

С.Ғ. Ғабит, А.У. Ахметжанова, М.А. Арманова
 Е.А.Бөкетов атындағы Қарағанды зерттеу университеті,
 Қазақстан Республикасы, Қарағанды қ, samal_0395@mail.ru, balapannn_04@mail.ru,
aiganymahmetzhanova@gmail.com

КӘСІПКЕРЛІК ҚЫЗМЕТТІ ЖОСПАРЛАУ ҮРДІСІНІҢ МАҢЫЗЫ

Кәсіпкерлік қызметті жоспарлау – кәсіпорынның табысты жұмыс істеуінің негізі болып табылады. Жоспарлау арқылы кәсіпорын болашақта қандай мақсаттарға қол жеткізуге тырысатынын және оған қандай жолдармен жететінін анықтайды. Бұл процесс кәсіпорынның ресурстарын тиімді пайдалануға, тәуекелдерді азайтуға, нарықтағы өзгерістерге икемді түрде жауап беруге және қаржылық тұрақтылықты қамтамасыз етуге мүмкіндік береді. Жоспарлау – кәсіпкерлік қызметтің басқару жүйесіндегі маңызды функцияларының бірі, ол барлық басқа басқарушылық процестердің негізі ретінде қарастырылады [1].

Кәсіпкерлік қызметті жоспарлаудың мәні мен мазмұны

Кәсіпкерлік қызметті жоспарлау – бұл кәсіпорынның стратегиялық мақсаттарын анықтау, оларды жүзеге асырудың нақты іс-шараларын белгілеу және ресурстарды тиімді пайдалану үшін жұмыс жоспарын құру процесі. Жоспарлау кәсіпорынның қазіргі жағдайын, оның мүмкіндіктерін, ішкі және сыртқы факторларды талдай отырып, болашаққа бағытталған шешімдер қабылдауға көмектеседі.

Кәсіпкерлікті жоспарлаудың 4 негізгі міндеттеріне мысал келтірсем, Мысалы, бір кәсіпкер органикалық азық-түлік өндіретін шағын зауыт ашуды жоспарлап жатыр десек. Бұл кәсіпорынды сәтті дамыту үшін ол жоспарлаудың барлық кезеңдерін өтуі керек: миссияны анықтау, стратегиялық және тактикалық мақсаттарды белгілеу, ресурстарды тиімді пайдалану және тәуекелдерді басқару.

Алғашқы жоспарлау, Кәсіпорынның миссиясын анықтау:

Кәсіпкер өзінің зауытының негізгі миссиясын былай анықтайды: “Тұтынушыларға экологиялық таза, жоғары сапалы органикалық өнімдер ұсыну арқылы салауатты өмір салтын қолдау”. Бұл миссия кәсіпорынның негізгі мақсатын көрсетеді және оның нарықтағы бәсекелестерден ерекшелігін анықтайды.

Екінші жоспарлау, Стратегиялық және тактикалық мақсаттарды белгілеу:

- Стратегиялық мақсат: Алдағы 5 жыл ішінде Қазақстанның барлық ірі қалаларында органикалық азық-түлік өнімдерін сататын тұрақты желі құру.

- Тактикалық мақсаттар:

Бірінші жылы өнім ассортиментін қалыптастырып, өндірісті іске қосу.

Екінші жылы Алматы мен Нұр-Сұлтан қалаларында сату нүктелерін ашу.

Үшінші жылы еліміздің басқа қалаларында жаңа нарықтарды игеру.

Үшінші жоспарлау, Ресурстарды тиімді пайдалану:

Кәсіпкер өндірісті бастау үшін бастапқыда қандай ресурстар қажет екенін есептейді. Оның ішінде:

- Шикізат: Экологиялық таза өнімдер алу үшін ауыл шаруашылығы өндірушілермен келісімшарт жасасу.

- Қаржы: Қаржылық шығындарды жоспарлап, инвесторлар тарту немесе банктен несие алу.

- Кадрлар: Білікті мамандарды (технологтар, маркетинггерлер, сатушылар) жұмысқа қабылдау.

