

NEWS

OF THE NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN
SERIES OF AGRICULTURAL SCIENCES

ISSN 2224-526X

Volume 2, Number 38 (2017), 109 – 115

M. Kurametova

Kazakh humanitarian-law university, Astana, Kazakhstan

**THE ROLE OF INTEGRATED MANAGEMENT MODELS
IN THE MARKET**

Abstract. Organizational-economic mechanism of competitiveness management of the enterprise rational is implemented in the control technology using the approaching process. At the same time, technology management is presented as a set of measures, operations and techniques to improve the competitiveness of the enterprise of sphere of services. Technology management competitiveness of the enterprise contains a sequence of management decisions and actions. The company, based on control technology, will be able to build forecasts of changes to make corrections in the choice of specific strategies in production activities, which allows to solve tasks of managing your competitiveness.

Keywords: services, management, approaching process, technology, competitiveness, model, goal.

УДК 330.31:330

М. Т. Кураметова

Казахский гуманитарно-юридический университет, Астана, Казахстан

**РОЛЬ ИНТЕГРИРОВАННОЙ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ
НА РЫНКЕ УСЛУГ**

Аннотация. Организационно-экономический механизм управления конкурентоспособностью предприятия рационально реализуется в технологии управления с использованием процессного подхода. При этом, технология управления представлена как комплекс мер, операций и приемов для повышения конкурентоспособности предприятия сферы услуг. Технология управления конкурентоспособностью предприятия содержит последовательность принимаемых управленческих решений и проводимых действий. Предприятие, основываясь на технологии управления, сможет выстраивать прогнозы перемен, вносить уточнения при выборе конкретных стратегий в производственную деятельность, что дает возможность решать задачи по управлению своей конкурентоспособностью.

Ключевые слова: услуги, управление, процессный подход, технология, конкурентоспособность, модель, цели.

Введение. Исследование модели интегрированной системы организации как своеобразной формы и метода, в частности, позволяет условно выделить стратегический, тактический и оперативные уровни управления, соотнести их с соответствующим набором элементов управленческого воздействия; логически обосновать выделение сегментов управления организацией в правовом и экономическом полях; понять конкретику управленческого решения как суть разрешения противоречий между соответствующими элементами организации.

Организационная структура направлена прежде всего на установлен четких взаимосвязей между отдельными подразделениями компаний, распределения между ними прав и ответственности. В ней реализуются различные требования к совершенствованию систем управления, выражающиеся в тех или иных принципах.

Одной из стратегических задач развития систем менеджмента в Республике Казахстан является увеличение числа предприятий и организаций Республики Казахстан, использующих мировой опыт внедрения интегрированной модели. Так, количество предприятий, внедривших интегрированные модели, к 2015 году предполагается увеличить до двух тысяч. В связи с этим возникает необходимость разработки эффективных методов внедрения вышеуказанной системы. Системы управления качеством предприятий обеспечиваются путем последовательного внедрения и использования в деятельности организации базовых принципов управления качеством, соответствующих требованиям международных стандартов в области качества, с учетом специфики деятельности.

Многие регионы страны в последние годы успешно реализуют системы, методы и технологии управления качеством, однако проблема интеграции управления качеством, экологией, безопасностью на региональном уровне продолжает оставаться весьма актуальной.

Основой для интегрированной системы качества должна стать система менеджмента в области социальной и этической ответственности, так как упомянутая система предполагает выполнение действующих законодательно правовых и нормативных требований в области экологии, охраны труда, безопасности продукции и другие связанные с ними аспекты.

Целесообразность внедрения интегрированной модели заключается в: обеспечении большей согласованности действий внутри организации; минимизации функциональной разобщенности в организации, возникающей при разработке автономных систем менеджмента; в меньшей трудоемкости по сравнению с несколькими параллельными системами; меньшем числе внутренних и внешних связей по сравнению с суммарным числом этих связей в нескольких системах; - значительно меньшем объеме документов по сравнению с суммарным объемом документов в нескольких параллельных системах; достижении более высокой степени вовлеченности персонала в улучшение деятельности организации для конкурентоспособности компании в рыночной среде. Предприятия, которые стремятся сохранить свою конкурентоспособность в будущем, вынуждены согласовывать свои текущие и перспективные интересы. Невозможно достичь успехов в деятельности, концентрируясь только на решении текущих проблем. Основными функциями, реализуемыми в системе управления предприятием, являются производственная, коммерческая и финансовая.

