Трансұлттық корпорациялар, start up-тар

және консалтингтік компаниялар.

PR қызметі және халықаралық ақпараттардың деңгейі

Қазіргі нарықтық экономика кезінде ішкі және сыртқы экономиканың дамуы мемлекеттің саяси – экономикалық жағдайының өзгеруінің негізгі себептерінің бірі. Әлемдік тәжірибе сыртқы нарықты жаулауда көптеген шаралар қолдануда, соның тиімдісі трансұлттық корпорациялар құру.

Трансұлттық корпорация (ТҰК) – келісілген саясат пен ортақ стратегия жүргізуге мүмкіндік беретін шешімдер қабылдау жүйесіне сәйкес екі немесе одан көп елде жұмыс істейтін бөлімшелері бар, орналасқан еліне, меншік нысанына тәуелсіз жекеше, мемлекеттік немесе аралас кәсіпорын; шетелге тікелей қаржы (инвестиция) салушы фирма. Трансұлттық корпорацияның қай елдікі екені оның штаб-пәтері орналасқан ел бойынша анықталады. Төлем балансы тұрғысынан шетелдік кәсіпорынның кез келген несие беруі немесе акцияларды сатып алуы шетелдің тікелей қаржы салуына жатады. Бас компанияға тиесілі капиталдың көлеміне, сонымен қатар бас компанияның ықпал ету салаларындағы фирманың құқықтық жағдайы мен бағыныштылық деңгейіне қарай келесідей үлгіде жіктеуге болады: филиалдар, еншілес компаниялар, ассоциаланған компаниялар және бірлескен мекемелер.

ТҰК өзінің дамуында бірнеше кезеңдерден өтті. Алғашқы ТҰК ХІХ ғасырдың соңынан бастап бірінші дүниежүзілік соғыс (1914-1918ж) кезеңдерінде пайда болды. Ол кезде Азия, Африка елдерінде шикізат ресурстарын өндірумен айналысты. Олар көбіне картель және синдикат ретінде қызмет атқарды.

Екінші кезең (1918-1939 ж) дүниежүзілік соғыс кезінде болғандықтан табыс әкелетін іспен, яғни қару-жарақ және әскери техниканы өндірумен айналысты. Ол елдерге Еуропа, Жапония, Американы жатқызуға болады.

Үшінші кезең екінші дүниежүзілік соғыстан кейінгі уақытты қамтыды. Бұл кезеңде ғылыми-техникалық кезең, ғылым және өндіріс (атом энергетикасы, электронды құралдар, космос) зерттеулері. Көбіне ұйымдық қатынас бойынша концерн, конгломератқа ұқсас болды.

Төртінші кезең 1970-1980 жылдары дами бастады. Нарық дами бастағасын, бәсекелестік деңгейі жоғарылап, дамушы дүниежүзілік ТҰК құрылды.

Бесінші кезең ХІХ ғасырда аумақтық экономикалық интеграция кезінде дамыды. Бірлескен экономикалық аумақтар пайда болды.

Бас компаниялар мен олардың еншілес мекемелерінің өзара қатынасы түрі жөнінен барлық трансұлттық компаниялар үш түрге бөлінеді: этноцентрлік (этноорталықтық); полицентрлік немесе аймақтық; геоцентрлік. Этноцентрлік түр ТҰК жоғары басқаруының біртіндеп бас компанияның приоритетіне бағытталуымен сипатталады. Бұл типте корпорациялар үшін шетелдік нарықтар ең алдымен бас компания орналасқан мемлекеттің ішкі нарығының жалғасы болып табылады. ТҰК бұл жағдайда шетелдегі филиалдармен ең маңыздысы арзан шикізаттың тұрақты жеткізілуі немесе шетелдік нарықты өніммен қамтамасыз ету үшін ашады. Бұл типтегі ТҰК бас компания тарапына шетелдік филиалдар қызметін қатаң бақылайды, шешім орталықтандырылу арқылы қабылданады. Полицентрлік немесе аймақтық түр бойынша ішкі нарыққа қарағанда сыртқы нарық ТҰК қызметінің мәнді секторы болып есептелетін кезеңде сыртқы нарық маңыздылығының артуымен сипатталады. Бұндай ТҰК – да шетелдік филиалдар ірірек және көптүрлі, олар бас компанияның өнімін сатып қана қоймай, оларды талап еткен нарық орнында шығарады. ТҰК-ның бұл түрі басқару қызметінің орталықсыздандырылуы, құзыретін еншілес компанияларға беруімен сипатталады. Геоцентрлік көзқараста ТҰК бөлек мемлекеттердің нарықтарына емес, аймақтарға бағытталады. Шетелдік филиалдар бұл қатынаста жеке мемлекеттерде орналасқанмен, бағытты бүкіл аймаққа болады.

