

ZAMONAVIY BOSHQARUVDA KOMMUNIKATSIYANING O'RNI VA AHAMIYATI

*Habibullayev Nasrullo Nurullo og'li – Toshkent davlat Iqtisodiyot
universiteti*

Menejment fakulteti MNP-61 guruh talabasi Habibullayev

Email - khabibullayevn077@gmail.com

*Ibragimov G'anijon G'ayratovich - Ilmiy rahbar, Toshkent Davlat
Iqtisodiyot Universiteti Menejment fakulteti Innovatsion menejment kafedrasi,
Phd dotsent*

Annotatsiya: *Ushbu maqolada zamonaviy boshqaruvda kommunikatsiyaning ahamiyati va raqobatbardosh muhitda uning muhim roli tahlil qilinadi. Kommunikatsiya jarayoni tashkilotning ichki va tashqi faoliyatini muvofiqlashtirishda qanday yordam berishi, innovatsiyalarni rivojlantirishda tutgan o'rni, mijozlar bilan munosabatlarni mustahkamlashda va jamoaviy hamkorlikni shakllantirishdagi ahamiyati yoritib berilgan. Shuningdek, zamonaviy texnologiyalar va marketing vositalaridan foydalanishning kommunikatsiya samaradorligiga ta'siri muhokama qilinadi. Ushbu tadqiqot kommunikatsiyaning tashkilotning raqobatbardoshligini oshirish va barqaror rivojlanishiga qanday hissa qo'shishini aniqlaydi.*

Kalit so'zlar: *Kommunikatsiya, raqobatbardoshlik, axborot oqimi, innovatsiyalar, marketing, mijozlar bilan aloqalar, tashkilot madaniyati, jamoaviy hamkorlik, raqobat strategiyalari, bozor talablariga moslashuvchanlik.*

Kirish

Zamonaviy boshqaruv tizimida kommunikatsiya — bu tashkilot ichidagi axborot almashinuvi jarayonidir, uning samaradorligi boshqaruv jarayonlarining muvaffaqiyatiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Har qanday tashkilot

yoki kompaniya faoliyati boshqaruv jarayonlariga asoslangan bo'lib, bu jarayonlar axborot almashinuvi va kommunikatsiyaning samarali tashkil etilishiga muhtojdir. Axborot oqimining tez va to'g'ri bo'lishi, tashkilot ichida muammolarni vaqtida aniqlash va hal etish, shuningdek, xodimlar o'rtasidagi jamoaviy ishni rivojlantirish uchun kommunikatsiyaning muhimligi yuksak ahamiyatga ega.

Zamonaviy boshqaruvda kommunikatsiya ikki yo'nalishda rivojlanadi: birinchidan, bu rahbariyat va xodimlar o'rtasidagi axborot almashinuvi, ikkinchidan, tashkilot ichidagi bo'limlar va jamoalar o'rtasida samarali muloqot. Samarali kommunikatsiya tashkilotning barcha bosqichlarida qarorlar qabul qilishni soddalashtiradi va ish jarayonlarini tezlashtiradi. Shuningdek, bu xodimlarning motivatsiyasini oshiradi, ular o'z fikrlarini erkin ifodalash imkoniyatiga ega bo'lishadi va o'z vazifalarini aniq tushunib bajaradilar.¹

Hozirgi kunda zamonaviy boshqaruv tizimi ko'plab o'zgarishlarga uchragan. Texnologiyalar va innovatsiyalar yordamida kommunikatsiya vositalari yanada tezkor va samarali bo'lib bormoqda. Shu bilan birga, globalizatsiya va raqobatbardosh muhitda tashkilotlar o'zlarining muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi uchun samarali kommunikatsiyani o'rnatish zaruratini sezmoqdalar. Boshqaruvchilarning bu jarayonni to'g'ri boshqarishlari tashkilotning umumiy muvaffaqiyatini ta'minlaydi.

