

Алматы Менеджмент Университет



# МЕНЕДЖМЕНТ БИЗНЕС АНАЛИТИКА

Сборник статей  
слушателей программы МВА

ВЫПУСК 2

Алматы, 2015

**НОУ “Алматы Менеджмент Университет”**

# **МЕНЕДЖМЕНТ БИЗНЕС АНАЛИТИКА**

**Сборник научных статей  
слушателей программы MBA**

**Выпуск 2**

**Алматы, 2015**

**УДК 005**  
**ББК 65.290-2**  
**М50**

### **Редакционная коллегия**

*Редактирование, подготовка к сборника к печати:*  
*Шакирова С.М.* - к. филос. н., Управление по науке

*Проверка работ на уникальность текста:*  
*Какенова А.К.* – главный специалист офиса программ DBA

*Работа с авторами:*  
*Акынова Л.К.* - старший координатор Департамента программ MBA  
*Кабулова А.Н.* - координатор Департамента программ MBA  
*Болгов Я.В.* - координатор Департамента программ MBA  
*Анисимова А.Н.* - координатор Департамента программ MBA  
*Кайралапова Д.Б.* – старший координатор программ MBA, Представительство Almaty Management University в г. Астана по Центральному и Северному регионам Казахстана  
*Кабешева Ж.О.* - координатор Представительства Almaty Management University в Западно-Казахстанской области, г. Атырау

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

**Менеджмент. Бизнес. Аналитика.** Сборник научных статей слушателей программы MBA. Выпуск 2 - Алматы: Алматы Менеджмент Университет, 2015. – 332 с.

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.

**ISBN: 978-601-7021-55-9**

**УДК 005**  
**ББК 65.290-2**  
**М50**

**ISBN: 978-601-7021-55-9**

26	<b>ӘЛІҚҰЛ Қанат</b> МВА-О-13-2 (В) г. Алматы	Анализ необходимости реструктуризации компаний	Козин В.А., МВА	96
27	<b>ЖАЛИМБЕТОВ Тарас Каиржанович</b> МВА-В14-МАт г. Атырау	Предпосылки развития ИТ аутсорсинга в Казахстане	Джетписова А.Б., к.э.н., профессор	98
28	<b>ЖУМАШЕВА Захира Сраждиновна</b> МВА-0-13-6 г. Астана	Диагностика системности и эффективности менеджмента в организации: казахстанский опыт	Байсеркеев О.Н., к.ф.н., доцент	101
29	<b>ИДИРИСОВ Болат Манатбекович</b> МВА-О-13-3 (М) г. Алматы	Тенденции развития казахстанского рынка услуг сотовой связи	Карибжанов Б.Б., к.э.н., доцент	104
30	<b>ИМАНГАЗИЕВА Нурбану Муратовна</b> МВА-О-13-4 (М) г. Актау	Особенности разработки стратегии развития компании, осуществляющей свою деятельность в сфере услуг	Байсеркеев О.Н., к.ф.н.	106
31	<b>ИСМАИЛОВА Назым Мухамедияровна</b> МВА-В-13-6 (М) г. Алматы	Методы финансового анализа	Байсеркеева С.С., к.э.н., доцент	109
32	<b>КАДЫРОВ Берик Шарметович</b> МВА-О-13-2 (В) г. Алматы	Пути развития клиентской базы банка	Козин В.А., МВА	111
33	<b>КАИРБЕКОВ Исламбек Урумбаевич</b> МВА-О-13-1 (М) г. Алматы	Анализ и обоснование количественных параметров спроса на кредитование для МСБ и его тенденций	Байсеркеева С.С., к.э.н., доцент	114
34	<b>КАЛТАЕВА Карлыгаш Рахманбердиевна</b> МВА-В-13-2 (MSM) г. Алматы	Система оценки персонала - быть или не быть?	Алталиева А.А., к.э.н., доцент	121
35	<b>КАПАСОВА Жансулу Нурманалиевна</b> МВА-0-13-6 г. Алматы	Особенности формирования конкурентных преимуществ казахстанской консалтинговой компании	Таяуова Г. Ж., PhD	123
36	<b>КАРАЖАНОВА Куляш Мамбетовна</b> МВА-М3-1-13 г. Актау	Ресурсы и конкурентные преимущества как основные инструменты конкурентоспособности предприятия	Байсеркеев О.Н., к.ф.н.	125
37	<b>КАРИМОВА Салтанат Сайрановна</b> МВА-О-13-7 г. Алматы	Информационные технологии при принятии управленческих решений	Досалиев Б.А., к.э.н., доцент	127
38	<b>КАСКАБАСОВ Смет Сеитович</b> МВА-0-13-1(М) г. Алматы	Стратегическое развитие информационных систем АО «Казахтелеком»	Ускеленова А.Т. д.э.н., профессор	121

