

личных отраслей и секторов экономики; неравномерность перехода к рынку в отдельных регионах, городах и сельской местности.

Список литературы

1. *Ведяпин В.И.* Общая экономическая теория. М.: Дело, 1995. 467 с.
2. На сколько снизился уровень безработицы в Казахстане – Информ-бюро [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://informburo.kz/novosti/na-skolko-snizilsya-uroven-bezraboticy-v-kazahstane-rasskazal-statkomitet.html>
3. «Российская бизнес-газета» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://ref.rushkolnik.ru/>
4. Условия формирования рынка труда [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://economy-ru.info/info/173442/>
5. Экономические и социальные издержки безработицы [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://studopedia.ru/8_59333_ekonomicheskie-i-sotsialnie-izderzhki-bezrobotitsi.html

Г. Кадиркулова, научный руководитель *А.Б. Кулмаганбетова*
Казахский государственный женский педагогический университет
G. Kadirkulova, A.B. Kulmaganbetova
Kazakh State Women's Teacher Training University
baxar_kz@bk.ru, aitoshka80@mail.ru

Управление бизнесом: проблемы и современные тенденции Business management: problems and current trends

Аннотация. В статье рассматривается созидательная роль в экономике менеджмента бизнеса с его человеческим капиталом, но реализуемая при условии его осмысленной целенаправленности на создание потребителя.

Abstract. The article discusses creative role in the economics of business management with its human capital, but realized on condition its meaningful target focus on the creation of the consumer.

Ключевые слова: менеджмент бизнеса, человеческий капитал, экономика, социальное партнерство, предпринимательская активность, интеллектуальные инвестиции

Key words: business management, human capital, economics, social partnership, entrepreneurial activity, intellectual investment

В условиях Новой экономики власть в бизнесе переходит от тех, кто вкладывает свои деньги, к тем, кто вкладывает свои знания, компетенции и компетентности, то есть к менеджменту бизнеса с его человеческим капиталом. Тем самым у менеджмента бизнеса, кроме маркетинга и инноваций, имеется и третья основная предпринимательская функция - постоянное наращивание человеческого капитала предприятия. При этом именно она играет ключевую роль в успехе менеджмента бизнеса, поскольку очевидно, что первые две его предпринимательские функции мало чем могут помочь в достижении приемлемой для коммерческой эффективно-

сти в осмысленно целенаправленной деятельности на создание потребителя. «В современных компаниях от 70 до 80 % всего, что делается людьми, делается при помощи интеллекта. Приблизительно 70 % стоимости нового автомобиля приходится на его нематериальную, интеллектуальную часть». Вот почему превосходство в знаниях, компетенциях и компетентностях – «это последнее оружие, оставшееся в конкурентной борьбе». Поэтому неудивительно, что сегодня в Новой экономике речь уже идет о «холодной войне знаний», сопровождающейся решительными усилиями правительств экономически развитых стран «создавать условия, способствующие притоку мозгов и предотвращающие их утечку» [1].

Тем не менее, мысль, что знание может создавать экономические ценности, как правило, в большей части экономических анализов просто отсутствует, хотя есть некоторые признаки, что ее начинают понимать и брать в расчет. Один экономист из министерства торговли США, Эдвард Денисон, провел исследование, чтобы определить, какие факторы дали наибольший вклад в экономический рост за период с 1948 по 1973 год. Он пришел к выводу, что около двух третей экономического роста объяснено своим возникновением возросшему уровню образования рабочей силы и увеличению объема знания, доступного работнику» [2].

Все эти обстоятельства делают актуальной проблему разработки теории прибавочной стоимости на основе знаний, компетенций и компетентностей наемных работников взамен морально устаревшей теории прибавочной стоимости, создаваемой трудом. Промышленная политика любого государства без понимания жизненной необходимости для национальных предприятий инвестиций в свой собственный человеческий капитал (интеллектуальных инвестиций) никогда не достигнет своей цели, поскольку без таких инвестиций предприятия будут постоянно терять свои конкурентные преимущества, а, следовательно, будет терять свои конкурентные преимущества и национальная экономика.

Чем раньше казахстанское бизнес-сообщество поймет, что умение наемного персонала обращаться со сложными техническими устройствами и его способность быстро овладевать передовыми технологиями столь же важны для развития бизнеса, как и творческие способности, необходимые для их создания, тем раньше казахстанская экономика избавится от дефицита квалифицированной рабочей силы, включая дефицит технически грамотных бизнес-менеджеров, со всеми вытекающими из этого перспективами устойчивого наращивания отечественными предприятиями своих конкурентных преимуществ в условиях Новой экономики.

Следовательно, только менеджмент бизнеса с его человеческим капиталом ориентированный на создание потребителя (маркетинго-ориентированный менеджмент) способен формировать конкурентные преимущества предприятий в любой отрасли промышленности и в конечном итоге - конкурентные преимущества национальной экономики, решающим образом влияющие на динамику ее развития. Участие же правительства в решении проблемы постоянного наращивания конкурентных преимуществ отраслей национальной экономики заключается не столько в том, чтобы помогать менеджменту бизнеса реализовывать свое социально-экономическое предназначение, сколько в том, чтобы не мешать ему в этом [2].

При этом научные компетенции и технические компетентности бизнес-менеджеров должны включать в себя не только технические аспекты их деятельно-

сти, но и понимание значимости социально-психологической составляющей человеческого капитала, то есть значимости организационной/корпоративной культуры для менеджмента бизнеса. Дело в том, что успех маркетинго-ориентированной предпринимательской стороны менеджмента бизнеса зависит от успешного решения проблемы формирования производственных условий, способствующих развитию предпринимательской активности наемных работников (от рабочих до топ-менеджеров), начиная с генерирования творческих бизнес-идей и до их реализации. Как хорошо известно, достойные коммерциализации инновационные идеи как неотъемлемые составляющие предпринимательства появляются далеко не каждый день и, более того, никто не может знать у кого, где и когда такая идея появится. Поэтому рождение социально и экономически значимых инноваций событие не только относительно редкое, но и достаточно нерегулярное. Следовательно, прогнозировать его практически невозможно. Однако менеджмент бизнеса может создать соответствующие производственные условия, которые будут способствовать более частому появлению инновационных идей, среди которых обязательно найдутся и те, которые окажутся способными превратиться в социально и экономически значимые инновации.

Список литературы

1. *Нордстрем К.А., Риддерстрале Й.* Бизнес в стиле фанк: Капитал пляшет под дудку таланта. СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2001. 281 с.
2. *Нейсбит Д.* Мегатренды. М.: ООО «Издательство АСТ»; ЗАО НПП «Ермак», 2003. 380 с.
3. *Маслоу А.* Новые рубежи человеческой природы. М.: Смысл, Альпина нон-фикшн, 2011. 496 с.

С.М. Калышев, А. Амангелдіқызы
БМ «Еуразия технологиялық университеті»
S.M. Kalyshev, A. Amangelkyzy
UO «Eurasian technological University»
Gumnaz@mail.ru

БАНКТИҢ СТРАТЕГИЯЛЫҚ МЕНЕДЖМЕНТІ STRATEGIC MANAGEMENT OF THE BANK

Аннотация. *Начиная со стратегического планирования банка, внешняя среда становится менее предсказуемой, что требует кардинально новых подходов. И если стратегическое планирование банка является как бы переходной между предсказуемой и частично предсказуемой внешней средой, то такие управленческие системы как выбор стратегических позиций, управление на основе ранжирования стратегических задач, управление по слабым сигналам, управление в условиях неожиданных событий можно объединить под одним названием – стратегический менеджмент банка.*