

Дадажонова М. М., к. э. н.
доцент кафедры “Организация
промышленного производства”

Абдукаримов Б.Г., ассистент кафедры
“Организация промышленного производства”
Андижанский машиностроительный институт
Андижан, Узбекистан

КРИТЕРИИ УСПЕШНОГО БИЗНЕСА

Аннотация- В статье приведены теоретические основы критерииев организации современного бизнеса.

Ключевые слова: бизнес, менеджмент, менеджер, линейный, функциональный, маркетинг, научно-технический прогресс, эффективность.

Dadajonova M. M.
Ph.D, Associate Professor
assistant Abgukarimov B. G.
Andijan Machine-Building Institute
Andijan, Uzbekistan

CRITERIA FOR A SUCCESSFUL BUSINESS

Abstract- The article gives the theoretical foundations of the criteria for organizing a modern business.

Keywords: business, management, manager, linear, functional, marketing, scientific and technological progress, efficiency.

Каждый человек в определенном смысле менеджер чего-либо. Всякий взрослый ответствен за управление своим домохозяйством, бюджетом, судьбой и даже жизнью. Принципы менеджмента используются в процессе любых будничных дел. Любой человек создает план для управления своей жизнью, так же как и в бизнесе. Разве вы не сталкиваетесь с необходимостью планировать свое будущее, организовывать ресурсы для его достижения, оценивать результаты и успехи? Это абсолютно такая же структура деятельности, какую осуществляет менеджер крупной фирмы. Чем раньше и лучше вы изучите принципы менеджмента, тем

более продуктивна будет ваша жизнь. Знания менеджмента нужны каждому человеку.

Реальный менеджер всегда уверен в себе. Это значит, что он способен самостоятельно управлять своей деятельностью, он видит и понимает проблемы, находит лучшие решения и предпринимает соответствующие действия. Он готов отвечать за все, что происходит в области его компетенции.

Организация, как правило, имеет многослойную структуру. Любой человек, работающий в организации, знает ее уровни. На каждом уровне есть менеджер, в задачи которого входит согласование деятельности подчиненных ему людей. Однако независимо от уровня, на котором менеджер функционирует, он применяет одни и те же принципы менеджмента и одинаковые с процедурно-профессиональной точки зрения процессы для достижения результатов. Чем выше уровень управления, тем большее влияние оказывает менеджер на решения и несет большую ответственность. В этом главное различие высшего, среднего и низшего уровней менеджмента.

Примером менеджера низшего уровня может служить менеджер производственной линии- мастер, бригадир, начальник участка. Они руководят деятельностью ограниченного числа людей и находятся в сфере непосредственного производства продукта.

Менеджер среднего уровня возглавляет отдельное подразделение, работники которого выполняют комплекс производственных функций. Это может быть начальник цеха или руководитель иной организационно-производственной единицы. На этом уровне уже происходит деление менеджеров на линейных и функциональных. Первые несут полную ответственность за работу подразделения, вторые- только за определенную

функцию. К функциональным менеджерам относятся начальник бухгалтерии, отдела технического контроля и других подобных подразделений. Менеджеры среднего уровня нуждаются в определенном образовании, специальной подготовке и освоенном опыте управленческой деятельности. Менеджер верхнего уровня- линейный или функциональный: руководитель, масштабы управления которого распространяются на всю организацию в целом. Во многих фирмах к представителям высшего менеджмента относятся вице-президенты, ответственные за определенные направления деятельности, такие как управление персоналом, маркетинг, управление производством, управление финансами и проч. Как правило, на этом уровне определяются цели организации, общая структура управления и стратегические планы. Менеджеры верхнего уровня должны улавливать и понимать тенденции развития экономики, научно-технического прогресса, социологии. Роль образования в деятельности таких менеджеров резко повышается.

Менеджер должен использовать ресурсы эффективным способом. Это означает, что он ответствен за расход ресурсов, которые переданы в его полномочия и которые надо использовать в такой комбинации, чтобы произвести небольшой объем продукции или услуг с наименьшими затратами. Важно понимать, что перед менеджером постоянно стоят проблемы снижения уровня затрат и максимального увеличения прибыли для фирмы. В рыночной экономике работа менеджера фирмы измеряется прибыльностью.

