

КОМПАНИЯНЫҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН ҚАМТАМАСЫЗ ЕТУДЕГІ ЗАМАНАУИ МЕНЕДЖМЕНТТІҢ РӨЛІ

Молдабек Н. Қ., магистрант

Ғылыми жетекші: Қалдияров Д.А., э.ғ.д., профессор

І. Жансүгіров атындағы Жетісу университеті. Талдықорған қаласы

E-mail: nazira.moldabek.94@mail.ru

Бұл мақалада компанияның бәсекеге қабілеттілігін арттыруда заманауи менеджменттің рөлі қарастырылады, сонымен қатар компанияның бәсекеге қабілеттілігін арттыру бағытында басқарудың бірқатар заманауи әдістері ұсынылады. Осы зерттеу аясында менеджменттің компанияның бәсекеге қабілеттілігін арттырудағы рөліне және менеджменттің осы салада және мақсатқа жету үшін не істей алатындығына баса назар аударылды.

Тірек сөздер: бәсекеге қабілеттілік, факторлар, заманауи менеджмент, басқару құралдары, ақпараттық технологиялар.

В данной статье рассматривается роль современного менеджмента в повышении конкурентоспособности компании, а также предлагается ряд современных методов управления в направлении повышения конкурентоспособности компании. В рамках данного исследования был сделан акцент на роли менеджмента в повышении конкурентоспособности компании и на том, что менеджмент может сделать в этой области и для достижения поставленной цели.

Ключевые слова: конкурентоспособность, факторы, современный менеджмент, инструменты управления, информационные технологии.

This article examines the role of modern management in increasing the company's competitiveness, and also proposes a number of modern management methods in the direction of increasing the company's competitiveness. Within the framework of this study, the emphasis was placed on the role of management in increasing the company's competitiveness and on what management can do in this area and to achieve this goal.

Keywords: competitiveness, factors, modern management, management tools, information technology.

Тәуелсіздік-кез келген мемлекеттің басты байлығы. Революциялар, соғыстар, ұлт-азаттық соғыстар арқылы әр түрлі халықтар тәуелсіздікке қол жеткізді. Қазақстан үшін 1986 Жылғы Желтоқсан оқиғалары халықтың егемендікке, өзін-өзі билеуге ұмтылысының бастамасы болды. 1991 жылы 16 желтоқсанда ҚР Жоғарғы Кеңесі «ҚР Мемлекеттік тәуелсіздігі туралы» Конституциялық заң қабылдады. Биыл біз ұлттық мерекенің, Тәуелсіздік күнінің, «Қазақстан Республикасы» деп аталатын егемен мемлекеттің құрылуының 30 жылдығын атап өтеміз. Осы отыз жыл аралығында экономикамыз алға жылжып, өсіп келеді. Осы орайда басқарудың (менеджмент) алатын орны ерекше.

Бәсекелестік нарықтық экономиканың және азаматтардың әл-ауқатын кұрудың ең тиімді құралы болып табылады, өйткені ол ресурстарды тиімді бөлуге және экономикалық, ғылыми және техникалық прогреске қол жеткізуге кепілдік береді және қамтамасыз етеді. Егер оның қызметі бәсекеге қабілетті болмаса, компания бәсекелестік тұрақтай алмайды.

Егер тұтастай алғанда функционалды түрде фирма менеджментін ұйымдастыру туралы айтатын болсақ, онда оны келесі түрлерге бөлуге болады: инвестициялық менеджмент; инновациялық менеджмент; жеке құрам менеджменті; сатып алуды басқару; өндірістік бақылау; маркетингті басқару және т. б. [1, 226.].

Қазіргі заманауи нарықтық жағдайды компанияның өмірлік циклінің теориясында компанияның дамуы барысында келесі міндеттер кезең -кезеңімен шешілуі тиіс:

- 1) бәсекелестік ортада болу;
- 2) табыстылыққа қол жеткізу;
- 3) қолайлы стратегияны таңдау;
- 4) басқару жүйесін таңдау;
- 5) әкімшілік және қаржылық ашықтықты қамтамасыз ету;
- 6) компанияның бәсекеге қабілеттіліктің жоғары мүмкіндіктерін көрсететін бірнеше бизнес -модельдерінің болуы [2, 896.].

