ISSN 2791-1349

ALMA
ALMATY MANAGEMENT
UNIVERSITY
Powered by
Arizona State University

«Коллоквиум»

Almaty Management University

1 Маусым, 2023 жыл

1 June, 2023

«Коллоквиум»
Almaty Management University

1 Маусым, 2023 жыл

«Colloquium»
Almaty Management University

1 June 2023

Алматы, 2023

Редакционная коллегия:

Председатель:
Куренкеева Гульнара Турдалиевна – Ректор, кандидат экономических наук

Члены редакционной коллегии:

1. Кожахметова А. К.	PhD, Казахский Национальный университет им. Аль-Фараби
2. Нурекенова Э. С.	к.э.н., ассоциированный профессор, Восточно-Казахстанский технический университет им. Д. Серикбаева
3. Рахимбердинова М. У.	к.э.н., ассоциированный профессор, Восточно-Казахстанский технический университет им. Д.Серикбаева
4. Ислям Г.И.	к.э.н., ассоциированный профессор, Восточно-Казахстанский технический университет им. Д.Серикбаева
5. Суйеубаева С. Н.	к.э.н., ассоциированный профессор, Восточно-Казахстанский технический университет им. Д.Серикбаева
6. Сыздықов Е.Ж.	PhD, Suleyman Demirel University
7. Тлеубаев А.Т.	Master's, Suleyman Demirel University
8. Балгынтаев А.О.	PhD, Евразийский Национальный университет имени Л. Н. Гумилева
9. Есиркепова М. М.	PhD, Astana International University
10. Манап А.С.	к.э.н, Almaty Management University
11. Байжаксынова Г. К.	к.э.н, Almaty Management University
12. Смыкова М. Р.	к.э.н., ассоциированный профессор AlmatyManagement University
13. Джаксыбекова Г. Н.	д.э.н., Almaty Management University
14. Баяхметова А. Т.	д.э.н., профессор, Almaty Management University

Техническая редакция:
Сәркеев Бақытжан Құрманбайұлы – Проректор по науке
Булдыбаев Тимур Керимбекович – Директор информационно-ресурсного управления
Серікқызы Айсара – PhD, Главный менеджер информационно-ресурсного управления
Мырзатай Алихан – Ведущий менеджер информационно-ресурсного управления

Almaty Management University «Коллоквиум» журналының материалдар жинағы.

Алматы: Алматы Менеджмент Университет, 2023. – 265 с.

Опубликованные статьи прошли проверку на предмет заимствования с использованием системы StrikePlagiarism.com (с высокой уникальностью текста).

Адрес редакции: 050060 г. Алматы, ул. Розыбакиева, 227 E-mail: colloquium@almau.edu.kz

© Алматы Менеджмент Университет,

Содержание

Абдильдина Э.К., Серікбай А.С., Шанашбаева А.Е., Липовка А.В., Phd
The emotional burnout syndrome among management students ……..7
Абиланов Н.А.
Формирование маркетинговой стратегии в компании 13
Амреева К.Н., Куренкеева Г. Т., к.э.н.
Оптимизация качества медицинских услуг в ГМБ №2. Влияние на удовлетворенность пациентов 18
Аршидинов М. М. Болдырева Л. П.Креслина С.Ю. Искаков А.К.
Эффективности очистки газов от мелкодисперсных частиц в скрубберах …….23
Ауанов Б. С., Бақтымбет С.,э. ғ. к.
Қазақстанның көлік инфрақұрылымын зерттеу: көлік жүйелерін талдау және даму барысы. 30
Beisembayev T.
Portfolio investment.....36
Галяпина С.В., Попова С. О., Нагашбек У.Д.
Управление гендерным лидерским потенциалов в компании 45
Yerdenbay K.M.
The relationship between the brand and the types of instruments of marketing communication 53
Жамалиденов С. Е., Ботантаева Б. С., к.т.н.
Исследование биологического обрастания металлических конструкций оголовка водозаборных сооружений ……... 58
Жұмабекова Л.Ә.
Эстрадалық вокалдың оқыту әдістерінің мәселелері 63
Жуманов А.
Особенности развития инноваций в нефтяном секторе Казахстана 69
Кадиркулов К.К.
Обзор цифровых технологий в медицинских генетических лабораториях ……...**74**
Калиев Д. Н.
Совершенствование управления производственными издержками на заводах ЖБИ…..... .80
Калиев Н. С., Аманбаев А. Г.
Определение стратегии развития бизнеса для магазина нейл-товаров..... .85
Қалымбеков Д.А.
Потребительское поведение в социальных сетях Казахстана: возможности и перспективы развития ……..91
Каракушиков Ж.,Шалбаева Ш. Е., к.э.н.
Процессный подход в управлении инновационными проектами..... .98
Каримов А.Е., Бактымбет Ә.С. к.э.н.
Франчайзинг как стратегия развития современного бизнеса ……..105
Kereikhan T., Bakhytzhan K., Narikbayev. M.
Influence of the quasi-state corporations on the developing economy, in the case of the JSC Development Bank of Kazakhstan and Kazakhstan economy..... 109
Kim N., Karibayeva A.
Gender inequality in the workplace 116
Ким О Г., Шоман С. к.т.н
Разработка операционной стратегии развития компании на рынке лабораторной диагностики. Использование принципов ССП..... 124
Кожахметов А.Т.
О государственном управления в публично-правовой сфере……...131

Маженова А. С.,Исахова П. Б., д.э.н.
Основные подходы в оценке финансового состояния предприятий……...142
Маненгазы М.З., Сағындық М.Д., Иманкулова А.Г., Рузбакиева Ш.Д., Мамедова А.И.
Проблема выбора будущей профессии современными старшеклассниками 148
Мукашева К.
Проектный подход как средство достижения стратегических целей компании: основные принципы и методы 155
Myrzatay A.A. Bazaralinov Y.S., Uteshkalieva L.S.
Installation of a phase-rotating transformer in Zhitikara – Ulke 161
Нуртазин Д.Н.
Нейромаркетинг и его основные проблемы 167
Olzhabayev A., Kemelbayeva S., PhD
Analyzing the Labor Market Conditions in Kazakhstan Through the Lens of the COVID-19 Pandemic 175
Павлов С.
Проблемы внедрения проектного подхода на малом предприятии..... 184
Rakhimbayev T., Parshin A.
Social media's effect on public perception on today's research..... 190
Рахымберген А.Н.
Маркетинговая стратегия улучшения услуг медицинских учреждений..... 197
Рузиева А. М.
Юридическая ответственность работника за правонарушения в сфере труда..... 207
Сағындық М., Кариева А.
Жобаларды басқарудың заманауи әдістеріне шолу 212
Сахиев К.
Особенности корпоративного управления организации и методы его совершенствования ……...219
Сисенов А. У., Бактымбет С.С., к.э.н.
Кадровый потенциал в органах государственного управления в Республике Казахстан: проблемы и перспективы развития 224
Smolyakova E.
Alumni association as a tool for sustainable development of the university……..230
Табеев А.Ж.
Продвижение бренда на киберспортивном рынке 235
Тұрсынова Б.Е.
Мотивация персонала в квазигосударственном и частном секторах Казахстана 240
Хастаев О.Ж., Бақтымбет Ә.С. к.э.н.
Мероприятия по повышению эффективности и устойчивости хозяйственной деятельности 249
Charibek A. S., Ikhuanova A. N.
The role of public-private partnerships in the sustainable development of Kazakhstan. 254
Шаяхметов Е. М. Шоман С., к.т.н
Развитие медицинского туризма в Республике Казахстан. **260**

THE EMOTIONAL BURNOUT SYNDROME AMONG MANAGEMENT STUDENTS

Абдильдина Э.К.[1], Серікбай А.С.[2], Шанашбаева А.Е.[3]
Научный руководитель: Липовка А.В.[4], Ph.D., Associate professor
[1 2 3 4] Almaty Management University, г. Алматы

Abstract. Mental health and well-being of a person are becoming a priority of the present day since they affect a lot of life aspects, including personal and professional. Burnout is a negative mental state of a person that occurs because of several factors. It is mainly committed to representatives of social professions, which include managers who constantly work with people. The paper aims to examine local students' experiences of burnout and the consequences of it for youngsters. First, the article briefly describes the nature of burnout and critically reviews the literature on the topic relevant to students. The qualitative research method was used in the form of semi-structured personal interviews with junior and senior Management students at Almaty Management University. The findings postulate about the level of burnout among students, the factors that trigger their burnout state, and the ways that students use to prevent it. The results of this study may be useful for further longitudinal studies and applied to preventing burnout among students of higher educational institutions in the Republic of Kazakhstan.
Keywords: emotional burnout syndrome, students, Management major, stress, university.

Аңдатпа. Адамның психикалық денсаулығы мен әл-ауқаты бүгінгі күннде маңызды тақырыптардың бірі, өйткені олар өмірдің көптеген аспектілеріне, соның ішінде жеке және кәсіби аспектілерге әсер етеді. Эмоционалды күйіп қалу - бұл бірнеше факторларға байланысты пайда болатын адамның жағымсыз психикалық жағдайы. Бұл негізінен адамдармен үнемі жұмыс істейтін менеджерлерді қамтитын әлеуметтік мамандықтардың өкілдеріне қатысты. Мақаланың мақсаты - жергілікті студенттердің эмоционалды күйзеліске байланысты тәжірибелерін және оның жастарға әсерін зерттеу. Біріншіден, мақалада эмоционалды күйіп қалудың табиғаты қысқаша сипатталған және студенттерге қатысты тақырып бойынша әдебиеттерге сыни шолу берілген. Зерттеудің сапалы әдісі Алматы Менеджмент Университетінің кіші және жоғары курс студенттерімен жартылай құрылымдалған жеке сұхбат түрінде қолданылды. Нәтижелер студенттер арасындағы күйіп қалу деңгейін, олардың күйіп қалу жағдайын тудыратын факторларды және студенттердің оны болдырмау үшін қолданатын жолдарын көрсетеді. Осы зерттеудің нәтижелері одан әрі лонгитюдтық зерттеулер үшін пайдалы болуы мүмкін және Қазақстан Республикасының жоғары оқу орындарының студенттері арасында эмоционалдық күйіп қалудың алдын алу үшін қолданылуы мүмкін.
Түйінді сөздер: эмоциялық күйіп қалу синдромы, студенттер, "Менеджмент" мамандығы, стресс, университет.

Аннотация. Психическое здоровье и самочувствие человека становятся приоритетом сегодняшнего дня, поскольку они влияют на многие аспекты жизни, в том числе личные и профессиональные. Эмоциональное выгорание — это негативное психическое состояние человека, которое возникает из-за нескольких факторов. В основном это касается представителей социальных профессий, к которым относятся менеджеры, постоянно работающие с людьми. Цель статьи - изучить опыт местных студентов, связанный с эмоциональным выгоранием, и последствия этого для молодежи. Во-первых, в статье кратко описывается природа эмоционального выгорания и дается критический обзор литературы по теме, актуальной для студентов. Качественный метод исследования был использован в форме полуструктурированных личных интервью со студентами младших и старших курсов Алматы Менеджмент Университета. Полученные результаты свидетельствуют об уровне эмоционального выгорания среди студентов, факторах, которые вызывают их состояние эмоционального выгорания, и способах, которые студенты используют для его предотвращения. Результаты этого исследования могут быть полезны для дальнейших лонгитюдных исследований и применены для профилактики эмоционального выгорания среди студентов высших учебных заведений Республики Казахстан.
Ключевые слова: синдром эмоционального выгорания, студенты, специальность "Менеджмент", стресс, университет.

Introduction

Emotional burnout syndrome (EBS) is a relevant topic nowadays. Shortly, it's a negative psychological state with various symptoms like exhaustion, depersonalization, etc., which causes a lot of negative impacts everywhere. Earlier research discovered that burnout might lead to reduced performance in the workplace and withdrawal behavior: absenteeism and intentions to leave the job [1]. Particularly in the educational field burnout syndrome also takes place. Among research that already exists mostly, the focus was on students in the medical field. Some of the preceding studies also state that emotional burnout syndrome is a specific type of psychological disease of individuals who work with people [2, p.42].

People working in the «man-man» field and particularly those whose activities are associated with the manifestation of emotional empathy and increased responsibility (doctors, teachers, social workers, etc.) are the most prone to burnout. However, «burnout has been increasingly recorded in representatives of a variety of professions, students, and even the unemployed» [3]. The relevance of this research comes from a combination of the actuality of the EBS in general and from the lack of research among students of business majors in Kazakhstan on this topic, even though "factors, such as effects of psychological stress and burnout to students' decision to drop out, or depression and alcoholism are prominent among those focusing their studies on business-related fields" [4, p.230].

Literature review

Burnout is one of the urgent problems for students. In most cases, researchers studied university students with a major in medicine. In this field, the most prominent research on medical students in Kazakhstan was conducted by Bolatov et al. [5]. In the work of Munko, high-school students' burnout state is analyzed [6]. Another profession that is considered in connection with burnout is firefighters, the research of Vinnikov et al. postulates on this topic in detail [7].

