

УО «Алматы Менеджмент Университет»



ALMA
ALMATY MANAGEMENT
UNIVERSITY

i-START

**«Инновационное предпринимательство:
перезагрузка 3.0»**

**Сборник материалов
ежегодной научно-практической
конференции студентов и магистрантов
14 апреля 2017**

Алматы, 2017

УО «Алматы Менеджмент Университет»

i-START
**«Инновационное предпринимательство:
перезагрузка 3.0»**

Сборник материалов ежегодной научно-практической конференции
студентов и магистрантов
14 апреля 2017

Алматы, 2017

УДК 005.511 (063)
ББК 05.290-93
I 10

Редакционная коллегия

<i>Мырзакожа Д.А.</i>	д.х.н., директор управления стратегического планирования и исследований
<i>Укибаев Д.К.</i>	редактор журнала Центра научных исследований
<i>Ибжарова Ш.А.</i>	к.ф.н., доцент кафедры «Информационные технологии и общеобразовательные дисциплины»
<i>Арын Ә.А.</i>	магистр экономических наук, зав. кафедрой «Финансы, учет и аудит»
<i>Абдуллин Р.Ж.</i>	магистр экономических наук, старший преподаватель кафедры «Финансы, учет и аудит»
<i>Еспергенова Л.Р.</i>	к.э.н., доцент кафедры «Финансы, учет и аудит»
<i>Мукушев А.Б.</i>	магистр экономических наук, старший преподаватель кафедры «Финансы, учет и аудит»
<i>Дауренбекова К.С.</i>	магистр экономических наук, старший преподаватель кафедры «Экономика и сервис»
<i>Ордабаева А.Б.</i>	магистр юридических наук, старший преподаватель кафедры «Государственная и общественная политика и право»
<i>Өмірсерік О.</i>	магистр экономических наук, старший преподаватель кафедры «Менеджмент и маркетинг»
<i>Сәуірбаева Ә.Т.</i>	главный специалист Центра научных исследований, секретарь Оргкомитета

I 10 i-START «Инновационное предпринимательство: перезагрузка 3.0» Сб. мат. ежегод. науч.-прак. конф. студ. и магистран., 14 апреля 2017 г. – Алматы: Алматы Менеджмент Университет, 2017 – 519 с.

ISBN: 978-601-7470-72-2

Все статьи прошли проверку в системе Антиплагиат.ру (уникальность текста не ниже 70%).

УДК 005.511 (063)
ББК 05.290-93

ISBN: 978-601-7470-72-2

© Алматы Менеджмент Университет, 2017

СЕКЦИЯ 1

Менеджмент және маркетинг: сын-тегеуріндер мен мүмкіндіктер

Менеджмент и маркетинг: новые вызовы и возможности

Management and marketing: new challenges and opportunities

1	Ibray Adilzhan, Mukhametaliyeva Zarina <i>Teamwork and corporate social responsibility</i>	11
2	Абдыкалыкова Гаухар Даулетовна <i>Роль персонального брендинга в цифровом пространстве</i>	14
3	Агапитов Роман Алексеевич <i>Theories of leadership and motivation: interdependence and significance</i>	20
4	Амрекулова Алмагуль Утеулиевна <i>Роль фандрайзинга в деятельности некоммерческих организаций</i>	24
5	Аскарбекова Майра Саматовна <i>Система управления качеством продукции в условиях конкурентной среды</i>	26
6	Асхарова Салтанат Бауыржановна <i>«Сарафанное радио» как самый эффективный вид маркетинга</i>	29
7	Батырхан Назерке Берікқызы <i>Управление инклюзивным образованием в Республике Казахстан</i>	32
8	Бахытжанова Мадина Оразбековна <i>Қазіргі жағдайдағы кәсіпкерлік құрылымның негізгі мәселелері мен тұрақты дамудың жолдары</i>	35
9	Бахытжанова Мадина Оразбековна <i>Антикризисный менеджмент в международном бизнесе</i>	38
10	Брыткова Светлана Николаевна <i>Специфика и методика оценки прогнозирования структурных сдвигов в экономике региона</i>	40
11	Гукова Елена Арсеновна <i>Регулирование рынка образовательных услуг в сфере высшего образования</i>	44
12	Диканская Арина Сергеевна <i>Маркетинговые исследования качества медицинских услуг ТОО «Город Здоровья»</i>	47
13	Жақупбекова Анель Булатовна <i>Нейромаркетинг как метод увеличения продаж</i>	51
14	Игрунов Константин Константинович <i>Применение реинжиниринга бизнес-процессов при разработке стратегии управления организацией</i>	54
15	Калымбетова Асель Атеповна <i>Стратегическое и тактическое управление: теоретические аспекты</i>	58
16	Камилова Карина Вельяновна <i>Актуальность использования решетки ГРИД для определения стиля руководства в менеджменте</i>	61
17	Караева Айсулу Бейректасовна, Ли Михаил Игоревич <i>Геймификация как эффективный метод управления сотрудниками</i>	64
18	Касымжанов Касымжан Эдуардулы <i>Организация и этапы персональных продаж</i>	67
19	Ким Наталья Эдуардовна <i>Влияние методологии Scrum и Kanban на управление проектами и персоналом</i>	70
20	Корнев Владимир Вячеславович <i>Твиты государственных служащих: обзор, классификация и проблемы</i>	75
21	Куралбаева Аксана Титовқызы <i>Суықтық және маңызы стратегиясының басқаруымен адамгершілік ресурстары</i>	79

АНТИКРИЗИСНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

Бахытжанова М.О.

*Алматы Менеджмент Университет, «Менеджмент», 2-курс, г. Алматы
Научный руководитель: Масакова С.С., к.э.н., доцент*

Проблема антикризисного управления в международном бизнесе сегодня важна и актуальна. Мы считаем, что только квалифицированное руководство может избежать всех негативных последствий кризиса настолько эффективно, насколько это возможно, и даже получить выгоды на национальном и международном рынках. В данной статье анализируются особенности антикризисного управления в международном бизнесе, а также сделан вывод о необходимости использования антикризисного управления для получения желаемых результатов деятельности.

Реализация эффективного антикризисного управления является одним из условий успешного ведения бизнеса. В условиях глобальной экономики компания постоянно сталкивается с кризисами разного рода и степени сложности, а ее деятельность на международном уровне всегда особенно чувствительна к внезапным изменениям. Поэтому возникает необходимость антикризисного управления - то есть системы управления компанией, которая способствует устранению последствий кризиса, сохраняя работу компании и выводя компанию из кризиса с минимальными потерями.

Многие ученые посвятили свою работу проблеме антикризисного управления. Среди них: П. Друкер, Д. Моррис, А. Градов, Э. Минаев, А. Клав и другие. Каждый из них считает, что антикризисное управление является неотъемлемой частью любой организации.

В этой статье представлены результаты исследований того, как организация создает антикризисное управление. Главной целью данной статьи является доказательство необходимости антикризисного управления, а также анализ особенностей и проблем его внедрения в организации.

Антикризисное управление создает необходимые условия для стабилизации, дальнейшего развития и активизации деятельности предприятия не только на внутреннем рынке, но и для выхода на зарубежные рынки. Антикризисное управление позволяет получить достоверную информацию о проблемах предприятий и дать руководящие указания по управлению, которые будут регулировать и контролировать критическое состояние организации и применять необходимые, даже в этом случае, методы снижения риска негативных последствий кризиса.

Антикризисное управление состоит из:

- Методов, используемых для борьбы как с реальным кризисом, так и направленных на его распознавание.
- Показателей, для определения сценариев, которые порождают собой кризисное положение организации, и, следовательно, должны вызывать необходимые механизмы на его реагирование.
- Взаимодействий в организации, проводимых на этапе реагирования по управлению антикризисным сценарием.

Управление кризисом иногда называют управлением инцидентами, хотя некоторые отраслевые специалисты, такие как Питер Пауэр, утверждают, что термин «антикризисное управление» более точен [1].

Надежность и репутация организации в большей степени характеризуется ее восприятием к кризису. Организация и руководство в ней подвергаются критической оценке, поскольку напрямую задействованы в реагировании на кризис. В рамках иерархии, для успешного процесса коммуникации в кризисной ситуации, должен быть осуществлен комплекс антикризисных мер для оздоровления предприятия.

По нашему мнению, антикризисное управление следует рассматривать как сложный, многогранный процесс, который включает в себя конкретные финансовые процедуры, соответствующий маркетинговый план, а также чрезвычайные меры по мобилизации ресурсов.

Так сложилось исторически, что политика и кризис идут рука об руку. Говоря о кризисе, президент Джон Кеннеди сказал: «Слово «кризис», написанное по-китайски, состоит из двух иероглифов: один означает «опасность», другой – «благоприятная возможность».

Кризисное управление стало отличительной чертой современного управления. Во времена кризиса организации и сотрудники ожидают, что их лидеры снизят влияние кризиса, в то время как критики и бюрократические конкуренты попытаются воспользоваться моментом, чтобы обвинить действующих чиновников и политику. В этой экстремальной среде политические деятели должны установить стабильное положение и способствовать коллективному развитию в условиях кризиса [2].