1939 жылы Америка Құрама Шататтарындағы Стэнфорд университетінің түлектері Дэвид Паккард пен Ульям Хьюлетт идея ойластырып, оны тәжірибеде сынап көрген. Жобаларына "Startup", яғни бастау, іске қосу деген мағынадағы атау берген. Ал 90-жылдары қаржы мамандары мен кәсіпкерлер "Startup" терминіне қатысты түрлі пікір айта бастады. Бірі компанияның аз уақыттағы қызметі, енді бірі тез даму, тағы бірі тәуекелге бел буа отырып өнім шығару, қызмет көрсету дегенді білдіретіндігін айта бастады. "Startup" – ауқымды бизнес-идеяны іздеуге және жүзеге асыруға бағытталған уақытша құрылым. Тез дамып, көп пайда табуды мақсат тұтқан жаңа қаржылық жоба» деген анықтама берілген. Бұл пікірге сүйенсе, кез келген істі Startup деп атауға тура келеді. Дегенмен "Startup" – алғаш қолға алынған жаңа бастама. Бұл бәсекелік қабілет пен табысты арттырады. Мысалы, қарапайым кафе ашу стартапқа жатпайды, ал оның қызметінде бұрын-соңды қолданылмаған қандайда бір жаңа технологияны пайдалану оның тың бастама екенін көрсетеді. Енді ғана құрылған жас фирма ұсынатын өнім, қызмет, идеяны ойластыру және дамытумен мүдделес адамдардың тобы айналысады. Онда әркімнің өз міндеті болады, дегенмен оларды ортақ мақсатқа деген ұмтылыс байланыстырады. Қандайда бір жаһандық идеямен бастаған Startup ұзақ уақытқа созылған табысты бизнеске айналатындығы тәжірибе жүзінде дәлелденген. "Startup" кез келген бастама сияқты бастапқы қаражатты талап етеді. Негізінен стартаппен жастар, студенттер, тіпті оқушылар айналысады. Олардың идеясы мықты болғанымен, көп жағдайда жүзеге асыратын қаражат тапшы екені белгілі. Сондықтан қаржыландыру көзін іздейді. Стартаптың дамуы мақсаты, жобаның бағыты мен қызмет саласына байланысты. Оның жедел дамуына инвестиция көлемі мен жұмыс нәтижесі әсер етеді. Startup идеяның ойластырылуы, жоба ретінде болжануы ең бастапқы кезең болса, одан кейін бизнес-жоспар құрылып, жобаның нарықтағы сұранысы, қолданылу деңгейі сарапталынады. Бұл кезеңде қаржыландыру көзін іздестіруді қолға алу керек. Инвестор табу, жобаның жаңашылдығы мен тиімділігіне толықтай иландыруға көп күш жұмсалады. Нарыққа тауар немесе қызметтің сәтті ұсынылуы бастапқы табыс кезеңіне жол ашады. Бұл шығынды толықтай жабады деп қорытындылауға әлі ерте. Компанияны дамытуға жұмсалатын қаражат, айналымдағы ақша шығынды арттыра бермек. Нарықты зерттеп, сұраныс деңгейін анықтау жобаның жүзеге асырулы ұзақтығын болжайды. Егер белгілі бір кезеңде тұрақты дамуға көшсе, жобаның тиімділігене көз жеткізген инвесторлардың өздері қызығушылық танытып, қаржылай қолдау көрсетеді. Бұл жайтты стартаптың жетістікті кезеңі деп атауға болады.