However, the topic of Management students' EBS is worthy to be examined, since they are future managers who will face a high level of burnout in prospective workplaces. As Tkach stated in her research: "Not only the employee suffers from the consequences of burnout symptoms, but this brings tangible costs for the organization, and, as a result, the phenomenon of burnout becomes a serious social problem" [8]. This is a less explored topic, as reviewing the existing articles on it shows that this is a research gap that will be covered by this research.

The research of Bolatov et al. is dedicated to the adaptation and validation of the Russian version of the Oldenburg Burnout Inventory Questionnaire for Kazakhstani students [9]. The research was conducted based on quantitative analysis using the Burnout Questionnaire (R-OLBI-S) adapted for students of Kazakhstan, which revealed the effectiveness of this method for assessing the percentage of burned-out students, but the research had no conclusions drawn about the causes and solutions to this problem.

In the theoretical basement of the topic, definitions of burnout syndrome vary, especially its components. For example, according to Freudenberg, the definition of BS is connected with 3 components: emotional depletion, depersonalization, and a sense of the futility of effort [10]. In comparison with this, according to Maslach the components of burnout, are provided slightly differently:

1. Emotional exhaustion (individual stress component of the syndrome).
2. Depersonalization (the interpersonal component of burnout).
3. Reduced work productivity is reflected in a decrease in the self-esteem of one's competence.

Social psychologist Maslac defined this condition as a syndrome of physical and emotional exhaustion, including the development of negative self-esteem, a negative attitude towards work, and a loss of understanding and empathy towards clients (patients), underlines knowing that burnout is not a loss of creativity, not a reaction to boredom but rather an emotional exhaustion that occurs against a background of stress [11]. Glazachev provided detailed information about models and the emotional environment of students.

Rosales categorizes burnout's effects into three groups: psychosomatic, behavioral, and emotional. In the first group, the author includes symptoms such as a change in heart rate, extreme fatigue, or headaches. The second includes drug or alcohol abuse and absenteeism. Finally, in the third group, Rosales gave examples of the lack of motivation to study and the withdrawal from studies in the academic context [12].

Stress and burnout have been of particular concern to business educators for years. There was a notion: "Management students face a battle with stress on two fronts, as students themselves –

college freshmen now report the highest stress and lowest mental health levels in 25 years – and as the next generation of leaders" [4, p.231].

Consequently, stress is considered one of the reasons for EBS, and this topic is deeply connected with stress-cycle [11] and two categories of stress - eustress and distress [9]. Eustress is a positive stress that motivates an individual to continue to work. This good stress encourages and facilitates learning where an ideal level of stress can boost learning ability. On the other hand, distress is a negative stress which occurs when the good stress becomes too much to handle. This negative stress prevents and suppresses learning and must be stopped and avoided [9, p.2]. Also, factors of stress are described by Babanov [2].

Methods

The research method was qualitative because qualitative methods are focused on understanding rather than testing and verification, particularly understanding things from the respondent's point of view which is critical for the current research's accuracy. After analysis of all needed factors, the method of the interview was chosen, with a choice of a semi-structured interview.

Management students at Almaty Management University became the interview participants. To answer the research questions the interview was mentally divided into 3 sections or subtopics: stress and burnout syndrome, the reasons why management students get burnout or are more prone to get burnout, and what are consequences of burnout and how do students deal with chronic stress and burnout. Some additional ones were asked during the flow of the interview.

The questions about why burnout syndrome can occur relate to reasons why students get chronic stress because it is considered one of the main reasons why people get burnout syndrome, according to the preceding research.

Findings

All interview participants were Management students at Almaty Management University. The interview was conducted in Russian because it was the most convenient language for all respondents.

Table 1 – Interviewee (Int.) profiles

#	Gender	Language of study	Year of study	City of origin
1	Male	English	3	Almaty
2	Male	English	3	Almaty
3	Male	English	3	Semey
4	Female	Russian	2	Almaty
5	Female	Russian	2	Almaty
6	Male	Russian	3	Almaty
7	Female	Russian	3	Almaty
8	Female	Russian	3	Almaty
9	Female	Russian	3	Almaty
10	Female	English	3	Almaty
11	Female	English	3	Aktobe
12	Female	English	3	Almaty
13	Male	English	3	Almaty
14	Male	Russian	3	Almaty
15	Female	English	3	Almaty
Note – compiled by the authors based on the conducted research				

In general, all the results obtained from the interview (as well as the structure of the interview) are classified under the categories shown in Table 2.

Table 2 – Categories and related codes identified in the interview process.

#	Category	Codes
1	Stress and burnout	Protective reaction against burnout
		Positive stress
2	Causes of burnout	The group in which the student is studying
		Combining work and study
3	The impact of burnout and how to deal with it	Switching attention
		Self-analysis
Note – compiled by the authors based on the conducted research		

Following Table 2, three main categories and six related to them codes were identified as the result of the interview content analysis and interpretation. All of them are explained in detail in the text below.

Protective reaction against burnout

Each person has a protective reaction that helps and ensures human safety. In this case, the interviewed students used to sleep as a protection against burnout, as the duration of sleep is from 10 to 12 hours. In addition to sleeping during breaks between study hours, which in total varies from 2 to 4 hours depending on the schedule, the students' daily sleep was about 12-16 hours, which showed that they subconsciously blocked all other interests in life, such as participating in clubs, walking with friends, any sports, lack of hobbies like reading books, chess and striving for development which together leads to a sluggish state of a person, which can be leveled to the state similar to hibernation of bears. The interviewed students were able to save themselves from burnout due to the heavy learning load thanks to the body's protective reaction in the form of sleep from 10 to 12 hours:

> *As soon as the second semester began, I started to sleep more because I simply didn't have the strength. I don't get enough sleep on the weekends, and this energy is not enough for all activities, so I even sleep during breaks at the university.* (Int.15)

Positive stress

Most of the students surveyed associate stress with negative emotions and feelings, but some use priority to their advantage and intentionally drive themselves into this state to become more productive:

> *You know, stress isn't that bad. This is 100% of the time in my active state. At this time, I have time for everything, and I finish the tasks I put off for later. A relaxed state leads to laziness, and then the deadlines are running out, the scholarship can fly off if I don't do it, and the like. On the one hand, excitement. Something like to be or not to be. It even amuses me.* (Int.13)

The interviewed students associate the occurrence of stress with the period of midterms and the examination session. Intermittent stress in this study is a manifestation of severe stress during border controls and exams.

The group in which the student is studying

Most respondents emphasized that the abundance of group work due to the curriculum of the specialty brought much stress, depending on the classmates: someone works more than others, the risk of conflicts, tension, and not a friendly atmosphere. The atmosphere in the groups is also formed from the cohesion of the group. In the groups themselves, students can be divided into mini groups and there are also formulated groups and out of groups and what affected their group work when they were distributed by faculty and mixed and, in this case, mixed groups feel uncomfortable. Someone does not perceive each other and this affects the effectiveness of the group where one or more people do the main job:

> *The groupmates also play a role. You can survive moments with a bad schedule or workload if it is normal. But if they are toxic and everyone is arrogant, then it will be challenging. When there is teamwork, there are always people who don't work as a team. It makes me even more nervous.*

(Int.7)

Some interviewees noted that they put very high standards for themselves, which they were constantly going. Despite the high stability and willpower that these people have, they are perfectionists, and this negatively affects their psychological state.

Combining work and study

The students think about their earnings and try to combine work with studying. In pursuit of short-term results in the form of the salary they receive to meet their needs here and now. However, few people think about long-term prospects such as full dedication to reading the required textbooks, and after graduation, there will be work. Because of a tired state, obsessed thoughts that appear do not cause thoughts to leave the workplace. Most of the interviewees confirmed that the combination of work and study was one of the stressful combinations for them that brought some to the flesh all the way to reprimand. However, they are united by one common characteristic - fatigue due to which there is a defocus on studies which affects the general condition of a person:

As a person who, besides studying, works, I feel tired. I think about my work for the whole week at the University and work - about my studies; I sleep off on the weekends. When you think about those two things simultaneously, it's a bit complicated. (Int.7)

Most of the students now have no problems with the schedule and other organizational issues. Still, it is depressing that students have to study compulsory disciplines that are entirely uninteresting, and they feel that only some sentences are necessary for their specialty.

Switching attention

All respondents cope with a burnout on their own without contacting professionals in this field. Common ways were noted to help to respond students get out of the burnout state.

- Walks in the open air:

Outside I feel calm when there is no fuss and noise around; you can be in your world and do not think about anything too much. (Int.15)

Video games, movies (media):

In video games and movies, you forget about the real world, you start to worry about the characters and get distracted from your problems; also, in games, there are specific goals that give achievements; it's easier to achieve there than in real life. (Int.13)

Self-analysis

When burnout occurs, or its first symptoms begin, most students introspect and reconsider their priorities to reduce stress levels. Among the interviewed students were those who actively talked about their condition. There is a feeling and analysis of the situation and its causes that could contribute to burnout:

Usually, under challenging situations, I analyze what causes stress, the importance of certain things, and my priorities. Many items are temporary. Remembering this makes things easier. Also, to deal with emotions so that negative ones do not affect vital decisions. (Int.11)

Discussion and conclusion

Among the respondents, it was unexpected to find that only a few reported experiencing burnouts, on the contrary to the authors' initial expectation of a higher prevalence among Management students. However, many respondents expressed fatigue, indicating that the underlying factors contributing to this state are still present and likely to persist in the long term. If these factors continue to exert pressure, students may eventually develop burnout.

One surprising finding was that many respondents perceived stress as a positive experience. This contradicts the conventional notion that stress is solely detrimental.

Considering that managers are social specialists who frequently engage with others, it was expected that their workload and the factors indirectly associated with the «helping» profession would contribute to a higher predisposition to burnout. The results support the assumption that team and group work are critical factors contributing to chronic stress among Management students. While many

interviewees acknowledged the importance of such collaborative work for professionals in their field, it is essential to recognize that it can also impose significant pressure and increase the likelihood of burnout.

Previous research suggests that excessive homework assignments, academic demands, and time constraints are sources of negative stress among students [13]. The present study is in line with the preceding research findings.

Interestingly, many of the stress and burnout coping strategies mentioned by the interviewees closely resemble techniques used to manage stress effectively. It indicates that individuals may already possess some knowledge and tools to break the stress cycle. However, it is essential to explore knowledge to cope with burnout easier. The present research defined that stress was not considered as only negative but was a physiologically needed process and natural reaction to external factors that supported the previous study [8].

The present study is limited to only one University and further study requires to examine students' experiences of other higher educational institutions. The obtained findings may be used by the University administration and faculty to reduce the factors causing stress and burnout among students as well as the students themselves for more effective coping with the syndromes of stress and burnout. As a theoretical contribution, this paper lays the ground for future studies as the first work on the topic among Management students.

Source list

1. Koutsimani P., Montgomery A., and Georganta K. The Relationship Between Burnout, Depression, and Anxiety: A Systematic Review and Meta-Analysis // Front. Psychol. – p. 1-19, (2019) // https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00284
2. Babanov S.A. Профессиональные факторы и стресс: синдром эмоционального выгорания // ГОУ ВПО «Самарский Государственный Медицинский Университет». – p. 42–46 (2009). // https://cyberleninka.ru/article/n/professionalnye-faktory-i-stress-sindrom-emotsionalnogo-vygoraniya
3. Koropets O.A. Emotional Burnout of Students, combining work and Study// e-FORUM – Ural State University of Economics (2018) // https://elibrary.ru/item.asp?id=36958226
4. Emerson D.J., Hair Jr.J.F., Smith K.J. Psychological Distress, Burnout, and Business Student Turnover: The Role of Resilience as a Coping Mechanism. // Research in Higher Education, 64 – p.228-259 (2022). // https://doi.org/10.1007/s11162-022-09704-9
5. Bolatov A.K., Seisembekov T.Z., Smailova D.S. & Hosseini H. Burnout syndrome among medical students in Kazakhstan // BMC Psychol. - 10(1):193 (2022). // doi: 10.1186/s40359-022-00901-w.
6. Munko Y. Academic burnout among high-school students in Kazakhstan: The protective role of personality and academic motivation // Nazarbayev University Repository (2017) // https://nur.nu.edu.kz/handle/123456789/2581
7. Vinnikov D., Tulekov Z., Akylzhanov A., Romanova Z., Dushpanova A., Kalmatayeva Z. Age and work duration do not predict burnout in firefighters // BMC Public Health 19, 308 (2019) // https://doi.org/10.1186/s12889-019-6643-2
8. Tkach T. Professional Burnout among Managers // Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy, 47– p.260-272 (2016) // DOI: 10.15584/nsawg.2016.3.20
9. Bolatov A., Smailova D., Zhorokpayeva M., Amanzholov A., Seisembekov T. Adaptation and validation of the Russian version of the Oldenburg Burnout Inventory among medical students // Nauka i Zdravookhranenie [Science & Healthcare], 23 (2) - pp. 133-139. (2021) // doi 10.34689/SH.2021.23.2.014
10. Abdiorazova A. Burnout of Medical Workers in Astana, Kazakhstan: Prevalence and Associated Factors // Nazarbayev University Repository (2018) // http://nur.nu.edu.kz/handle/123456789/3297
11. Nagoski E., Nagoski A. Burnout: the secret to unlocking stress cycle / New York: Ballantine books (2019).
12. Glazachev O. Burnout Syndrome in Students: Ways of Pedagogical Process Optimisation // Bulletin of the International Academy of Sciences. Russian Section – Moscow: I. M. Sechenov First Moscow State Medical University – p.26-45 (2011). //

ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ В КОМПАНИИ

Абиланов Н.А., магистрант
Almaty Management University, г. Алматы
abilanovnurtaj@gmail.com

Аннотация: Данная статья посвящена теме формирования маркетинговой стратегии в компаниях. В работе проведен литературный обзор, включающий анализ релевантных исследований, монографий, диссертаций и учебников, связанных с данной тематикой. Были рассмотрены методы и инструменты, применяемые при формировании маркетинговой стратегии, такие как анализ внешней и внутренней среды, сегментация рынка, анализ жизненного цикла продукта, цифровые инструменты и интернет-маркетинг.