Эффективность управления конкурентоспособностью предприятия невозможна без учета сферы деятельности. В данном случае рассматривается проблема управления конкурентоспособностью предприятий сферы услуг. Услуги - экономическое отношение, возникающее по поводу результатов труда, создающего потребительные стоимости, проявляющиеся в форме полезного действия товара (вещи) или самой деятельности для удовлетворения конкретных, разумных потребностей человека [1].

Рынок услуг является разновидностью товарного рынка, развивается по законам рыночной экономики, имеет специфические черты, что обуславливает особый подход, в частности, к управлению предприятиями сферы услуг.

Основными особенностями рынка услуг являются: высокая динамичность рыночных процессов; территориальная сегментация; высокая динамичность оборота капитала; высокая степень чувствительности к изменению конъюнктуры рынка; специфика организации производства услуг (большие возможности для гибкого реагирования на изменение рыночной конъюнктуры); специфические особенности организации процесса по оказанию услуг (развитие коммуникативных связей, повышенные требования к профессиональным качествам, опыту, уровню квалификации, культуре и этике производителя); значительная дифференциация услуг; неопределенность результата деятельности по оказанию услуг.

Конкурентоспособность предприятия - это относительная характеристика, которая выражает отличия развития данной фирмы от развития конкурентных фирм по степени удовлетворения своими товарами потребностей людей и по эффективности производственной деятельности. Конкурентоспособность предприятия характеризует возможности и динамику его приспособления к условиям рыночной конкуренции [2].

Одно из важнейших свойств конкурентоспособности - возможность влияния на нее, т.е. ею возможно и нужно управлять.

Управление конкурентоспособностью предприятий сферы услуг - это управление в рыночных условиях своими конкурентными преимуществами, результатом которого являются лучшие позиции по отношению к конкурентам и стабильное положение предприятия за счет получения достаточной прибыли, позволяющее ему развиваться.

Повышения конкурентоспособности предприятию не достичь случайным образом, необходима обоснованная система обеспечения конкурентоспособности. В основе управления конкурентоспособностью должен лежать стратегический подход, который реализуется через механизм управления.

Организационно-экономический механизм управления представляет собой систему достижения целей управления конкурентоспособностью, обеспечивающих необходимый конечный результат. Без создания и совершенствования данного механизма предприятию в современных рыночных условиях не получить желаемый результат деятельности.

Механизм управления конкурентоспособностью можно определить как совокупность ресурсов, методов, средств, инструментов и рычагов воздействия на рыночные процессы, применяемые руководящими органами всех иерархических уровней для достижения целей экономического развития элемента экономической системы [2]. Механизм управления рассматривается нами как один из аспектов деятельности предприятия.

Механизм управления конкурентоспособностью включает в себя следующие структурные элементы: цели управления (желаемый результат деятельности, который должен быть достигнут в пределах некоторого интервала времени); факторы управления (факторы конкурентоспособности, на которые осуществляется воздействие в интересах достижения поставленных целей); организационная структура управления; ресурсы управления (материально-технические, финансовые, социальные, институциональные и другие, при использовании которых реализуется избранный метод управления и обеспечивается достижение поставленной цели); методы воздействия на факторы (направления, инструментарий).

Достижение высокого уровня конкурентоспособности предприятия является важнейшим стратегическим преимуществом. Управление конкурентоспособностью предприятия требует длительного времени, больших средств и ресурсов, профессионализма руководителей и специалистов.

Управление конкурентоспособностью предприятие должно осуществлять не только в краткосрочном аспекте (тактическое управление), но и на долгосрочный период (стратегическое управление). Стратегическое управление создает конкурентные преимущества, которые обеспечивают успешное существование и развитие предприятия в долгосрочной перспективе. Стратегическое управление исходит из того, что создать устойчивое конкурентное преимущество - это значит предложить большую воспринимаемую ценность потребителям и другим заинтересованным лицам. Эти преимущества могут быть связаны как с характеристиками производимых услуг, так и с характеристиками самого предприятия и его положением на рынке. Тактическое управление конкурентоспособностью направлено на разработку и осуществление конкретных мероприятий по реализации стратегических планов управления конкурентоспособностью предприятия.

