

ӘОЖ 316.77.070

А.А. Құрманбаева

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
E-mail: kurmanbaeva_alma@mail.ru

Басқару – іс жүргізудің ең басты факторы

Мақалада жалпы менеджменттік әрекеттерге зерттеулер жасалды. Баспа менеджеріне бірден-бір өз саласы туралы теориялық білім алып, кәсіби-шығармашылық тұрғыдан өзін-өзі дамытып, жоспарланған жұмыстарды қызығушылықпен орындап, меңгеріп шығуына және кәсіби біліктілігін толықтыруына септігін тигізеді.

Түйін сөздер: менеджмент, баспа, классификация, стиль.

A. Kurmanbayeva

Management – a major factor office

This article discusses the concept of management. Carried out a comparative analysis with the traditional concept and explores examples of the effective use of modern concepts. Vector indicates the further development of the concept in control theory.

Key words: management, publishing, classification, style.

А. Курманбаева

Управление – основной фактор делопроизводства

В статье рассматриваются концепции менеджмента. Проводится сопоставительный анализ с традиционной концепцией, а также анализируются примеры эффективного использования современной концепции. Указывается вектор дальнейшего развития концепции в теории управления.

Ключевые слова: менеджмент, издательство, классификация, стиль.

*Өз басын басқара алмайтын адам басқаларды да
басқаруға жарамайды
У. Пенн*

Еліміздегі экономиканың нарықтық қатынастарға көшуіне байланысты жаңа типті басқару кадрларын дайындау және олардың жаңаша ойлау қабілеттерін қалыптастыру қажеттілігі туындайды. Осы тұрғыдан алғанда, кадрларды кәсіби тұрғыдан, әсіресе, менеджмент саласына лайықты дайындау мемлекеттің ұзақ мерзімді экономикалық саясатының құрамдас бөлшегі болуы тиіс. Кезінде американдық ғалым Адам Смитт «Менеджментті тағылық (варварлық) қатынастардың ең төменгі басқышынан ауқатты тұрмыстың ең жоғарғы сатысына көтеру үшін

не бары бейбіт өмір, жеңіл салық және ел басқару саласына тән сабырлылық керек; қалған қажеттіліктің бәрі табиғи даму жағдайына байланысты өзінен-өзі келе береді» [1] деген еді. Сол сияқты нарық жағдайында түбегейлі өзгерістерге ұшырайтын кәсіпорындар мен фирмалар деңгейінде бұл проблема үлкен мәнге ие болады. Өткір бәсекелестік жағдайында кәсіпорынның өміршендігін қамтамасыз ету үшін фирманы «дәстүрлі түрде» емес, жаңаша басқарып үйрену қажет. Ең алдымен, адамдарды жаңаша басқара білу керек. Мұның өзі нарықтық конъюнк-

тураны алдын ала болжап бағалай білетін, дер кезінде стандартты емес басқару шешімдерін қабылдап, оларды іс жүзіне асыратын ұжымда жетекшілік етуді қазіргі заман талаптары деңгейінде жүзеге асыра алатын жаңа типті басшы – менеджерлерді дайындауды талап етеді.

Менеджер қызметінің мақсаты – өндірістің экономикалық тиімділігін арттыру, прогресшіл техника мен технологияны енгізу, түрлі ресурстарды ұтымды пайдалану есебінен түсімді арттыру және т.б. көздеген мақсаттарға жету жолында игі ықпал ету [2].

Ал баспагер деген кім? Қазақстан Республикасы Заңының «Бұқаралық ақпарат құралының баспагері» деп аталатын 9-бабында «1. Баспагер – Бұқаралық ақпарат құралының өнімін өндіруді материалдық-техникалық жағынан қамтамасыз етуді жүзеге асыратын жеке немесе заңды тұлға. 2. Егер меншік иесі Бұқаралық ақпарат құралының әрі баспагері болмаса, меншік иесі мен баспагердің құқықтары, міндеттері мен жауапкершілігі жеке шартпен белгіленеді» [3] делінген. Енді осы менеджер мен баспагердің басын біріктіретін, менеджмент қалай пайда болды екен?

