуникации, который показывает необходимость персонального учета ненадежных в коммуникативном отношении контрагентов.

Для вертикально-интегрированных структур нами предложены такие виды локальной эффективности, как экономическая, социальная, организационно-управленческая, психологическая, коммуникативная, информационная и технологическая эффективность. В качестве критерия указанных видов эффективности выбрана степень наилучшего использования соответствующего вида ресурсов, способствующая достижению локальных целей.

В соответствии с приведенными выше видами эффективности должны быть построены соответствующие количественные показатели. Что касается интегрального показателя эффективности то, учитывая различную природу локальных видов эффективности, его можно представить в виде их векторной величины, которую следует оценивать, сопоставляя с некоторым эталонным вектором нормативных значений.

Учитывая сложность содержания и строения бизнес-коммуникаций научно-методологическое и методическое обеспечение оценки эффективности бизнес-коммуникаций промышленных вертикально-интегрированных структур их исследование должно быть, основано на междисциплинарном подходе. Методическое обеспечение оценки эффективности бизнес-коммуникаций промышленных вертикально-интегрированных структур включает в себя методы экономики промышленности и производственного менеджмента, организационного проектирования, управленческой диагностики, социологического обследования, оценки социально-психологического климата, психодиагностического тестирования, конфликтологии, статистических исследований, экспертных оценок, информационных технологий и коммуникационного менеджмента. На рис. 1 приводится соподчиненность приведенных выше понятий цели, критерия, показателей и методов оценки эффективности бизнес-коммуникаций в промышленных вертикально-интегрированных структурах.

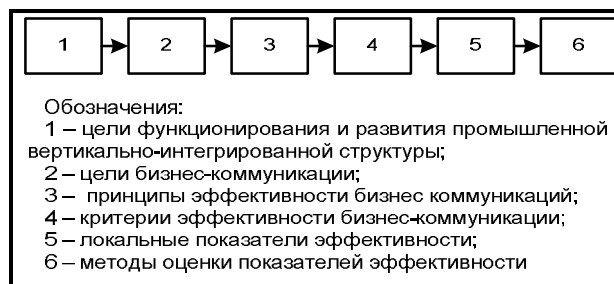


Рис. 1. Понятийный аппарат оценки эффективности бизнес-коммуникаций промышленных вертикально-интегрированных структур

3. КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ВЕРТИКАЛЬНО-ИНТЕГРИРОВАННОЙ СТРУКТУРЫ

Для количественной характеристики бизнес-коммуникации в первую очередь необходимо определить число организаций, между которыми осуществляются бизнес-коммуникации. Далее нами предлагается построить матрицу бизнес-коммуникаций за некоторый отчетный период. Как строки, так и столбцы этой коммуникационной матрицы определяют два множества:

- организации, входящие в состав вертикально-интегрированной структуры;
- сторонние организации.

На пересечении строки по *i*-й организации и столбца по *j*-й организации коммуникативной матрицы располагается число коммуникаций за определенный отчетный период между этими организациями. На основе коммуникативной матрицы можно определить корпоративный

коммуникативный статус i -й организации, как сумму элементов строки по i -й организации.

На основе группировки элементов матрицы по их принадлежности к тем или иным группам организаций (управление, научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки, производство продукции, добыча сырья, сбыт продукции, сторонние организации) можно определить групповые показатели коммуникации между группами и внутри одинаковых групп. Чтобы оценить значимость некоторого типа бизнес-коммуникаций перечисленных групп необходимо рассчитать удельный вес бизнес-коммуникаций группы в общем числе бизнес-коммуникаций.

Для совершенствования технологий бизнес-коммуникаций вертикально интегрированной структуры нами была разработана методика комплексной оценки эффективности бизнес-коммуникаций по следующим ее видам: экономической, социальной, организационно-управленческой, психологической, коммуникативной, информационной, технологической эффективности.