В основе системы управления конкурентоспособностью предприятия через организационно-экономический механизм лежит управление факторами конкурентоспособности. Воздействуя на факторы конкурентоспособности, предприятие может управлять уровнем своей конкурентоспособности, улучшая при этом конкурентные позиции на рынке. Фактор конкурентоспособности – непосредственная причина, наличие которой необходимо и достаточно для изменения одного или нескольких критериев конкурентоспособности. Под влиянием фактора изменяется критерий конкурентоспособности. Критерий - признак, на основании которого производится оценка [3].

Наиболее важной с точки зрения системного подхода является возможность деления факторов в зависимости от источников происхождения на внутренние и внешние. Внешние - социально-экономические и организационные отношения, позволяющие предприятию создавать услуги, более привлекательные для клиентов. Внешние факторы отражают условия, к которым предприятие должно адаптироваться. Внешние факторы делятся в зависимости от уровня воздействия на мегауровень (мировое хозяйство), макроуровень (государство), мезоуровень (город и регион) и микроуровень (предприятие). Данные факторы не контролируются предприятием. Внутренние

факторы – возможности самого предприятия по обеспечению собственной конкурентоспособности, они определяют эффективность процесса приспособления к вызовам, угрозам, возможностям внешней среды.

Особое внимание следует уделить внутренним факторам и внешним факторам микроуровня, поскольку на них руководство предприятия может оказывать самое непосредственное влияние. Одним из главных внутренних факторов конкурентоспособности предприятия является конкурентоспособность оказываемых им услуг. Кроме того, отсутствие возможности оказывать непосредственное влияние на внешние факторы не означает, что руководство предприятия может их игнорировать, необходимо осуществлять постоянный мониторинг соответствующих факторов, прогнозировать их изменение и последствия этих изменений для фирмы.

Должное внимание при разработке механизма управления конкурентоспособностью должно уделяться совершенствованию организационного механизма управления конкурентоспособностью предприятия. Реализация управления конкурентоспособностью требует организационного сопровождения, т.е. повышение потенциала предприятия происходит в рамках организационной структуры, обеспечивающей ее адаптацию и устойчивость к условиям внешней среды.

Структура основных элементов управления конкурентоспособным предприятием включает программно-целевой блок, который должен отображать необходимые действия, конкретные организационные, экономические, технологические меры в их взаимосвязи (рисунок 1).



Рисунок 1 – Структура основных элементов управления

Указанные на рисунке 1 элементы объединены принципом обеспечения конкурентоспособности предприятия. Известны модели конкурентоспособной политики, оправдавшие себя в рыночной экономике: американская и японская.

Американская модель базируется на принципах автономии предпринимательства, свободной конкуренции, регулировании рынка крупными международными корпорациями. Конкурентное управление в ней осуществляется выделением приоритетной отрасли. Японская модель предусматривает обеспечение государством технологических приоритетов посредством стимулирования не отраслей, а технологий. Отечественная модель управления конкурентоспособностью, впитывающая идеи, оправдавшие себя на рынке на протяжении не столь длительного периода, ориентирована на управление и развитие инновационной деятельности предприятий. Государственные задачи решают в этой модели регулиющую социально-экономическую роль (бюджетная, налоговая, финансовая политика, обеспечивающая общенациональные интересы).

Эффективное управление конкурентоспособностью требует создания на предприятии организационной структуры, осуществляющей маркетинговую деятельность. Организационная струк-

тура маркетинговой деятельности – совокупность служб, отделов, подразделений, в составе которых есть работники, занимающиеся маркетинговой деятельностью. Организационные структуры маркетинга зависят от ресурсов, которыми располагает предприятие, специфики продукции и рынков, от сложившейся структуры управления. Основными видами организационных структур службы маркетинга являются функциональная, товарная, рыночная, товарно-рыночная (матричная), функционально-товарная, функционально-рыночная организация службы маркетинга.