Перед лицом кризиса руководители должны решать стратегические задачи, определять политические риски, с которыми они сталкиваются, ошибки, которые они могут допустить, и которые им следует избегать, а также барьеры на пути, которые необходимо преодолеть.

Политические лидеры несут особую ответственность за то, чтобы защитить общество от неблагоприятных последствий кризиса. Эксперты по управлению кризисными ситуациями отмечают, что руководители, которые серьезно относятся к этой ответственности, должны включать во внимание все этапы кризиса: стадию инкубации, начало и конечные последствия. В свою очередь, лидерство в условиях кризиса включает в себя пять важнейших задач:

1. Своевременное диагностирование предкризисного финансового состояния организации и принятие необходимых превентивных мер по предупреждению финансового кризиса.
2. Устранение неплатежеспособности предприятия.
3. Восстановление финансовой устойчивости предприятия.
4. Предотвращение банкротства и ликвидации предприятия.
5. Минимизация негативных последствий финансового кризиса предприятия.

Поскольку кризис можно предсказать, соответственно, имеются также возможности для его избежания. Но в ситуациях, когда кризис становится неминуем, главной задачей становится - остановить кризисное положение в организации, т.е. сократить расходы до минимума, взять под контроль ситуацию и управлять процессом. Разрабатывая антикризисные меры, важно учитывать текущее состояние и перспективы внешних условий, чтобы соответствовать требованиям и срокам их внедрения. Эта работа, на наш взгляд, должна проводиться ежедневно на всех уровнях управления. Выбрав ключевые особенности этой динамики, легче спрогнозировать ход дальнейших событий. Наибольшее внимание следует уделить проблемам, имевшим место в прошлом, изучить их пути решения и оценить результаты в последствии. В дальнейшем это может помочь в принятии оптимального решения, в случае ухудшения стабильности организации. Определив последовательность решения проблем, принимая во внимание их важность для формулирования приоритетных задач и приоритетных действий, с целью преодоления кризисной ситуации. После обсуждения и одобрения такого рода плана мер, необходимо немедленно приступить к его реализации. Если кризис оказал негативное влияние на экономическую составляющую компании и дальнейшую ее деятельность, следует разработать новые стандарты и модели реструктуризации организации [3].

По мнению многих ученых, кризис легче спрогнозировать, чем ликвидировать, а успех антикризисного управления определяется степенью готовности компании к потенциальным угрозам и критическим ситуациям, наличием резервов, уровнем подготовки менеджеров и степенью превентивных мер, методов управления эффективностью, используемых на практике.

Для таких случаев имеется специально подготовленный внутренний документ - антикризисная программа, в которой систематически излагается перечень основных мероприятий, планируемых в организации, в случае потенциального кризиса. Одной из форм антикризисных программ является план антикризисных мер. Он должен содержать список мер, которые необходимо выполнить, этапы инициирования и завершения, перечень необходимых ресурсов и ожидаемые результаты внедрения, а также определить ответственных людей и исполнителей в случае наступления кризисной ситуации.

В настоящее время, при осуществлении внешнеэкономической деятельности, успех преодоления кризиса зависит от способности руководителей своевременно принимать соответствующие меры. В том случае, когда кризис не удалось предсказать, возникает потребность не только в осуществлении программы, но и команде, которая будет реализовывать тактические меры. Необходимо создать такую рабочую группу, которая будет осуществлять антикризисную программу и следить за контролем ее выполнения.

После кризисной ситуации антикризисная система управления приобретает другую форму - предотвращение возникновения кризиса. Организация сможет легче выжить в условиях кризиса, если будет к нему подготовлена. Такова основная задача антикризисного управления. Для бизнеса в нашей стране, к сожалению, характерна экономическая и политическая нестабильность, что в очередной раз подтверждает необходимость создания антикризисных программ, учитывающих все аспекты и внешние факторы организации.

Чтобы успешно работать на национальном и глобальном рынках, руководство организации должно учитывать ряд аспектов, которые могут привести к кризису, и принять необходимые меры, чтобы не только ограничить их деятельность, но также получить максимальные положительные выгоды.

Источники:

1. Boin A., Hart P., Stern E. The politics of crisis management: public leadership under pressure. New-York: Cambridge University Press, 2005.
2. Туленков Н. Маркетинговая стратегия фирмы в антикризисном управлении / Николай Туленков // Персонал. - 2006. - № 6. - с. 19-25.
3. Govan D. Crisis in the enterprises. - Strategic Advisory Services, 2009. - 194 p.