Компанияның табыстылығы оның бәсекеге қабілеттілігіне тікелей байланысты. Оған әсер етуші факторлар:

1) Технологиялық инновациялар және инвестициялар. Инвестициялардың немесе технологиялық инновациялардың көлемі нарыққа шығуы мүмкін фирмалардың мөлшері мен санына айтарлықтай әсер етеді

2) Сұраныс құрылымы. Тұтынушылардың қызметке немесе басқа тауарға деген талғамының өзгеру себептерін білу, тұтынушының басқа өткізу арналарына бағытталуы, сондай -ақ ұқсас тауардың дамуы туралы білім өндіріс пен маркетинг әдістеріне әсер етеді.

3) Ұзақ мерзімді сұраныстың масштабы. Фирманың өндірістік әлеуетін дамыту үшін инвестициялық шешімдер қабылдау кезінде ұзақ мерзімді сұраныстың өсуі мен төмендеуін ескеру қажет.

4) Тұтынушылардың қалауы. Стратегиялық басқару шешімдерін қабылдау кезінде бәсекелестік ортада ескерілуі тиіс маңызды факторлардың қатарына бағаға, сапаға және т.б. қатысты тұтынушылардың қалауы жатады.

5) Дизайн және модельдер. Өнімділік пен сапа тұрғысынан тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыратын жаңа өндірістерді ұсыну. Бұл маркетинг мүмкіндіктерін арттырады және нарық үлесін арттырады, осылайша фирманың бәсекеге қабілеттілігін арттырады.

6) Маркетинг өнері. Жарнама, жылжыту, маркетинг шығындарының төмендеуі және т.б. сияқты маркетингтік факторлар фирманың бәсекеге қабілеттілігіне оң әсер ететін сұраныстың өсуіне әкеледі.

7) Үкімет саясаты. Мемлекеттік саясат пен шешімдер компанияның бәсекелестік ортасына және басқару шешімдеріне айтарлықтай әсер етеді.

8) Өндіріс технологиясы. Өндіріс технологиялары жоғары болған кезде, бұл жаңа бәсекелестердің нарыққа шығуына жол бермейді.

9) Ақпараттық желі: фирманың ішкі және сыртқы ортасы туралы ақпаратты басқаруды қамтамасыз ететін ақпарат және коммуникациялар желісін құру [3, 128-130б.].

Бәсекеге қабілеттіліктің заманауи құралдары. Басқа ұйымдардың әкімшілігі есебінен белгілі бір фирманың басқару жүйесі үшін белгілі бір бәсекелестік мүмкіндіктер жасайтын барлық құралдарды қамтиды. Басқару жүйесі жұмыс механизмінен, операциялардан, басқару құрылымынан, даму механизмдерінен және басқару өнерінен тұрады. Компанияның бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету үшін тиісті құралдарды қолдану қажет, атап айтқанда: мақсат қою, миссия мен пайымдау, міндеттер, шешімдер, басқару мен басқарудың техникалық және стилі, технологиялар мен заманауи технологиялар, ақпараттық, әкімшілік функциялар.

Ұйымдастыру құралдары. Олар фирманың операциялары үшін көмекші құралдар мен қозғалтқыш болып табылады, мысалы: ақпарат ағыны, өкілеттіктер мен міндеттер, ұйымдық құрылым, ұйымдастырушылық өзара іс-қимыл, байланыс және т. б.

