



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ
БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE
OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN



Л. Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ
ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Л. Н. ГУМИЛЕВА
GUMILYOV EURASIAN
NATIONAL UNIVERSITY



Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2015»
атты X Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
X Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2015»

PROCEEDINGS
of the X International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2015»

УДК 001:37.0
ББК72+74.04
Ғ 96

Ғ96

«Ғылым және білім – 2015» атты студенттер мен жас ғалымдардың X Халық. ғыл. конф. = X Межд. науч. конф. студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2015» = The X International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2015». – Астана: <http://www.eni.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie-2015/>, 2015. – 7419 стр. қазақша, орысша, ағылшынша.

ISBN 978-9965-31-695-1

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

УДК 001:37.0
ББК 72+74.04

ISBN 978-9965-31-695-1

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2015

Второе место принадлежит мировому поисковику Google со стоимостью в 111 млрд. долларов. Он утратил в своей стоимости 2,4 %.

Третьего места удостоена компания производителей электроники - IBM с брендовой стоимостью 81 млрд. долларов.

На четвертом месте всемирно известная сеть ресторанов McDonald's, увеличившая стоимость на 22 % до цифры в 81 млрд.долларов.

Пятерку самых дорогих брендов мира завершает гигант программного обеспечения компания Microsoft с приростом в 17% стоимости, достигшая 78 млрд. долларов.

На шестом месте мировой бренд Coca-Cola с 73 млрд. долларов, сумевший за год увеличить свою стоимость на 8.5 %.

Седьмое место занимает компания американской телефонной связи AT&T - 69 млрд. долларов.

Восьмое место в рейтинге самых дорогих мировых брендов занимает всем известный производитель табачной продукции Marlboro с 67 млрд. долларов, увеличив свою стоимость в течение года на 18%.

Девятое место принадлежит китайскому оператору ChinaMobile с 57 млрд. долларов, который демонстрирует рост на протяжении последних 10 лет, увеличив свою стоимость за последний год на 9%.

И, наконец, на десятом месте в рейтинге самых дорогих брендов мира за 2012 год, находится американская компания GeneralElectric с 59 млрд.долларов.

Таким образом, стремительное развитие зарубежных брендов привело к погоне за собственным брендом, поскольку это не только товар, но и миф со всеми своими последствиями. До 70% запланированных бюджетом зарубежных компаний средств, тратится на формирование собственного бренда, что подразумевает долговременную «отдачу» потраченных средств.

Список использованных источников

- 1 Дворникова Е Рождение бренда: начать сначала... Собственное рождение // Бренд-менеджмент. 2002. № 4. С.43.
- 2 Дымшиц М. Разработка имени бренда // Рекламные идеи. 1999. № 4. С. 10
- 3 Есипова И. Брендинг. Этап первый – рождение. // Бренд-менеджмент.2001. № 4.С. 43-48.
- 4 Есипова И. Брендинг. Этап второй. Товар ничто – имидж все! // Бренд-менеджмент.2002. № 2.С. 42.

УДК 65.0

МЕНЕДЖМЕНТТІ ЖЕТІЛДІРУ ЖОЛДАРЫ. ЖАПОНІЯ МЕМЛЕКЕТІ МЫСАЛЫ РЕТІНДЕ

Канапина Гульжан Максатовна

gulzhan_kanapina@mail.ru

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ Техника ғылымдарының кандидаты,

«Менеджмент» кафедрасының доценті, Астана, Қазақстан

Ғылыми жетекші – Ауезова Қ. Т.

Қазақстан Республикасының дамуының қазіргі сатысы экономика мен қоғамды өзгертуде өте күрделі мәселелер пайда болуымен сипатталады. Елде нарық қатынастарын дамытуға бейімдейтін стратегиялық бағыт басқару жүйесін, ең алдымен ұйымды басқару жүйесін жетілдіруді талап етеді. Бұл жерде ұйым қатарына қоғамға, оның мүшелеріне, тұтынушыларға қажетті өнім өндіретін, белгілі жұмыс және қызмет көрсететін ұйымдар жатады. Басқару жүйесі екі, бір-бірімен тығыз байланысты - басқарушы және басқарылатын -

бөліктен тұрады. Оларды зерттеуде, біздің ойымызша, белгілі тепе-теңдік керек.

Қазақстанда басқару теориясы мен практикасын игеру қиыншылығы осы уақытқа дейін нарық қатынастары толық қалыптаспағанына байланысты болып отыр.