- Экономическая эффективность определяется процентным отношением числа контрагентов, которые принесли организации чистую прибыль к общему числу контрагентов.
- Социальная эффективность определяется степенью удовлетворенности социальными последствиями бизнес-коммуникаций и выражается процентным отношением численности работников вертикально-интегрированной структуры и ее контрагентов, удовлетворенных социальными последствиями бизнес-коммуникаций к общему числу работников, которых в той или иной мере коснулись социальные последствия бизнес-коммуникаций.
- Организационно-управленческая эффективность определяется степенью использования организационно-управленческих факторов в коммуникативной деятельности и рассчитывается как процентное отношение числа работников, участвующих в бизнес-коммуникациях, у которых высокие оценки организационной культуры к общему числу работников, участвующих в коммуникациях. Оценка организационной культуры работников рассчитывается на основе методики оценки общего индекса организационной культуры, предложенной И.Д. Ладановым и включающего уровень культуры профессиональной деятельности, уровень культуры делового общения, уровень управленческой культуры, критерий морально-нравственных ориентаций и мотивации [7].
- Психологическая эффективность определяется степенью использования психологических факторов личностного потенциала работников и их групп в коммуникативной деятельности и рассчитывается процентным отношением числа работников, участвующих в бизнес-коммуникациях у которых высокие оценки коммуникационной компетентности к общему числу работников, участвующих в коммуникациях. Оценка коммуникационной компетентности проводится с помощью методики И.Д. Ладанова и В.А. Уразаевой на основе оценки трех коммуникативных ориентаций: на принятие партнера, на адекватность восприятия и понимания партнера, на достижение компромисса и стремление к соглашению [14].
- Коммуникативная эффективность определяется процентным отношением суммы позитивных бизнес-коммуникаций к общему числу бизнес-коммуникаций.
- Информационная эффективность определяется степенью использования количества и качества информации, функционирующей в процессах бизнес-коммуникаций и выражается соответствующей экспертной оценкой.

Аналогично технологическая эффективность определяется степенью использования технических и технологических средств осуществления бизнес-коммуникации: телефон, факс, радио, телевидение, программные средства, электронная почта, Интернет и т.д.

Интерпретация показателей эффективности проводится следующим образом:

- если показатель эффективности больше или равен 80%, то оценка высокая;
- если в интервале от 60% включительно до 80%, то средняя;
- если до 60% – то низкая.

Для формирования и совершенствования в промышленной вертикально-интегрированной структуре системы эффективных бизнес-коммуникаций нами предложены ряд практических рекомендаций, среди которых:

- создание в управляющей компании группы по координации и совершенствованию бизнес-коммуникаций, которая подчиняется заместителю руководителя вертикально-интегрированной структуры по стратегическому развитию, в случае отсутствия такой должности – заместителю руководителя вертикально-интегрированной структуры по маркетингу;
- разработка стратегии совершенствования бизнес-коммуникаций вертикально-интегрированной структуры, включающей целевую программу с конкретизацией задач, мероприятий, сроков их выполнения, и ответственных исполнителей, с выделением соответствующих ресурсов;
- проведение работ по совершенствованию и повышению эффективности технологий бизнес-коммуникаций, путем применения новых управленческих и информационных технологий, создания базы данных персональных характеристик участников внутрикорпоративных и внекорпоративных бизнес-коммуникаций, модернизации существующих должностных инструкций, повышения коммуникативной культуры управляющей компании и бизнес-единиц и формированию их позитивного коммуникативного имиджа путем создания атмосферы доверия на основе методов имиджологии и public relation;
- разработка и внедрение стандартов качества бизнес-коммуникаций, включающих корпоративный этический кодекс бизнес-коммуникаций; механизмы мотивации и стимулирования эффективных бизнес-коммуникаций; методики оценки и профессионального отбора работников в группу по координации бизнес-коммуникаций, а также менеджеров бизнес-единиц, в должностных обязанностях которых значительное место занимают бизнес-коммуникации; разработку планов переподготовки и повышения квалификации указанного контингента лиц и других ключевых работников в рамках системы внутрифирменного и внефирменного обучения, в частности повышения культуры ведения деловых переговоров и руководства коллективом основе совершенствования практических навыков и умений делового и управленческого общения; использование при подготовке программ внутрифирменного обучения современных активных методов обучения и социально-психологического тренинга, тайм-менеджмента и персонального менеджмента.

Выводы

Научная новизна предлагаемых в статье положений состоит в теоретическом обосновании и разработке методических основ, а практическая значимость полученных результатов состоит в возможности использования предложенных методических и практических рекомендаций в качестве инструментария стратегического управления промышленными вертикально-интегрированными структурами. Предлагаемые теоретические положения и методические подходы могут быть использованы промышленными вертикально-интегрированными структурами для совершенствования своей деятельности в области исследования, оценки эффективности и совершенствования бизнес-коммуникаций.

Раскрыта роль и содержание бизнес-коммуникаций в системе управления промышленных вертикально-интегрированных структур как важнейшего стратегического ресурса и фактора их конкурентоспособности и предложена многоаспектная классификация бизнес-коммуникаций промышленных вертикально-интегрированных структур.