Маркетинг және сату құралдары. Маркетингтік қызмет және нарықты зерттеу компанияның бәсекеге қабілеттілігі мен стратегиясының кепілдігінің және тұрақтылығының негізгі көздерінің бірі болып табылады, сондықтан маркетингтік құралдарды тиімді дамыту басшылыққа баға белгілеу және өнімді жылжытудың ынталандыру саясатын жүзеге асыру, жоғары технологиялық өнімдерге сервистік қызмет көрсету, ұйымның сату құрылымының

өткізу қабілеті, өзіндік сату желісі, өнімді сату көлемінің нақтылығы, сонымен қатар компанияның бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету және оны жақсарту.

Фирманың бәсекеге қабілеттілігін арттыруға және арттыруға кепілдік беретін қаржы құралдарының [4]: жеңілдетілген несиелер, барлық түрдегі несиелер, барлық түрдегі инвестициялар, капитал, дебиторлық берешектің барлық түрлерінің активтері, өтімділік қызметі, бағалы қағаздар.

Бүгінгі таңда қызметкерлер қаржылық және материалдық ресурстармен қатар фирманың стратегиялық дамуының негізгі факторына айналуға, мұнда бәсекеге қабілеттілік жоғары жеке энергияны, икемділікті, ақыл-ойды және қызметті реттеуге шығармашылық көзқарасты талап етеді.

Тауардың бәсекеге қабілеттілік құралдары. Фирманың басқару стратегиясы мен бәсекеге қабілеттілігіне тікелей әсер ететін тауарларға қатысты құралдар жиынтығы, бұл құралдар мыналарды қамтиды: сапа, баға, белгілі брендтердің болуы, патент қабілеттілігі, жаңалық, белгілі брендтердің болуы, шығындар, технологияның прогрессивтілігі [5, 1986.].

Сондай-ақ, экономика дамуының қазіргі кезеңінде компанияны басқаруда ақпараттық технологиялар қажет екенін атап өткен жөн.

Жоғарыда аталған барлық құралдар топтары компанияның бәсекеге қабілеттілігін басқару құралдарын жасайды.

Ақпараттық технологиялар мен жүйелерді қолдана отырып, компания басшыларының шешетін міндеттеріне мыналар жатады:

- фирманың клиенттер базасын қалыптастыру және жүргізу;
- ішкі және сыртқы ақпараттың үлкен көлемін өңдеу немесе тіпті деректер орталығын ұйымдастыру;
- нарықтық өзгерістерге жылдам әрекет ету;
- басқарушылық шешімдер қабылдау үшін белгілі бір уақытқа қажетті деректерді іріктеу.

Технологиялар мен информатиканың қарқынды дамуы, жаһандану және сыртқы ортадағы тұрақты өзгерістер, қарқынды бәсекелестік және жұмыс пен өндірістің жаңа әдістерінің пайда болуы жағдайында менеджмент бұл өзгерістерге қарсы тұру және оларды компанияның мүдделерін қанағаттандыру және өмірін жалғастыру үшін бейімдеу міндеті болып табылады. Бұл компания менеджментін барлық әкімшілік процестер үшін кеңестер, ұсыныстар мен шешімдер беру арқылы барлық операциялардың тиімді және нәтижелі орындалуын қамтамасыз етуге, осылайша бәсекелестік ортада өмір сүру мен үздіксіздікті қамтамасыз ету үшін компанияның өзін-өзі ұйымдастыруына шақырады. [6] Бәсекеге қабілеттілікті басқару дегеніміз-компанияның бәсекеге қабілеттілігіне қол жеткізуге немесе арттыруға немесе қамтамасыз етуге бағытталған барлық функциялар мен әкімшілік әрекеттер үшін, сондай-ақ осы мақсатқа жету үшін саясат пен бағдарламаларды, стратегиялық жоспарларды әзірлеу үшін жауапкершілік алу. Әкімшілік өз жұмысының тиімділігі мен нәтижелігін арттыру үшін барлық заманауи құралдар мен әдістерге сүйенуі керек.

