

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ПРОЦЕССЕ ИНТЕГРАЦИИ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ В МИРОВОЙ БИЗНЕС

Ядова Наталья Евгеньевна

Ст. преподаватель,

*Московский Государственный Технический
Университет им. Н.Э. Баумана*

FEATURES OF COMMUNICATION MANAGEMENT IN THE PROCESS OF INTEGRATION OF RUSSIAN COMPANIES INTO THE GLOBAL BUSINESS

N. Yadova

Annotation

The article is devoted to the goals and objectives of communication management in conditions of contemporary economic situation. Communication management presents as the main factor improving business processes. It also gives analysis of communication management specific features in Russian companies and the process of their integration into international business community. Special attention is paid to adaptation and use a variety of foreign models of management.

Keywords: communication management, information economics, integration, globalization, convergence, communications, paradigm, adaptation, information and communication technology.

Аннотация

Статья посвящена рассмотрению целей и задач коммуникационного менеджмента (КМ), определяемых современными условиями функционирования мировой экономики. КМ рассматривается как важный фактор повышения эффективности управления бизнесом. Анализируются особенности КМ российских компаний. Рассматривается проблема интеграции российских компаний в мировой бизнес с использованием инструментария КМ. Особое внимание уделяется необходимости адаптации и использованию многообразных зарубежных моделей менеджмента.

Ключевые слова:

Коммуникационный менеджмент, информационная экономика, интеграция, глобализация, конвергенция, коммуникации, парадигма, адаптация, информационно-коммуникационные технологии.

XXI век характеризуется становлением и развитием информационного общества, информационной экономики, переходом к разработке и массовому внедрению ресурсосберегающих технологий, созданию транснациональных корпораций. Экономические и политические границы становятся все более прозрачными, увеличивается доля творческого труда в производственном процессе, развивается конкуренция в условиях глобального мирового рынка. Высокотехнологичные информационно-коммуникационные технологии охватывают практически все сферы социально-технологической деятельности, общественные и предпринимательские структуры получают свободу и неограниченный доступ к использованию информационных ресурсов.

С трансформацией индустриальной экономики на новый тип экономики, базирующейся на знаниях, возникает необходимость смены парадигмы менеджмента индустриальной экономики на парадигму менеджмента постиндустриальной или информационной технологии. Соответственно, происходит эволюция парадигмы видов и типов менеджмента экономики, в том числе формирова-

ние парадигмы коммуникационного менеджмента. Концептуальные основы, парадигмы дающие возможность выявлять, идентифицировать и оценивать общие черты и особенности содержания коммуникационного менеджмента в разных странах и регионах мирового бизнеса, позволяют характеризовать национальные модели коммуникационного менеджмента. Этот процесс необходим с точки зрения развития транс национализации экономической деятельности и международной экономической интеграции российских компаний[1].

В условиях динамично развивающихся мировых хозяйственных связей, обостряющейся конкурентной борьбы, содержания управленческой деятельности, менеджмента, происходит переход от узкой специализации к интеграции. Интеграционные процессы представляют в современных условиях основу формирования принципов, методов, способов и форм менеджмента при создании крупных и сложных по организационно-технологической структуре хозяйствующих субъектов, выступающих в качестве двигателя устойчивого экономического развития. С точки зрения менеджмента интеграция представляет, в

частности, объединение экономических субъектов, углубление их взаимодействия, развития производственно-экономических и информационных связей между ними.

Международная экономическая интеграция российских компаний предполагает проведение политики установления таких взаимоотношений между компаниями, которые обеспечивают углубление и усиление взаимосвязей и взаимодействие с целью повышения эффективности функционирования, более полного использования ими конкурентных преимуществ и реализации стратегических целей интегрирующихся субъектов.

Международная экономическая интеграция является составной частью процесса глобализации, его основной базовой частью. Собственно глобализация представляет собой высшую стадию интернационализации, ее углубление и дальнейшее качественное развитие. Международная экономическая интеграция приобретает на стадии глобализации новые, более современные формы. Развивается процесс создания глобальной инфраструктуры, включающей организационно-экономическую и информационную составляющую, обеспечивающие международное сотрудничество, то есть формируются и активно применяются международные информационные технологии и транснациональные коммуникации.

Важным фактором, влияющим на состав и содержание национальной модели менеджмента и коммуникационного менеджмента, в том числе, является менталитет нации, который формируется на основе исторической особенности развития национальной общности, культуры, религиозных постулатов, географических и природно-климатических условий, национальных, социально-экономических, психологических условий.

Гармоническое соответствие между менеджментом и менталитетом предопределяет повышение степени устойчивого экономического развития, эффективную систему менеджмента.

В настоящее время одним из перспективных направлений является исследование институциональных особенностей российского коммуникационного менеджмента с целью использования его специфики в качестве одного из факторов повышения конкурентоспособности российских компаний в процессе международной экономической интеграции в условиях глобализации[2].

Существует большое количество зарубежных и отечественных исследований российского менеджмента. В российском менеджменте достаточно часто используются несколько парадигм управления, так как широко применяется мировой опыт. И, в то же время, использование современных систем менеджмента и информационно-

коммуникационных технологий не получило необходимого и достаточного распространения[4].

