

МЕНЕДЖМЕНТ В НАШЕ ВРЕМЯ

Специфика управления определяется различными критериями, такими как гражданство компании или организации, организационная форма крупного и малого бизнеса и т.д.

Отличительной особенностью управления является то, что оно ориентировано на удовлетворение потребностей компаний, постоянное повышение эффективности производства, свободный выбор решений, а также разработку и корректировку стратегических планов и программ на основе потребностей рынка.

Остановимся подробнее на особенностях казахстанского менеджмента. До сих пор многие предприниматели и успешные предприниматели не сходятся во мнении о том, каким должно быть управление, в каком направлении оно должно быть и какую теорию следует использовать для достижения какого-либо результата в управлении своими компаниями. История управленческого мышления в Казахстане насчитывает несколько веков. На протяжении веков управленческое мышление постепенно совершенствовалось. Потребность в управлении возникла из появления человека и его сотрудничества. Различные задачи государственного управления на разных этапах развития страны уже давно и имеют большое влияние на формирование и развитие управленческих идей в Казахстане.

Современное управление предполагает необходимость развития способности быстро менять стратегии перед лицом внешних или внутренних угроз; развитие личной конкурентоспособности, что способствует личностному росту и позволяет повысить конкурентоспособность вашего подразделения; обучение новым методам и технологиям непрерывного самообразования и управления; понять их социальную ответственность и роль влияния на своих сотрудников; необходимость обеспечить рабочую силу всем необходимым в процессе труда – материалами, информацией и инструментами; необходимость участия менеджера в различных проектах, основанных на использовании новых интеллектуальных методов и технологий, составляющих наиболее ценный нематериальный актив любой компании; добавление управленческих обязанностей для формирования положительного имиджа компании на рынке и ее репутации в компании, улучшения отношений с клиентами и повышения рентабельности инвестиций в услуги компании.

В казахстанском управлении важна цель увеличения доходов. Это повышение цен не всегда сопровождается улучшением качества, вводящей в заблуждение информацией о потребительских свойствах продукта, агрессивной и навязчивой рекламой и значительным количеством контрафактной продукции на рынке. Особенности казахстанского управления в социальном измерении являются высокая степень централизации власти в процессе формирования организационной среды, а также между ее лидерами. Казахстанский менеджмент в целом имеет положительные стороны и основан на знаниях и креативности наших предпринимателей, их устойчивости к стрессу и патриотизму. Отрицательное управление также включает низкий интерес сотрудников к результатам, низкие зарплаты и задержки, нарушения трудового законодательства и несовершенную систему управления персоналом. Потребители и работники находятся в невыгодном положении со стороны предпринимателя.

Причины существующего управления – низкий уровень институционализации внешней и внутренней среды, система бизнес-образования не учитывает казахстанскую действительность, сеть консалтинговых и исследовательских организаций развита слабо, характер управления субъективен. Для менеджера важно быть достойным человеком и профессионалом. Основа хорошего управления – предпринимательство. Предпринимательство – это состояние души, управление – это навыки и знания, которые вы получаете в конце концов, и если человек является предпринимателем, у него есть вирус, и он должен постоянно начинать что-то новое. Человек, не зараженный этим вирусом, никогда не может быть хорошим менеджером, он может быть хорошим исполнителем, нанятым менеджером, он стремится быть лучшим.

Менеджмент обладает самостоятельной ценностью, более приоритетной, чем нам кажется. К примеру, у нас люди не понимают корпоративное управление, различия между функциями владения и распоряжения. Распорядители – это менеджеры, а владельцы – это предприниматели. Мы должны четко понимать, что менеджер служит предприятию как единому телу, не акционеру, даже контрольному, а единому телу. Необходимо так же различать корпоративное управление и корпоративный менеджмент. Корпоративное управление – это там, где отношение между

менеджментом и предпринимательством регулируется, а корпоративный менеджмент – это чистая практика управления предприятием, так называемое бизнес-администрирование.

Что такое менеджмент: искусство, наука или философия? Прочитав статьи предпринимателей, экспертов по менеджменту, можно с уверенностью сказать, что в Казахстане есть менеджмент – знающий, креативный и стрессоустойчивый человек, работающий в быстро меняющейся среде. Конечно, есть много недостатков. Ключом к бизнесу является персонал, и в этом отношении казахстанское руководство не требует эффективного управления человеческими ресурсами.

На мой взгляд, для того, чтобы управление в нашей стране было эффективным, нам нужно использовать казахстанский опыт и опыт в бизнес-образовании, развивать домашнюю обстановку и продвигать профессиональный менеджмент.

«У каждого лидера, который не выполняет свою работу, есть своя собственная система работы» (формулировка из закона Мандера Хау). «Менеджеры, которые имеют тридцать лет службы, не обязательно имеют тридцатилетний опыт работы. Это годичный опыт, тридцать раз». Роберт Танненбаум «Менеджер: человек, который не может сдать завтра»[1].

Профессионализм менеджера является одним из важнейших факторов успеха или провала компании на рынке. Действительно, квалификация компании зависит от темпов ее развития и устойчивости в целевых сегментах рынка. Таким образом, менеджмент стал одним из ключевых направлений бакалавриата. Наконец, принимая во внимание все факторы, обстоятельства, задачи и возможности, мы можем с уверенностью сказать, что менеджмент - лучший курс для студентов [2].

Литература

1. http://www.nauka.kz/page.php?page_id=75&lang=1&article_id=65
2. http://adload.ru/page/eco_03-0414_421.htm

Скакова Д. А., магистрант 1 курса (КарГУ им. академика Е.А.Букетова)
Научный руководитель – к.э.н., доцент Давлетбаева Н.Б.

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ ИННОВАЦИЙ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ СТРАТЕГИЯМИ МАРКЕТИНГА

В современное время быстрое развитие цифровых технологий приводит к активному влиянию на маркетологов, в следствие на формирование стратегии и рынка для своей аудитории. Сегодня быстрые цифровые инновации были заменены стратегическим внедрением новых технологий в маркетинг.

Одним из таких инноваций является автоматизация, которая приносит немалую пользу бизнесу. Прежде всего – это улучшение продаж и конверсий, и также привлечение квалифицированных клиентов, что облегчает работу цифровых маркетологов. Статистические данные говорят, что предприятия, использующие данную технологию, сократили накладные расходы на маркетинг на 12% и увеличили производительность продаж на 14% [1].

Контент размещается автоматически с помощью инструментов управления социальными сетями (например, Hootsuite), поэтому автоматизация помогает выполнять ручные и повторяющиеся задачи, позволяя вам сосредоточиться на творческих частях работы.

Следующим инструментом в развитии маркетинговых стратегий является искусственный интеллект. Он позволяет показать другим «человеческую» сторону вашего бренда. К примеру, чат-боты используют обработку естественного языка, чтобы поддерживать различные взаимодействия, подобные человеческим.

Многие организации стремятся интегрировать автоматизированные решения на основе искусственного интеллекта в свою службу поддержки клиентов, чтобы обеспечить более быструю и дешевую помощь своим клиентам. В частности, чат-боты могут эффективно вести диалог, обычно заменяя другие средства связи, такие как электронная почта, телефон или SMS. Например, Lyft (сервис вызова такси) позволяет пользователям запрашивать поездку через их Facebook Messenger. Далее чат-бот информирует пользователя о местонахождении водителя и отправляет фотографию модели автомобиля и его номерной знак. Использование ИИ практикуется и крупными брендами, такие как Amazon или Netflix, для отслеживания поведения пользователей и покупок, и дальнейшего отображения соответствующих рекомендаций по продукту.