В результате исследования было выявлено, что формирование маркетинговой стратегии является неотъемлемой частью успешного развития компании. Она позволяет организации достичь конкурентных преимуществ, удовлетворить потребности клиентов и обеспечить устойчивый рост. Однако, не существует универсального подхода к формированию маркетинговой стратегии, и каждая компания должна адаптировать методы и инструменты в соответствии с ее особенностями и рыночными условиями.
Ключевые слова: маркетинговая стратегия, анализ среды, сегментация рынка, жизненный цикл продукта, цифровые инструменты, интернет-маркетинг.

Аннотация: Бұл мақала компанияларда маркетингтік стратегияны қалыптастыру тақырыбына арналған. Жұмыста осы тақырыпқа байланысты тиісті зерттеулерді, монографияларды, диссертациялар мен оқулықтарды талдауды қамтитын әдеби шолу жасалды. Сыртқы және ішкі ортаны талдау, нарықты сегменттеу, өнімнің өмірлік циклін талдау, цифрлық құралдар және интернет-маркетинг сияқты маркетингтік стратегияны қалыптастыруда қолданылатын әдістер мен құралдар қарастырылды.

Зерттеу нәтижесінде маркетингтік стратегияны қалыптастыру компанияның табысты дамуының ажырамас бөлігі болып табылатыны анықталды. Бұл ұйымға бәсекелестік артықшылықтарға қол жеткізуге, тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыруға және тұрақты өсуді қамтамасыз етуге мүмкіндік береді. Алайда, маркетингтік стратегияны қалыптастырудың әмбебап тәсілі жоқ және әр компания өзінің ерекшеліктері мен нарықтық жағдайларына сәйкес әдістер мен құралдарды бейімдеуі керек.
Түйінді сөздер: маркетингтік стратегия, қоршаған ортаны талдау, нарықты сегменттеу, өнімнің өмірлік циклі, сандық құралдар, интернет-маркетинг.

Abstract: This article focuses on the topic of marketing strategy formation in companies. The study includes a literature review that analyzes relevant research papers, monographs, dissertations, and textbooks related to the subject matter. Methods and tools used in the process of marketing strategy formation are examined, such as analysis of the external and internal environment, market segmentation, product life cycle analysis, digital tools, and internet marketing.

The findings of the research reveal that developing a marketing strategy is an integral part of successful company growth. It enables organizations to achieve competitive advantages, satisfy customer needs, and ensure sustainable growth. However, there is no one-size-fits-all approach to marketing strategy formation, and each company must adapt methods and tools according to its specific characteristics and market conditions.
Keywords: marketing strategy, environmental analysis, market segmentation, product life cycle, digital tools, internet marketing.

Введение

Актуальность: в условиях современного бизнеса, где конкуренция становится все более жесткой, разработка и успешная реализация эффективной маркетинговой стратегии становится одной из ключевых задач для любой компании. Маркетинговая стратегия определяет пути и методы достижения поставленных целей, позволяет выделиться на фоне конкурентов и удержать лидирующие позиции на рынке. Она также способствует увеличению объема продаж, улучшению

Целью данной статьи является изучение и анализ процесса формирования маркетинговой стратегии в компании. Мы рассмотрим ключевые аспекты, которые необходимо учесть при разработке стратегии, а также предоставим практические рекомендации по ее эффективной реализации.

Новизна: несмотря на то, что маркетинговая стратегия является широко известным понятием в сфере бизнеса, постоянно меняющаяся экономическая среда и появление новых технологий требуют обновления и адаптации стратегического подхода к маркетингу. В данной статье мы обращаем особое внимание на актуальные тенденции и инструменты, которые помогут компаниям успешно формировать и реализовывать свою маркетинговую стратегию.

Теоретическая значимость: Статья вносит вклад в развитие теоретических основ маркетинговой стратегии. Она предоставляет читателям комплексное представление о процессе формирования стратегии, о ключевых концепциях и инструментах, а также о факторах успеха и препятствиях при ее реализации. Теоретический анализ включает в себя рассмотрение академических исследований, научных статей и книг, которые позволяют обобщить и систематизировать знания в данной области.

Практическая значимость: Статья будет полезна для менеджеров и специалистов по маркетингу, которые занимаются разработкой и реализацией маркетинговых стратегий в компаниях. Она предоставит им практические рекомендации и советы, которые помогут улучшить эффективность маркетинговых действий, оптимизировать бюджет и достичь поставленных бизнес-целей. Кроме того, статья может быть использована в образовательных целях, в курсах по маркетингу и стратегическому управлению.

Литературный обзор

Формирование маркетинговой стратегии является важной задачей для любой компании, поскольку она позволяет определить основные направления развития и достижения конкурентных преимуществ. В современном бизнесе, где существует огромная конкуренция и быстрые изменения на рынке, разработка эффективной маркетинговой стратегии является ключевым фактором успеха.

В литературе по маркетингу существует множество источников, которые предлагают различные подходы и методы для формирования маркетинговой стратегии. Один из таких источников - диссертация Батировой (2019), которая исследует развитие маркетинговой стратегии на основе конкурентного преимущества. Работа основывается на теоретических исследованиях и предлагает практические рекомендации для компаний.

Монография Ганиева (2019) посвящена формированию маркетинговой стратегии на предприятии. В ней автор делится опытом и перспективами в области разработки стратегии маркетинга и предлагает рекомендации для компаний, стремящихся достичь успеха на рынке.

Доскалиев и Курганбаев (2019) в своей статье рассматривают формирование маркетинговой стратегии коммерческого банка в условиях диверсификации продуктов на примере АО "Альфа-Банк Казахстан". Авторы анализируют конкретный пример и предлагают практические рекомендации для разработки маркетинговой стратегии в банковском секторе.

Учебник Ерназаровой и ее коллег (2019) посвящен интернет-маркетингу и предлагает практические советы и примеры для успешного использования интернет-маркетинга в современном бизнесе. Это актуальная тема, учитывая растущую роль интернета в сфере маркетинга.

Диссертация Есимбековой (2020) исследует использование маркетинговых инструментов для укрепления бренда медицинского учреждения на примере ГУ "Городская клиническая больница № 7 г. Алматы". Автор предлагает конкретные рекомендации для медицинских учреждений, стремящихся укрепить свой бренд и привлечь больше пациентов.

Книга Kotler, Kartajaya и Setiawan (2019) "Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital" рассматривает переход от традиционного маркетинга к цифровому. Авторы предлагают стратегии и методы, которые помогают компаниям адаптироваться к цифровой эпохе и эффективно использовать цифровые инструменты в маркетинге.

Известный эксперт в области стратегического менеджмента, Майкл Портер, в своей книге "Competitive Strategy" (2019) предлагает методы анализа отраслей и конкурентов для разработки конкурентных стратегий. Он описывает различные подходы к анализу конкурентной среды и позиционированию, что делает эту книгу ценным ресурсом для разработки маркетинговых

стратегий.

Книга Day (2020) "Market Driven Strategy: Processes for Creating Value" рассматривает процессы создания ценности через маркетинговую стратегию. Автор подчеркивает важность понимания и удовлетворения потребностей клиентов для достижения конкурентного преимущества. Книга предлагает методы и инструменты для разработки стратегии, основанной на рынке.

Книга Ries (2019) "The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses" рассматривает стратегию стартапов и методологию Lean Startup. Автор предлагает подход, основанный на постоянном инновационном процессе, экспериментировании и быстром получении обратной связи от клиентов. Книга содержит практические советы и примеры успешных стартапов.

В книге Kim и Mauborgne (2021) "Blue Ocean Strategy, Expanded Edition: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant" представлена концепция Blue Ocean Strategy, которая призывает компании создавать новые, непокрытые рыночные пространства, где конкуренция менее значима. Авторы предлагают инструменты и примеры для разработки стратегий, которые позволяют компаниям выйти за пределы традиционных отраслей и создать собственное уникальное пространство.

Научная статья Кашницкого и Кашницкой (2019) исследует опыт формирования маркетинговой стратегии на рынке высокотехнологичных продуктов в России. Авторы анализируют факторы успеха и особенности маркетинговой стратегии в этой отрасли, а также предлагают рекомендации для компаний, работающих в высокотехнологичных секторах.

В статье Курбатова, Светличной и Светличного (2020) рассматривается формирование маркетинговой стратегии молодых компаний. Авторы исследуют особенности разработки стратегии для стартапов и предлагают рекомендации для успешного введения продукта на рынок.

Ларионова и Олейникова (2019) в своей статье исследуют маркетинговую стратегию развития рынка технологических продуктов. Авторы анализируют особенности маркетинговой стратегии в технологической сфере и предлагают подходы для успешного внедрения и развития технологических продуктов.

Мартынова и Ананьева (2020) в своей статье рассматривают маркетинговые стратегии в условиях цифровой трансформации бизнеса. Авторы исследуют влияние цифровых технологий на маркетинг и предлагают подходы к разработке стратегий в цифровой среде.

Статья Мирзаяновой и Наумовой (2020) посвящена формированию маркетинговой стратегии промышленного предприятия в условиях неопределенности. Авторы исследуют факторы неопределенности и предлагают методы адаптации маркетинговой стратегии к изменяющимся условиям.

Все эти источники предлагают ценные теоретические и практические наработки в области формирования маркетинговой стратегии в компаниях. Они предлагают различные подходы, методы и инструменты, которые могут быть использованы для разработки эффективной стратегии, учитывая особенности конкретного рынка и отрасли.

Методы

В области формирования маркетинговой стратегии в компании используются различные методы анализа и принятия решений. Некоторые из них включают анализ SWOT, анализ конкурентной среды, сегментацию рынка, анализ жизненного цикла продукта и анализ потребительского поведения. Эти методы позволяют компаниям оценить сильные и слабые стороны, конкурентное окружение, целевую аудиторию, стадию жизненного цикла продукта и потребности потребителей. Выбор методов зависит от конкретных условий и целей компании.

Результаты

Важность маркетинговой стратегии: Маркетинговая стратегия играет ключевую роль в достижении конкурентных преимуществ, удовлетворении потребностей клиентов и обеспечении устойчивого роста организации.

Методы анализа внешней и внутренней среды: Анализ SWOT, анализ конкурентной среды и другие методы позволяют оценить сильные и слабые стороны организации, а также выявить возможности и угрозы, связанные с внешней средой.

Сегментация рынка: Сегментация рынка помогает определить целевую аудиторию, разделить ее на группы с общими потребностями и разработать соответствующие маркетинговые стратегии.

Анализ потребительского поведения: Понимание потребительского поведения и использование методов исследования позволяют лучше понять потребности и предпочтения потребителей, что является основой для разработки эффективной маркетинговой стратегии.

Анализ жизненного цикла продукта: Анализ стадий жизненного цикла продукта помогает определить подходящие стратегии для каждой стадии, включая инновации, продвижение, ценообразование и дифференциацию.

Использование цифровых инструментов: Цифровые технологии и интернет-маркетинг становятся все более важными для формирования маркетинговой стратегии, позволяя эффективно взаимодействовать с целевой аудиторией и адаптироваться к изменениям рынка.

Эти результаты подчеркивают важность формирования маркетинговой стратегии в компании и показывают различные методы и инструменты, которые могут быть использованы для ее разработки и успешной реализации.

Выводы и обсуждения

Исходя из проведенного литературного обзора, можно сделать следующие выводы:

Формирование маркетинговой стратегии является неотъемлемой частью успешного развития компании. Она позволяет организации достичь конкурентных преимуществ, удовлетворить потребности клиентов и обеспечить устойчивый рост.

Для разработки эффективной маркетинговой стратегии необходимо провести анализ внешней и внутренней среды, включая анализ конкурентной среды и потребительского поведения. Это позволяет организации лучше понять свои сильные и слабые стороны, а также определить возможности и угрозы.

Сегментация рынка является важным шагом при формировании маркетинговой стратегии. Она позволяет определить целевую аудиторию и разработать соответствующие стратегии для каждого сегмента.

Анализ жизненного цикла продукта является ключевым элементом формирования маркетинговой стратегии. Он позволяет определить подходящие стратегии для каждой стадии жизненного цикла, такие как инновации, продвижение, ценообразование и дифференциация.

В современном бизнес-окружении цифровые инструменты и интернет-маркетинг становятся все более важными для успешного формирования и реализации маркетинговой стратегии.