Осыған байланысты нарықты экономика өркендеген елдердің бай тәжірибесін игеру менеджер кадрларын дайындауда зор маңызы бар. Бұл экономиканы өзгертудің, көптеген басшылар, мамандар және қатардағы қызметкерлердің рыноктық көзқарасын қалыптастыру және дамытудың тиімді жолы [1].

Шетел ғалымдары кәсіпорынды басқару мәселелерін арнайы пәнге шығарып, «Менеджмент» деп атады. Менеджер – басқарушы, менеджмент – басқару.

Бұрын біз инженерлік негізгі білімін жақсы үйретіп, экономикамен басқару білімдеріне көп көңіл бөлмейтін. Осы пәндерден инженер жұмыс уақытында қателесіп, сүрініп білім алатын.

Енді міне нарықтық экономика дамуының барысында қазір біздерге «топ-менеджер», «менеджмент» деген сөздер таңсық емес, олар бұрынғы «басшы», «басқару қызметі», «басқару» деген сөздерге жаңа мән беріп отыр. Бірақ бұл сөздер синонимдер болса да басқару термині кең мағыналы. Басқару дегеніміз басқарылатын жүйеге әсер етіп оны талапқа сай қалыпқа келтіруді білдіреді. Атап айтқанда басқару субъекті ретінде менеджер бой көрсетеді.

Жапон менеджментінің ролі қазіргі таңда жаңа сатыларға көтерілуімен айқындалып отыр. Жапония әлемдегі екінші экономикалық держава болғанының өзі жапон менеджментінің мейлінше дамығандығын байқатады. Сондықтан Қазақстан менеджерлерінің басты назарда ұстайтын бағыт-бағдары осы жапон менеджерлері болуы тиіс деп ойлаймын. Себебі шығыстық салт-дәстүрді сіңіріп өскен қазақ менеджерлері жапондықтардан сабақ алатын болса экономикамыз дамыған үстіне дамып Қазақстан жылдам дамыған елу елдің қатарынан көрінеді деген сенімім бар.

Жапон басшылары ұзақмерзімді перспективаларға мән беріп, объективті ойлана алады. Сондықтан олар барлық жоғары технологиялық тауарларды шығаруда көш бастап келеді. Жапон басшысы өз жұмысының нәтижесін он жыл тіпті жиырма жыл күтуге дайын. Олар сол орнында болатынына және өз істерінің жемісін көретініне сенімді, сондықтан да барлық назарын жедел нәтиже шығаруға аудармайды [2].

Менің ойымша Қазақстанда білімі мен ұйымдастыру қабілеті жоғары менеджер кадрларды көптеп дайындап шығаратын болса, онда экономикамыз өрге басады деп ойлаймын. Сондықтан да осы тақырыпқа мен көп көңіл қойдым.

Н.С.Целищевтің пікірінше, басқарудың жапондық типінің базалық принциптерінің төрт топқа бөлуге болады. *Бірінші* – корпорация мен жұмыскерлердің өз корпорациясына ерекше тәуелділігі және оның мүддесі жолында жан аямайтындығы үшін едәуір қолайлы жағдай мен уәде беруі. *Екінші* топтағы принциптерді дара басшылықтан гөрі ұжымдық басшылыққа көбірек, көңіл бөлуі, корпорациядағы адамдарды фирма ішінде үнемі көтермелеу, істейтін қызметіне қарамастан жұмыскерлерді тең правода қарау деп тұжырымдауға болады. *Үшінші* топқа – фирманың жұмыс істеуін қамтамасыз ететін үш негізгі күшке – басқарушыға, басқа жұмыскерлерге және инвесторларға ықпал ету мен көңіл бөлу балансын ұтымды ұстау жатады. *Төртінші* топқа - әр түрлі фирмалармен – іскер әріптестермен, соның ішінде ең алдымен өнімді тапсырушылармен және сатып алушылармен алуан түрлі байланыс орнату әдісін қалыптастыру жатады.

Аталған принциптерді жүзеге асыру механизмінің маңызды элементтеріне мыналар жатады:

- Еңбекті ұйымдастыру;
- Өндіріс процестерін басқару және бақылау;
- Топтық жұмыстарды және корпорацияны ынталандыру жалдау және еңбек жағдайы.

Қазіргі Жапониядағы басқаруды американдық менеджизм мен жапондық традиционализмнің қоспасы деп түсіну қажет. Сондықтанда мұнда «менеджмент» термині толық сай келеді. Жапондықтардың өзі де, басқару туралы әңгіме болғанда, осы терминді

қолданады. Жапондықтар өздерін американдықтардың шәкірті ретінде есептей отырып, менеджменттің барлық белгілі концепцияларын мұқият зерттеді, әрі өзіне сай етіп құра білді.

