

**Международная
Академия
Бизнеса**

**УПРАВЛЯТЬ СОБОЙ –
УПРАВЛЯТЬ БИЗНЕСОМ –
УПРАВЛЯТЬ ВРЕМЕНЕМ**

**ӨЗІҢДІ БИЛЕУ, БИЗНЕСТІ
МЕҢГЕРУ, УАҚЫТТЫ ИГЕРУ**

**MANAGE YOURSELF,
MANAGE YOUR BUSINESS,
MANAGE YOUR TIME**

**Сборник статей магистрантов
специальностей «Менеджмент» и
«Финансы»**

**ХБА магистранттарының мақалаларының
жинағы**

**Collection of articles by Master Program
students**

Февраль 2014 г.

Алматы, 2014

УДК 005
ББК 65.290-2
У 66

Редакционная коллегия

Никифорова Н.В. - д. э. н., профессор, директор Департамента магистерских программ МАБ
Елубаева Ж.М. - д. э. н., профессор, и.о. заведующей кафедрой «Финансы» МАБ
Закирова А.Т., к.э.н., доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг» МАБ
Шакирова С.М., к. филос. н., директор Центра исследований и развития МАБ
Рамаданова Ф.С. – координатор Департамента магистерских программ МАБ

Все статьи прошли проверку в системе AdvengoPlagiatusv.1.2.

Управлять собой - управлять бизнесом - управлять временем: Сборник статей слушателей магистерских программ МАБ специальностей «Менеджмент» и «Финансы»- Алматы, Международная Академия Бизнеса – 152 с.

ISBN: 978-601-7470-19-7

УДК 005
ББК 65.290-2

ISBN: 978-601-7470-19-7

© МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ БИЗНЕСА, 2014

<i>Автор</i>	<i>Название статьи</i>	<i>Науч.рук.</i>	<i>Стр.</i>
Еликбаева А.А	Современные проблемы конкурентоспособности предприятия	Закирова А.Т., к.э.н., доцент	67
Жумашева С.Н.	Оценка персонала, как основной фактор развития компании	Никифорова Н.В., д.э.н., доцент	70
Жумекова М.Қ.	Управление стрессовыми активами в банковском секторе РК.	Карибджанов Е.С., д.э.н., профессор	73
Касымбекова А.Б.	Стратегия переговоров	Карибджанов Б.Б., к.э.н., доцент МАБ	76
Кинбаев К.А.	Роль устойчивого развития предприятия в экономике страны	Калиева С.А., д.э.н., ассоц. профессор	81
Липич Г.Ф.	Инновационный университет: опыт развития на примере Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского	Тайкулакова Г.С., к.э.н., доцент	87
Мейірман А.С.	Конкурентоспособность компании на фармацевтическом рынке.	Сохатская Н.П., к.э.н., доцент МАБ	91
Мұқан А.Қ.	Управление сопротивлением персонала в условиях организационных изменений	Тулембаева А.Н., д.э.н., профессор	94
Рамаданова Ф.С.	Зачем создавать корпоративные университеты? Мировые тенденции развития корпоративного образования	Тулембаева А.Н. д.э.н, профессор	99
Рыскулбеков Е.А.	Какими будут казахстанские банки: масштабы предстоящих перемен	Арыстанбаева С.С., д.э.н., профессор	102
Саулина Е.В.	Маркетинг в страховом секторе	Сохатская Н.П., к.э.н., доцент МАБ	107
Сванбаева А.С.	Понятие новизны продукта в маркетинге	Сохатская Н.П., к.э.н., доцент МАБ	110
Солтанова Д.Д.	Общая характеристика современного состояния интеграционных процессов в ЕврАзЭС	Калиева С.А., д.э.н., ассоц. профессор	113
Су-Джин-Ю И.З.	Оптимизация структуры капитала предприятия	Чивазова А.З., к.э.н., доцент	116
Терещенкова Д.А.	Разработка маркетинговой стратегии предприятия	Смыкова М.Р., к.э.н.	121
Тулибергенова К.Е.	Мотивация - как инструмент стимулирования труда работников на предприятии.	Темирбекова А.Б., д.э.н., профессор	125
Турсунова Т.И.	Является ли толерантность безграничной	Таяуова Г.Ж., PhD	128
Тынышбаева А.М.	Совершенствование финансового планирования и управления денежным оборотом в условиях малого бизнеса	Шакбутова А.Ж., к.э.н., доцент	132