Жалпы, менеджмент ғылым ретінде XIX ғасырдың аяғы мен XX ғасырдың басында пайда болып, өзінің дамуында бірнеше кезеңді басынан кешірді. Алғаш рет ғылыми менеджмент мектебінің негізін қалаған Америка инженері Фредерек Тейлор (1856-1915). Ол өндірісті ғылым тұрғысынан басқаруға болады деген пікір айтты. Кезінде ғажайып жаңалық болған бұл құбылысты ол кейін өзінің еңбектерінде ғылыми жағынан жан-жақты дәлелдеді. Ф. Тейлор кәсіпорынды басқару ісін өнер ретінде қарастыра келіп менеджер «нені жасауды дәл білуі және соны арзан әрі ең тиімді тәсілмен қалай жасауға болатынын» зерттеу нысаны етті. Ф. Тейлор басқару ісін тек кәсіпорын деңгейінде ұйымдастыруды қарастырды. Оның теориясын Грингтон Эмерсон (1853-1931), Генри Форд (1863-1947), Френк Гилберт (1868-1919), Лилиан Гилберт (1861-1919) т.б. өздерінің ғылыми еңбектерінде одан әрі дамытты.

Баспадағы менеджменттің мақсаттары:

Баспаның негізгі ортақ мақсаты – айқын анықталған өмір сүру себебі – миссия ретінде байқалады. Мақсаттар осы миссияны іске асыру үшін анықталынады. Басқарудың алғашқы аттану нүктесі болып басқару мақсатын анықтау, құрастыру, белгілеу есептеледі. Мақсаттылық – бұл басқару жүйесінің негізгі қасиеттерінің бірі. Басқару мақсаты – басқару жүйесі тапсырма-

сының еңбек әрекеті, нәтижесі оған қол жеткізу үшін басқару объектісінің жұмыс жасауы бағытталынады.

«Егер мемлекетке үлкен корпорация ретінде қарайтын болсақ, онда оның менеджерлерінің іскерлік беделі – аса маңызды капитал екені айдан анық» [4] – деді Н. Назарбаев. Осы тұрғыда Елбасымыз мемлекеттік басқаруды жаңартудың нақты жолдары мен оны одан әрі дамытудың іс-шараларын жасау қажет деп тапты. Ол үшін қандай ұйым болсын, құрылымын жетілдіру, қызметшілердің жалақысын еңбегінің нақты нәтижелеріне қарай ұлғайту, қызмет көрсетудің жоғары сапасына қол жеткізу, сыбайлас жемқорлықты азайту, қызметтің оң имиджін қалыптастыру және нығайту қажеттігі басты назарға алынады. Олар: Басты мақсат құраушыларына бөлінеді – баспаны дамыту және тиімділігін арттыру – баспаның жан-жақты интенсификациялануы – ғылыми техникалық прогресті жылдамдату – еңбек өнімділігін арттыру – ресурстарды үнемдеу – пайданы ұлғайту.

Алайда, бұларды іске асыруға жетекшінің жұмыс стилі – басқару процесінде жетекшімен қолданылатын және оның іс-әрекеттеріне адамдардың қатынас ерекшеліктерін анықтайтын қайталанатын әдіс пен басқарушылық әсер ету тәсілдерінің жиынтығы үлкен әсер етеді.

Жетекшіліктің стилінде жетекшінің ішкі мәдениеті, білім тәжірибесі көрініс табады. Жетекшілік стилі ұжымның психологиялық климатына елеулі септігін тигізеді. Стиль жетекшінің жеке тұлғасымен тығыз байланыста, тіпті оны кей кезде басқарушылық қызметтің «жазуы» деп те атайды.

Жетекшілік стилінің бірнеше классификациясы бар. Бірін және көбіне белгілі классификация – бұл авторитарлы, либералды, демократиялық стильдер.

Авторитарлы (директивалы) стиль жетекшінің рөлін асыра пайдаланумен байланысты. Жетекшіліктің бұл стилінде қоластындағылардың бастамасымен өз болуын шектейтін асыра талап қоюшылық сипаттас. Жетекшілік түсінік беру әдістері, пайымдаумен емес, күшті әдістерімен іске асырылады.