Обсуждение:

Маркетинговая стратегия является динамичным процессом, требующим непрерывного анализа и адаптации к изменениям внешней и внутренней среды. Все описанные методы и инструменты в литературном обзоре предоставляют компаниям основу для разработки своей маркетинговой стратегии.

Однако, важно отметить, что каждая компания имеет свои особенности, и не существует универсального подхода к формированию маркетинговой стратегии. Компании должны адаптировать и применять методы и инструменты в соответствии с их конкретными потребностями, целями и рыночными условиями.

Кроме того, эффективное формирование и реализация маркетинговой стратегии требуют тесного взаимодействия и координации между различными функциональными отделами компании, такими как маркетинг, продажи, исследования и разработки и управление производством.

Наконец, в современном быстро меняющемся бизнес-мире компании должны быть готовы к постоянному обновлению и корректировке своей маркетинговой стратегии в соответствии с изменениями в рыночных условиях, технологическом прогрессе и потребностях клиентов.

В целом, формирование маркетинговой стратегии является сложным и многогранным процессом, который требует глубокого анализа, гибкости и адаптации. Однако, правильно разработанная и реализованная маркетинговая стратегия способствует достижению конкурентных преимуществ и долгосрочному успеху компании.

Список использованных источников:

1.Батирова, Ш.М. (2019). Развитие маркетинговой стратегии организации на основе конкурентного преимущества: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Алматы: КазНУ.

2. Ганиев, Т. (2019). Формирование маркетинговой стратегии на предприятии: опыт и перспективы: монография. Алматы: КазНУ.

3. Доскалиев, А. Р., & Курганбаев, А. Р. (2019). Формирование маркетинговой стратегии коммерческого банка в условиях диверсификации продуктов: на примере АО "Альфа-Банк Казахстан" // Научный журнал КубГАУ. — 2019. — 157 (03). — С. 1–16.

4. Ерназарова, Н. С., Куанышбекова, М. А., Акеркеева, А. С., Адильбек, Е. Ж., & Абдыкаликова, Б. Р. (2019). Интернет-маркетинг: от теории к практике: учебник. Алматы: Экон-Дана.

5. Есимбекова, А. К. (2020). Использование маркетинговых инструментов в целях укрепления бренда медицинского учреждения (на примере ГУ «Городская клиническая больница № 7 г. Алматы»): диссертация на соискание ученой степени магистра наук по специальности «Менеджмент». Алматы: АУЭС.

6.Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. John Wiley & Sons.

7. Porter, M. E. (2019). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. Simon and Schuster.

8. Day, G. S. (2020). Market Driven Strategy: Processes for Creating Value. Free Press.

9. Ries, A. (2019). The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. Crown Business.

10. Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2021). Blue Ocean Strategy, Expanded Edition: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant. Harvard Business Review Press.

11. Кашницкий, И. Г. Формирование маркетинговой стратегии на рынке высокотехнологичных продуктов: опыт российских компаний / И. Г. Кашницкий, Е. А. Кашницкая // Инновации. — 2019. — № 4 (248). — С. 34–43.

12. Курбатов, С. В. Формирование маркетинговой стратегии молодых компаний / С. В. Курбатов, Л. И. Светличная, С. А. Светличный // Бизнес-информатика. — 2020. — № 1 (51). — С. 9–18.

13. Ларионова, А. Н. Маркетинговая стратегия развития рынка технологических продуктов / А. Н. Ларионова, О. А. Олейникова // Маркетинг в России и за рубежом. — 2019. — № 4. — С. 35–45.

14. Мартынова, О. Ю. Маркетинговые стратегии в условиях цифровой трансформации бизнеса / О. Ю. Мартынова, Е. А. Ананьева // Инновации. — 2020. — № 1 (257). — С. 44–52.

15. Мирзаянова, Г. Р. Формирование маркетинговой стратегии промышленного предприятия в условиях неопределенности / Г. Р. Мирзаянова, С. В. Наумова // Экономический анализ: теория.

ОПТИМИЗАЦИЯ КАЧЕСТВА МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ В ГМБ №2: ВЛИЯНИЕ НА УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ПАЦИЕНТОВ

Амреева Карина Наримановна [1]
Куренкеева Г. Т., к.э.н.[2]
[1 2] Almaty Management University, г. Алматы
Email: a.k.narimanovna@mail.ru

Аннотация. В представленной статье проводится глубокое исследование с целью выявления возможностей для улучшения качества медицинских услуг в Городской многопрофильной больнице №2 г. (ГМБ №2). Задача ставилась на основе гипотезы, предполагающей, что детальная оптимизация системы управления качеством может значительно повысить уровень удовлетворенности пациентов данного медицинского учреждения. В ходе исследования применялся комплексный подход, сочетающий качественные и количественные методы анализа, включая проведение опросов среди пациентов и интервью с медицинскими работниками, а также SWOT-анализ текущего состояния системы управления качеством. В статье представлен обширный обзор актуальных и фундаментальных научных работ, связанных с проблематикой качества медицинских услуг, выявлены существующие проблемы и недостатки, а также предложены конкретные пути их решения. Результаты исследования подтвердили исходную гипотезу, демонстрируя реальные перспективы для оптимизации системы управления качеством в ГМБ №2. Выводы и рекомендации, сформулированные в статье, имеют весомую теоретическую и практическую ценность, поскольку предлагают эффективные механизмы для улучшения качества медицинского обслуживания.
Ключевые слова: качество медицинских услуг, управление качеством, ГМБ №2, удовлетворенность пациентов, оптимизация.

Abstract. In the presented article, an in-depth study is carried out in order to identify opportunities for improving the quality of medical services in the City Multidisciplinary Hospital №2 (CMH №2). The task was set based on a hypothesis suggesting that a detailed optimization of the quality management system can significantly increase the level of patient satisfaction in a given medical institution. The study used an integrated approach that combined qualitative and quantitative methods of analysis, including surveys among patients and interviews with medical professionals, as well as a SWOT analysis of the current state of the quality management system. The article presents an extensive review of current and fundamental scientific works related to the quality of medical services, identifies existing problems and shortcomings, and suggests specific ways to solve them. The results of the study confirmed the original hypothesis, demonstrating real prospects for optimizing the quality management system in CMH №2. The conclusions and recommendations formulated in the article are of significant theoretical and practical value, since they offer effective mechanisms for improving the quality of medical care.
Keywords: quality of medical services, quality management, CMH №2, patient satisfaction, optimization.

Аннотация. Ұсынылған мақалада №2 Қалалық көпсалалы ауруханада (№2 ҚКА) медициналық қызмет көрсету сапасын арттыру мүмкіндіктерін анықтау мақсатында терең зерттеу жүргізілген. Тапсырма сапа менеджменті жүйесін егжей-тегжейлі оңтайландыру берілген медициналық мекемедегі пациенттердің қанағаттану деңгейін айтарлықтай арттыруға болатынын болжайтын гипотеза негізінде қойылды. Зерттеуде талдаудың сапалық және сандық әдістерін біріктіретін кешенді тәсіл қолданылды, оның ішінде пациенттер арасында сауалнамалар мен медицина мамандарымен сұхбат, сондай-ақ сапа менеджменті жүйесінің ағымдағы жағдайының SWOT талдауы. Мақалада медициналық қызмет көрсету сапасына қатысты қазіргі және іргелі ғылыми жұмыстарға кең шолу жасалып, бар проблемалар мен кемшіліктер анықталып, оларды шешудің нақты жолдары ұсынылған. Зерттеу нәтижелері №2 ҚКА сапа менеджменті жүйесін оңтайландырудың нақты перспективаларын көрсете отырып, бастапқы гипотезаны растады. Мақалада тұжырымдалған тұжырымдар мен ұсынымдар медициналық көмектің сапасын арттырудың тиімді тетіктерін ұсынғандықтан маңызды теориялық және практикалық құндылыққа ие.
Түйін сөздер: медициналық қызметтердің сапасы, сапа менеджменті, №2 ҚКА, пациенттердің қанағаттанушылығы, оңтайландыру.

Введение

Улучшение качества медицинских услуг является важнейшей задачей современной медицины. От уровня качества оказываемых медицинских услуг напрямую зависит здоровье и удовлетворенность пациентов. Это исследование приобретает особую актуальность в контексте Городской многопрофильной больницы №2 (ГМБ №2) акимата г. Астана, одного из крупнейших медицинских учреждений города.

Целью данного исследования является разработка рекомендаций методологического характера для совершенствования системы управления качеством медицинских услуг в ГМБ №2. Это будет сделано через изучение существующих подходов, анализ проблем и пробелов в научной литературе, а также через проведение собственного исследования в рамках учреждения. Новизна данного исследования заключается в комплексном подходе к вопросу управления качеством медицинских услуг, сочетающем в себе теоретические основы управления качеством, анализ существующих проблем и выработку рекомендаций на основе проведенного исследования. Гипотеза исследования предполагает, что оптимизация системы управления качеством медицинских услуг может повысить уровень удовлетворенности пациентов ГМБ №2.

Теоретическая значимость работы заключается в обогащении научной теории управления качеством в сфере медицины. Практическая значимость работы заключается в возможности применения предложенных рекомендаций в практике управления качеством медицинских услуг ГМБ №2 и других сходных медицинских учреждений.

Литературный обзор

В рамках литературного обзора было изучено множество исследований, посвященных вопросу управления качеством медицинских услуг. В последние годы акцент во многих исследованиях делается на важности понимания удовлетворенности пациентов как ключевого показателя качества медицинских услуг [1-3].

Методы управления качеством, применяемые в здравоохранении, развивались на протяжении нескольких десятилетий. Важную роль в этом процессе сыграло внедрение стандартов качества, в частности сертификации по стандарту ISO 9001 [4, 5]. Согласно результатам данных А. Эспри, Дж.Л Кэмпбелл, Дж. Ньюбоулд. и др. применение этого стандарта в сфере здравоохранения может способствовать улучшению качества услуг и повышению удовлетворенности пациентов [6].

Тем не менее, в научной литературе выделяются пробелы, связанные с вопросами применения этих подходов в различных медицинских учреждениях, в том числе в ГМБ №2. Существует необходимость в разработке конкретных методологических рекомендаций, адаптированных под специфику конкретного учреждения.

Обзор литературы показал, что ряд исследователей также акцентировал внимание на важности системного подхода к управлению качеством медицинских услуг [7, 8]. Они предлагают использовать интегрированные модели управления качеством, включающие в себя такие элементы, как управление ресурсами, процессами, обучение персонала, взаимодействие с пациентами и их удовлетворенность [9]. Также важностью вопроса удовлетворенности пациентов обусловлена необходимость учитывать мнение пациентов при оценке качества медицинских услуг [10]. В ряде исследований также подчеркивается важность вовлечения пациентов в процесс оценки и улучшения качества медицинских услуг [11, 12].

В целом, литературный обзор позволил выявить существующие подходы к управлению качеством медицинских услуг и выделить проблемные зоны, требующие дальнейшего исследования в контексте ГМБ №2. В частности, это связано с необходимостью разработки методологических рекомендаций, адаптированных под специфику данного медицинского учреждения, и оценки их влияния на удовлетворенность пациентов.

Методы

Для достижения целей исследования был использован комплексный подход, сочетающий качественные и количественные методы исследования:

1. Анализ документации. В рамках исследования был проведен детальный анализ нормативно-правовых документов, стандартов качества, внутренней документации ГМБ №2, связанной с системой управления качеством медицинских услуг.

2. Опросы и интервью. Был проведен опрос пациентов и интервью с ключевыми сотрудниками больницы. Опрос пациентов был направлен на оценку уровня их удовлетворенности качеством оказываемых услуг, выявление проблем и предложений по их устранению. Интервью с сотрудниками помогло узнать их взгляды на существующую систему управления качеством и получить предложения по ее улучшению.
3. Анализ данных. Использовались методы статистического анализа для обработки и интерпретации данных, полученных в ходе опросов и интервью.
4. SWOT-анализ. SWOT-анализ использовался для идентификации сильных и слабых сторон текущей системы управления качеством медицинских услуг в ГМБ №2, а также возможностей для ее улучшения и потенциальных угроз.
5. Разработка рекомендаций. На основании полученных результатов были разработаны методологические рекомендации по совершенствованию системы управления качеством медицинских услуг в ГМБ №2.

Выбор этих методов исследования обусловлен тем, что они позволяют провести комплексный анализ существующей системы управления качеством, выявить ее проблемы и недостатки, и разработать практические рекомендации для ее улучшения, учитывая специфику данного медицинского учреждения и потребности его пациентов.

Результаты

1) Анализ документации

Проанализировав 32 нормативно-правовых документа и 17 внутренних стандартов качества ГМБ №2, было выяснено, что больница имеет развитую систему управления качеством, основанную на стандарте ISO 9001:2008. Эта система включает механизмы контроля и улучшения качества медицинских услуг на различных этапах их предоставления. Тем не менее, анализ позволил выявить некоторые пробелы. В частности, в системе отсутствовали регулярные опросы пациентов на предмет удовлетворенности услугами и эффективная система обратной связи с пациентами.

