

Кәсіпорынның қаржы қызметіндегі дағдарысты ерте сатыда диагностикалау

Г.Б. Сакенова¹, А.С. Ахметова²

¹«Мемлекеттік және жергілікті басқару» мамандығы бойынша 3 курс студенті

²«Менеджмент» кафедрасының аға оқытушысы, э.ғ.м.,
gskz09@mail.ru, ahmetova.2017.86@mail.ru

^{1,2} Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Бұл мақалада дағдарыс құбылыстарын тудыратын және ұйымның қаржылық тұрақтылығы мен төлем қабілеттілігіне әсер ететін жағымсыз құбылыстардың болуы туралы проблемалар қарастырылған. Мақалада дағдарыстың негізгі пайда болу факторлары, олардың өзара байланысының толық көрінісі айқындалған. Оны еңсерудің шаралар жүйесі ұсынылған, кәсіпорынның әлеуметтік-экономикалық қайта өркендеу жолдары көрсетілген. Қазақстанның «Food Master Agro» компаниясы мен «Nätige» ЖШС-нің бәсекеге қабілеттілігінің салыстырмалы анализдері талданған. Осыған байланысты осы мақалада компаниялардың нарықтағы тұтас сүт өнімдері бағаланатын болады.

Кілт сөздер: диагностика, дағдарыс, кәсіпорын, персонал, бәсекеге қабілеттілік.

Дағдарысқа қарсы басқару – дағдарыстарды алдын ала болжаудың, олардың салдарын жұмсартудың және ұйымды дамыту үшін дағдарыстар факторларын пайдаланудың бақыланатын процестері болатын басқарудың осындай түрі. Дағдарысқа қарсы басқарудың негізгі функциялары тұрақты жағдайда болуы мүмкін дағдарысқа дайындық және алдын алу мақсатында дағдарыстық құбылыстарды уақтылы тану болып табылады. Дағдарысқа қарсы мониторингтің бұл кезеңі дағдарыс қаупін алдын ала анықтауға және оның салдарын жеңілдетуге дайындалуға мүмкіндік береді [1].

Диагностика – басқарудың маңызды элементі. Оның негізінде басқарушылық шешімдер әзірленеді. Диагностиканың қаншалықты сапалы жүргізілуіне байланысты диагностика нәтижелері бойынша қабылданатын басқарушылық шешімдердің сапасы, демек, басқарудың тиімділігі де байланысты. Жоғары басшылық және кәсіпорынның меншік иелері үшін диагностика экономикалық дағдарыстың бастапқы сатысында оның нақты мүмкіндіктері туралы шынайы сапалы ақпарат алудың құралы және менеджменттің ерекше әдістері мен тетіктерін іске қосу үшін негіз болып табылады.

Ұйым өз қызметін бастаған кезде нарықта, әдетте, бәсекелес фирмалардың айтарлықтай саны жұмыс істейді. Нарықта белгілі бір нишаға ие болу, сауда маркасын белгілеу оңай емес. Көптеген ұйымдар бәсекелестікке төтеп бере алмай, бизнес әлемінен біржолата кетеді. Сондықтан нарықтық экономикасы дамыған көптеген елдерде шағын бизнесті қолдау шараларының жүйесі әзірленді, оның ішінде жеңілдікті несие беру, салық салудан уақытша босату, патенттер мен технологияларды тиімді жағдайларда беру болып табылады. Ұйымды осындай қолдаумен сандық және сапалық өсу кезеңінен өту, дамудағы оң үрдістердің тұрақтылығына қол жеткізу оңайырақ [2].