Для реализации поставленных целей повышения уровня конкурентоспособности необходимы ресурсы. Совокупность организационных, финансово-экономических, трудовых, информационных, технологических и других ресурсов предприятия составляет конкурентоспособный потенциал предприятия. Ресурсы предприятия, как правило, ограничены в рамках конкретного пространственно-временного интервала, что требует их оптимального использования. Ограничение по ресурсам может привести к пересмотру ранее установленных целей и выбору методов воздействия.

Наиболее эффективным методом управления конкурентоспособностью являются методы стратегического управления, контроля и самоорганизации, которые позволяют эффективно организовать деятельность, связанную с решением поставленной задачи по повышению уровня конкурентоспособности предприятия.

Определение направлений управления конкурентоспособностью является важным элементом в процессе управления конкурентоспособностью предприятия сферы услуг. Направления могут быть определены на основании целевых сегментов с точки зрения восприятия внешних и внутренних факторов конкурентоспособности. Необходимо учитывать, что предприятие относится к сфере услуг, поэтому направление управленческих воздействий на факторы конкурентоспособности необходимо осуществлять посредством мероприятий, основанных на усовершенствованной концепции marketing-mix («7P»), включающей в себя следующие элементы: услуга, цена, место, продвижение, люди, процесс оказания услуг, физическое окружение услуги [4].

Средства воздействия отражают индивидуальность как объекта, так и субъекта управления и зависят от имеющихся ресурсов и задач. Основными инструментами, применяемыми в целях эффективного управления конкурентоспособностью предприятия сферы услуг, являются маркетинговые исследования, сегментация рынка, позиционирование, управление ассортиментом услуг, продвижение услуг, профессиональное развитие сотрудников, управление имиджем предприятия, совершенствование организационной структуры, разработка технологии управления конкурентоспособностью и др.

С помощью методов и инструментов предприятие имеет возможность отслеживать изменения во внешней среде, вносить своевременные коррективы в процесс управления конкурентоспособностью, осуществлять контроль и проводить организационные изменения.

Формирование механизма управления конкурентоспособностью должно опираться на совокупность принципов системности, целевой направленности, учета специфики деятельности, информационного обеспечения, использования современных технологий и инструментов, комплексной оценки факторов. Особое значение в процессе управления конкурентоспособностью имеют принципы инновационности, корпоративности, креативности, интегрированности.

Организационно-экономический механизм управления в общем понимании представляет собой организационно-экономические формы взаимоотношений субъектов управления, возникающие при совершенствовании объектов управления, а также экономические методы и инструменты, которые при этом используются. Обязательными элементами любого организационно-экономического механизма являются субъекты управления, организационные формы их взаимоотношений, объекты управления, экономические методы, результаты управления, описание условий управления [5].

Исследования позволили представить модель организационно-экономического механизма управления конкурентоспособностью предприятия сферы услуг (рисунок 2).

Эффективность механизма управления конкурентоспособностью предприятия требует выполнения определенных требований, предъявляемых к предприятиям данной сферы, организационно-экономической модели деятельности предприятия, формам и методам оценки эффективности управленческих решений.

Вход системы управления конкурентоспособностью предприятий услуг представлен различными ресурсами (финансовыми, трудовыми, материальными, информационными, организацион-