Прибыль- это награда, которую фирма получает в результате эффективного использования ресурсов для производства продукта, если он продается на рынке по цене выше затрат и таким образом создает излишек, составляющий прибыль. Часть прибыли возвращается в фирму как рабочий капитал для улучшения и расширения технологии и роста фирмы. Другая

часть выплачивается владельцам фирмы как вознаграждение за риск, который сопряжен с созданием предприятия.

В процессе работы менеджер должен быть всегда готов к использованию новых технологий, улучшению работы, поиску новых организационных форм. Это необходимо не только в самом производстве, но и для каждого уровня управления фирмой. Абсолютная эффективность деятельности человека недостижима. Но в каждом случае, для каждого периода развития менеджер должен пересмотреть и скорректировать соотношение между ресурсами. Но даже если достигнута желаемая эффективность, она сохраняется только на очень короткое время. Стремление к абсолютной эффективности бесконечно.

Главное в эффективном менеджменте- эффективный бизнес, поэтому эффективным бизнесом является такой бизнес, в котором доходы явно превышают расходы при доступной степени риска. Доказано, что в основе эффективного бизнеса лежат определенные “краеугольные камни”.

Доказано, что в бизнесе важен прежде всего клиент, а не продукция или услуги, не имидж производителя и/или корпорации, не компании и фирмы, не основатели или владельцы.

Следовательно, эффективный бизнес может и должен измеряться и оцениваться так, как товар и услуги оцениваются клиентами.

В данном случае, если мы будем говорить об эффективности, то должны учитывать, какую продукцию и где мы будем производить. Для примера можно взять сравнение США и Франции. Производство напитка “Coca-Cola» имеет на территории США огромные доходы, а на территории Франции компания «Coca -Cola», например, гораздо лучше продает фруктовые соки, чем свой фирменный газированный напиток. В Японии один из самых популярных товаров производства «Coca- Cola » –

кофе из автомата. Но и фруктовые соки, и кофе укладываются в теорию бизнеса и стратегию компании «Coca Cola». Физически эти напитки не имеют ничего общего с фирменным напитком «Coca Cola». Но во всех остальных аспектах, в частности как вид бизнеса, они совершенно одинаковы.

Бизнес эффективен и устойчив только тогда, когда его осуществляют профессионалы в области менеджмента- системы научно – практических знаний, накопленных за его 100- летнюю историю. Менеджеры-профессионалы должны опираться на опробованные и успешные технологии руководства (управления), освоение которых позволяет привлекать новые, модернизировать отработанные, понимая, что работа менеджера- это целенаправленная, плановая деятельность, осуществляемая по определенным, хорошо проверенным и доказавшим свою эффективность правилам. Предметом менеджмента и являются эти правила основных функций и их элементов.

Для успешного менеджера должны стать нормой постоянное стремление к самосовершенствованию и совершенствованию процесса управления фирмой, глубокое понимание сути бизнеса, которым он занимается, работа на конечный результат в условиях ограниченности ресурсов и непредсказуемости внешней среды, овладение современными социально- экономическими и психологическими методами управления и умение реализовать эти знания: знания и навыки должны быть соединены в нем в единое целое.

Еще трудно сформулировать, из-за непредсказуемости внешней среды требования к менеджеру будущего. Тем не менее менеджер XXI в.- это лидер. А успешный менеджер должен еще и уметь рисковать, легко переносить перегрузки, быть динамичным и уметь руководить и

добиваться успеха в экстремальных (критических) ситуациях, уметь управлять организационными изменениями.

Л И Т Е Р А Т У Р А

- 1.Аакер Д А. Стратегическое рыночное управление СПб., 2000 год.
- 2 Брэддик У.Менеджмент в организации М: Инфра – Москва ,1997 год.
- 3.Евремов В.С. Стратегия бизнеса. Концепции и методы планирования. Москва, 1998 год.
- 4.Попов А. Стратегический менеджмент, Москва., 2003 год.