2) Опросы и интервью

Было проведено опрос 350 пациентов и 80 сотрудников больницы. Из опрошенных пациентов 78% оценили качество оказываемых услуг как «отличное» или «хорошее». В то же время, 22% пациентов выразили определенные нарекания. К наиболее часто упоминаемым отрицательным моментам относились: недостаточная информированность о ходе лечения (13%), долгие сроки ожидания приема (11%), и взаимодействие с медицинским персоналом (8%).

Интервью с сотрудниками больницы показало, что есть определенные трудности в организации работы. В частности, 35% отметили необходимость усиления системы обучения персонала, 40% высказались за улучшение внутренних процессов коммуникации.

3) Анализ данных

Статистический анализ данных, полученных в ходе опросов и интервью, позволил выявить ключевые факторы, влияющие на удовлетворенность пациентов. В числе таких факторов: профессионализм медицинского персонала (указан 87% опрошенных), качество и доступность информации о лечении (указан 80% опрошенных), организация работы отделений и приемного отделения (указан 72% опрошенных).

4) SWOT-анализ

На основании проведенного исследования, был составлен SWOT-анализ системы управления качеством в ГМБ №2:

- Сильные стороны: Стандартизация процессов на основе ISO 9001:2008, высокий профессионализм персонала, разнообразие предоставляемых услуг.
- Слабые стороны: недостаточная систематизация обратной связи с пациентами, недостатки в организации работы (долгие сроки ожидания приема, проблемы с обучением и коммуникацией персонала).
- Возможности: улучшение механизмов обратной связи с пациентами, оптимизация внутренних процессов коммуникации и обучения персонала, дальнейшее развитие специализированных услуг.

- Угрозы: повышение требований со стороны пациентов, ужесточение государственного контроля качества медицинских услуг, увеличение конкуренции на рынке медицинских услуг.

5) Разработка рекомендаций

На основании полученных результатов были разработаны методологические рекомендации по совершенствованию системы управления качеством медицинских услуг в ГМБ №2. Они включают в себя работу в 3-х ключевых направлениях, таких как:

- Улучшение механизмов обратной связи с пациентами,
- Оптимизацию внутренних процессов коммуникации
- Усиление работы по обучению персонала.

Выводы и обсуждение

В ходе проведенного исследования был проведен комплексный анализ системы управления качеством медицинских услуг в ГМБ №2. Анализ документации позволил установить, что больница имеет развитую систему управления качеством, основанную на стандарте ISO 9001:2008. Однако, были выявлены некоторые пробелы, в частности, в области обратной связи с пациентами и организации работы.

Опросы пациентов и интервью с сотрудниками больницы подтвердили эти выводы и дополнили их конкретными данными. Большинство пациентов (78%) оценило качество услуг больницы как отличное или хорошее. Однако, часть пациентов (22%) выразила некоторые нарекания, связанные в основном с информированием о ходе лечения, сроками ожидания приема и взаимодействием с медицинским персоналом. Интервью с сотрудниками больницы также показали, что есть определенные проблемы в организации работы. Многие из них указали на необходимость усиления системы обучения персонала и улучшения внутренних процессов коммуникации.

На основании этих данных был составлен SWOT-анализ, который показал, что, несмотря на наличие сильных сторон, таких как стандартизация процессов и высокий профессионализм персонала, есть возможности для улучшения. В частности, больнице следует уделить внимание улучшению механизмов обратной связи с пациентами и оптимизации внутренних процессов коммуникации и обучения персонала. В итоге были разработаны конкретные методологические рекомендации для ГМБ №2, которые, как ожидается, помогут улучшить качество предоставляемых услуг и удовлетворенность пациентов.

Следует отметить, что полученные результаты исследования могут быть полезны не только для ГМБ №2, но и для других медицинских организаций, стремящихся улучшить свою систему управления качеством.

Важно подчеркнуть, что улучшение качества медицинских услуг – это непрерывный процесс, требующий постоянного мониторинга и внедрения инноваций. В свою очередь, это поможет улучшить не только удовлетворенность пациентов, но и эффективность работы медицинских организаций. В конечном счете цель управления качеством медицинских услуг – это не только удовлетворить, но и превзойти ожидания пациентов, предоставляя им высококачественные медицинские услуги, и создать условия для постоянного совершенствования всех аспектов работы медицинской организации.

Выводы из проведенного исследования также подтверждают первоначальную гипотезу о том, что оптимизация системы управления качеством может повысить уровень удовлетворенности пациентов ГМБ №2.

Список использованных источников:

1. Донабедян А. Определение качества и подходы к его оценке. Москва: Пресса Управления здравоохранения, 1980. - 300 с.
2. Пархизгар Р., Миллер М.Дж. Клиническое управление и постоянное улучшение качества // Журнал аптечной практики. - 2011. - Т. 24, № 4. - С. 352–359.
3. Иванов Д. А., Яблоков И. Г. Качество и безопасность медицинской деятельности // Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2019. - 272 с.
4. Савельев В. И. Управление качеством медицинской помощи: методические и практические аспекты // Москва: Медицина, 2018. - 350 с.

5. Клири П.Д., Эдгман-Левитан С. Качество медицинской помощи. Включение взглядов потребителей // Журнал Американской медицинской ассоциации. - 1997. - Т. 278, № 19. - С. 1608–1612.
6. Эспри А., Кэмпбелл Дж.Л., Ньюбоулд Дж., и др. Проблемы достоверности отзывов пациентов в учреждениях первичной медико-санитарной помощи: качественное исследование // Британский журнал общей практики. - 2019. - № 608. - С. 200–208.
7. Калачева А. Г., Берзинская О.В. Оценка качества медицинского обслуживания: от теории к практике // Управление качеством в социальной сфере и образовании. - 2017. - Т. 2, № 2. - С. 32–39.
8. Комитет Института медицины (США) по качеству медицинского обслуживания в Америке. Преодоление пропасти качества: новая система здравоохранения для 21 века. Вашингтон: Издательство национальных академий (США), 2021. - 360 с.
9. Ян С. С. Создание системы TQM для отрасли здравоохранения // Журнал TQM. - 2006. - Т. 18, № 2. - С. 114–130.
10. Помей М.П., Гадири Д.П., Каразиван П., Фернандес Н., Клавель Н. Пациенты как партнеры: качественное исследование вовлеченности пациентов в заботу о своем здоровье // ПЛОС Один. - 2015. - Т. 10, № 4. - С. 188–191.
11. Парасураман А., Зайтхамл В.А., Берри Л. Л. SERVQUAL: Шкала из нескольких пунктов для измерения восприятия потребителями качества обслуживания // Журнал розничной торговли. - 1988. - Т. 64, № 1. - С. 12–40.
12. Грубер, Т., Фрот, Б., Гоуд, О. Восстановление удовлетворенности после неудачи в медицинском обслуживании // Journal of Service Research. - 2018. - Т. 11, № 3. - С. 217–234.

ЭФФЕКТИВНОСТИ ОЧИСТКИ ГАЗОВ ОТ МЕЛКОДИСПЕРСНЫХ ЧАСТИЦ В СКРУББЕРАХ

Аршидинов М.М.[1] Болдырева Л. П.[2] Креслина С.Ю.[3] Искаков А.К.[4]
[1234]Алматинский университет энергетики и связи, г. Алматы

Аннотация

Данная статья описывает результаты теоретических и экспериментальных исследований механизмов осаждения электрозаряженных аэрозольных частиц в скрубберах. В статье приведены результаты экспериментальных исследований влияния электрических сил на эффективность улавливания частиц золы при орошении электрозаряженной водой. Также представлена математическая модель взаимодействия аэрозольных частиц в турбулентном потоке и приведены результаты теоретических исследований по определению коэффициента захвата и константы коагуляции пылинок и капель воды.

Статья также описывает определение фракционной эффективности пылеулавливания в скруббере с насадкой и рассчитана эффективность улавливания мелких фракций пыли в центробежном скруббере с каскадным электрооросителем. Кроме того, в статье представлена зависимость константы коагуляции электрозаряженных аэрозольных частиц от скорости диссипации турбулентной энергии в единице массы среды. Использование электрических сил позволяет повысить эффективность очистки газов от мелкодисперсных частиц до 98–99%. На основании проведенных экспериментальных и теоретических исследований показана перспективность использования электрических полей для повышения эффективности очистки газов от мелкодисперсных частиц в скрубберах.

Ключевые слова: скруббер, эффективность, газоочистка, электрический заряд, аэрозольные частицы, коэффициент захвата, константа коагуляции.

Annotation.

This article describes the results of theoretical and experimental studies of the mechanisms of deposition of electrically charged aerosol particles in scrubbers. The article presents the results of experimental studies of the effect of electric forces on the efficiency of capturing ash particles during irrigation with electrically charged water. A mathematical model of the interaction of aerosol particles in a turbulent flow is also presented and the results of theoretical studies on the determination of the capture coefficient and the coagulation constant of dust particles and water droplets are presented.

The article also describes the determination of the fractional efficiency of dust collection in a scrubber with a nozzle and the efficiency of capturing fine dust fractions in a centrifugal scrubber with a cascade electric mixer is calculated. In addition, the article presents the dependence of the coagulation constant of electrically charged aerosol particles on the rate of dissipation of turbulent energy per unit mass of the medium. The use of electric forces makes it possible to increase the efficiency of gas purification from fine particles up to 98-99%. Based on the conducted experimental and theoretical studies, the prospects of using electric fields to increase the efficiency of gas purification from fine particles in scrubbers are shown.

Keywords: scrubber, efficiency, gas cleaning, electric charge, aerosol particles, capture coefficient, coagulation constant.

Аннотация.

Бұл мақалада скрубберлердегі электрмен зарядталған аэрозоль бөлшектерінің тұндыру механизмдерін теориялық және эксперименттік зерттеу нәтижелері сипатталған. Мақалада электр зарядталған сумен суару кезінде күл бөлшектерін ұстау тиімділігіне электр күштерінің әсері туралы эксперименттік зерттеулердің нәтижелері келтірілген. Сондай-ақ, турбулентті ағындағы аэрозоль бөлшектерінің өзара әрекеттесуінің математикалық моделі ұсынылған және шаң түйіршіктері мен су тамшыларының коагуляция коэффициенті мен тұрақтысын анықтау бойынша теориялық зерттеулердің нәтижелері келтірілген.

Мақалада сонымен қатар саптамасы бар скруббердегі шаң жинаудың фракциялық тиімділігін анықтау сипатталған және каскадты электр еріткіші бар центрифугалық скруббердегі шаңның ұсақ фракцияларын ұстау тиімділігі есептелген. Сонымен қатар, мақалада электрмен зарядталған аэрозоль бөлшектерінің коагуляция константасының қоршаған орта массасының

бірлігіндегі турбулентті энергияның диссипация жылдамдығына тәуелділігі келтірілген. Электр күштерін пайдалану газдарды ұсақ бөлшектерден тазарту тиімділігін 98-99% дейін арттыруға мүмкіндік береді. Жүргізілген эксперименттік және теориялық зерттеулер негізінде скрубберлердегі ұсақ бөлшектерден газдарды тазарту тиімділігін арттыру үшін электр өрістерін пайдалану перспективасы көрсетілген.

Түйін сөздер: скруббер, тиімділік, газ тазарту, электр заряды, аэрозоль бөлшектері, ұстау коэффициенті, коагуляция тұрақтысы.

Введение

Промышленная экология в современном мире является важным вопросом для нынешнего и будущих поколений. Ежегодно в воздушный бассейн попадает более тысячи тонн вредных токсичных веществ. Атмосфера загрязняется теплом, газами, парами, твердыми и жидкими частицами от промышленных выбросов [1]. Наибольший размер частиц, взвешивающихся в воздухе, составляет около 60 мкм [2]. Все это негативно влияет на здоровье людей и животных, а также на климат, состояние растений и почвы. Таким образом, Высокая пылевая нагрузка, вызывает серьезные проблемы экологическими и санитарными последствиями от своей деятельности [3-5]. Основной задачей для сохранения окружающей среды является очистка воздушных выбросов, которые образуются в процессе технологических процессов промышленных предприятий [6]. По мере увеличения выбросов в окружающую среду необходимо создание более эффективных аппаратов газоочистки [7]. Только в некоторых случаях разработки для очистки газов обеспечивают высокоэффективное улавливание не только крупных частиц, но также и мелких, что позволит отказаться от второй ступени очистки [8]. Одним из востребованных на предприятиях химической, горно-металлургической и перерабатывающей промышленности являются скрубберы. Мокрая очистка газов применяется во всех отраслях промышленности. Известны способы очистки газов, в которых вода используется для отделения дисперсной или газообразной примеси от газа [9]. На основании анализа требований, предъявляемых к фильтрующим материалам, известно, что эффективность очистки газов можно значительно повысить путем дополнительного применения в процессе фильтрации электрического поля, обеспечивающего интенсификацию процессов фильтрации и реализацию дополнительных механизмов осаждения из газовой фазы различных веществ [10]. К достоинствам мокрых пылеуловителей относятся: компактность установок, удобство размещения на производстве, отсутствие вторичных источников пыли и загрязнения, возможность работы как с газообразными химическими, так и с механическими загрязнителями различных фракций.

Однако в центробежных, насадочных скрубберах с достаточной эффективностью улавливаются только крупные частицы размером свыше 10 мкм. [11,12].