Уточнен понятийный аппарат исследования бизнес-коммуникаций промышленных вертикально-интегрированных структур на основе выявления целей, формулирования принципов, разработки критериев, показателей и методов оценки эффективности бизнес-коммуникаций.

Разработана методика комплексной оценки эффективности бизнес-коммуникаций, включающая оценку экономической, социальной, психологической, коммуникативной, информационной и технологической эффективности и даны рекомендации по совершенствованию бизнес-коммуникаций в промышленных вертикально-интегрированных структурах, в частности по разработке стратегии совершенствования бизнес-коммуникаций, созданию группы координации и совершенствования бизнес-коммуникаций, повышению эффективности технологии бизнес-коммуникаций, разработке и внедрению стандартов качества бизнес-коммуникаций.

Литература

1. Аренков И.А. Бизнес-коммуникации: новые возможности получения конкурентных преимуществ [Текст] / И.А. Аренков, Ю.А. Бичун. – СПб. : Высшая экономическая школа СПбГУЭФ, 2001.
2. Бландел Р. Эффективные бизнес-коммуникации. Теория и практика в эпоху информации [Текст] / Р. Бландел ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2000.
3. Горенбургов М.А. Бизнес-коммуникации и эффективность предпринимательства [Текст] : автореф. дисс. ... д-ра экон. наук / М.А. Горенбургов. – СПб. : СПбГУЭФ, 1997.
4. Ефременко Д.А. Зарубежный опыт функционирования вертикально-интегрированных структур в экономике [Текст] / Д.А. Ефременко. – М. : МГИУ, 2005.
5. Инновационные процессы в бизнес-коммуникациях : материалы российского-американского симпозиума [Текст]. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2004.
6. Колосинская Т.А. Экономическая оценка конкурентоспособности промышленных предприятий с вертикально интегрированными структурами управления [Текст] : автореф. дисс. ... канд. экон. наук / Т.А. Колосинская. – Иркутск, 2006.
7. Ладанов И.Д. Психология управления рыночными структурами : преобразующее лидерство [Текст] / И.Д. Ладанов. – М. : УЦ «Перспектива», 1997.
8. Мекша В.С. Эффективность регулирования коммуникаций между субъектами хозяйствования [Текст] : автореф. дисс. канд. экон. наук / В.С. Мекша. – М. : ВЗФЭИ, 2000.
9. Мелентьева Н.И. Организация и планирование бизнес-коммуникаций : методология и методика [Текст] / Н.И. Мелентьева. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2005.
10. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности [Текст] / А.П. Панфилова. – СПб : С.-Петербург. Ин-т внешнеэкон. связей, экономики и права, 2001.
11. Петросян Д.С. Трудовой коллектив в условиях самоуправления [Текст] / Д.С. Петросян, Л.В. Фаткин. – М. : Знание, 1990.
12. Рейфе А.Е. Эффективность стратегий интегрированных бизнес-коммуникаций предпринимательских структур в условиях глобализации [Текст] : автореф. дисс. ... канд. экон. наук / А.Е. Рейфе. – СПб., 2008.
13. Российский рынок слияний и поглощений в 2009 г. Рынок M&A в 2009 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fbk.ru>.
14. Фетискин Н.П. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп [Текст]. / Н.П. Фетискин, В.В. Козлов, Г.М. Мануйлов. – М. : Изд. ИП, 2002.
15. Чувашов С.В. Развитие стратегического управления в вертикально-интегрированных структурах [Текст] : автореф. дисс. ... канд. экон. наук / С.Н. Чувашов. – Самара, 2004.

Бигачева Елена Николаевна

Ключевые слова

Вертикально-интегрированные структуры; система управления; бизнес-коммуникации; эффективность; методы оценки эффективности.

РЕЦЕНЗИЯ

Одним из важнейших условий эффективного функционирования промышленных вертикально-интегрированных структур является формирование эффективных бизнес-коммуникаций как внутри, так и вне корпораций. Объективная оценка эффективности бизнес-коммуникаций в системе управления вертикально-интегрированных структур, даст возможность выявить негативные характеристики в бизнес-коммуникациях и разработать способы по их устранению. Слабая проработанность теоретических проблем и методических основ оценки эффективности бизнес-коммуникаций в системе управления промышленных вертикально-интегрированных структур, определила выбор темы статьи Бигачевой Е.Н.