- Жабдықтар: Өндіріс үшін арнайы жабдықтар сатып алу және оларды тиімді пайдалану жоспарын құру.

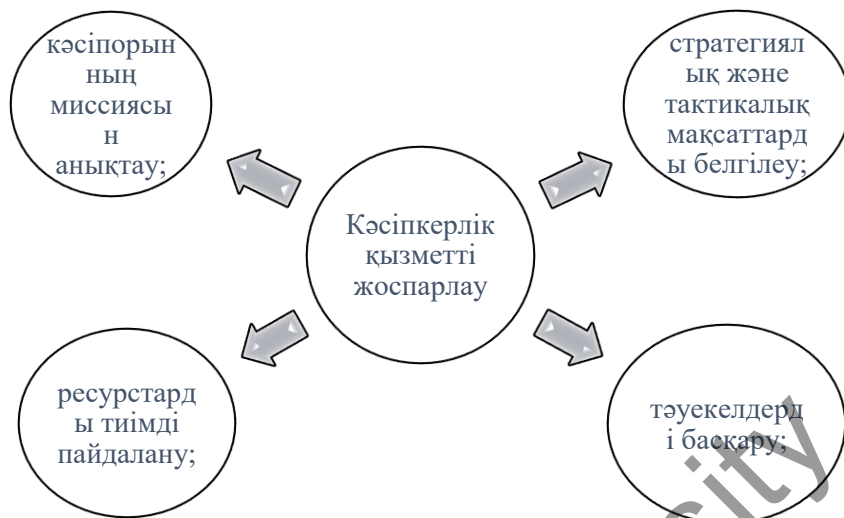
Кәсіпкерлік қызметті жоспарлаудың түрлері, кезеңдері

Кәсіпкерлік қызметті жоспарлаулық түрлері негізі 3 ке бөлінеді олар:

Алғашқысы, стратегиялық жоспарлау - Стратегиялық жоспарлау кәсіпорынның ұзақ мерзімді даму бағыттарын анықтайды. Бұл жоспарлау деңгейі кәсіпорынның бәсекелестік артықшылықтарын анықтауға, нарықтағы үлесін арттыруға, жаңа нарықтарға шығуға бағытталады. Стратегиялық жоспарлау кәсіпорынның болашақтағы жағдайын болжау, даму векторларын белгілеу және ұйымның ресурстарын тиімді пайдалану үшін маңызды.

Екіншісі, тактикалық жоспарлау - Тактикалық жоспарлау қысқа мерзімді кезеңдерге арналған және стратегиялық жоспарларды жүзеге асыруға бағытталған. Мұнда кәсіпорынның ішкі процестері мен нақты мақсаттары анықталады. Тактикалық жоспарлау кәсіпорынның ағымдағы операциялық қызметін ұйымдастырып, жедел шешімдер қабылдауға мүмкіндік береді.

Үшіншісі, операциялық жоспарлау - Бұл күнделікті қызметті ұйымдастыруға бағытталған жоспарлау деңгейі. Мұнда әрбір қызметкердің міндеттері, жұмыс кестелері және ресурстарды пайдаланудың нақты әдістері анықталады. Операциялық жоспарлау кәсіпорынның нақты өндірістік және коммерциялық қызметтерін тиімді жүргізуге мүмкіндік береді [3].



Сурет 1. Кәсіпкерлік қызметті жоспарлау

Ескертпе: [2] әдебиет негізінде автормен құрастырылған

Қарағанды қаласындағы “Кілемдер әлемі” компаниясын жоспарлаудың кезеңдері бойынша мысал келтірсем:

Бұл компания өзінің өнімін кеңейтіп, Қазақстанның басқа аймақтарына да шығуды жоспарлауда. Кәсіпкерлік қызметті сәтті жүзеге асыру үшін олар бірнеше кезеңнен өтеді:

Аналитикалық кезең:

Бұл кезеңде компания нарықты, бәсекелестерді, тұтынушылардың қажеттіліктерін және ішкі ресурстарын зерттейді. Мысалы, «Кілемдер әлемі» компаниясы Қарағандыда, Астана мен Алматыда кілемге деген сұранысты зерттейді. Олар бәсекелестердің қандай өнімдер ұсынатынын және тұтынушылардың неғұрлым сапалы немесе бірегей дизайны бар кілемдерге қызығушылық танытатынын анықтайды. Бұл кезеңде компания өз өндірісіндегі әлсіз және мықты жақтарын да бағалайды.

