

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

THE USE OF MODERN MANAGEMENT TECHNOLOGIES IN ENTERPRISES

Исломова Жасмина Азизовна

Ташкент, Узбекистан

Ташкентский химико-технологический институт

Islamovazasmina72@gmail.com

Контактный телефон: +998331010513

Научный руководитель: д.э.н. проф., Касимова Ф

Аннотация: В данной статье рассматривается значение современных управленческих технологий в деятельности предприятий. Особое внимание уделяется роли деловой репутации как важного нематериального актива организации. Анализируется влияние цифровой среды и интернет-коммуникаций на формирование общественного мнения о компании. Рассматриваются основные методы формирования и поддержания положительной репутации предприятия, а также инструменты управления репутацией в сети Интернет.

Abstract: This article examines the role of modern management technologies in the activities of enterprises. Particular attention is paid to the importance of business reputation as a significant intangible asset of an organization. The influence of the digital environment and online communications on the formation of public perception of a company is analyzed. The paper also discusses the main methods of building and maintaining a positive corporate reputation, as well as tools for managing reputation in the Internet space.

Ключевые слова: управление, предприятие, деловая репутация, репутационный менеджмент, интернет-коммуникации, цифровая среда.

Keywords: management, enterprise, business reputation, reputation management, online communications, digital environment.

Введение

В условиях глобализации экономики и усиления конкурентной борьбы предприятия вынуждены искать новые способы повышения эффективности своей деятельности. Одним из ключевых факторов устойчивого развития организации является использование современных управленческих технологий. Они позволяют компаниям более эффективно организовывать внутренние процессы, повышать качество продукции и услуг, а также формировать положительное восприятие бренда со стороны общества.

Важное место среди нематериальных ресурсов предприятия занимает деловая репутация. Она формируется на протяжении длительного времени и отражает степень доверия потребителей, партнеров и сотрудников к организации. В современных условиях именно репутация во многом определяет успешность компании на рынке и её конкурентоспособность.

С развитием цифровых технологий и распространением интернета роль репутационного менеджмента значительно возросла. Сегодня информация распространяется значительно быстрее, чем раньше, поэтому любое положительное или отрицательное мнение о компании может оказать существенное влияние на её деятельность.

Цель и задачи исследования

Целью данной работы является изучение значения деловой репутации в системе современного управления предприятием и анализ методов её формирования.

Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи:

- рассмотреть сущность понятия деловой репутации;
- определить значение репутации для развития предприятия;
- изучить влияние интернет-пространства на формирование репутации компании;
- проанализировать основные методы управления репутацией в сети.

Основная часть

Значение деловой репутации предприятия

Деловая репутация представляет собой совокупность представлений и оценок, сформированных у различных групп общества относительно деятельности организации. Она складывается на основе опыта взаимодействия клиентов с компанией, качества предоставляемых товаров и услуг, а также информации, распространяемой средствами массовой информации и интернет-ресурсами.

Репутация компании оказывает влияние на многие аспекты её деятельности. Во-первых, она способствует формированию доверия со стороны потребителей. Клиенты чаще выбирают продукцию тех организаций, которые имеют положительный имидж и известны высоким качеством обслуживания.

Во-вторых, хорошая репутация облегчает привлечение квалифицированных сотрудников. Потенциальные работники стремятся сотрудничать с организациями, которые обладают стабильным положением на рынке и положительными отзывами.

Кроме того, положительная репутация способствует укреплению партнерских отношений и повышению инвестиционной привлекательности предприятия.

Управление репутацией в условиях цифровой экономики

Развитие информационных технологий привело к тому, что значительная часть коммуникации между компанией и потребителями происходит в интернете. Социальные сети, форумы и различные интернет-площадки стали важным источником информации для пользователей.

Перед тем как приобрести товар или воспользоваться услугой, многие потребители изучают отзывы других клиентов. Поэтому мнение пользователей сети может существенно повлиять на репутацию компании.

В связи с этим особое значение приобретает управление онлайн-репутацией. Данный процесс включает мониторинг упоминаний компании в интернете, анализ комментариев и отзывов пользователей, а также разработку стратегий по формированию положительного информационного фона.

Одним из распространенных понятий в данной сфере является **Online Reputation Management (ORM)**. Этот термин обозначает комплекс мероприятий, направленных на контроль и улучшение репутации компании в сети Интернет.

К основным задачам ORM относятся:

- отслеживание упоминаний компании в поисковых системах и социальных сетях;
- анализ негативной информации;
- создание положительного контента;
- взаимодействие с пользователями и решение конфликтных ситуаций.

Методы формирования положительной репутации

Для успешного управления репутацией предприятия используются различные инструменты и методы. Одним из наиболее важных является постоянный мониторинг информационного пространства. Это позволяет своевременно выявлять негативные публикации и реагировать на них.

Также важную роль играет активное взаимодействие компании с клиентами. Открытый диалог с потребителями способствует повышению доверия и формированию положительного отношения к бренду.

Кроме того, организации активно используют публикации экспертных материалов, новостей и аналитических статей, которые способствуют формированию позитивного имиджа компании.

Не менее важным фактором является качество продукции и услуг. Даже самые эффективные маркетинговые стратегии не смогут обеспечить долгосрочный положительный результат, если компания не уделяет достаточного внимания качеству своей деятельности.

Заключение

Таким образом, деловая репутация является одним из ключевых факторов успешного функционирования предприятия. Она оказывает влияние на доверие со стороны клиентов, партнеров и сотрудников, а также способствует повышению конкурентоспособности компании.

В условиях активного развития информационных технологий особое значение приобретает управление репутацией в интернете. Компании, которые уделяют внимание мониторингу информационного пространства и взаимодействию с потребителями, имеют больше возможностей для укрепления своих позиций на рынке.

Следовательно, эффективное управление деловой репутацией должно рассматриваться как важный элемент стратегического развития современного предприятия.

Список литературы:

1. Викентьев И. Л. Приемы рекламы и PR. — Санкт-Петербург, 1995.
2. Гундарин М. В., Сидорова А. Г. PR и реклама в современном мире. — Барнаул, 2012.
3. Новиченкова Л. Деловая репутация: от системы к результату // Управление компанией.
4. Смирнов А. Управление репутацией в интернете и современные методы интернет-маркетинга.