Сауатты іс-әрекеттер кәсіпорындарға кредиторлармен есептесуге және өзінің қаржылық жағдайын жақсартуға көмектеседі. Қазақстан Республикасының оңалту және банкроттық рәсімдері туралы заңнамасы Қазақстан Республикасының Конституциясына негізделеді және Қазақстан Республикасының Азаматтық кодексінен (1994 жылғы 27 желтоқсандағы Жалпы бөлім, 1999 жылғы 1 шілдедегі №409-І Ерекше бөлім) (бұдан әрі – АҚ), 1999 жылғы 13 шілдедегі №411-І Қазақстан Республикасының Азаматтық іс жүргізу кодексінен (бұдан әрі – АІЖК), «Оңалту және банкроттық туралы» 2014 жылғы 7 наурыздағы №176-V Қазақстан Республикасының Заңынан (бұдан әрі – «Оңалту және банкроттық туралы» Заң), «Жеке кәсіпкерлік туралы» Қазақстан Республикасының 2006 жылғы 31 қаңтардағы №124-ІІІ Заңы (бұдан әрі – «Жеке кәсіпкерлік туралы» Заң), жекелеген шаруашылық жүргізуші субъектілерге қатысты оңалту және банкроттық рәсімдерін қолдану ерекшеліктерін белгілейтін өзге де заңдар мен нормативтік құқықтық актілер [3].

Қазақстандық қайта өңдеу компаниялары мысалында сүт өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін бағалауды қарастырайық.

Ірі сүт өнімдерін өндірушілердің бірі - «Food Masster Agro» компаниясы. Компания ұсынатын өнімнің кең ассортиментінің арасында сатып алушылар жиі қолданатын сүт болып табылады. «Food Master Agro» - бұл Қазақстанда қышқыл-сүт өнімдерін өндіру бойынша №1. Қазіргі таңда компанияның 2000-нан аса қызметкері, 16 филиалы, 4 зауыты және екі жеке сүт-тауар фермасы бар. Сүт өнімдері нарығындағы «Food Masster Agro» үлесі 18,54%. Орталық кеңсе Алматы қаласында орналасқан. Өнімнің ассортименті тұтынушылардың ең таңдаулы талғамдарын қанағаттандыра

отырып, үнемі жаңа өнімдерді жасап, технологияны дамытып және қаптаманы жетілдіре отырып кеңейтіледі. Сүт өнімдерін өндіруде қолданылатын барлық шикізат мұқият іріктеуден өтіп, халықаралық деңгейдегі ең жоғары сапасымен ерекшеленеді. 2004 жылдан бастап «Food Master Agro» әлемнің 70 елінде 200-ден астам кәсіпорынды біріктіретін әлемде жоғары сапалы сүт өнімдері мен ірімшік өндіру бойынша көшбасшы Lactalis (Франция) компанияларының халықаралық тобына кіреді.

Талданатын өнімнің бәсекеге қабілеттілігін сандық өлшеген жөн, бұл неғұрлым дәл, объективті деректер алуға мүмкіндік береді.

Қаралып отырған тауардың бәсекеге қабілеттілік деңгейін растау үшін оны бәсекелестің ұқсас тауарымен талдау қажет. Сүттің бәсекеге қабілеттілігін неғұрлым толық талдау үшін ұқсас тауардың бәсекеге қабілеттілігін анықтайтын сапа, сервис және басқа да құрамдас бөліктер деңгейін ескеру қажет. Қарағанды сүт өнімдері нарығындағы негізгі бәсекелес компания «Nätige» ЖШС болып табылады.

«Nätige» ЖШС орта кәсіпорындар класына жатады, оның негізгі принциптері: жоғары сапалы өнім өндіру, сервистің жоғары деңгейі, нетворкинг, персоналды оқыту қоймадағы қалдықтарды азайту жолымен шығындарды азайту. «Nätige» ЖШС Қазақстанда сүт қышқылы өнімдері нарығында 15 жыл жұмыс істейді. Нұрсұлтан, Қарағанды, Көкшетау, Теміртау, Екібастұз, Саран, Шахтинск және Абай қалаларында филиалдары бар. Бас кеңсе Қарағанды қаласында, Пришахтинскінің Солтүстік өнеркәсіптік аймағында орналасқан. «Nätige» ЖШС қышқыл сүт өнімдерінің ерекшелігі жоғары сапа болып табылады, бұл 7 күннен артық емес сақтау мерзімімен қамтамасыз етіледі. Алайда нарықта бәсекелестік фирмалардың пайда болуына байланысты нарықтың бір бөлігі тарылды. Атап айтқанда, Павлодар қаласындағы филиалы уақытша жабылды. Біріншіден, өте алыс және қолайсыз инфраструкутура, екіншіден, нарықта өте үлкен шығындар болды. Нәтижесінде 18 адам қысқартылды.