Мақсат қою кезеңі:

Осы зерттеу негізінде компания өзінің мақсаттарын нақтылайды. Стратегиялық мақсат ретінде «Кілемдер әлемі» келесі екі жылда Қазақстанның барлық облыс орталықтарында дүкендер ашуды көздейді. Тактикалық мақсат ретінде олар бірінші жылы Астана, Павлодар және Өскемен қалаларында жаңа нүктелер ашуды жоспарлайды. Сонымен қатар, кілемнің жаңа үлгілерін шығаруды да жоспарлап отыр.

Жоспар құру кезеңі:

Бұл кезеңде компания өзінің нақты қадамдарын жоспарлайды. Олар негізінен мыналарды қамтиды:

➤ Қаржылық жоспар: Жаңа дүкендер ашуға арналған инвестициялар, жарнамалық компания шығындары, жаңа өнімдер өндірісіне қажетті ресурстарды сатып алу. Мысалы, дүкендерді жалға алу құны және қызметкерлерді жалдау шығындары есептеледі.

➤ Маркетинг жоспары: Компания Қазақстан бойынша өз өнімдерін жарнамалайтын тиімді тәсілдерді таңдайды, оның ішінде әлеуметтік желілердегі жарнамалар, жергілікті БАҚ-тағы жарнамалар және арнайы жеңілдіктер арқылы тұтынушыларды тарту стратегиясын жасайды.

➤ Кадрлық жоспар: Жаңа дүкендерге қызметкерлерді жалдау және оларды оқыту процесі.

Жоспарды жүзеге асыру кезеңі:

Жоспарға сәйкес, компания жаңа нүктелерді ашып, өндірісті кеңейтуді бастайды. «Кілемдер әлемі» Астанада және Павлодарда дүкендерді іске қосады, қызметкерлерді жұмысқа алады,

маркетингтік компанияны бастайды. Олар зауытта жаңа кілем үлгілерін шығарып, оны жаңа дүкендерге жеткізуді ұйымдастырады.

Бақылау және түзету кезеңі:

Бұл кезеңде компания жоспардың жүзеге асу барысын бақылайды. Мысалы, Астана дүкені күтілгеннен аз табыс әкелсе, компания бұл мәселені талдап, не себеп болғанын анықтайды. Бәлкім, жарнама жеткіліксіз болған шығар немесе дүкеннің орналасқан жері ыңғайсыз. Осы талдау негізінде компания жарнамалық науқанды күшейтіп, дүкеннің жұмысын жақсартады немесе жаңа шаралар қабылдайды. Компания тұрақты түрде өзінің мақсаттары мен көрсеткіштерін салыстырып, жоспарға қажетті түзетулер енгізеді [4].

Кәсіпкерлік қызметті жоспарлаудың тиімділігіне әсер ететін факторлар

Кәсіпкерлік қызметті жоспарлау барысында тиімділікті қамтамасыз ету үшін бірнеше маңызды факторлар ескерілуі тиіс.

Жаңа “Кілемдер әлемі” компаниясының кезеңдері бойынша тоқталсам, енді осы компанияның факторларына мысал келтірсем:

Нарық пен бәсекелестерді зерттеу:

Нарықты және бәсекелестерді дұрыс зерттеу компанияның табысқа жетуіне айтарлықтай әсер етеді. Мысалы, “Кілемдер әлемі” нарықтағы бәсекелестерін мұқият зерттейді. Егер компания өз бәсекелестерінің артықшылықтарын, бағаларын және ұсыныстарын толық түсінсе, өзінің қызметін дұрыс бағыттап, бәсекелестікке қарсы тиімді стратегия құрады. Егер нарықты дұрыс зерттемесе, компания артықшылықтарын жоғалтып, нарық үлесін азайтуы мүмкін.