Современные проблемы конкурентоспособности предприятия

Проблема повышения конкурентоспособности предприятия на сегодняшний день является актуальной и критической. Вопросы, связанные с формированием и развитием конкурентного преимущества интересуют практически всех производителей товаров и услуг во всех странах мира. Управление конкурентоспособностью предприятия имеет особую значимость и играет большую роль в экономическом пространстве. От того, насколько успешно оно осуществляется и реализуется, зависит экономическое положение любой страны. Происходящие в Казахстане экономические перемены заставляют по-новому взглянуть на проблему конкурентоспособности предприятия, так как развитый конкурентный рынок диктует свои законы и правила.

Сегодня перед каждым товаропроизводителем поставлена задача решить проблемы повышения конкурентоспособности. Для достижения целей и реализации миссии компания должна разработать четкую стратегию управления. Конкурентоспособность предприятия измеряется ценой, качеством и производительностью. Так, большинство компаний начали внедрять и реализовывать программы по повышению производительности, которые призваны решить такие задачи, как повышение производительности и улучшение качества, тем самым создавая необходимые предпосылки для успешной управленческой деятельности [1].

В настоящее время в оценке конкурентоспособности компании наиболее важным считается и показатель стоимости компании. Это связано с тем, что стоимость компании отражает реальную картину его внутреннего и внешнего состояния, показывает реальные результаты деятельности различных экономических субъектов. За рубежом управленческий процесс повышения стоимости бизнеса относится к неотъемлемой части менеджмента. Исследования многих экспертов показали, что наиболее конкурентоспособными предприятиями и компаниями, как правило, считаются те, в которых наиболее важным критерием оценки качества принимаемого управленческого решения яв-

ляется последующее повышение стоимости бизнеса компании. Это подтверждается непрерывно растущим интересом менеджеров к использованию стоимости в ежедневной практике управления предприятиями и компаниями [2].

Резюмируя вышеизложенное, можно сказать, что в условиях постоянных структурных изменений, непрерывно бурно развивающихся темпах международного и национального рынка, главная задача компании состоит в нахождении своей ниши в жестких условиях конкуренции на мировом рынке. Для этого предприятие, которое действует на мировой экономике, должно учитывать особенности современного рынка. В условиях глобальной экономики на первое место выходят следующие факторы, влияющие на повышение конкурентоспособности предприятия:

- ведение четкой экономической и инновационной политики, которая определяет возможность предприятия конкурировать не только на внутреннем, но и на внешних рынках;
- наличие квалифицированных трудовых ресурсов, соответствующих требованиям международного рынка труда;
- ведение жесткого контроля, за соблюдением исполнения поставленных задач;
- совершенствование гибкой системы управления качеством и производительностью на предприятии;
- необходимо непрерывное улучшение качества и совершенствование продукции национальных производителей, реализуемой на внутреннем рынке;
- необходимо поддержка местных предпринимателей в расширении их деятельности на международном рынке.

Любое предприятие, выходя на внешний рынок, должно учитывать также культурные, социальные, политические, технологические, экологические и юридические особенности рынка отдельно взятой страны. Проблемы достижения конкурентоспособности не могут быть оптимально решены без учета особенностей развития конкретной отрасли в определенной экономической сфере.

Решение проблемы повышения конкурентоспособности предприятий напрямую зависит от выработанных мер обеспечивающих достижения и поддержания конкурентных преимуществ на рынке. В последние годы, на практике все большее внимание уделяется в необходимость комплексного решения проблемы, в развитии и в повышении конкурентоспособности предприятий. Современные проблемы конкурентных преимуществ предприятия определяются следующими факторами:

- качество продукции и услуг;
- наличие эффективной стратегии маркетинга и сбыта;
- уровень квалификации персонала и менеджмента;
- технологический уровень производства;
- налоговая среда, в которой действует предприятие;
- доступ к источникам финансирования[3].

Конкурентоспособность является результатом, как фиксирующим наличие конкурентных преимуществ и характеризует возможности и динамику его адаптации к условиям рыночной конкуренции. Причины конкурентоспособности товаров надо искать в отдельных его конкурентных характеристиках. Далее приведены параметры, определяющие конкурентоспособность предприятия:

- производственный или торгово-сбытовой потенциал;
- финансово-кредитный потенциал (кредиторская задолженность, скорость оборота капитала);
- имидж предприятия - моральный капитал предприятия;
- товар (ассортиментная структура, товарные запасы, качество товаров);
- научно-технический прогресс (проводились ли научные исследования, разработки);
- инвестиционный потенциал;
- трудовые ресурсы;
- управленческий и информационно-аналитический потенциал;
- бенчмаркинг [4].

