

УО «Алматы Менеджмент Университет»



# МЕНЕДЖМЕНТ БИЗНЕС АНАЛИТИКА

Выпуск 3

Алматы, 2016

УО «Алматы Менеджмент Университет»  
Высшая Школа Бизнеса

МЕНЕДЖМЕНТ.  
БИЗНЕС.  
АНАЛИТИКА

Сборник статей слушателей программы МВА  
Выпуск 3

Алматы, 2016

**УДК 005:378**  
**ББК 65.290-2:74.58**  
**М50**

**Редакционная коллегия:**

*Шакирова С. М.* - главный редактор, к. филос. н., директор Управления науки  
*Куренкеева Г. Т.* – к.э.н., декан Высшей школы бизнеса  
*Анисимова А.Н.* – координатор Департамента программ MBA

Все статьи прошли проверку на уникальность текста в системе Антиплагиат.ру (не ниже 60%).

**Менеджмент. Бизнес. Аналитика.** Сборник научных статей слушателей программы MBA. - Алматы: Алматы Менеджмент Университет, 2016. – 340 с.

**ISBN 978-601-7166-12-0**

Настоящий сборник предназначен для студентов, магистрантов, докторантов, представителей бизнеса, руководителей среднего и высшего звена, а также исследователей, интересующихся теорией и практикой современного менеджмента в Республике Казахстан.

**УДК 005:378**  
**ББК 65.290-2:74.58**

**ISBN 978-601-7166-12-0**

© Алматы Менеджмент Университет, 2016

## Содержание

№	Автор	Группа	Научный руководитель	Название статьи	Стр.
1	АБДУМАНАПОВ Бахтияр Маратович	ЕМВА-О14- РАНХ	Козин В.А.	Технология смены модели управления предприятием	9
2	АБЕУОВ Данияр Муратович	МВА-О14-В	Певнева Е.С.	Государственно-частное партнерство (ГЧП) в реализации инфраструктурных проектов в странах, входящих в ЕАЭС	13
3	АГМУРОВ Азамат Захерияевич	МВА-О14-М	Досалиев Б.А.	Эффективность управления нефтегазовыми предприятиями	17
4	АККУЛОВА Айнагуль Толепевна	МВА-О14- ЗДР	Байсеркеев О.Н.	Маркетинговые исследования спроса и предложения на примере медицинского рынка (Республиканский диагностический центр)	19
5	АЛЕКЕШОВА Гулжанар Бисенбаевна	МВА-О14-М	Никифорова Н.В.	Анализ эффективности функционирования системы управления цепями поставок	22
6	АРЫНГАЗИЕВ Нурлан Уланович	ЕМВА-О14- РАНХ	Курганбаева Г.А.	Стратегия и стратегические решения: практика лидеров	25
7	АСАНХАНОВ Кайрат Кожобекович	МВА-В14-М	Куатбаева Г.К.	Алгоритм диагностики управления нефтегазовым предприятием на примере оценки документооборота	30
8	АСҚАРОВ Берік Асқарұлы	МВА-О-13-8	Тултабаев С.Ч.	Прикладной подход к рекламе	33
9	АСКАТОВА Гульшат Мейрамбековна	МВА-В14- MSM	Бижан Б.А.	Депозитная база исламского банка как потенциал роста	35
10	АХМЕТОВ Алымжан Абсаттарұлы	МВА-В14- МПП	Куренкеева Г.Т.	Влияние факторов внешней среды на развитие компании ТОО «Казына Жер Ltd»	38
11	АХМЕТСАДЫКОВ Мират Еркинбекович	МВА-В14-М	Байсеркеев О.Н.	Пути вывода инновационного продукта на зарубежные рынки	41
12	БАЗАРБАЕВ \ Бауыржан Токмаганбетович	МВА-В14-М	Байсеркеева С.С.	Управление затратами на предприятиях нефтедобывающей отрасли	44
13	БАЙМАНАСОВ Ардак Капалович	МВА-О14- ДО	Косолапов Г.В.	Совершенствование оплаты труда на предприятии	48
14	БАҚЫТБЕК Руслан Бақытбекұлы	МВА-О14-М	Карибджанов Б.Б.	Модернизация АЗС: причины и проблемы	50
15	БАХТИЯРОВ Асылбек Нурланович	МВА-О14- МАг	Певнева Е.С.	Конкурентоспособность предприятий как основа развития производственно-хозяйственной деятельности	52
16	БЕЙСЕБАЕВ Анвар Аскарлович	МВА-В14-М	Молдашева Г.Б.	Применение аутсорсинга в управлении казахстанской компанией	55
17	БЕЛЫХ Павел Александр	ЕМВА-О14- РАНХ	Куренкеева Г.Т.	Роль информационной безопасности в коммерческом банке	61

## ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА РАЗВИТИЕ КОМПАНИИ ТОО «КАЗЫНА ЖЕР LTD»

Для эффективного функционирования компании в критериях непрерывно меняющейся окружающей ее среды, рациональным будет осуществлять деятельность по предварительно спроектированной стратегии. Лишь при соблюдении данного условия у предприятия будет вероятность того, что оно будет функционировать и преуспевать.

Стратегическое управление и стратегическое мышление считаются важной стороной каждой компании. От того, как умело, они исполняются, будет, в конечном счете, обуславливаться итог работы предприятия: или его продолжительный успех, или разорение [1].

Главная административная задача руководящего состава компании при применении планирования заключается в том, чтобы сократить степень неопределенности и риска в хозяйственной работе и гарантировать сосредоточение ресурсов на установленных первостепенных направлениях. Успешное осуществление всех функций на подобающем уровне маловероятно без всеобъемлющего и продуманного планирования [2].

Необходимы колоссальные усилия, огромные затраты ресурсов и времени для того, чтобы на предприятии внедрить стратегическое управление. В первую очередь, для этого нужно сформировать стратегическое планирование.

Создание стратегической модели начинается с исследования среды, в какой и из-за которой (чаще вопреки - в нынешних казахстанских условиях) работает организация. Анализ среды складывается из трех ключевых компонентов:

- анализ макроокружения (исследование внешней среды);
- анализ конкурентной среды;
- анализ внутренней среды.

*Анализ внешней среды.* Достижения предприятия на рынке производства с/х продукции в прошедшем и в нынешнем возможно объяснить постоянным возрастающим спросом на услуги, дающим возможность идти в ногу со временем, как среди разных предприятий области и города, так и физических лиц.

Пик активности предоставления этих услуг приходится на начало осени – весну и до начала лета. Неудачи у предприятия возможно объяснить определенной несогласованностью мероприятий со стороны сотрудников, из-за чего присутствует вероятный риск потери клиентов (не вовремя предоставленная информация клиенту, дефицит обслуживающих сотрудников и т.п.) [3].

*Состояние экономики* (экономический фактор). В общем, экономическое положение в государстве начинает неспешно, но верно исправляться. Этому оказывают содействие усилия Президента и Правительства, подъём деловой активности жителей, которые адаптировались к критериям рыночной экономики.

*Курс зарубежной валюты.* Определенное количество зарубежных компаний (поставщиков товаров на наш рынок) работает с евро, а часть – с долларом. Стабильное увеличение курса данных валют ведет к подорожанию предоставляемых услуг предприятия. Увеличение курса доллара и евро негативно воздействует на деятельность предприятия, вынуждая устанавливать самую оптимальную цену, которая бы способствовала небольшому уменьшению спроса и сберегла бы доход на прежнем уровне.

*Налоговая ставка.* На сегодняшний день снизилось налоговое бремя. Потому этот экономический фактор осуществляет положительное воздействие на работу нашей компании и дает возможность для последующего становления предприятия и улучшения технологий посредством применения освобожденного от налога дохода. Преобразование налоговых ставок приводит или к положительному, или к отрицательному воздействию на работу предприятия [4].

*Инфляция.* Невзирая на значительное ослабление темпа инфляции на протяжении последнего года, отмечается незначительный рост цен. Помимо этого возрастание расходов на предоставление услуг ведет к росту цен на продукцию, и, соответственно, снижению спроса на неё. Подобным образом инфляция может стать серьезной угрозой для реализации целей предприятия [5].