Bundan tashqari, kommunikatsiya — nafaqat axborot almashinuvi, balki tashkilot madaniyatini shakllantirishda ham muhim omil hisoblanadi. Tashkilot ichidagi yaxshi kommunikatsiya rahbariyat va xodimlar o'rtasidagi ishonchni oshiradi, samarali jamoaviy ishga turtki beradi va umumiy maqsadlar sari intilishdagi yagona yo'nalishlarni shakllantiradi. Bu, o'z navbatida, tashkilot ichidagi ishlash jarayonlarini optimallashtiradi va yuqori natijalarga erishish imkonini yaratadi.²

¹ Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). Organizational Behavior. Pearson Education;

² Daft, R. L. (2016). Management: Challenges for Tomorrow's Leaders. Cengage Learning;

Shu bois, zamonaviy boshqaruvda kommunikatsiyaning o'rni va ahamiyatini to'liq tushunish, nafaqat boshqaruvchilikda muvaffaqiyatga erishish uchun, balki tashkilotning umumiy rivojlanishiga katta ta'sir ko'rsatadi. Kommunikatsiyaning har bir turini to'g'ri boshqarish va samarali tashkil etish zamonaviy boshqaruvni yanada samarali va dinamik qiladi.

Kommunikatsiyaning boshqaruvdagi roli

Kommunikatsiya boshqaruv jarayonining markaziy elementlaridan biri hisoblanadi. Uning roli nafaqat xodimlar va rahbariyat o'rtasidagi axborot almashinuvi bilan cheklanib qolmaydi, balki tashkilotning umumiy faoliyatini, strategik rejalashtirishni, qarorlar qabul qilishni va hatto tashkilot madaniyatini shakllantirishni ham o'z ichiga oladi. Samarali kommunikatsiya boshqaruvning barcha bosqichlarida ajralmas omil bo'lib, u tashkilotning muvaffaqiyatiga bevosita ta'sir ko'rsatadi.

Boshqaruvdagi kommunikatsiyaning eng muhim aspektlaridan biri — bu axborot almashish va qarorlar qabul qilish jarayonlaridagi o'rni. Kommunikatsiya orqali boshqaruvchilar va xodimlar o'rtasida samarali aloqalar o'rnatiladi, bu esa qarorlar qabul qilishda tezlik va samaradorlikni oshiradi. Tashkilot ichida amalga oshiriladigan har bir strategik yoki operatsion qaror axborot almashinuvi orqali amalga oshiriladi. Xodimlar rahbariyatdan o'z vazifalari va maqsadlari haqida aniq tushuncha olishlari kerak, shu bilan birga rahbariyat xodimlarning fikrlarini, muammolarini va takliflarini eshitishga tayyor bo'lishi lozim.³

Hozirgi kunda qarorlar qabul qilishning samaradorligi faqatgina yuqori darajali rahbarlar tomonidan amalga oshirilmaydi. Ko'plab tashkilotlarda qarorlar ko'p darajalarda va jamoaviy tarzda qabul qilinadi. Bu jarayonda samarali kommunikatsiya yordamida har bir xodimning fikri va takliflari inobatga olinadi, bu esa qarorlar sifatini yaxshilashga xizmat qiladi. Schilling (2012) tomonidan ta'kidlanganidek, samarali kommunikatsiya tashkilotdagi

³ Schilling, M. A. (2012). Strategic Management of Technological Innovation. McGraw-Hill;

"axborot yomonligi"ni bartaraf etishga yordam beradi va bu esa qarorlar qabul qilish jarayonini soddalashtiradi.

Boshqaruvda kommunikatsiya nafaqat qarorlar qabul qilishni osonlashtiradi, balki xodimlarning motivatsiyasi va anglashilishini oshirishga ham yordam beradi. Ochiq va aniq kommunikatsiya xodimlarga o'z maqsadlarini tushunishga va ularga erishish yo'llarini belgilashga yordam beradi. Kommunikatsiyaning muvaffaqiyatli tashkil etilishi xodimlar o'rtasida ishonchni mustahkamlaydi va ularga o'z fikrlarini erkin ifodalash imkoniyatini yaratadi.⁴

Xodimlar o'z ish joylarida nima kutilayotganini bilib, o'z vazifalarini aniq bajarishadi, bu esa umumiy ish samaradorligini oshiradi. Rahbariyat tomonidan aniq va doimiy axborot taqdim etilishi xodimlarni kompaniya maqsadlariga bo'lgan ishonchni oshiradi. Jones va George (2017) tomonidan olib borilgan tadqiqotlarga ko'ra, samarali kommunikatsiya tashkilotda motivatsiya darajasini oshiradi va ish muhitini ijobiy tomonga o'zgartiradi.