Қаржылық ресурстарды тиімді басқару:

Компания жаңа дүкендер ашуды жоспарлағанда, жалға алу құнын, қызметкерлердің жалақысын, өнімдерді жеткізу шығындарын және жарнамалық науқандарға жұмсалатын шығындарды ескереді. Бұл ресурстарды тиімді пайдалану табысты арттырады.

Технология және инновацияларды қолдану:

Қазіргі заманғы технологиялар мен инновациялар кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін арттырады. “Кілемдер әлемі” компаниясы өндіріс пен сатылымдағы жаңа технологияларды енгізу арқылы тиімділігін арттыра алады. Мысалы, электрондық коммерцияны дамыту арқылы онлайн сатылымдарды ұлғайту компанияға қосымша табыс әкелуі мүмкін.

Адам ресурстарын тиімді пайдалану:

Кәсіпорынның табысты жұмыс істеуі үшін білікті кадрлармен жұмыс жасау өте маңызды. Компания өз қызметкерлерін тиімді оқыту және ынталандыру арқылы өнім сапасын жақсарта алады. Жоспарлау кезеңінде кадрлық саясатты дұрыс ұйымдастырмау компания қызметінің сапасына кері әсер етуі мүмкін.

Маркетинг және жарнама:

Компания әлеуметтік желілерде белсенді жарнама жүргізіп, арнайы жеңілдіктер ұсынады. Сонымен қатар, өз дүкендерінде акциялар ұйымдастырады, бұл тұтынушыларды тартудың тиімді тәсілі болып табылады.

Тәуекелдерді басқару:

Компания шикізат жеткізушілермен ұзақ мерзімді келісімшарттар жасасып, өнімнің жеткізілуіне кепілдік алады. Сонымен қатар, сатылым деңгейінің төмендеуіне дайын болу үшін компания бірнеше маркетингтік стратегияны қатар қолданады [5].

Кәсіпкерлік қызметті жоспарлаудың артықшылықтары

Жоспарлаудың кәсіпорын үшін келесі артықшылықтары бар:

- Тиімді басқару: Жоспарлау арқылы кәсіпорын өз қызметін тиімді басқара алады. Әрбір қызметкердің міндеттері анықталып, нақты жоспарға сәйкес жұмыс істейді.

- Тәуекелдерді басқару: Жоспарлау болашақта пайда болуы мүмкін тәуекелдерді алдын ала анықтауға және оларды азайтуға көмектеседі.

- Бәсекеге қабілеттілік: Нарықтағы өзгерістерге бейімделу кәсіпорынның бәсекелестеріне қарағанда икемділігін арттырады.

- Қаржылық тұрақтылық: Жоспарлау кәсіпорынның қаржылық ресурстарын дұрыс бөліп, шығындарды бақылауға мүмкіндік береді [5].

Кәсіпкерлік қызметті жоспарлау процесі

Бұл кесте кәсіпкерлік қызметті жоспарлау процесінің әрбір кезеңін көрсетеді. Жоспарлау кезінде бұл кезеңдер біртіндеп орындалады, және әрбір сатыдағы нәтижелер алдағы кезеңдерге ықпал етеді.