К тому же повышение тарифов на энергию, увеличение арендной платы являются причинами повышения цен на всю продукцию.

*Рыночный фактор.* Предоставление такого рода услуг - это довольно многообещающее направление в коммерческой работе предприятия, по причине того, что спрос на данные услуги растет ежегодно. И в конкретном случае, когда большое число компаний предлагают аналогичные услуги, преимуществом при подборе той или другой компании является не только ценовой фактор. В общем же, стоимость услуг данного сектора везде одинакова.

*Политический фактор.* Воздействие политического фактора на сегодняшний день в ТОО «КАЗЫНА ЖЕР LTD» незначительное. Тем не менее, можно выделить следующее:



- дополнительное партнерство с другими компаниями сможет предоставить некоторую прибыль (помимо уже существующих партнеров необходимо искать новых, хорошо, если их марки будут обладать определенной известностью среди покупателей и разрекламированы СМИ), но зарубежные компании должны быть уверены в стабильности политической и экономической обстановке в Казахстане;

- изменение курса валют оказывает большое влияние на цену продукции.

*Социальный фактор.* Невзирая на то, что предприятие ТОО «КАЗЫНА ЖЕР LTD» находится на рынке ЮКО непродолжительное время, уже имеются явные отличные результаты: существуют позитивные отзывы как юридических, так и физических лиц. Помимо того, у компании за данный период времени появились постоянные клиенты, какие подтверждают высокопрофессиональную деятельность продавцов-консультантов, дружелюбный настрой обслуживающих сотрудников, высококачественную сервисную поддержку после предоставления услуг. Это является доказательством хорошего отношения сообщества как к бизнесу, в общем, так и к компании, в частности.

*Технологический фактор.* Данный фактор обладает довольно большим значением для становления компании. Исследование технологической внешней среды демонстрирует непрерывное усовершенствование технологий и разработки абсолютно новых типов услуг, что обозначает усовершенствование качества, возникновение абсолютно новых услуг, и это дает возможность в более полном объеме удовлетворять требования потребителей. ТОО «КАЗЫНА ЖЕР LTD» не просто стремится, но должно идти в ногу с научно-техническим процессом, так как от этого зависит его завтрашний день.

*Правовой фактор.* Юрист ТОО «КАЗЫНА ЖЕР LTD» исследует новшества и перемены в законодательной базе. Предприятие работает соответственно нормам, которые устанавливает законодательство. В общем, правовое положение не оказывает значительного воздействия на деятельность предприятия.

*Конкуренты внутри отрасли.* На нашей территории работает незначительное количество (около 10) с/х предприятий. Это предоставляет реальный шанс ТОО «КАЗЫНА ЖЕР LTD» овладеть большей долей рынка и вытеснить некоторых конкурентов (маленькие компании) с рынка. Поэтому компании нужно очень активно расширяться и осуществлять массу всевозможных мероприятий и акций не только с целью увеличить продажи, а в первую очередь, с целью завоевать свои позиции и привлечь большое количество клиентов.

Все компании предлагают покупателю фактически одинаковый товар, по этой причине слабые места необходимо искать в качестве сервиса, месторасположении конкурентов, ценовой политики, предлагаемом ассортименте продукции.

Можно сказать, что компании необходимо обращать особенное внимание на последующие тенденции: уровень обслуживания, добавочные сервисы, престиж, рекламная политика, узнаваемость.

*Потребители услуг организации.* ТОО «КАЗЫНА ЖЕР LTD» ориентируется на покупателей с высоким и средним уровнем дохода. Незначительное уменьшение либо повышение доходов клиентов не приведет к кардинальному изменению прибылей предприятия. Хотя компания стремится, чтобы при ее упоминании у покупателей появлялись такие ассоциации, как престижность, качество, профессионализм.

*Потенциальные новые конкуренты.* Возникновение новых конкурентов вероятнее всего не ожидается, так как рынок района и города довольно насыщен.