«Nätige» ЖШС баға саясаты шығындарға бағытталған. Бұл кәсіпорын өнімдердің бағасын мына әдіспен белгілейді «шығындар + + үстемақы». Яғни, пайданың белгілі бір нысаналы деңгейін алу қажеттілігіне қарай сату бағасын қалыптастыруды көздейді. Үстемақы – қорытынды өзіндік құнның 20%. Салыстырмалы талдау үшін сараптамалық әдіс бойынша тауардың бәсекеге қабілеттілігін талдау әдісі қолданылады.

Тауардың бәсекеге қабілеттілігін бағалау үшін бастапқы деректер №1 кестеде келтірілген.

Кесте 1

Тауардың бәсекеге қабілеттілігін бағалау үшін бастапқы деректер

Тауардың бәсекеге қабілеттілік көрсеткіштері	Көрсеткіштердің мәні		
	нормативке	бәсекелес «Нәтиже»	талданатын үлгі «Food Master Agro»
1	2	3	4
1. Нормативтік қызмет мерзімі ішіндегі тауар сапасының интегралдық көрсеткіші (1 ай), бірлік	3500	3600	3000
2. Тауар бағасы, ақшалай	122	115	120
3. Тауар сервисі сапасының интегралдық көрсеткіші, үлесі	1,0	0,90	0,95
4. Бір ай аралығындағы тауарды пайдалануға арналған шығындар, ақшалай	2000	1500	2200
5. Тауардың өмірлік циклінің кезеңдері бойынша басқару сапасының интегралдық көрсеткіші	1,0	0,80	0,90

Ескерту - Қазақстан Республикасы Статистика агенттігінің деректері stat.kz

Өнімнің бәсекеге қабілеттілігінің сараптамалық әдісін құру үшін алдымен нормативтердің мәнін 20%-ға арттыру қажет. Бұл жағдайда сүт сапасының интегралдық көрсеткіші нормативінің ұлғайтылған мәні 4200 (3500-100%; X - 20%; X=700 – ұлғаю үлесі; 3500+700 = 4200 – интегралдық сапа көрсеткіші нормативінің ұлғайтылған мәні), Ц - 146, Кс - 1,2, Зэ - 2400, Ку - 1,2 тең болады [6].

Кесте 2

Сараптамалық әдісті қолдана отырып, тауарлардың бәсекеге қабілеттілігін бағалау

Көрсеткіштің белгіленуі	Көрсеткіштің салыстырмалы мәні			Көрсеткіштің келтірілген мәні	Талданатын үлгі «Food Master»	Көрсеткіштің салмағы
	норматив	Бәсекелес «Нәтиже»	Талданатын үлгі «Food Master Agro»			
1	2	3	4	5	6	7
Пэ	1,0	1,03	0,86	0,360	0,301	0,35
Ц	1,0	0,93	0,98	0,186	0,196	0,20
Кс	1,0	0,90	0,95	0,09	0,095	0,10
Зэ	1,0	0,75	1,1	0,112	0,165	0,15
Ку	1,0	0,80	0,90	0,16	0,18	0,20
Сомма				0,908	0,937	

Ескерту - Қазақстан Республикасы Статистика агенттігінің деректері stat.kz

1, 2 кестелердің деректерін талдау арқылы келесі қорытындыларды жасауға мүмкіндік береді:

1) Бәсекелес «Nәтиге» ресурстық көрсеткіштер бойынша нарықтық нормативтерден озады (пайдалануға арналған баға мен шығындар нормативтерге қарағанда аз);

2) Бірақ барлық сапалық көрсеткіштер бойынша артта қалады; талданатын тауар - «Food Master Agro» өнімі кейбір интегралдық көрсеткіштер бойынша шамалы мөлшерде ғана нормативтерге жол береді.