Кесте 1. Кәсіпкерлік қызметті жоспарлау процесі

Кезеңдер		Операциялар	Нәтижелер
1.	Нарықты талдау	Нарықтық жағдайды зерттеу, тұтынушылардың қажеттіліктерін анықтау	Нарық туралы есеп, сұраныс пен ұсыныстың жағдайы
2.	Мақсаттарды анықтау	Ұйымның қысқа және ұзақ мерзімді мақсаттарын белгілеу	Жоспарланған мақсаттар (сату көлемі, пайда, өсу мүмкіндіктері)
3.	Стратегияны әзірлеу	Бизнесті дамыту стратегиясын құру, қажетті ресурстарды анықтау	Стратегиялық жоспарлар мен мақсаттарға қол жеткізу әдістері
4.	Ресурстарды жоспарлау	Қаржылық, материалдық және адам ресурстарын бағалау	Ресурстар жоспары, бюджет
5.	Тәуекелдерді талдау	Қаржылық және операциялық тәуекелдерді анықтау	Тәуекелдерді басқару жоспары
6.	Жоспарды орындау	Әр бөлімнің жұмысын үйлестіру, ресурстарды бөлу	Іс-шараларды орындау
7.	Нәтижелерді бақылау	Нәтижелерді талдау, жоспарға сәйкес орындалуын қадағалау	Мониторинг және түзету шаралары
Ескертпе: [5] әдебиет негізінде автормен құрастырылған			

Жоспарлаудың қағидалары:

1. Үздіксіз - мақсаттар мен шаруашылық жүргізу жағдайлары өзгеріп отыратындықтан, жоспарларды үнемі жетілдіріп, түзету енгізіп отыру қажет.

2. Үйлестірушілік пен интеграция- үйлестірушілік бұрынғы деңгейдегі барлық ұйымдастырушылық биліктердің өзара іс-әрекеттерін қамтиды.

3. Жүйелілік - кәсіпорын сыртқы ортада кешен ретінде есептелуі қажет

4. Ғылымшылық - жоспарлауда ғылыми әдістерді қолданып отыру қажет.

Бизнестің стратегиялық идеясын жүзеге асыру үшін шығармашылық ойлау негіздерін меңгере білу керек.

Біріншіден, қалыпты жағдайға “статус-кво” күмән келтіруге де, жалпы қабылданған жағдайды теріске шығаруға да болады. Альберт Эйнштейн жаратылыстану ғылымын үйреніп жүрген студенттерге мынадай кеңес берген: күнделікті бір сағат уақыт бөліп біреудің идеясын теріске шығаруға, сөйтіп мұқият ойлана отырып, өз идеяңды ұсынуға талпын деген.

Екіншіден, өзің шұғылданып жүрген мәселеге қолдануға болатын басқа идеяны айқындауға және де оны жаңаша пайдалануға болады.

Үшіншіден, өзіңіздің алдын ала сезіну түсігіңе айрықша көңіл бөл. Әдетте бір нәрсену күні бұрын сезіну сіздің ой-санаңызда жинақталған фактілердің нәтижесі.

Төртіншіден, ойға оралған идеяны бірдер бағалауға тырыспаңыз. Әуелі асықпай ойланыңыз, содан кейін бағалаңыз, өйтпейінше тамаша идеяны сіз бүлдіріп алуыңыз мүмкін.

Қорытынды

Кәсіпкерлік қызметті жоспарлау – бұл бизнестің табысты және тиімді жұмыс істеуінің негізі. Дұрыс жасалған жоспар кәсіпорынның болашақтағы қызметін ұйымдастырып, ресурстарды тиімді пайдалануға және тәуекелдерді басқаруға мүмкіндік береді. Кәсіпкерлік қызметті жоспарлау бизнестің ұзақ мерзімді дамуын қамтамасыз етіп, кәсіпорынның нарықта табысты жұмыс істеуін қамтамасыз етеді.

Кәсіпкерлік қызметті жоспарлаудың басты мақсаты – кәсіпорынның тиімді және табысты жұмыс істеуін қамтамасыз ету. Жоспарлау арқылы кәсіпорын өз мақсаттарын айқындайды, алға қойған

міндеттерге жетудің нақты жолдарын белгілейді және ресурстарды тиімді пайдаланады. Бұл кәсіпорынды нарықтағы өзгерістерге дайын етеді, бәсекеге қабілеттілікті арттырады және тәуекелдерді азайтады.

Негізі, жоспарлау кәсіпкерлік үшін бағыт-бағдар беретін, дамуды бақылауға көмектесетін және кәсіпорынды жетістікке жеткізетін маңызды құрал. Жоспарсыз бизнес белгісіздікке тап болады, ал дұрыс жоспарланған кәсіпорын тұрақты дамып, нарықта өз орнын сақтай алады.