Показатель конкурентоспособности предприятий в Казахстане считается низким. Если заглянуть в историю, то причиной тому является распад Советского Союза в 90-х, когда в Казахстане начался бум перехода экономики от социализма к капитализму. С началом экономической перестройки, когда все предприятия начали переходить на рыночные отношения, многие кооперативы и предприятия приватизировались, так как в казне молодого государства не было средств. Монополисты, а также

иностранные инвесторы, захватив рынок, не давали развиваться конкурентам, что наблюдается не только в Казахстане, но и в России и странах СНГ. Рынок конкуренции не мог развиваться, потому что имели место быть барьеры для входа в отрасль и слабая поддержка со стороны государства. Резкий переход экономики на рыночные рельсы не мог не отразиться на психологии социума. Люди не имели достаточных ресурсов для начала бизнеса. Наблюдалась низкая квалификация работников, которые не имели опыта работы в рыночных условиях. Все это неблагоприятно сказалось на развитии в Казахстане конкуренции. Причиной тому послужили ряд препятствия и барьеров.

Рассмотрим основные барьеры, препятствующие выработке конкурентных преимуществ:

- слабый менеджмент в компаниях;
- ресурсные ограничения поставщиков;
- недостаточное использование передовых технологий;
- низкое качество обслуживания конечных потребителей,
- высокие налоговые ставки;
- экономическая неустойчивость работы предприятий;
- законодательные барьеры,
- бюрократия и т.д.

Для того, чтобы компания смогла выйти на конкурентоспособный уровень, обеспечив и сохранив свой ранг в течение длительного времени, необходимо проводить регулярный мониторинг, как внешней среды, так и основных внутренних факторов, анализировать слабые и сильные стороны предприятия, рассмотрев все возможности развития в будущем и угрозы со стороны внешних конкурентов, учитывая все барьеры и преграды. Ведение такого мониторинга позволит компании быстро реагировать на изменения внешней среды, и держаться устойчиво на плаву.

Таким образом, для обеспечения конкурентоспособности предприятия необходимо учитывать параметры, определяющие конкурентоспособность предприятия и проводить мониторинг внешней среды. Немаловажным фактором является государственная поддержка. Государство должно создавать благоприятные условия для развития крупных предприятий и поддерживать малый и средний бизнес. Для этого необходимо проводить селективную налоговую политику, ввести льготные кредиты, в том числе смешанные государственно-частные кредиты, а в ряде случаев и прямое государственное финансирование. Государство может выступить как гарантом иностранных кредитов национальных предприятий, а также прини-

мать другие протекционистские меры (например, снижение НДС, аренды земли, тарифов за коммунальные услуги и др.). Далее, государство может способствовать развитию экспортного производства путем создания системы кредитования, оказывать финансовую поддержку местным предприятиям.

Повышение конкурентоспособности – является важным шагом к успеху любого предприятия в сфере его деятельности. Ни одно предприятие не может достичь превосходства над конкурентами по всем экономическим

характеристикам, не учитывая все возможные риски. Необходим выбор приоритетов и выработка стратегии, в наибольшей степени соответствующей тенденциям развития рыночной ситуации и наилучшим способом влияющее на развитие деятельности предприятия. Конкурентоспособность предприятия – это важная характеристика, которая выражает отличия развития данной фирмы от развития конкурентных фирм по степени удовлетворения своими товарами потребности людей и по эффективности производственной деятельности.

Источники:

1. Должанский И.З. Конкурентоспособность предприятия/ И.З.Должанский, Загорна Т.О. – Киев: Центр. Литературы, 2008. – С.384
2. Котельников Д.И. Управление конкурентоспособностью. Для студентов вузов/ Д.И.Котельников, С.М.Задорожна. – К.: Издавательный Дом "Слово". - 2008. – С.168
3. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учеб. пособие / Р. А. Фатхутдинов. - М.: Эксмо, 2004. – С.544
4. Волынский Г.О конкурентных преимуществах в условиях глобализации / Г.О.Волынский // . – 2007. - № 12.- С. 68-72.