В статье описаны методологические и методические основы исследования бизнес-коммуникаций в системе управления промышленных вертикально-интегрированных структур как стратегического ресурса и важного фактора конкурентоспособности. Предложена новая многоаспектная классификация бизнес-коммуникаций применительно к специфике промышленных вертикально-интегрированных структур. Разработаны критерий эффективности оценки бизнес-коммуникаций и принципы формирования эффективных бизнес-коммуникаций. Разработана методика комплексной оценки эффективности бизнес-коммуникаций, включающая оценку экономической, социальной, психологической, коммуникативной, информационной и технологической эффективности и даны рекомендации по совершенствованию бизнес-коммуникаций в промышленных вертикально-интегрированных структурах.

Предлагаемые теоретические положения и методические подходы могут быть использованы промышленными вертикально-интегрированными структурами для совершенствования своей деятельности в области исследования, оценки эффективности и совершенствования бизнес-коммуникаций. Статья рекомендуется для опубликования в научном журнале.

Ежов Э.В., к.э.н., директор по науке Научно-исследовательского института экономики и информатизации социальной сферы

9.2. RESEARCH OF EFFICIENCY OF BUSINESS COMMUNICATIONS IN THE CONTROL SYSTEM OF INDUSTRIAL VERTICALLY-INTEGRATED STRUCTURE

E.N. Bigacheva, the Senior Teacher of Chair «Management»

GOU VPO «Moscow state university of engineering ecology»

Methodological and methodical bases of research of business communications in a control system of the industrial vertically integrated structures as strategic resource and important factor of competitiveness are described in the article. The complex approach to formation of estimations of efficiency of business communications of the industrial vertically-integrated structure is offered.

Literature

1. I.A. Arenkov, J.A. Bichun. Business communications: new possibilities of receipt of competitive advantages [Text] / I.A. Arenkov, J.A. Bichun. – SPb.: The higher economic school SpbGuEf, 2001.
2. R. Blandel. Efficient business communications. The theory and practice during an information epoch. [Text] / R. Blandel. Translated from English SPb: Peter, 2000.
3. M.A. Gorenburgov. Business communications and efficiency of employment. [Text] The abstract thesis on competition of a scientific degree of the Doctor of Economics. / M.A. Gorenburgov. – SPb: SPb SUEF, 1997.

4. D.A. Efremenko. Foreign experience of functioning of the vertically-integrated structures in economy [Text] / D.A. Efremenko. – M: MSIU, 2005.
5. Innovative processes in business communications: materials of the Russian-American symposium. [Text]. – SPb.: Publishing house SpbGuEf, 2004.
6. T.A. Kolosinskaja. Economic estimation of competitiveness of the industrial enterprises with vertically integrated structures managements [Text]: The abstract thesis on competition of a scientific degree of Cand.Econ.Sci. / T.A.Kolosinskaja. – Irkutsk, 2006.
7. I.D. Ladanov. Psychology of management of market structures: Transforming leadership. [Text] / I.D. Ladanov M: EC «Prospekt», 1997.
8. V.S. Meksha. Efficiency of regulation of communications between subjects of managing [Text]. The abstract thesis on competition of a scientific degree of Cand.Econ.Sci. / V.S. Meksha. – M: RCFEI, 2000.
9. N.I. Melentyeva. Organisation and planning of business communications: methodology and technique. [Text] / N.I. Melentyeva. – SPb.: Publishing house SpbGuEf, 2005.
10. A.P. Panfilova. Business communications in professional activity. [Text] / A.P.Panfilova. – SPb: S.-Peterburg. Institute of foreign economic communications, economy and law, 2001.
11. D.S. Petrosyan, L.V / Fatkin. Working staff in the conditions of self-management. [Text] / D.S.Petrosyan, L.V.Fatkin. – M: Knowledge, 1990.
12. A.E. Rejfe. Efficiency of strategy of the integrated business communications of enterprise structures in the conditions of globalisation: The abstract thesis on competition of a scientific degree of the candidate economic sciences [Text] / A.E. Rejfe. – SPb: 2008.
13. The Russian market of merges and absorption in 2009 Market M&A in 2009 www.fbk.ru
14. N.P. Fetiskin, V.V. Kozlov, G.M. Manujlov. Social-psychological diagnostics of development of a person in small groups. [Text]. / N.P. Fetiskin, V.V. Kozlov, G.M. Manujlov. – M: Edit. IP, 2002.
15. S.V. Chuvashov. Development of strategic management in the vertically-integrated structures. [Text]. The abstract of thesis on competition of a scientific degree of the candidate of economic sciences / S.N. Chuvashov. – Samara, 2004.

Keywords

The vertically-integrated structures; control system; business communications; efficiency; methods of an estimation of efficiency.