Пайдаланылған әдебиетте

1. Клаус Швенгер – “Кәсіпкерлік жоспарлау: Тәжірибелік нұсқаулық”
2. [Small Business Administration](#)
3. [Новости бизнеса — ситуация с малым и средним бизнесом в России, перспективы развития - Рамблер/финансы](#)
4. Николай М.Р- Стратегиялық жоспарлау: теория мен практика
5. Н. С. Сәрсенбаев -Кәсіпкерлік: теория және практика

ҒТАХА 06.71.07

Дәуренбекқызы Ә., Есенбекова Н., Мусабекова А.О.
Е. А. Бөкетов атындағы Қарағанды зерттеу университеті
Қазақстан Республикасы, Қарағанды қ.

ШАҒЫН ЖӘНЕ ОРТА БИЗНЕСТІ ДАМУДАҒЫ МЕНЕДЖМЕНТТІҢ ТИІМДІ ӘДІСТЕРІ

Шағын және орта бизнес (ШОБ) кез келген елдің экономикасында маңызды рөл атқарады. Бұл сектор жұмыс орындарын құру, инновацияларды енгізу және экономикалық тұрақтылықты қамтамасыз ету сияқты маңызды функцияларды орындайды. Қазақстанның экономикалық саясаты шағын және орта бизнесті дамытуға бағытталған, себебі бұл сектор экономиканың әртараптандырылуына, әлеуметтік мәселелердің шешілуіне және кәсіпкерліктің дамуына ықпал етеді. ШОБ-тің табысты дамуы менеджменттің тиімді әдістерін қолдануды талап етеді. Шағын және орта кәсіпорындарда менеджмент жүйесі тиімді ұйымдастырылған жағдайда, олар нарықта бәсекеге қабілетті болып, тұрақты өсуге қол жеткізе алады. Осы мақалада ШОБ дамуына ықпал ететін менеджменттің негізгі тиімді әдістері талданады.

Шағын және орта бизнес менеджменті – кәсіпорынның барлық ресурстарын (қаржылық, адами, технологиялық) тиімді пайдалану арқылы ұйымның мақсаттарына қол жеткізуді қамтамасыз ететін құрал. Тиімді менеджмент кәсіпорынның нарықтағы позициясын нығайтып, ұзақ мерзімді дамуын қамтамасыз етеді.

Менеджменттің негізгі міндеттері:

Стратегиялық жоспарлау: кәсіпорынның ұзақ мерзімді мақсаттарын анықтау және оған қол жеткізу жолдарын әзірлеу;

Ұйымдастыру: кәсіпорын құрылымын құру және әрбір қызметкердің міндеттері мен жауапкершіліктерін нақты анықтау;

Мотивация: қызметкерлердің кәсіпорын мақсаттарына жетудегі мотивациясын арттыру; Бақылау және бағалау: кәсіпорынның іс-әрекеттерін қадағалап, нәтижелерді талдау.

Стратегиялық менеджмент – кәсіпорынның ұзақ мерзімді табысты болуына бағытталған басқару жүйесі. Бұл әдіс кәсіпорынның нарықтағы орнын анықтап, бәсекелестік артықшылықтарын дамытуға мүмкіндік береді.

Стратегиялық менеджмент әдістері:

SWOT-талдау: кәсіпорынның күшті және әлсіз жақтарын, мүмкіндіктері мен қауіптерін анықтау арқылы даму стратегияларын құру.

Портфельдік талдау: әртүрлі өнімдер мен қызметтердің нарықтағы жағдайын бағалау және қай бағыттарды дамытуға басымдық беру.

SMART мақсаттары: нақты, өлшенетін, қолжетімді, маңызды және уақытқа негізделген мақсаттарды қою арқылы кәсіпорынның дамуына бағытталған стратегия құру.

ШОБ табысты болуы үшін қаржылық ресурстарды тиімді басқару маңызды. Қаржылық менеджмент кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығын қамтамасыз етеді және инвестицияларды дұрыс