Тақырып бойынша алдыңғы түсіндіруден кейін біз көптеген нәтижелерге қол жеткіздік, соның ішінде менеджменттің рөлі фирмалардың бәсекеге қабілеттілігін арттыру процесінде маңызды болып табылады және бұл бізді компанияның мақсаттарын алға жылжытуға және бәсекеге қабілеттілікті арттыруға көмектесетін менеджмент, стратегия, менеджерлер мен құралдарға назарымызды аударады. Объективті болу үшін біз олардың ең маңыздыларына назар аударамыз:

1. Менеджерлердің тиімді басқарудың заманауи құралдарын үнемі іздеуі және бизнес-тәжірибеде ғылыми тұжырымдамаларды белсенді зерттеуі ғана фирмалардың бәсекеге қабілеттілігін едәуір арттырады.

2. Компанияның бәсекеге қабілеттілігіне әсер ететін бәсекеге қабілеттіліктің барлық факторлары өзара тәуелді болып келеді. Сондықтан компанияға әсер ететін факторлардың әсер ету дәрежесін үнемі ескеру міндетті.

3. Компанияның бәсекеге қабілеттілігінің төмендеуінің себебі -компанияның ерекшеліктерін ескере отырып жасалған тиімді басқару құралдарының болмауы.

4. Компанияның бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін басқару құралдарын пайдалану, техникалық және технологиялық инновацияларды енгізу қажеттілігі, бұл кейбір жағдайларда елеулі инвестицияларсыз айтарлықтай нәтижелерге қол жеткізуге көмектеседі.

Менеджмент компанияның бәсекеге қабілеттілігін арттыруда басты рөл атқаруы үшін біз мыналарды ұсынамыз:

- зерттеулер мен ережелер өндірісті басқару және экономикалық және әлеуметтік жүйелер принциптерінде жасалуы керек;

- саладағы заманауи ғылыми тәсілдерді қолдану (маркетинг, жұмыс, жүйе, көбею, ұйымдастыру және т. б.);

- әкімшілік функцияларды жоспарларды іске асыру үшін оларды біртұтас ретінде қарастыру;

- компанияның бәсекеге қабілеттілігін арттыру- оны басқару сапасын жақсартумен тікелей байланысты.

Компаниядағы заманауи менеджмент жүйесі төмендегідей болуы тиіс:

- елдегі және нарықтағы өзгерістерге тез бейімделуге дайын;

- нарықтың барлық қатысушыларының қажеттіліктерін өзгертуге тез әрекет ете алу;

- проблемалардың пайда болуының алдын алу және олардың шешілуін тез қамтамасыз ету;

- әрқашан балама әрекеттерге ие болыңыз;

- басқа жергілікті немесе жергілікті тәжірибеге негізделген фирманы басқарудың жаңа тәсілдерін енгізу;

- фирмаға ақпарат беруді, бағдарламалауды және бизнесті тиімді, жылдам және икемді тәсілмен ұйымдастыруды бақылауға қабілетті барлық деңгейдегі департаменттерді қоса алғанда, электрондық ақпараттық жүйе қажет. Бұл жүйенің талаптары мыналарды қамтиды: компьютерлік жүйелер және мамандандырылған бағдарламалар; бағдарламалау, статистика және математика мамандары; жасанды интеллект және қабылдауды қолдау жүйелері сияқты жүйелерді енгізу шешімдері.

ӘДЕБИЕТТЕР:

1. Мейірбеков А.Қ. «Кәсіпорын экономикасы», Алматы - 2003 ж.

2. Ахметов К.Ғ. Менеджмент негіздері, Алматы.

3. Сәбден О., Тоқсанова А. «Шағын кәсіпкерлікті басқару», Алматы –2002 ж.

4. Ерохин, Д. В. Теоретические основы оценки конкурентного потенциала промышленной фирмы // Вестник Брянского государственного технического университета. 2016 ж.

5. Паладова, Т. А. Эффективные методы развития конкурентного потенциала предприятий // Пищевая технология. 2014 ж.

6. 133–135. 6. Сидоренко, А. В. Связь менеджмента и его роль в конкурентоспособности организации. 2018 ж. – URL : <http://econfr.ae.ru/pdf/2014/12/3936.pdf>