Zamonaviy boshqaruv tizimida kommunikatsiya o'zgarishlarga tez moslashish va innovatsiyalarni amalga oshirishda muhim rol o'ynaydi. Tashkilotlar tez o'zgarib borayotgan biznes sharoitlariga moslashishlari kerak, bu esa doimiy ravishda yangi axborotlarni olish va tarqatishni talab qiladi. Tashkilot ichida samarali kommunikatsiya tizimi bo'lsa, yangi g'oyalar va innovatsiyalar tezda joyiga yetkazilishi mumkin.⁵

Boshqaruvchilarning va xodimlarning o'rtasida yaxshi kommunikatsiya o'zgarishlarni qabul qilish va yangi yondoshuvlarni amalga oshirishda yordam beradi. Bu, ayniqsa, yangi texnologiyalarni joriy etishda va bozor talablariga moslashishda muhimdir. Tashkilotlar o'zgarishlarni yaxshi boshqarishda kommunikatsiya vositalaridan foydalanishni kuchaytirishi kerak, bu esa o'z navbatida innovatsion o'zgarishlarni amalga oshirishga yordam beradi.

⁴ Jones, G. R., & George, J. M. (2017). Contemporary Management. McGraw-Hill Education;

⁵ Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). Organizational Behavior. Pearson Education;

Boshqaruvdagi kommunikatsiya nafaqat axborot almashinuvi, balki tashkilotning umumiy muvaffaqiyati uchun zaruriy shartdir. U xodimlarning motivatsiyasini oshiradi, qarorlar qabul qilishni soddalashtiradi va innovatsiyalarni amalga oshirishni imkonini beradi. Samarali kommunikatsiya boshqaruv jarayonlarining samaradorligini oshiradi va tashkilotning umumiy muvaffaqiyatiga katta ta'sir ko'rsatadi.⁶

Raqobatbardosh muhitda kommunikatsiyaning muhimligi

Bugungi global iqtisodiy sharoitda kompaniyalar tobora keskinlashayotgan raqobat muhitida o'z o'rnini mustahkamlash uchun turli strategiyalardan foydalanadi. Bunda kommunikatsiya asosiy omillardan biri hisoblanadi, chunki samarali kommunikatsiya jarayoni tashkilotning ichki va tashqi faoliyatini muvofiqlashtirish, mijozlar bilan bog'lanish, va raqiblar bilan kurashishda muhim vosita hisoblanadi.

Raqobatbardosh muhitda tezkor va aniq axborot oqimi strategik qarorlarni qabul qilishda hal qiluvchi ahamiyatga ega. Tashkilotlar raqobatchilar, bozor sharoitlari va mijozlar ehtiyojlarini doimiy ravishda kuzatishi kerak. Samarali kommunikatsiya orqali tashkilot ichida barcha darajadagi xodimlarga zarur axborot yetkaziladi. Bu esa nafaqat tezkorlikni, balki tashkilotning bozor talablari va o'zgarishlarga moslashuvchanligini oshiradi. Misol uchun, Porter (1985) raqobat strategiyalarini ishlab chiqishda axborotni to'plash va tahlil qilishning muhimligini ta'kidlaydi. Ushbu jarayon to'g'ri tashkil etilgan ichki va tashqi kommunikatsiyasiz amalga oshishi qiyin.⁷

Zamonaviy biznesda innovatsiyalar raqobatda ustunlikka erishishning muhim omili hisoblanadi. Innovatsion jarayonlar samaradorligi esa xodimlar, rahbariyat va tashqi manfaatdor tomonlar o'rtasidagi kommunikatsiya samaradorligiga bog'liq. Nonaka va Takeuchi (1995) ta'kidlashicha, kompaniyada bilim almashinuvi va birgalikdagi fikrlash jarayonini tashkil qilish orqali innovatsion yechimlar ishlab chiqish osonlashadi. Masalan,

⁶ Daft, R. L. (2016). Management: Challenges for Tomorrow's Leaders. Cengage Learning;

⁷ Porter, M. E. (1985). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Free Press;