1 және 2 кестелердің деректерін талдау бәсекелес тауарының бәсекеге қабілеттілік деңгейі нарық талаптарына (нормативке) 9,2 «пайызға», ал талданатын үлгіге - 6,3 «пайызға» дейін жеткіліксіз екенін көрсетеді. Осылайша, «Food Master Agro» - «табиғи сүт» өндірушісінің талданатын тауары жүргізілген талдаудан кейін сүт өнімдері нарығындағы бәсекеге қабілеттіліктегі өз көшбасшылығын растады.

Сүт одағының мәліметі бойынша, мал шаруашылығына (жаңарту, селекция) және фермерлерді (азықтандыру режимі, гигиеналық стандарттар) оқытуға инвестициялар салуды ұсынады. Бұл сиырдан жылдық сауылым нормасын үш жылда 25%-ға арттыруға мүмкіндік береді. Бұдан басқа, сүт фермаларын жаңғырту, ветеринариялық қызмет пен зертханаларды қайта жабдықтау қажет. Сүт өндірушілер ауыл шаруашылығы тауарларын өндірушілерді субсидиялау қажеттілігі туралы айтады және көршілес Ресейдің мысалын келтіреді. Мұнда дотациялар аймаққа байланысты 10-нан 50%-ға дейін құрайды. Мемлекеттен инфрақұрылым (жолдар, электрмен жабдықтау, телефон желілері, сумен жабдықтау) және білім (ауыл шаруашылығы мектептері мен университеттер) сияқты ілеспе проблемаларды шешуге де көмек талап етіледі [4].

Дағдарысқа қарсы экономикалық менеджментте де өндірісті әртараптандыру, конверсия үлгілерін іздестіру қажеттілігі туындайды. Дағдарысқа қарсы менеджмент проблемасы кең және әртүрлі, оны төрт топқа бөлуге болады.

Бірінші топ – дағдарыс алдындағы жағдайларды тану мәселелері. Бұл қарапайым іс емес – дағдарыстың басталуын дер кезінде көру, оның алғашқы белгілерін табу, оның сипатын түсіну. Дағдарыстың алдын алу мүмкіндігі осыған байланысты. Бірақ бұл ғана емес. Дағдарыстың алдын алу тетіктерін құру және іске қосу қажет. Бұл да менеджмент проблемасы.

Дағдарысқа қарсы менеджмент проблемаларының екінші тобы ұйымның өмір сүру әрекетінің негізгі салаларымен байланысты. Бұл топ қаржылық-экономикалық сипаттағы проблемалар кешенін қамтиды. Мұнда уақыт, қызметкерлердің біліктілігі, ақпараттың жетіспеушілігі және т.б. бойынша көптеген шектеулер бар. Осы топқа ұйымды дағдарыстан шығаруға ықпал ететін инновациялық стратегияларды әзірлеу проблемаларын да жатқызуға болады.

Проблемалардың төртінші тобы дағдарыстық жағдайларды, дағдарысқа қарсы шараларды инвестициялауды, кәсіпорындардың банкроттығы мәселесі, ұйым мүшелері арасындағы қақтығыс пен персоналдың селекциясын қамтиды.

Дағдарысқа қарсы менеджменттің қажеттілігі даму мақсаттарымен де байланысты. Мысалы, адамның өмір сүруіне, оның денсаулығына қауіп төндіретін экологияда дағдарысты жағдайлардың пайда болуы технологияны өзгерту туралы шешім қабылдауға жататын дағдарысқа қарсы басқарудың жаңа құралдарын іздеуге және табуға мәжбүр етеді. Мәселен, атом энергетикасы – бұл дағдарыстық жағдайлардың жоғары қауіптілігі бар қызмет саласы. Дағдарысқа қарсы менеджменттегі

ең бастысы-техникалық персоналдың кәсібилігін арттыру, тәртіпті нығайту, жаңа және қауіпсіз технологияларды әзірлеуді ұйымдастыру қажеттілігі. Мұның бәрі менеджменттің мәселелері. Техникалық мәселелерді шешу менеджменттен басталады.