Қазіргі кезде басқару саласындағы жапондық тәжірибеге американдықтар көбірек көңіл бөле бастады, атап айтқанда, мұның өзі Массачусетс технологиялық институтында зерттелуде [3].

Жапонияда істі, өндірісті және басқаруды ұйымдастырудың жоғары деңгейі кімді де болса қайран қалдырады. Жапония - өндірістік қатынасты, сонымен қоса, басқару сипатын айқындайтын монополистік капитализм мемлекеті. Франциямен және Голландиямен қоса, Жапония экономиканы программалайтын капиталистік мемлекеттердің бірі. Талдаудың көрсеткеніндей қазіргі жапондық басқару жүйесі едәуір икемді, әрі тиімді механизм, оның өзі соғыстан кейінгі кезеңде, қазіргі ірі ауқымды өндіріті дамыту жағдайында қалыптасты. Бұл механизм ұдайы жетілдіру үстінде.

Жапонияда сол жапондықтардың өздері айтпақшы бір-ақ байлық бар – ол адамдар. Тек соларға ғана сүйеніп, елдің билеуші топтары «кедергілер жарысында» жеңіске жете алады.

Басқарудың жапондық стилі – бірегей. Жапондық стильге тән нәрсе – басқарудың К. Мацусита принципі. Оның ең бастысы қызметшілерді басқара білу принципі.

Басқарудың барлық құрылымында топ маңызды ұйымдық элемент болып саналады. Жапондық басқару жүйесінде топтық ынталандыру және топтық жауапкершілік айқын сипат алады. Мұндай топтар ресми бөлімше, яғни ұйымның штаттық құрылымдық компоненттері ретінде ғана емес, ресми емес, уақытша бөлімше, мәселен сапаны бақылайтын топ ретінде құрылуы мүмкін.

Жапон кәсіпорындарында әрбір жас менеджерге қамқоршы, яғни американдық мамандардың айтуынша «Өкіл әке» тағайындалады. Өкіл әке орта деңгейдегі беделді басшыдан таңдап алынады. Ол міндетті түрде өзі қамқорлыққа алған адам бітірген жоғарғы оқу орнының түлегі болуы тиіс. Өкіл әкені ешқашанда тікелей басшысы немесе жас менеджер жұмыс істеп жүрген бөлімшенің бастығы тағайындамайды.

Кандидаттарда қателікке жол бермес үшін таңдау мұқият жүргізіледі. «Мацусита – дэнка» концернінде кандидатураларды іріктегенде өлшемдік куәліктермен және өмірбаяндық деректерімен танысып қана қоймайды. Концернге алынатын кадрлардың оқу орнын бітірген дипломымен және ондағы емтихан бағасымен танысып қоюы жеткіліксіз – олар дауысқа түсуге правосы бар құжаттармен, салықтарды төлегені туралы куәліктермен, жанұясын тексерген актімен мұқият танысып шығады. Бұл концернге мінездемесіз орналасуға болмайды, оның үстіне мінездеме беруші концерннің сеніміне ие болуы тиіс.

Менеджер неғұрлым тәуелсіз болса, ол соғұрлым еркін әрекет етеді, оған балама шешімдерді таңдауға неғұрлым көп мүмкіндік берсе, онда өндірісті ғылыми ұйымдастыру теориктерінің пікірінше – қоршаған ортадағы қолайсыз жағдайларға ол соғұрлым шамалы көңіл бөледі. Мұндай көзқарас Жапониядағы басқарудың ерекше стилін көрсетеді [4].

Қазіргі таңдағы нарық қарым-қатынастарына көшу кезеңіндегі қоғамымыздың қым-қуыт экономикалық жағдайында менеджменттің және менеджердің ролі мен маңызы ұдайы өсіп келеді.

Қорытындылай келгенде, менеджер — басшы. Ол тек қана басқарып қана қоймай, сонымен қатар өзінің жұмысын дұрыс ұйымдастыра білу керек, ұжым жұмысын, қарамағындағы қызметкерлер жұмысын ұйымдастыра білуі тиіс. Ұжым арасындағы қарым-қатынастарды реттеп, жұмыс өнімділігін арттыру мүмкіндіктерін қарастыруы және жүзеге асыруы тиіс. Менеджерге кәсіпорын иелерінің қоятын талаптары және менеджердің сол талаптарға жауап беруі тиіс. Егер менеджер қойылған талаптарға жауап бермесе, онда ол білік маман иесі емес деген сөз.