Google va Tesla kabi kompaniyalar o'z innovatsion jarayonlarida ochiq va doimiy kommunikatsiyaga asoslangan yondashuvni qo'llashadi. Bu ular uchun tezkor o'zgarishlarga moslashish va bozorda yetakchilikni saqlab qolishga imkon beradi.⁸

Raqobatbardosh muhitda mijozlarning talab va ehtiyojlariga mos keluvchi xizmat yoki mahsulot taklif qilish kompaniyalar uchun ustuvor vazifadir. Samarali kommunikatsiya kompaniyaga mijozlarning fikrlarini o'rganish va ularning ehtiyojlarini aniqlash imkonini beradi. Bu jarayon iste'molchilar bilan doimiy aloqani talab qiladi, bu esa marketing kommunikatsiyasi, sotuvlar va mijozlarni qo'llab-quvvatlash kabi sohalarni o'z ichiga oladi. Kotler va Keller (2016) mijozlar bilan samarali muloqot va munosabatlarni rivojlantirish kompaniyaning brend obro'sini oshirishga xizmat qilishini ta'kidlaydilar. Mijozlarning sodiqligini shakllantirish uchun kommunikatsiya vositalaridan unumli foydalanish muhimdir.⁹

Kuchli jamoa va barqaror tashkilot madaniyati raqobat muhitida muvaffaqiyat kalitidir. Xodimlarning bir-biri bilan samarali muloqoti ularning motivatsiyasini oshiradi va jamoaviy hamkorlikni kuchaytiradi. Robbins va Judge (2019) ta'kidlashicha, yaxshi kommunikatsiya xodimlarning umumiy maqsadlarni tushunishi va ularga erishishda birgalikda ishlashini ta'minlaydi. Shuningdek, ochiq kommunikatsiya madaniyati xodimlarning o'zaro ishonchini oshiradi va tashkilotda innovatsion g'oyalar rivojlanishiga yordam beradi.¹⁰

Kommunikatsiya kompaniyaning bozordagi mavqeini mustahkamlash va brendni rivojlantirish uchun hal qiluvchi ahamiyatga ega. Tashkilotlar marketing strategiyalarini muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun kommunikatsiya vositalaridan foydalanadi. Jumladan, reklama, ijtimoiy media, va jamoatchilik bilan aloqalar raqobatda ustunlikka erishishda yordam beradi.

⁸ Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. Oxford University Press;

⁹ Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education;

¹⁰ Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). *Organizational Behavior*. Pearson Education;

Porterning (1985) tadqiqotlariga ko‘ra, kompaniyaning bozordagi ustunligi ko‘pincha samarali kommunikatsiya strategiyalariga asoslangan. Bu, ayniqsa, global bozorlarda raqobatlashayotgan kompaniyalar uchun muhimdir.¹¹

Xulosa

Zamonaviy raqobatbardosh muhitda kommunikatsiya tashkilotning samaradorligini ta'minlash va bozorda muvaffaqiyatli faoliyat yuritish uchun hal qiluvchi omil hisoblanadi. Samarali kommunikatsiya vositalari axborot oqimini boshqarish, innovatsiyalarni rivojlantirish, mijozlar bilan mustahkam aloqalarni yo‘lga qo‘yish, jamoaviy hamkorlikni kuchaytirish va raqobat strategiyalarini muvaffaqiyatli amalga oshirishga yordam beradi. Raqobatbardosh bozor talablariga moslashish va barqaror rivojlanish uchun tashkilotlar ichki va tashqi kommunikatsiyani yaxshilashi zarur. Shuningdek, zamonaviy texnologiyalar va marketing kommunikatsiyasidan foydalanish orqali kompaniyalar bozordagi o‘z pozitsiyasini mustahkamlash imkoniga ega bo‘ladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). Organizational Behavior. Pearson Education;
2. Daft, R. L. (2016). Management: Challenges for Tomorrow's Leaders. Cengage Learning;
3. Schilling, M. A. (2012). Strategic Management of Technological Innovation. McGraw-Hill;
4. Jones, G. R., & George, J. M. (2017). Contemporary Management. McGraw-Hill Education;
5. Porter, M. E. (1985). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Free Press;
6. Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation. Oxford University Press;

¹¹ Porter, M. E. (1985). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Free Press;

7. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Pearson Education;