Өкінішке қарай, қазіргі заманғы жас басшылардың көпшілігі осылай ойлайды және өткен стильді таңдайды. Бұл стиль жоғары білікті қызметкерлер ұжымында төмен нәтиже береді.

Либералдық стиль басшының өзіне бағыныштыларды жұмысына араласпауымен сипатталады, орындаушыларды тапсырманы орындамағаны

үшін жауапкершілікті талап ет, пейілі, жұмысын бетімен жіберген, өзіне жауапкершілік арқалайды. Кейде бұл стиль бос белбеулік деп аталады. Демократиялық стиль ұжымдағы серіктестік қатынастармен, бағыныштыларды ұжымның негізгі қызмет бағыттары бойынша шешімдерді талқылауға және дайындауға тартумен, құқықтармен міндеттерді өзара бөлісумен, қабылданған шешімдерді орындаған кездегі бағыныштылардың дербестігі мен бастамашылдығын дамытумен, өзара бақылауды кеңейтумен сипатталады.

Басшының стилімен жұмысты жетілдіруге болады. Жақсы қосшы – жақсы психолог. Огайо және Мичиган университеттерінде (АҚШ) жүргізілген зерттеулер басшылық стилін анықтаудың матрицалық әдісін жасауға әкелді. 1996 ж. Р. Блейк пен Дж. С. Моутон жасаған басшылық стильдерінің матрицасын басқаруға екі қатынастың әртүрлі комбинацияларының өзара үйлесуін береді: адамдарға қамқорлықпен және өндіріс үрдісіне күш сала отырып басшылық жасау. Матрица дегеніміз әрқайсысын 9 бөлікке бөлген 2 шкаланың қиылысуы болып табылады. Тігінен ұжымды басқарудағы адамдарға қамқорлық дәрежесі, ал көлденеңінен өндірістік үрдіске басшылық жасау дәрежесі қойылады. Барлығы 81 ұстын (9х9), яғни басқару стилінің 81 нұсқасы алынады [5].

Компанияны басқару кезінде мінез-құлық нұсқауларының әрқайсысын аталған матрицадан алынған кез келгенімен салыстыруға болады. Р. Блейк пен Дж. С. Моутон матрицаның 5 шеткі және неғұрлым тән ұстынын сипаттады.

1. Авторитарлық басшылық.

Бұл ұстын басшысы өндіріс туралы қамқорлық болып табылатын және ешқандай әлеуметтік қызметті мүлдем жүзеге асырмайтын менеджерлерге тән. Олар қызметті жанама нәтиже деп таниды. Олардың есептеуінше, басқару шешімдерінің сапасы ол қабылдаған бағыныштылардың қатысу дәрежесіне тәуелді емес. Осындай менеджерлерге тән оң белгіні жоғары жауапкершілік деңгейі, еңбекқорлық, ұйымдастырушылық қабілеті, жеке-дара мүмкіншіліктер тән. Бірақ мұндай басшылар мен бағынушылар арасында үнемі қашықтық сақталады. Тікелей байланыс пен өзара түсіністік жиі қалыс қалады, топтық тәртіптің қанағаттанарлық деңгейі ғана сақталады.

Әлеуметтік басшылық (либералдық стиль). Бұл ұстын өз бағыныштыларына айрықша назар аударатын басшыларға тән. Мұндай менеджерлер табыс негізін ұжымдағы сенім, өзара түсіністік ұстау деп санайды.

Өндірістік-әлеуметтік басқару (ымырашылдық стиль). Бұл ұстын адамдар туралы қамқорлықты өндіріс туралы қамқорлықпен үйлестіре білетін басшыға тән. Мұндай менеджердің есептеуінше, барлық жағдайда ымыра-жақсы шешім, ол нәтижесі басқаруға негіз. Шешім қабылдау үрдісіне бақылау жасау, өндіріс үрдісіндегі бақылауды жүзеге асыруға жұмысшыл үшін өтемақы болып табылады. Мұндай белгілердің басшылардың оң белгісі тұрақтылық, бастаған ісіне құлшыныс, ойлаудың стандарттық еместігі, алға басушылық көзқарастар. Бірақ, өкінішке қарай, көзқарастардың алға басушылығы басқару стилінің өзіне тікелей аз таралады.