Консалтинг – шаруашылықты басқарушыларға және түрлі ұйымдардың басқарушы қызметкерлерін кәсіби көмек көрсету, кеңес беру, оқыту. Ол коммерциялық негізде ақыл-кеңестер беру, үйренуші, оқушы басшы қызметкерлермен, басқарушылармен бірлесіп шешімдер әзірлеу нысанында, сондай-ақ, белгілі бір ұйымдық, техникалық немесе ақпараттық қызметтерді орындау нысанында жүзеге асырылады. Консалтинг қызметі шетелдерде экономиканың жеке саласы ретінде өткен XX ғасырдың 60-жылдарында қалыптасты. Бұл жылдарды Батыста "консалтигінің алтын ғасыры" деп атайды, мұның өзі соғыстан кейінгі кезеңде экономиканың жедел даму жолына түсіп, консалтингтік қызмет көрсетулерге деген кажеттілігінің күшеюіне және оның интернационалдануына байланысты туды. Қазіргі кезенде Қазақстан Республикасында жалпы саны 500-ден астам консалтингтік фирмалар жұмыс істейді. Олар, көбінесе, кәсіптік сипаттағы консалтингтік қызметтер көрсетеді.

Көрсетілетін консалтинглік қызметтердің тақырыбы (жалпы басқару, әкімшілік ету, қаржылық басқару, кадрларды басқару, маркетинг, өндіріс, ақпараттық технология, мамандандырылған қызметтер көрсету),

1. қамту аясы (сыртқы консалтинг, ішкі консалтинг),
2. нысаны (кеңес беру, сабағат, жоба),
3. әзірлеу әдісі (сараптамалық консалтинг, процестік консалтинг, оқыту консалтингі, сараптамалық-процестік консалтинг, сараптамалық оқыту консалтингі),
4. сипаты (проблемалық оқыту консалтингтік қызметтерін көрсету, проблемалық-кәсіптік консалтингтік қызметтер көрсету) бар.

Сыртқы консалтинг – клиенттерге тиісті шарт негізінде қызметтер көрсетуші тәуелсіз консалтингтік фирмалар түріндегі немесе жеке кеңес берушілерден құралған консалтинг ішкі консалтинг - белгілі бір ұйымның құрамында істейтін, ұйымның талдамалы, "штабтық" ішкі жүйесін құрайтын экономика мен басқару жөніндегі мамандар жүргізген консалтинг.

Сараптамалық консалтинг – кеңесші диагностиканы, шешімдер талдамасын және оны енгізу жөніндегі ұсыныстарды дербес жүзеге асыратын консалтинг. Мұнда клиент, негізінен, консалтингнің ақпаратқа қол жеткізіп, нәтижелерді бағалауына мүмкіндік жасайды.

Процестік консалтингте – кеңесші жобаның барлық жасалу кезеңдерінде клиентпен өзара белсенді іс-қимылда болады, оның өз идеяларын, пікірлерін, ұсыныстарын айтуына кеңесшінің көмегімен проблемаларға талдау жүргізіп, шешімдер өзгертуіне ықыласын оятады. Кеңесші, негізінен, осы сыртқы және ішкі идеяларды жинап қорытады, клиентпен бірлесіп жүргізген жұмыс барысында алынған шешімдерді бағалайды, оларды жүйеге келтіріп, ұсыныстар дайындайды, идеяларды жинаумен, шешімдерді талдаумен айналысып қана қоймай, сонымен бірге осы идеялар мен шешімдердің пайда болуы үшін негіз әзірлеп, клиентке лекциялар, семинарлар, оқу құралдары нысанында тиісті теориялық және практикалық ақпарат береді.