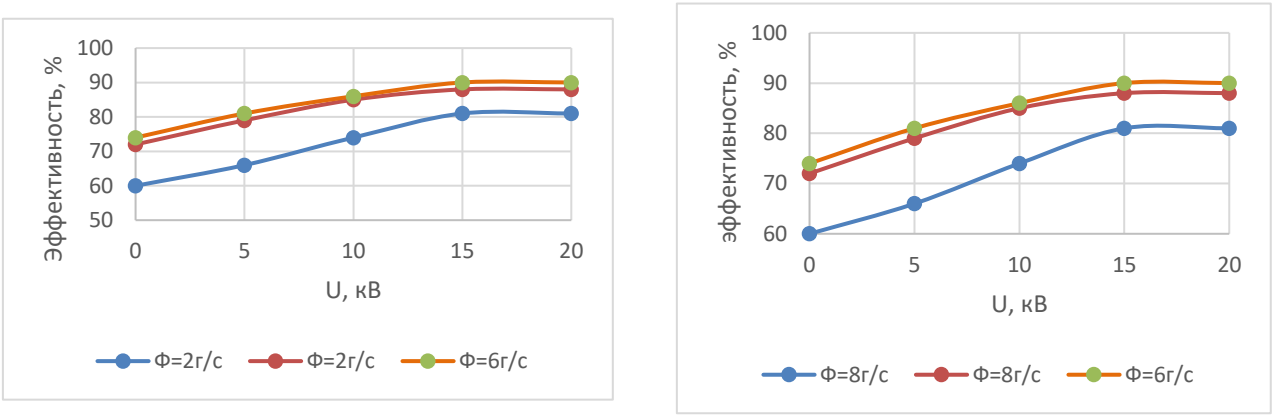
Поэтому необходима актуальность и перспективность разработок новых методов повышения степени улавливания мелкодисперсных аэрозольных частиц в мокрых аппаратах. Один из перспектив повышения эффективности улавливания мелкодисперсных частиц в аппаратах газоочистки является способ с использованием электрических сил [14 - 16]. С целью разработки способов интенсификации процессов газоочистки проведены исследования влияния электрических сил на повышение эффективности улавливания мелкодисперсных частиц в скрубберах.

В центробежном скруббере частицы пыли осаждаются на каплях распыленной воды, в насадочном скруббере пылинки улавливаются как в слое насадки, так и каплями диспергированной воды. Проведены экспериментальные исследования влияния электрических сил на эффективность улавливания частиц золы при орошении электрозаряженной водой.

Для определения эффективности улавливания зольной пыли каплями электрозаряженной воды, запыленный воздух продувался через водяную завесу, образованную двумя пневматическими оросителями с изолированными индуцирующими электродами. Электризация воды осуществлялась индукционным способом в поле изолированного индуцирующего электрода. При индукционном способе зарядки удельный заряд воды равен 10^{-3}–10^{-4}Кл/кг. Эффективность определялась по значениям концентрации пыли до водяной завесы (K_0, мг/см^3) и после водяной завесы (K, мг/см^3) по формуле:

Литературный обзор

На рисунке 1 приведены зависимости эффективности улавливания зольной пыли при орошении от напряжения на индуцирующем электроде для различных значений расхода воды в расчете на одну форсунку Ф (г/с).



а б

Рисунок 1 –Эффективность улавливания зольной пыли при K_0=150мг/м³

Использование незаряженного водного распыла дает эффективность улавливания пыли не более 75% (рисунок 1.а), при электризации воды в поле изолированного индуцирующего электрода эффективность может быть повышена до 90% (рисунок 1.б). При одном и том же расходе воды эффективность больше на расстоянии от водяной завесы (кривая рис. 1а-2а; 1б-2,3), чем сразу после нее, так как большее количество капель с захваченными пылинками успевает осесть. Эксперименты показали, что наиболее предпочтительным знаком потенциала на индуцирующем электроде является “плюс”, поскольку в этом случае эффективность обеспыливания несколько выше (на 3-5%), чем при “минусе”. Необходимо отметить, что повышение потенциала на индуцирующем электроде выше 15-20кВ не имеет смысла, так как не ведет к значительному увеличению эффективности.

При исследовании механизма улавливания пыли каплями диспергированной воды в скрубберах необходимо учитывать турбулентность газового потока. В этой связи предложена математическая модель взаимодействия аэрозольных частиц в турбулентном потоке и проведены теоретические исследования по определению коэффициента захвата и константы коагуляции пылинок и капель воды. Турбулентное движение можно рассматривать как результат наложения турбулентных пульсаций различных масштабов движения λ. Существуют мелкомасштабные пульсации, в которых происходит ламинаризация движения из-за существенного влияния вязкости среды. Размеры таких ламинарных областей удовлетворяют условию [17]:

$$\lambda \le \lambda_0 = (\nu^3 / \varepsilon_T)^{1/4}, \qquad (2)$$

где λ_0 – внутренний масштаб турбулентности, м; ν – кинематическая вязкость воздуха, м²/с; $\varepsilon_т$ – скорость диссипации турбулентной энергии в единице массы среды, м²/с³.

Для процессов газоочистки характерны значения $\varepsilon_т$=0,01÷10²м²/с³, которым соответствуют значения λ_0~(7,6÷0,76)*10⁻⁴м. Исследуя влияние турбулентности среды на процессы коагуляции, ограничимся частицами, размеры которых меньше внутреннего масштаба турбулентности λ_0. В этом случае на расстояниях больших λ_0 будет происходить интенсивное турбулентное перемешивание, обеспечивающее постоянство концентрации частиц. Сближение частиц на расстояниях меньше λ_0 будет происходить под действием гравитационных сил, гидродинамического взаимодействия, электрических сил и за счет движения в поле ускорений турбулентных пульсаций. В областях меньше λ_0 можно считать течение среды ламинарным.

Поле ускорений турбулентных пульсаций переменно по величине и направлению. Среднее квадратичное ускорение этого поля и период турбулентных пульсаций масштаба λ_0 определяются по формулам [17]:

$$w_0 = 3^{1/2}(\varepsilon_T^3/\nu)^{1/4},\ \tau_0 = (\nu/\varepsilon_T)^{1/2}, \quad (3)$$

Эффективность коагуляции оценивалась константой коагуляции [18]:

$$K = \pi(R_1 + R_2)^2(V_{y1} - V_{y2})\gamma\ , \quad (4)$$

где R_1, R_2 – радиусы аэрозольных частиц, м; V_{y1}, V_{y2} – установившиеся скорости движения, м/с; γ - коэффициент захвата.

Коэффициент захвата определяет отклонение сечения захвата от геометрического, вызванное взаимным искривлением траекторий движения аэрозольных частиц:

$$\gamma = \left(\frac{d_0}{R_1 + R_2}\right)^2, \quad (5)$$

где d_0 – прицельное расстояние для предельной траектории пылинки относительно капли, м; R_1, R_2 – радиусы капли и пылинки, м.

Методы

Рассмотрим процесс осаждения частиц в слое насадки. Движения орошающей жидкости и газов противоточное. Поток аэрозоля в объеме насадки многократно дробится на мелкие струйки, которые обтекают элементы насадки, что способствует приближению частиц к поверхности элементов и их осаждению. Если частицы аэрозоля предварительно электризовать, например, в поле коронного разряда, то осаждение частиц на отдельных элементах насадки будет происходить в результате действия электрических сил, инерции, сил тяжести и диффузии. Для частиц размером более 0,5 мкм диффузионный эффект почти неощутим и диффузию можно не учитывать.

Константа коагуляции ($м^3/с$) биполярно электрозаряженных аэрозольных частиц в турбулентном потоке.

Таблица 1

диаметр капли d_1, мкм	заряд капли q_1, Кл	константа коагуляции К, $м^3/с$		
		диаметр пылинки d_2=4 мкм; заряд пылинки q_2=1,6 *10^{-16} Кл		
		$\varepsilon_т$ =0,1 $м^2/с^3$	$\varepsilon_т$ =1 $м^2/с^3$	$\varepsilon_т$ =10 $м^2/с^3$
50	$-6{,}5\cdot10^{-14}$	$1{,}93\cdot10^{-9}$	$1{,}83\cdot10^{-9}$	$7{,}2\cdot10^{-10}$
50	$-6{,}5\cdot10^{-15}$	$1{,}78\cdot10^{-10}$	$1{,}83\cdot10^{-10}$	$1{,}44\cdot10^{-10}$
70	$-1{,}79\cdot10^{-13}$	$4{,}9\cdot10^{-9}$	$4{,}72\cdot10^{-9}$	$4{,}28\cdot10^{-9}$
100	$-5{,}23\cdot10^{-13}$	$1{,}62\cdot10^{-8}$	$1{,}51\cdot10^{-8}$	$1{,}42\cdot10^{-8}$

Как видно из таблицы 1 электрические заряды коагулирующих частиц значительно влияют на эффективность коагуляции в турбулентном потоке. Уменьшение заряда на капле в 10 раз приводит к уменьшению константы коагуляции с $1{,}93*10^{-9}$ $м^3/с$ до $1{,}78*10^{-10}$ $м^3/с$ для ε_T =0,1 $м^2/с^3$ и с $7{,}2*10^{-10}$ $м^3/с$ до $1{,}44*10^{-10}$ $м^3/с$ для ε_T =10 $м^2/с^3$.

Как показали результаты проведенных экспериментальных и теоретических исследований, одним из методов достижения высокой эффективности улавливания пылей разной дисперсности, в том числе и тонкодисперсной, является применение электрических полей. Проведены теоретические расчеты эффективности улавливания пыли в скрубберах. Общую эффективность аппаратов газоочистки можно рассчитать по формуле [11]:

$$\eta = \int_{R_{min}}^{R_{max}} \eta_\phi(R) g(R) dR \quad (8)$$

где $\eta_\phi(R)$ – фракционная эффективность пылеулавливания; g(R) – плотность распределения частиц по размерам на входе скруббера.

Определим фракционную эффективность пылеулавливания $\eta_\phi(R)$ в скруббере с

насадкой. Насадка орошается жидкостью с помощью распылителей, установленных на расстоянии $L_н$ от насадки. Осаждение частиц происходит как в самой насадке, так и на каплях диспергированной жидкости. Фракционная эффективность очистки газов рассчитывается по формуле [20]:

$$\eta_{\hat{O}} = 1-(1-\eta_{H\hat{O}})(1-\eta_{K\hat{O}}) \quad (9)$$

где $\eta_{Нф}$ – эффективность осаждения частиц в слое насадки; $\eta_{Кф}$ – эффективность улавливания частиц каплями диспергированной жидкости.

В качестве модели фильтрующих элементов рассмотрим сферу и слой насадки представим как однородную систему, состоящую из отдельных сфер. Уравнение движения аэрозольных частиц в системе координат, связанной с элементом насадки будет иметь вид:

$$m\frac{d\vec{V}}{dt} = -6\pi\mu R(\vec{V}-\vec{U}) + \vec{F}_э + m\vec{g} \quad (10)$$

где m – масса пылинки, кг; радиус пылинки, м; μ - динамическая вязкость воздуха, Н·с/м^2 ; g – ускорение силы тяжести, м/с^2;$\vec{V}$ – скорость аэрозольной частицы, м/с;$\vec{U}$ - поле скоростей газового потока, м/с.

Реультаты

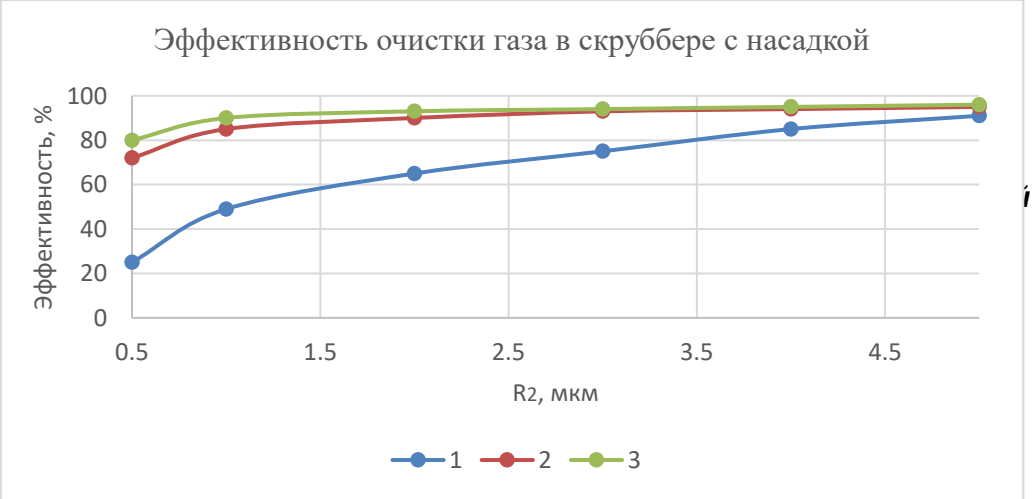
Для определения эффективности улавливания электрозаряженных частиц каплями жидкости можно применить формулу:

$$\eta_{K\Phi}(R) = 1-e^{-\alpha_п t} \quad (13)$$

где $\alpha_п = K^* N_K$ – коэффициент пылеулавливания, с$^{-1}$; N_K – концентрация капель, м$^{-3}$; $K=\pi(R_1+R_2)^2 V\gamma$ – константа коагуляции, м^3/с; R_1, R_2 – радиусы капли и частицы пыли, м; V – относительная скорость движения частицы и капли, м/с; γ – коэффициент захвата.