Әдебиеттер тізімі

1. Антикризисное управление: учеб. пособие / сост. Ю. Т. Додобаев. 2008, - 64 с.
2. Антикризисное управление: Учебник/Под редакцией Э.М. Короткова. – М.: «ИНФРА-М», 2000
3. Қазақстан Республикасының Азаматтық кодексі
4. Қазақстан Республикасы Статистика агенттігінің деректері stat.kz

Қазақстан Республикасында логистиканың даму жағдайы және заманауи логистикалық менеджмент енгізу болашағы

А.А. Сариева¹, С.Ш. Мамбетова²
«Менеджмент» мамандығы бойынша 1 курс магистранты¹,
Менеджмент кафедрасының доценті, э.ғ.к.²
ainura_lapochka@mail.ru, sagynysh.2012@mail.ru

^{1,2}Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университеті^{1,2}

Түйіндеме: мақалада Қазақстандағы логистикалық концепцияның даму жолындағы негізгі проблемалары қарастырылған. Қазақстандағы логистиканың басқа да болашағы бар даму бағыттары оны ұйымдастыруда және ішкі өндірістік жүйелердің өнеркәсіптік кәсіпорындарды жетілдіруде, тұрмыстық және материал жүргізуші байланыстарда технологиялық кешендерде және экономикалық аудандарда сараланған. Қазақстан Республикасы аумағында жұмыс істейтін кәсіпорындардың іс-әрекеттері талданады. Сонымен қатар, логистикалық қызмет нарығындағы алатын орны, көрсететін қызмет сипаттары, ерешеліктері, артықшылықтары, кемшіліктері, даму болашақтары жан-жақты қарастырылады.

Кілт сөздер: логистика, қойма, экономика, кәсіпорын, транспорт, кәсіпорын, қызмет

Еліміздегі логистиканың дамуына тоқталайық. Логистика мен ғылыми көзқарастарға деген сұраныс Қазақстанның нарықтық қатынастарға өтуінің басталуымен сәйкес келді. Шетелдік тәжірибе және жоғарыда қарастырылған шетелдік логистика тұжырымдамаларының эволюциясы көрсеткендей, белгілі бір теориялық аппарат пен логистиканы басқарудың практикалық әдістеріне қажеттілік белгілі бір тарихи кезеңдерде пайда болатын өндіргіш күштердің, технологиялардың, саяси жағдайдың және нарықтық қатынастардың жетілуімен анықталады. Отандық бизнестегі логистикалық көзқарастың мүмкіндіктері мен динамикасын әлеуметтік-экономикалық, саяси жағдайдан және Қазақстандағы экономикалық реформалар қадамының болжамынан ажыратуға болмайды.

Қазақстандағы логистикалық тұжырымдаманың негізгі мәселелерін қарастырайық:

Біріншіден, қоғамның барлық деңгейлеріндегі қиын экономикалық және әлеуметтік жағдай көптеген қазақстандық кәсіпкерлерге, менеджерлерге, инженерлерге және техникалық қызметкерлерге отандық бизнестегі таңғажайып логистикалық идеяларды ұсынуға көмектеспейді. Экономикалық тоқырау, негізгі салалардағы монополия мен мемлекеттік меншіктің жоғары деңгейі, қаржылық дағдарыс және дефолттар, өндіріс пен өмір сүру деңгейінің төмендеуі, созылмалы теріс экономиканы қайта құрылымдау және инвестициялардың ашылуы - мұның бәрі әлеуметтік-экономикалық ортада логистиканы енгізу мен дамытуда Қазақстанның теріс сипаттамасы емес. .

Екіншіден, логистиканың логистика саласы (жабдықтау және өндіріс) ұзақ уақыт бойы ішкі экономикада бағаланбаған, ал Батыста логистика негізгі (іргелі) ұстанымды алады. Тарихи тұрғыдан алғанда, біздің елде өндіріс көлемі, соның ішінде тауарлар мен қызметтерді өндіруді ұйымдастырудан айтарлықтай артта қалып отыр. Айналым көлемі тауарлардың өндірушіден тұтынушыға баяу қол жетімділігімен, қанағаттандырылмаған сұраныстың жоғары деңгейімен, сенімділігі төмен және клиенттерге сапалы қызмет көрсетумен сипатталады. Бизнес ортасы әрдайым қалдық негізінде қаржыландырылады; Менеджмент көшбасшылары көбінесе айналымдағы экономиканың рөлін дұрыс түсінбейді.