На основании подобранной информации по всем пунктам можно сделать вывод, что самые большие перспективы во внешней среде отмечаются у технологического, социального и рыночного факторов, а самая большая угроза - со стороны конкурентов. Следовательно, имея такой превосходный потенциал, необходимо далее развивать собственные позитивные стороны и направить максимальную силу на преодоление угроз, при этом не забывать об оставшихся факторах внешней среды, так как обстановка сможет поменяться в любую минуту в любую сторону. Другими словами, у предприятия есть все шансы завладеть рынком в том процентном исчислении, на какое предприятие надеется, так как обстановка определено к этому располагает [6].

*Вывод.* Итоги проведенного анализа внешних факторов работы предприятия дают возможность установить некоторое количество ключевых проблем, которые стоят перед ТОО «КАЗЫНА ЖЕР LTD» на нынешнем этапе: 1) усовершенствование качества услуг, отталкиваясь от результатов анализа запросов покупателей, как основополагающего конкурентного превосходства на рынке услуг; 2) постоянное постижение инновационных технологий, разработок в секторе с/х; 3) регулярный сбор и анализ сведения о динамике потребностей потенциальных и действительных клиентов компании; 4) подъём объемов продаж продукции; 5) создание и внедрение новых типов продукции с целью обновления ассортимента и последующей дифференциации услуг и что отвечает итогам анализа конкурентов, активизация рекламной деятельности на основании создания целостной концепции рекламной кампании, установления ее главных целей, средств, мероприятий.

Следовательно, стратегия компании ТОО «КАЗЫНА ЖЕР LTD» должна быть направлена на рост и перспективное разрешение имеющихся задач при помощи улучшения качества услуг, систем маркетинга и менеджмента.

Так, к сильным сторонам компании относятся: мониторинг рынка, отработанная сбытовая сеть, обширный перечень продукции, высокий контроль качества, большая рентабельность, прирост оборотных средств, высокий уровень квалификации штата, превосходная мотивация сотрудников, известность.

К слабым сторонам необходимо отнести: конкуренцию на внутреннем рынке, прогнозируемое насыщение имеющегося сектора рынка, новейшие предоставляемые услуги конкурентов, появление новых нужд потребителей в наиболее совершенных технологиях, услугах.

Внешняя среда осуществляет как позитивное, так и негативное воздействие на формирование предприятия. Так, перспективами, которые предоставляет внешняя среда, считаются: оказание услуг высокого качества, наличие квалифицированных сотрудников, многообразие услуг, рациональная ценовая политика, применение прогрессивных технологий, прочное положение на рынке.

Параллельно со стороны внешней среды компания ощущает следующие угрозы: пассивная рекламная активность, отсутствие в структуре предприятия мониторинга социального мнения (потенциальных и реальных клиентов), невысокий уровень организационной культуры, возникновение новых конкурентов.

Выявлено, что стратегия компании ТОО «КАЗЫНА ЖЕР LTD» должна быть нацелена на рост и перспективное разрешение имеющихся задач путем улучшения качества услуг, систем маркетинга и менеджмента. Применяя свои сильные стороны и потенциал внешней среды, а еще, принимая во внимание факт присутствия мощных конкурентов, компании следует придерживаться данной стратегии.

**Источники:**

1. Дойль Питер. Менеджмент: стратегия и тактика / пер. с англ. А. Вихровский, В. Кузин – СПб.: Питер, 2005. – 201 с.
2. Ефремов В. С. Стратегическое управление в контексте организационного развития // Менеджмент в России и за рубежом. 2010. № 1. С. 127-137.
3. Зайцев Л.Г., Соколова М. И. Стратегический менеджмент: Учебник. М.: Юрист, 2007. – 416 с.
4. Игошин Н. В. Инвестиции. Организация управления и финансирование: Учебник для вузов. М.: Финансы, ЮНИТИ, 2008. – 186 с.
5. Йеннер Т. Создание и реализация потенциала успеха как ключевая задача стратегического менеджмента // Проблемы теории и практики управления. 2009, №2, с. 102.
6. Каплан Р., Нортон Д. Организация, ориентированная на стратегию. М.: Олимп Бизнес, 2004. – 416 с.