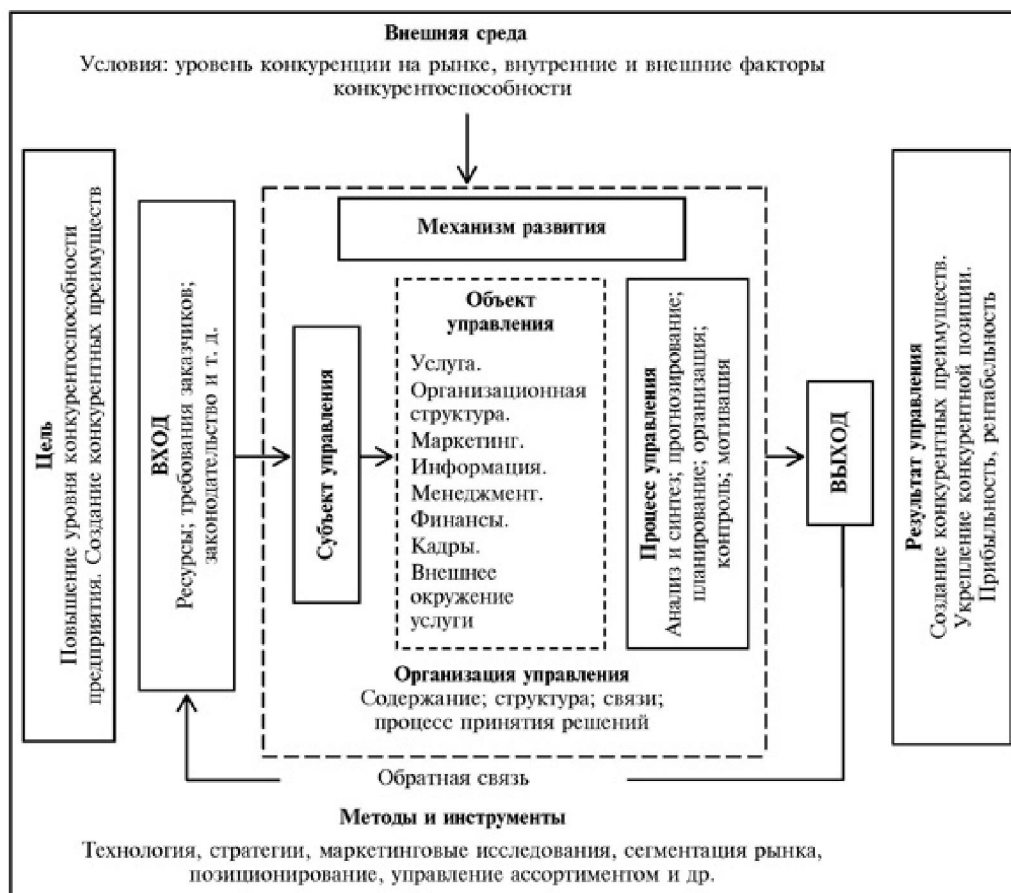


Рисунок 2 – Модель организационно-экономического механизма управления конкурентоспособностью предприятия сферы услуг

ными и др.), требованиями заказчиков, законодательством в области деятельности. Наша задача – повышение уровня конкурентоспособности, поэтому выход должен быть представлен конкурентными преимуществами или превосходством над конкурентами в экономической, технической, организационной, маркетинговой сферах деятельности предприятия. Результаты могут быть измерены в таких показателях как дополнительная прибыль, более высокая рентабельность, объем продаж, рыночная доля, лояльность клиентов, удовлетворенность заказчиков, высокое качество услуг и т.д.

Первоначально необходимо определить параметры выхода, исходя из требований рынка, уровня конкуренции и своих стратегических возможностей, и только потом определять направления и мероприятия по повышению уровня конкурентоспособности.

Число связей системы с внешней средой должно быть минимальным, но достаточным. Большое количество связей усложняет управляемость, а их недостаточность снижает качество управления.

Организационно-экономический механизм управления конкурентоспособностью предприятия эффективно реализуется в технологии управления. В данном случае мы используем процессный подход, что позволяет рассматривать технологию как комплекс организационных мер, операций и приемов, направленных на повышение конкурентоспособности предприятия сферы услуг.

Процессный подход рассматривает общие функции управления как взаимосвязанные.

Процесс управления представляет собой процесс непрерывных взаимосвязанных действий по стратегическому маркетингу, планированию, организации процессов, учету и контролю, мотивации, регулированию.

Технология управления конкурентоспособностью предприятия представляет собой рациональную и логичную последовательность принимаемых управленческих решений и осуществляемых действий. Основываясь на этой технологии, предприятие может выстраивать обоснованные прогнозы возможных перемен, вносить уточнения при выборе конкретных стратегий в свою текущую деятельность и решать практически задачи по управлению своей конкурентоспособностью.

Технология управления конкурентоспособностью предприятия сферы услуг разрабатывается с целью эффективного функционирования организационно-экономического механизма управления и позволяет на основе использования различных методов и инструментария сформировать длительные и устойчивые конкурентные преимущества, результатом чего будет улучшение конкурентной позиции предприятия на рынке.

Технология позволяет определить целевые сегменты предприятия, уровень конкуренции на рынке конкретных услуг региона, провести анализ влияния внутренних и внешних факторов на уровень конкурентоспособности предприятия, выявить основные направления повышения уровня конкурентоспособности предприятия, оценить эффективность предложенных мероприятий.