Расчеты проводились для капель радиусом R_1=50 мкм и плотности орошения 10 м^3/(м^2*ч). Предварительная электрозарядка частиц позволяет повысить эффективность очистки газов до 95% для пылинок радиусом R_1=5мкм (рисунок 3, кривая 2).

На рисунке 3, кривая 3 приведена эффективность пылеулавливания в скруббере $\eta_Ф$, определенная по формуле (9). Как видно из графика, применение электрических сил позволяет повысить эффективность очистки газов от мелкодисперсных частиц до 98% .



1 – эффективность осаждения частиц пыли в слое насадки $\eta_{Нф}$;
2 – эффективность осаждения частиц пыли на каплях жидкости $\eta_{Кф}$;
3 – эффективность осаждения частиц пыли в скруббере $\eta_Ф$.

Рассчитана эффективность улавливания мелких фракций пыли в центробежном скруббере с каскадным электрооросителем, который установлен вдоль оси скруббера.

Каскадный электрооороситель создает в рабочем объеме скруббера электрозаряженные водяные завесы в несколько ярусов. Так как скорость газового потока в скруббере (до 5 м/с) и радиус сечения скруббера (~0,5м) достаточно велики, то течение газов турбулентное (число Рейнольдса $Re \sim 10^4 \div 10^5$). Таким образом, захват пылинок каплями будет происходить в турбулентной среде с $\varepsilon_T = 10 \div 10^2 м^2/с^3$. Для вычисления эффективности пылеулавливания применялось выражение (13). Коэффициент пылеулавливания определялся по формуле: $\alpha_п = KN_K$. Расчет проводился для случая, когда пылинки и капли заряжены биполярно. Средний размер капель принимался равным R_1=50мкм, средний размер пылинок R_2=2.5мкм, концентрация капель $N_K = 2*10^8 м^{-3}$. Константа коагуляции была определена путем решения системы уравнений (6) по формуле (4): $K = 13,7*10^{-9}$ $м^3/с$. Если принять, что время очистки, например, 2с, то эффективность улавливания пылинок каплями составит 99,6%.

Выводы

Определена эффективность улавливания зольной пыли каплями электрозаряженной воды. Показано, что использование незаряженного водного распыла дает эффективность улавливания пыли не более 75%, при электризации воды в поле изолированного индуцирующего электрода эффективность может быть повышена до 90%.

Разработана математическая модель взаимодействия аэрозольных частиц в турбулентном потоке и проведены теоретические исследования по определению коэффициента захвата и константы коагуляции пылинок и капель воды. Коэффициент захвата и константа коагуляции пылинок и капель определялись путем численного решения системы дифференциальных уравнений движения электрозаряженных аэрозольных частиц с учетом поля скоростей турбулентных пульсаций. Электрические заряды коагулирующих частиц значительно влияют на эффективность коагуляции в турбулентном потоке. Уменьшение заряда на капле в 10 раз приводит к уменьшению константы коагуляции с $1,93*10^{-9}$ $м^3/с$ до $1,78*10^{-10}$ $м^3/с$ для $\mathcal{E}_T$ =0,1 $м^2/с^3$ и с $7,2*10^{-10}$ $м^3/с$ до $1,44*10^{-10}$ $м^3/с$ для $\mathcal{E}_T$ =10 $м^2/с^3$.

Рассчитана эффективность улавливания мелких фракций пыли в центробежном скруббере с каскадным электрооросителем. Определена фракционная эффективность пылеулавливания в скруббере с насадкой. Применение электрических сил позволяет повысить эффективность очистки газов от мелкодисперсных частиц до 98–99% .

На основании проведенных экспериментальных и теоретических исследований показана перспективность использования электрических полей для повышения эффективности очистки газов от мелкодисперсных частиц в скрубберах.

Список использованных источников:

1. Воздействие взвешенных частиц на здоровье // Всемирная организация здравоохранения, 2013. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0007/189052/Health-effects-of-particulate- matter-final-Rus.pdf (дата обращения: 02.03.2023).
2. Air quality criteria for particulate matter (Volume I of III). Research Tri-angle Park, NC: National Center for Environmental Assessment, Office of Re-search and Development, Environmental Protection Agency. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.epa.gov/nscep (дата обращения: 1.03.2023).
3. A European aerosol phenomenology - 3: Physical and chemical characteristics of particulate matter from 60 rural, urban, and kerbside sites across Europe / J.-P. Putaud, R. Van Dingenen, A. Alastuey et al. // Atmospheric Environment. 2010. Vol. 44. No 10. P. 1308-1320
4. A review on the importance of metals and metalloids in atmospheric dustand aerosol from mining operations / Janae Csavina, Jason Field, Mark P. Taylor, Song Gao et al // Science of The Total Environment. 2012. Vol. 433. P. 58-73
5. Emissions and human health impact of particulate matter from surfacemining operation-A review / Aditya Kumar Patra, Sneha Gautam, Prashant Kumar// Environmental Technology & Innovation. 2016. Vol. 5. P. 233–249.
6. Влияние мелкодисперсной пыли на биосферу и человека / С. З. Калаева, К. М. Муратова, Я. В. Чистяков, П. В. Чеботарев // Известия Тульского государственного университета. Науки о

Земле. 2016. Вып. 3. С. 40–63.
7. Анализ конструкций пылеуловителей циклонного типа для мелкодисперсной пыли / Д.Р. Каплунов, С. З. Калаева, К. М. Муратова, Я. В. Чистяков // Известия Тульского государственного университета. Науки о Земле. 2018. Вып. 2. С. 49–71.
8. Мисюля, Д. И. Повышение эффективности очистки газов в циклонах с помощью частичной рециркуляции потока / Д. И. Мисюля, В. В. Кузьмин, Д. Ю. Мытько // Нефтехимия – 2018
9. Жильцов А.П., Решетняк А.Ф., Конев М. В., Челядина А.Л. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ МОКРОЙ ОЧИСТКИ ГАЗОВ // Успехи современного естествознания. – 2011. – № 1. – С. 184–184;
10. Тумилович М.В., Кравцов А.Г. Повышение эффективности очистки воздуха от ультрадисперсных частиц: Под воздействием электрических полей (Russian Edition) LAP LAMBERT Academic Publishing (July 13, 2021)-68 pages.
11. Балабеков О.С., Балтабаев Л. Ш. Очистка газов в химической промышленности. Процессы и аппараты. М.: Химия, 1991.
12. Ветошкин А.Г. Теоретические основы защиты окружающей среды. Учебное пособие. – Пенза: Изд-во ПГАСА, 2002
13. Системы газоочистки компании турбосоник для промышленных производств (TurboSonic Technologies Inc. США, ООО «ТИ-СИСТЕМС»). М.: Сборник докладов VI Международной конференции «Пылегазоочистка – 2013», с. 82–84
14. Способ и устройство для обработки потоков газообразных частиц. B03 C 3/38 WO 9519226 A1 04.01.95, Gutsch Andreas, Loeffler Friendrich – опубликовано «Изобретения стран мира», 1997, выпуск 12, № 7.
15. Кравцова О. С., Голованчиков А.Б., Ермоловский А.В. и др. Устройство для очистки газа. Патент РФ №2283185, 2006.
16. Емец Е.П., Полуэктов П. П., Широков В. В. Способ конденсации пара из газа и устройство для его осуществления. Патент РФ № 2288021, 2006.
17. Левич В.Г. Физико-химическая гидродинамика. М: Физматгиз, 1959, 670 с.
18. И.П.Верещагин, В.И. Левитов, Г.З. Мирзабекян, М. М. Пашин. Основы электрогазодинамики дисперсных систем. М.: Энергия, 1974–480 с.
19 .Красногорская Н.В. Влияние электрических сил на коагуляцию частиц сравнимых размеров. – Изв. АН СССР. Физика атмосферы и океана. 1965, т. 1, №3, с. 339–345.
20. Ужов В.Н., Вальдберг А.Ю. Очистка газов мокрыми фильтрами. – Л. : Химия, 1972. – 248 с.

ҚАЗАҚСТАННЫҢ КӨЛІК ИНФРАҚҰРЫЛЫМЫН ЗЕРТТЕУ: КӨЛІК ЖҮЙЕЛЕРІН ТАЛДАУ ЖӘНЕ ДАМУ БАРЫСЫ

2 курс магистранты: Ауанов Бекжан Сейдахметұлы[1]
Ғылыми жетекшісі: Бақтымбет С. С. э. ғ. к. [2]
[1 2] Қазақ технология және бизнес университеті, Астана қаласы

Аннотация. Жолаушыларды тасымалдау және көлікпен қамтамасыз ету мәселелері қазіргі қоғамда өзекті бола түсуде. Халықтың өсуі, қалалық агломерациялардың ұлғаюы және жаһандық экономиканың дамуы жолаушылар ағынының артуына және тиімді көлік шешімінің қажеттілігіне әкеледі. Негізгі проблемалардың бірі - қоғамдық көліктің шамадан тыс жүктелуі. Қалаларда автомобиль паркінің қарқынды өсуі байқалды, бұл негізінен жеңіл автомобильдер санының артуына байланысты. Көптеген қалалар жолаушылардың сұранысын қанағаттандыру үшін қоғамдық көлік құралдарының жетіспеушілігімен бетпе-бет келеді. Сонымен қатар, көлік инфрақұрылымын дамыту мен жаңғыртуда проблемалар бар. Көптеген қалалар жаңа жолдарды, көпірлерді және т.б. жоспарлау мен салуда шектеулі ресурстар мен қиындықтарға тап болады. Бұл қолданыстағы инфрақұрылымдық нысандардың шамадан тыс жүктелуіне және жолаушылар ағынын қамтамасыз етудегі проблемаларға әкеледі. Тағы бір маңызды мәселе-қолданыстағы көлік ресурстарын тиімсіз пайдалану. Көптеген автомобильдер мен қоғамдық көлік құралдары аз мөлшерде жүреді, бұл жанармайдың шамадан тыс тұтынылуына және зиянды шығарындылардың көбеюіне әкеледі. Маршруттарды оңтайландыру, электромобильдерді енгізу және көлік ағындарын басқарудың заманауи жүйелерін дамыту жол инфрақұрылымына жүктемені азайтып, жолаушыларды тасымалдауды тиімдірек ете алады. Елдегі әлеуметтік-экономикалық өзгерістер қала тұрғындарының еңбек белсенділігінің өсуіне себеп болғанын ескерсек, олардың көліктік ұтқырлық деңгейі де өсті. Осы өзгерістер мен факторлардың барлығы қалалық қоғамдық көлік жобасын және оның маршруттық жүйесін ұйымдастыруда айтарлықтай қиындықтар туғызды. Жолаушыларды тасымалдау және көлікпен қамтамасыз ету мәселелері инфрақұрылымды жаңғыртуды, ресурстарды пайдалануды оңтайландыруды және жаңа технологияларды енгізуді қамтитын кешенді шешімдерді талап етеді. Көлік саласындағы қиындықтарды еңсеру үшін қоғамдық көлік жобасын ұйымдастырудың жаңа жүйесін құру немесе жетілдіру қажет.
Кілт сөздер: көлік кешені жүйесі, көлік қызметтері, қоғамдық жолаушылар көлігін басқару, жолаушыларды тасымалдау, жолаушылар ағыны, жолаушыларға қызмет көрсету нарығы.

Аннотация. Вопросы перевозок и транспортного обеспечения пассажиров становятся все более актуальными в современном обществе. Рост населения, увеличение городских агломераций и развитие глобальной экономики приводят к увеличению пассажиропотока и необходимости эффективного транспортного решения. Одна из основных проблем - перегрузка общественного транспорта. В городах наблюдается стремительный рост автомобильного парка, в основном из-за увеличения количества легковых автомобилей. Многие города сталкиваются с нехваткой общественного транспорта для удовлетворения потребностей пассажиров. Кроме того, существуют проблемы в развитии и модернизации транспортной инфраструктуры. Многие города сталкиваются с ограниченными ресурсами и проблемами при планировании и строительстве новых дорог, мостов и многого другого. Это приводит к перегрузке существующих инфраструктурных объектов и проблемам с обеспечением пассажиропотока. Еще один важный момент – это неэффективное использование существующих транспортных ресурсов. Многие автомобили и общественный транспорт ездят в небольших количествах, что приводит к чрезмерному расходу топлива и увеличению вредных выбросов. Оптимизация маршрутов, внедрение электромобилей и разработка современных систем управления транспортными потоками могут снизить нагрузку на дорожную инфраструктуру и сделать пассажирские перевозки более эффективными. Учитывая, что социально-экономические изменения в стране вызвали рост трудовой активности горожан, вырос и уровень их транспортной мобильности. Все эти изменения и факторы вызвали значительные трудности в организации проекта городского общественного транспорта и его маршрутной системы. Вопросы пассажирских перевозок и транспортного обеспечения требуют комплексных решений, включающих модернизацию инфраструктуры, оптимизацию использования ресурсов и внедрение новых технологий. Для

преодоления трудностей в транспортной сфере необходимо создать или усовершенствовать новую систему организации проекта общественного транспорта.
Ключевые слова: система транспортного комплекса, транспортные услуги, управление общественным пассажирским транспортом, пассажирские перевозки, пассажиропоток, рынок пассажирских услуг.