4. Қарапайым басшылық немесе «жұмыстағы демалыс (ұйымшылдықты бұзу, берекені кетіру: барлығын уыстан шығарып алу). Бұл ұстын өзінің бағыныштыларына да, өндірісті үрдіске де салқын, салғырт қарайтын басшыға тән. Оның есептеуінше, басқарушы үнемі сырттай сарапшының немесе маманның жәрдеміне жүгіреді. Ол бәрінен бұрын, «өз портфелі мен креслосының сақтаушысы» ғана.

5. Әміршіл басшылық немесе «бетпе-бет» басшылық «демократтық, мұратшылдық стиль»). Бұл ұстын адамдар мен өндіріске ұқыптылықпен қарайтын басшыға тән. Ол әлеуметті саясат саласында да, өндірісте де күштеуге тырысады.

Басшылық стильдерінің матрицасы басшылық стильдерін зерттеуге неғұрлым танымал қатынас болып табылады. Ол басшыға өз ұстынын бағалауға ерекше мүмкіндік береді.

Менеджменттің әр циклы өзіндік білім мен қабілетті, мінезін, талап ететін белгіленген басқарушылық мәнін талап етеді: Осындай нақты рөлдерге арналған барлық мәліметтерге басшылар әртүрлі архетипті құрайды. Бірінші архетип – жетекші, екіншісі – әкім, үшіншісі – жоспаршы, төртіншісі – кәсіпкер [6].

Жетекші – шешімдерді жүзеге асыру үрдісіне өз мәнін қарастырады. Мұнда адамдармен қарым-қатынас жасау қабілеті, әр адамның қарымын тану қабілеті және оны толық пайдалануға қызығушылығын бағалау ерекше.

Қазіргі нарық жағдайында жеке және мемлекеттік кәсіпорындағы экономикалық қызметтегі адамдардың мақсаты бізге белгілі, ол табыс. Сол табысты дұрыс пайдалану ең маңызды шаруа болып табылады. Ал мұны ұқсатып, ұйымдастырып отыратын бірден-бір адам ол басшы болып саналады. Сондықтан басшылар өзінің тұрақтылығы мен ақылдылығы, ұйымдастыру мен басқару қабілеті арқылы танылу қажет.

Әдебиеттер

- 1 Смит А. Теория нравственных чувств. – М.: Республика, 1997. – 352 с. – (Серия: Библиотека этической мысли)
- 2 С. Әкімбеков, А.С. Баймұхаметова, У.А Жандаров. Экономикалық теория: оқу құралы; жалпы редакция С. Әкімбековтікі. – Астана, 2002.
- 3 http://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z990000451_/z990451_.htm
- 4 Мемлекеттік қызметші беделі – мемлекеттің беделі. Егемен Қазақстан газеті. – 2007. – 2 маусым.
- 5 Котлер Ф. Маркетинг и менеджмент: анализ, планирование, внедрение, контроль /Ф. Котлер. – СПб.: Питер, 1998.
- 6 Рахымбаев А.Б., Сабатаева Б.О., Бельгибаев А.Қ. Менеджмент». – Алматы: Нұр-пресс, 2006. – 164 б.

References

- 1 Smith, Theory of Moral Sentiments. – M. : Republic, 1997 – 352 p. – (Series: Library of ethical thought)
- 2 S. Akimbekov, AS Baymuhametova, U.A Zhandarov. Ekonomikalyk theory. Oku kuraly. // S. akimbekovtiki. – Astana: 2002.
- 3 http://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z990000451_/z990451_.htm
- 4 Memlekettik kyzmetshi bedeli – memlekettin bedeli / Egemen Kazakstan gazeti. 2007.02.06.
- 5 F. Kotler. Marketing and management: analysis, planning, implementation, control / F. Kotler. – St. Peter .:, 1998.
- 6 Rahymbaev A.B, Sabataeva B.O, Belgibaev A.K. Management – Almaty: Nur-press, 2006 – 164 b.