## РЕСУРСЫ И КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА КАК ОСНОВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕПРИЯТИЯ

Конкурентоспособность организации имеет в настоящее время большое значение в связи с появлением рыночных отношений. На любом предприятии конкуренция и конкурентоспособность определяет возможности и изменения, происходящие в организации, могут адаптироваться к нынешним рыночным отношениям. Для обеспечения конкурентоспособности можно выделить основные три стадии.

На первой стадии конкуренция и ее успех будут зависеть от того, какими были первоначальные, то есть исходные ресурсы, основные показатели деятельности организации.

На второй основное значение будет придаваться тому, как в последующем развивается и совершенствуется организация, в основном ее производственные процессы и как этому будут способствовать имеющиеся возможности. Это может быть сама материально-техническая база, человеческие ресурсы, финансовые ресурсы, наличие современных информационных технологий. Кроме того, на второй стадии важны не только те возможности, которые организация имела и совершенствует, а также и то новое, что приводит к появлению преимуществ и повышению конкурентоспособности.

На третьей стадии, или по-другому можно назвать эту стадию инновационной, основное внимание уделяется не каким-либо отдельным условиям и факторам и их усовершенствованию, а полностью технологиям и их постоянному обновлению. При введении инновационных технологий конкурентоспособность будет связана с вложениями на разработки и исследования, то есть с конкурентными преимуществами в самой технологии.

Конкуренция всегда имеет значимость, мы работаем не изолировано, а среди конкурентов. Одним из направлений, на которое наше предприятие обязательно должно обратить внимание, это конкуренция медицинских и других услуг. Она может возникнуть, когда данные услуги:

- 1) удовлетворяют одну ту же потребность, но по-разному;
- 2) удовлетворяют потребности, определяя их характеристики и особенности;
- 3) удовлетворяют одну и ту же потребность, но имеют незначительные различия.

Уровень конкурентоспособности услуги при этом будет зависеть от эффективности полученной услуги и затрат на приобретение и использование данной услуги. Кроме того, при оценке уровня конкурентоспособности услуги можно использовать такие показатели, как технические, экономические, определяющие стоимость и цену потребления услуги, социально-организационные, которые учитывают социальную структуру потребителей и другие особенности при производстве, сбыте и потреблении услуги. Мы при предоставлении услуги должны учитывать, что конкуренция может быть как ценовой, так и по качеству. При оценке качества медицинских услуг учитывается так называемая «триада Донабедиана»: 1) структура, 2) процесс, 3) результат (исход).

Также важно придавать значение тому, что мы проводим и анализируем свои сильные и слабые стороны, чтобы оценить свои возможности, и риски то есть выявить резервы, с помощью которых мы сможем повысить возможности для конкурентной борьбы с другими предприятиями.

Определяем риски, которые могут возникнуть в ходе нашей деятельности. При проведении данного анализа, мониторинга можно определить свои основные и вспомогательные индикаторы, по которым мы можем судить о своих возможностях и рисках, возникающих в процессе деятельности нашей организации.

Для улучшения своих услуг, чтобы они были конкурентоспособны, мы ставим свои цели и должны их достигать, чтобы улучшить свои позиции среди конкурентов, чтобы могли оценить и сам существующий рынок, изучить его потребителей, также, чтобы естественно, стараться удовлетворить потребности, в связи с чем, улучшить и повысить конкурентоспособность, определить конкурентные преимущества. Конкурентное преимущество можно определить как что-то особое, что мы можем предложить своим потребителям в отличие от своих конкурентов и делаем лучше их. Наличие конкурентных преимуществ будет способствовать нашему преимуществу в целом и наличию «своего места» на рынке.