Другая особенность российского менеджмента заключается в том, что иерархический принцип составляет базовую методологическую основу модели управления с присущими ей недостатками (снижение эффективности, прозрачности управления, качества и оперативности принимаемых управленческих решений, распределение прав и обязанностей и так далее) при использовании различных парадигм управления.

Специфика российской модели менеджмента обусловлена различными факторами, которые имеют эволюционный характер. Слабая конкурентная среда, низкая эффективность, экстенсивные способы и факторы использования ресурсов, слабая ориентация на инновации, неразвитость правовых форм управления и бизнеса, отсутствие требований оптимизации.

Основные факторы, воздействующие на формирование российской модели коммуникационного менеджмента:

- ◆ социальные особенности, социальная энергия, то есть традиционные национальные формы и методы управления, высокий уровень централизации;
- ◆ использование международного опыта, преимущественно моделей американского менеджмента на уровне компаний и организаций и на уровне государства;
- ◆ реальное влияние научно-технического прогресса на объективные изменения форм, методов, способов, типов организации коммуникационного менеджмента.

Российский менеджмент представляет собой сочетание международной методологии и практики эффективного управления и существующего национального опыта на основе социально-исторических особенностей культуры. Национальные особенности – важный фактор для эффективной адаптации и использования многообразных зарубежных моделей (систем) менеджмента, но не является главным, решающим.

Современный менеджмент в России развивается и совершенствуется в направлении соответствия характеристикам и параметрам, определяемым процессами интеграции и глобализации с целью достижения высокой конкурентоспособности российского бизнеса[7].

Особую роль КМ играет для повышения конкурентоспособности российских компаний в процессе их интеграции в мировой бизнес.

Конвергенция информационных технологий и комму-

никационных процессов привела к возникновению нового понятия информационно-коммуникационные технологии (ИКТ). В свою очередь рост объемов и значимости различного рода информации, циркулирующей с использованием ИКТ, предопределила необходимость организации и управления этими процессами.

ИКТ становятся неотъемлемой частью всей структуры современного бизнес сообщества, Устойчивое развитие различных экономических систем определяется в значительной степени стабильностью функционирования ИКТ. Интеграция ИКТ формирует глобальную информационно-коммуникационную сеть, которая снимает пространственные, временные, социальные и другие ограничения для свободного социально-экономического взаимодействия, что, в свою очередь, является фактором оптимизации экономических и социальных процессов в условиях глобализации, глобальных информационных потоков.

Усиливается влияние международных внешних условий на организацию и функционирование российских компаний, усиливается интернационализация принципов, условий, содержания управления, активизируется и нарастает процесс экономической интеграции российских компаний в международный бизнес.

Российские компании, создаваемые и реорганизуемые в последние 20 лет, осуществляли формирование в этот период своей новой корпоративной культуры, одним из основных элементов которой стал менеджмент и его структурная составляющая – коммуникационный менеджмент. В связи с этим возникает проблема согласования состава и содержания национального коммуникационного менеджмента (характеристики которого определяются особенностями национальной корпоративной культуры) и международного типов менеджмента бизнесом, определение состава универсальных (международных) методов и инструментов коммуникационного менеджмента, ниве-

лирования неустрашимых национальных способов и средств менеджмента.

Необходимо отметить, что в настоящее время в России созданы базовые условия формирования информационной экономики: инфраструктура, широкое распространение ИКТ в бизнесе, социальной среде, государственном управлении. Однако, по уровню и динамике основных индикаторов этого процесса Россия значительно отстает от развитых стран.

Общим интегральным критерием оценки КМ можно считать степень устойчивого экономического развития экономической системы того или иного уровня, эффективность ее функционирования.

Создание современного коммуникационного менеджмента, основанного на использовании научных исследований и передовой зарубежной и отечественной практики, является одним из важнейших приоритетов экономики России. Особую значимость коммуникационный менеджмент будет иметь для повышения конкурентоспособности российских компаний в процессе их интеграции в мировой бизнес. В настоящее время передовые формы и методы коммуникационного менеджмента используются в российских компаниях недостаточно. Это является одной из причин технического, технологического и организационно-управленческого отставания российской экономики от экономики развитых стран и доминирования сырьевого экспорта над инновационным, высокотехнологичным.

Таким образом, развитие и активное внедрение коммуникационного менеджмента в повседневную практику функционирования социально-экономических структур с целью интеграции их в мировую экономику является одной из главных задач отечественной экономики и государства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Глобализация и международная экономическая интеграция. Серия: Экономика 2.0. Изд. Инфра М, Магистр, 2015
2. Горбанев С.В. Основные особенности российского менеджмента. Ж. Новые технологии №2, 2010
3. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке. Изд. Вильямс, 2003, 240
4. Кириллова Е.А. Коммуникационный менеджмент в системе публичного российского государственного управления. Ж. Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. №3, т.1, 2009
5. Мескон М.Х. Основы менеджмента. Пер. с англ. 3-е изд. Москва. Вильямс, 2007, 700с.
6. Романов А.Н., Жеребин В.М. Развитие информационного общества: Россия в русле глобальной тенденции. Ж. Вестник финансового университета. Вып.5, 2013
7. Филонович С.Р. Поиски российской модели менеджмента: взгляды инсайдеров. Ж. Российский журнал менеджмента. №3, 2004, с.5