Әрбір кәсіпорында, фирмада, компанияда менеджерлер жұмыс істейді. Қазіргі кезде оларсыз бір де бір кәсіпорын, компания болуы мүмкін емес. Қазіргі Жапониядағы басқаруды американдық менеджизм мен жапондық традиционализмнің қоспасы деп түсіну қажет. Сондықтанда мұнда «менеджмент» термині

толық сай келеді. Жапондықтардың өзі де, басқару туралы әңгіме болғанда, осы терминді қолданады. Жапондықтар өздерін американдықтардың шәкірті ретінде есептей отырып, менеджменттің барлық белгілі концепцияларын мұқият зерттеді, әрі өзіне сай етіп құра білді [5].

Қазіргі кезде басқару саласындағы жапондық тәжірибеге американдықтар көбірек көңіл бөле бастады, атап айтқанда, мұның өзі Массачусетс технологиялық институтында зерттелуде.

Жапонияда істі, өндірісті және басқаруды ұйымдастырудың жоғары деңгейі кімді де болса қайран қалдырады. Жапония - өндірістік қатынасты, сонымен қоса, басқару сипатын айқындайтын монополистік капитализм мемлекеті. Франциямен және Голландиямен қоса, Жапония экономиканы программалайтын капиталистік мемлекеттердің бірі. Талдаудың көрсеткеніндей қазіргі жапондық басқару жүйесі едәуір икемді, әрі тиімді механизм, оның өзі соғыстан кейінгі кезеңде, қазіргі ірі ауқымды өндірісті дамыту жағдайында қалыптасты.

Жапония - әлемдегі рынокты мемлекеттік реттеу мейлінше жоғары дамыған ел болып танылады, осы себептен ол еліктеуге және тәжірибе жинақтауға өте мықты мысал бола алады.

Қолданылған әдебиет

1. Майкл Мескон и др., “Основы менеджмента”, - М., 1995 г., 124 с.
2. Нәрібаев Қ, Жұмамбаев С., Менеджмент: Оқулық. - Алматы; Қазақ университеті, 1998 ж., 96 с.
3. Каору И. “Японские методы управления качеством” М., 1980 г., 26 с.
4. Оучи У. Г. “Методы организации производства: японский и американский подходы” М., 1978г., 232 с.
5. Пронников В.А., Ладанов И. Д. “Управление персоналом в Японии” М., 1985г., 39 с.

ОӘК 338.22.021.4

КӘСІПОРЫНДЫ ДАҒДАРЫСҚА ҚАРСЫ БАСҚАРУ СТРАТЕГИЯСЫ: ҚАҒИДАЛАРЫ МЕН МӘСЕЛЕЛЕРІ

Қабсамет Думангүл Жеңісқызы

Dumasya_93@mail.ru

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ «Менеджмент» мамандығының 4-курс студенті,
Астана, Қазақстан

Ғылыми жетекші - э.ғ.к. Хасенова Кенжегүл Қалмұратқызы

Дағдарысқа қарсы басқару стратегиясы дегеніміз корпорацияға төнетін банкроттық қаупі мен негізгі қаржылық көрсеткіштердің төмендеуі барысында, корпорацияның әрекетінің тиімділігін жоғарылататын стратегияны айтады. Бұл стратегия құрамына жоспарлауға байланысты іс-шаралар кешені, персоналды, қаржыны, қолдау топтарымен қарым қатынасты және заңды және т.б. іс-шараларды басқара отырып, фирманы банкроттық қаупінен және корпорацияны сауықтыруға жағдай жасауды қамтиды.

Өзіндік мәні бойынша стратегия ұйымның анықталған мақсаттарына жету үшін қызметтер тізбегінің технологиясын сипаттайтын көпөлшемді экономикалық категория.

Ұйымның сыртқы ортамен өзара қарым-қатынасын сипаттайтын ережелердің келесідей төрт тобын бөліп көрсетуге болады:

- Бірінші топ: қызмет нәтижесін бағалау ережелері (олар бағыт пен жоспарды қалыптастырады)

- Екінші топ: сыртқы ортамен қарым-қатынас ережелері (олар нарықтық стратегияны қалыптастырады, яғни: кімге және қандай мөлшерде жеткізу керек)

- Үшінші топ: ұйымының ішіндегі үрдістер мен қарым-қатынастар ережелері (ұйымдық