Создание и совершенствование организационно-экономического механизма управления конкурентоспособностью предприятия - непереносимое условие управления конкурентоспособностью предприятия сферы услуг, результатом чего является обеспечение и укрепление его конкурентных преимуществ[6].

Таким образом, рынок услуг является разновидностью товарного рынка, имеет специфические черты, что обуславливает особый подход к управлению предприятиями сферы услуг, одно из важнейших свойств конкурентоспособности – возможность влияния на нее, т.е. ею возможно и нужно управлять; управление конкурентоспособностью предприятий сферы услуг – это управление в рыночных условиях своими конкурентными преимуществами.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Рыжакин Т.Г. Сбалансированное управление предприятием // *Фундаментальные исследования*. – 2014. – № 6 (часть 4). – С. 798-802
- [2] Гайнутдинов Э.М. *Производственный менеджмент: учебное пособие*. – Минск: Высшая школа, 2010. – 320 с.
- [3] Розанов Н.М., Комарницкая А.Н. Политика поддержки конкуренции как драйвер экономического роста // *Ж. Journal of economic regulation (Вопросы регулирования экономики)*. – 2016. – Вып. № 1, т. 7. – С. 19-32.
- [4] Дамодаран А. *Стратегический риск-менеджмент. Принципы и методики*. Strategic Risk Taking: A Framework for Risk Manage. – Изд.: Вильямс, 2010. – 496 с.
- [5] Кендох Е.И. Система управления конкурентоспособностью продукции / Е.И. Кендох // *Сибирский вестник сельскохозяйственной науки*. – 2011. – № 11–12. – С. 112–116.
- [6] Милыева Л.Г., Бавыкина Е.Н. Управление конкурентоспособностью персонала организации в условиях реализации компетентного подхода // *Вестник Новосибирского государственного университета экономики и управления*. – 2014. – № 4. – С. 27-34.

REFERENCES

- [1] Ryzhakin T.G. Balanced management of the enterprise. Basic research. 2014. N 6 (part 4). P. 798-802.
- [2] Gainutdinov E.M. Production management: a training manual. Minsk: Vysheishaya Shk., 2010. 320 p.
- [3] Rozanov N.M., Komarnicki A.N. Policy support of competition as a driver of economic growth. W. Journal of economic regulation (regulation of the economy). 2016. Issue 1, vol. 7. P. 19-32.
- [4] Damodaran A. Strategic risk management. The principles and techniques: Strategic Risk Taking: A Framework for Risk Manage, Ed. Williams, 2010. 496 p.
- [5] Menduh E.I. control System of competitiveness of products / E.I. Kendoh // *Siberian Bulletin of agricultural science*. 2011. N 11-12. P. 112-116.
- [6] Milyaeva L.G., Bavykina E.N. Management of competitiveness of the personnel of the organization in the conditions of realization of competence-based approach // *Vestnik of Novosibirsk state University of Economics and management*. 2014. N 4. P. 27 -34.

М. Кураметова

Қазақ гуманитарлық-заң университеті, Астана, Қазақстан

ҚЫЗМЕТ КӨРСЕТУ НАРЫҒЫНДАҒЫ ИНТЕГРАЦИЯЛАНҒАН ҮЛГІНІҢ РОЛІ

Аннотация. Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін басқарудың ұйымдастырушылық-экономикалық тетігі басқару технологиясында үдерістік кадамды қолдануды ұтымды жүзеге асыруда. Сонымен қатар басқару технологиясы қызмет көрсету саласындағы кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін операциялар мен әдіс-тәсілдер, шаралар кешені ретінде ұсынылған. Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін басқару технологиясы қабылданатын басқару шешімдері мен атқарылатын жұмыстардың тізбегін құрайды. Кәсіпорын басқару технологиясына негізделі отырып өзгерістер болжамын жасайды, өзінің бәсекеге қабілеттілігін басқару бойынша міндеттерді шешуге мүмкіндік беретін өндірістік қызметтегі нақты стратегияларды таңдау кезіндегі нақтылауды енгізе алады.

Түйін сөздер: қызметтер, басқару, үдерістік кадам, технология, бәсекеге қабілеттілік, үлгі, мақсаттар.