В настоящее время, когда стремительно развиваются рыночные отношения, в том числе в сфере оказания медицинских услуг, способность организации удерживать пациентов, обеспечить качество оказания медицинской помощи, улучшить методы обследования, ассортимент в использовании совершенных, высокотехнологичных методов диагностики и лечения, а также наличие квалифицированного персонала - это то, что имеет огромную значимость в организации. Для того, чтобы эффективно управлять стратегией, сейчас появилась возможность использования системы сбалансированных показателей (ССП). Сейчас очень важно для организации быть ориентированной на пациента, и СПП поможет совершенствованию, развитию и обучению персонала в медицинских организациях. Организационная система сбалансированных показателей включает в себя целевые показатели результативности и действия, которые направлены на совершенствованию

оказываемых услуг и достижение конкурентных преимуществ. В то же время, организации надо определить миссию и видение, а также связанные с ними ключевые факторы успеха и базовые ценности.

Миссия отражает уникальность организации и обосновывает, зачем мы существуем. Необходимо, чтобы миссия создавала единство в действиях сотрудников, их взглядах и оказывала положительное влияние на атмосферу внутри организации и в целом на взаимодействие как среди персонала, так и в отношениях между персоналом и пациентами.

Миссия должна:

- отражать основную цель организации, ее основное предназначение,
- объяснять причины существования организации.

Для сотрудников важно знать, почему они работают здесь.

Видение – это взгляд на желаемое, практически достижимое будущее организации. Оно показывает, чего можно достичь и быть конкурентоспособной, позволяет понять, в каких сферах мы можем превосходить другие организации, развивать и совершенствовать те направления, по которым пациенты пользуются именно нашими услугами. При формировании видения надо стараться обращать внимание на следующие моменты:

- видение организации – долгосрочная цель, которая указывает на необходимость перемен,
- определение ключевых факторов успеха способствует реализации видения,
- в чем и как организация будет отличаться от других таких же организаций, чтобы пациенты выбрали именно услуги нашей организации,
- разработка этических принципов.

Ключевые факторы способствуют совершенствованию организации и усиливают собственную конкурентоспособность. Кроме того, необходимо выделить элементы или перспективные направления, которые очень значимы при достижении организацией успеха, это:

1. Финансовые результаты – оценка текущей деятельности, увеличение собственного капитала, денежного потока, прибыли.

2. Маркетинговая деятельность – определение ключевых сегментов рынка, на которых организация должна направить продвижения и реализацию услуг. При этом важно принимать во внимание удовлетворенность пациентов, удерживать их, приобретать новых клиентов.

3. Внутренние производственные (бизнес) процессы – дальнейшее усовершенствование основных, обеспечивающих процессов на пути достижения цели, также направленных на удовлетворенность пациентов, клиентов и в то же время для достижения и намеченных финансовых результатов.

4. Обучение и рост ресурсов - определяют и обеспечивают рост и развитие предприятия, можно определить основными факторами человеческие ресурсы, системы и организационные процедуры. Чтобы обеспечить долгосрочное присутствие на рынке, мы должны уделять большое внимание повышению квалификации сотрудников, а также внедрению информационных технологий, улучшать производственные процедуры.

Таким образом, основные факторы, которые характеризуют и определяют конкурентоспособность организации, это:

- 1) наличие высокого уровня управления;
- 2) наличие высококвалифицированного персонала;
- 3) наличие эффективной стратегии маркетинга;
- 4) доступность и качество услуг;
- 5) уровень производства, способствующий удовлетворению потребностей пациентов;
- 6) налоговая среда, в которой действует предприятие;
- 7) достаточное финансирование и доступность их источников.

Взаимодействие всех данных факторов при благоприятных внутренних и внешних условиях приводит к повышению конкурентоспособности.

#### **Источники:**

1. Мазилкина Е.И., Паничкина Т.Г. Управление конкурентоспособностью. Учебное пособие. Москва, 2007.
2. Джаншанло Р.Е. Управленческий анализ. Учебное пособие. Алматы, 2014.