Annotation. The issues of transportation and transport provision of passengers are becoming more and more relevant in modern society. Population growth, the increase in urban agglomerations and the development of the global economy led to an increase in passenger traffic and the need for an effective transport solution. One of the main problems is congestion of public transport. There is a rapid growth of the automobile fleet in cities, mainly due to the increase in the number of passenger cars. Many cities face a shortage of public transport to meet the needs of passengers. In addition, there are problems in the development and modernization of transport infrastructure. Many cities face limited resources and challenges in planning and building new roads, bridges, and more. This leads to an overload of existing infrastructure facilities and problems with ensuring passenger traffic. Another important point is the inefficient use of existing transport resources. Many cars and public transport travel in small quantities, which leads to excessive fuel consumption and an increase in harmful emissions. Route optimization, the introduction of electric vehicles and the development of modern traffic management systems can reduce the load on the road infrastructure and make passenger transportation more efficient. Considering that socio-economic changes in the country have caused an increase in the labor activity of citizens, the level of their transport mobility has also increased. All these changes and factors have caused significant difficulties in the organization of the urban public transport project and its route system. The issues of passenger transportation and transport support require complex solutions, including infrastructure modernization, optimization of resource use and introduction of new technologies. To overcome the difficulties in the transport sector, it is necessary to create or improve a new system for organizing a public transport project.

Keywords: transport complex system, transport services, public passenger transport management, passenger transportation, passenger traffic, passenger services market.

Кіріспе

Зерттеу барысында Алматы қаласы автомобиль қозғалысының жоғары және тұрақты өсуімен, осы жолдардағы кептелістердің өсуі, жол жүру уақытының ұлғаюы және қоршаған ортаның ластануы сияқты жағымсыз экономикалық және экологиялық әсерлермен бетпе-бет келетін көлік жолдары қарастырылады. Сонымен қатар, Алматыдағы көп сағаттық кептелістер-өзекті мәселелердің бірі. Жергілікті билік кептелістермен күресіп жатқанын хабарлайды. Бірнеше айырбастар мен айналма жолдар салынды. Алайда, Алматы көшелеріндегі көлік саны азайған жоқ. Қала маңын ескере отырып, мегаполистің халқы үш миллионға жетті. Бұл жаппай жолаушылар ағыны шоғырланған көше-жол желісі (СКС) учаскелері бойынша жолаушылар автокөліктерінің қозғалыс маршруттарын хаотикалық жоспарлауға байланысты. Көлік желісін үнемі өзгеріп отыратын жағдайларға динамикалық бейімделуге бағытталған оңтайландыру мәселесі өткір тұр. Бұл мәселеде жолаушылар ағынын тәулік сағаты мен апта күндері бойынша болжауға, сондай-ақ жол жағдайларын болжауға ерекше назар аудару қажет. Мұндай мегаполистердегі көлік инфрақұрылымын оңтайландыру көптеген факторларға әсер етеді: кептелістерді азайту және трафик жағдайын жақсарту, тиімділік пен ресурстарды үнемдеу, қала тұрғындарының өмір сүру сапасын жақсарту, қоғамдық көліктің қолжетімділігі мен ыңғайлылығын арттыру және қауіпсіздікті арттыру.

Әдеби шолу

Қазақстанда көлік жүйелерін дамыту елдің тұрақты экономикалық және әлеуметтік дамуын қамтамасыз ету үшін маңызды стратегиялық міндет болып табылады. Төменде осы тақырып бойынша әдеби шолу берілген:

1. "Қазақстан Республикасының 2020 жылға дейінгі кезеңге арналған көлік кешенін дамыту стратегиясы" - бұл стратегиялық басшылық Қазақстандағы көлік жүйелерін дамытудың негізгі бағыттарын айқындайды және орта мерзімді перспективаға мақсаттар мен басымдықтарды

белгілейді. Ол көлік кешенінің ағымдағы жай-күйін талдауды, инфрақұрылымды жаңғырту және дамыту жоспарларын, сондай-ақ Көлік қызметтерінің тиімділігін арттыру жөніндегі шараларды қамтиды.

2. "Қазақстандағы интеграцияланған көлік жүйелерін дамыту: проблемалар мен перспективалар" - бұл ғылыми жұмыс Қазақстандағы интеграцияланған көлік жүйелерін дамыту мәселелері мен перспективаларын зерттейді. Авторлар әртүрлі көлік түрлерін біріктірудің рөлін, мультимодальды көлік дәліздерін құруды, логистикалық тізбектерді жетілдіруді және көлік ағындарын басқаруды талқылайды.

3. "Қазақстанның көлік инфрақұрылымын дамытуға инвестициялардың экономикалық тиімділігі" - бұл жұмыста Қазақстанның көлік инфрақұрылымын дамытуға инвестициялардың тиімділігіне экономикалық талдау жүргізіледі. Авторлар инвестициялардың экономикалық өсуге, жұмыс орындарын құруға, көлік шығындарының төмендеуіне және басқа да әлеуметтік-экономикалық көрсеткіштерге әсерін зерттейді.

4. "Қазақстанның көлік жүйесіндегі инновациялық технологиялар" - бұл мақала Қазақстанның көлік жүйесіне инновациялық технологияларды енгізу мәселелерін қарастырады. Авторлар автоматтандырылған басқару жүйелерін, электрондық билеттерді, бақылау және бақылау жүйелерін, сондай-ақ артықшылықтар мен қиындықтарды қолдануды талқылайды.

Әдістері

Жолаушылар көлігі қызметтерінің сапасын бағалау әдістері туралы айтатын болсақ, жолаушылар автомобиль көлігінің басты мақсаты-халықтың қозғалыс қажеттіліктерін қанағаттандыру және автомобиль көлігі кәсіпорындары қызметінің тиімділігін бағалау. Жолаушыларды тасымалдау қоғамдық, Жеке және ведомстволық көліктерді қоса алғанда, автомобиль көлігінің әртүрлі түрлерімен жүзеге асырылады. Жолаушылар тасымалының нақты көлемін анықтау үшін ресми статистика мен әлеуметтанулық зерттеулер қолданылады. Жолаушылар көлігінің қызметін бағалау үшін автомобиль көлігі тиімділігінің математикалық есептеулеріне негізделген әртүрлі әдістемелік тәсілдер қолданылады. Осындай әдістердің бірі-көлік кешенінің күрделі салымдарының экономикалық тиімділігін анықтау әдісі. Экономикалық тиімділік әлеуметтік тиімділіктің негізі болып табылады және абсолютті немесе салыстырмалы болуы мүмкін. Абсолютті экономикалық тиімділік күрделі салымдар нәтижесінде алынған ұлттық кірістің өсімі бойынша бағаланады. Салыстырмалы экономикалық тиімділік күрделі салымдарға шаққандағы пайда өсімінің арақатынасымен анықталады. Сондай-ақ, Автомобиль көлігіне күрделі салымдардың орындылығы туралы шешім қабылдау үшін күрделі салымдардың өтелу мерзімін есептеу және осы есептеу мерзімдерін нормативтермен салыстыру туралы айту қажет. Тағы бір әдіс көлік кәсіпорындарының қаржылық бәсекеге қабілеттілігін, соның ішінде кірістілік пен таза пайдаға әсер ететін факторларды талдау болып табылады. Сондай-ақ, шығынсыздық нүктесін анықтау үшін кірістілік кестелерін қолдану және инвестициялардың тиімділігін есептеу әдістері қарастырылады. Қазақстандағы көлік компанияларының қызметін бағалау концессиялық тарифтер, субсидиялар, салық салу, тасымалдаушыларды лицензиялау және қауіпсіздік талаптары сияқты түрлі көрсеткіштерді қамтиды. Бұл факторлардың персонал санына және тасымалдаушының жұмыс моделіне әсері де ескеріледі. Жолаушылар көлігінің табыстылығы мен тиімділігіне әсер ететін қаржылық аспектілер мен факторлар міндетті негіз болып табылады, сондай-ақ осы саланы реттеу үшін нақты заңнамалық базаның қажеттілігі маңызды. Жолаушылар ағынының сағаттық қуатын есептеу әдісін енгізу де маңызды. Жолаушылар ағынының сағаттық қуатын, егер есеп айырысу аймағының халқы белгілі болса, анықтауға болады. Бұл жағдайда қалалық статистикалық органдар мен қалалық жобалау ұйымына қол жетімді Қосымша ақпарат қажет, мысалы, экономикалық белсенді халықтың Ceaп қаласының жалпы халқына қатынасы – экономикалық белсенді халықтың коэффициенті. Бұл көбінесе халықтың экономикалық, әлеуметтік және жас ерекшеліктеріне, негізгі өндірістің ерекшеліктеріне байланысты. Аймақтық болжамдарды әзірлеу кезінде жолаушылар автомобиль тасымалдарының көлемін болжау әдістерінің бірі тасымалдау көлемі мен оларға әсер ететін факторлар арасындағы байланысты ескеретін эмпирикалық модельдерді құруға негізделген. Сенімді болжам үшін бұл қатынастардың тұрақтылығы қажет. Өңірдегі халықтың өмір сүру

деңгейі де жолаушылар тасымалы көлеміне тікелей әсер етеді. Тасымалдау көлемін болжау маусымдар мен жылдар бойынша мүмкін. Болжау үшін сенімді ақпарат аймақтың ұзақ мерзімді экономикалық болжамдарынан алынуы мүмкін.

Нәтижелер

Қазақстанда көлік инфрақұрылымының сапасын жақсарту үшін мынадай нәтижелер алынды:

1. Қазақстан қалаларында көлік ағынының тұрақтылығын қамтамасыз ету үшін, яғни тиімді жобаланған маршруттық желі, өткізу қабілеті, жолаушылармен байланыс орнату үшін қозғалыс жолдарының ғылыми негізделген әдістемелерін әзірлеудің шұғыл қажеттілігі бар

2. Қоғамдық көлікті дамыту мен тасымалдауды болжауды талдау барысында 2023 жылға қарай қоғамдық көлікті тасымалдаудан түсетін табыс 2018 жылғы деңгейден 39,2% - ға асып, 140,5 млрд. Орташа жылдық өсу қарқыны 6,9% жетуі мүмкін деп болжауға болады..

3. Қоғамдық көлікті пайдалану жылдамдығын жақсарту және қоршаған ортаға әсерді азайту үшін қала көшелерінің өткізу қабілетін арттыру және қозғалысты ұйымдастыру қажет.

4. Қоғамдық көліктің тиімділігін анықтау үшін теориялық және әдістемелік тәсілдерді қолдану бірдей маңызды.

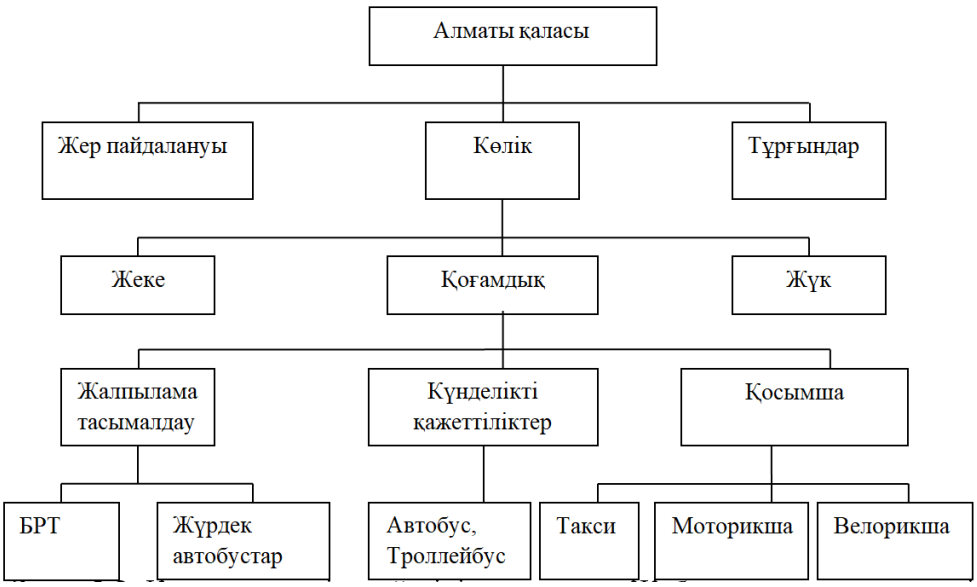
5. Тұтынушылардың қалауын ескере отырып, қалалық автобус паркінің сандық құрылымын әзірлеу және қалалық модельдік қатарды бағалау Қазақстанның көлік қауымдастығына қажет болады (модельдік қатарды бағалау, нарықтағы бәсекеге қабілеттілікті бақылау).

6. Тұтынушылар құрамының өзгеруі және автобустардың оңтайлы модельдерін таңдауға және автобус паркінің құрылымына әсер ету бойынша мониторингті жүзеге асыруды бақылау қажет.

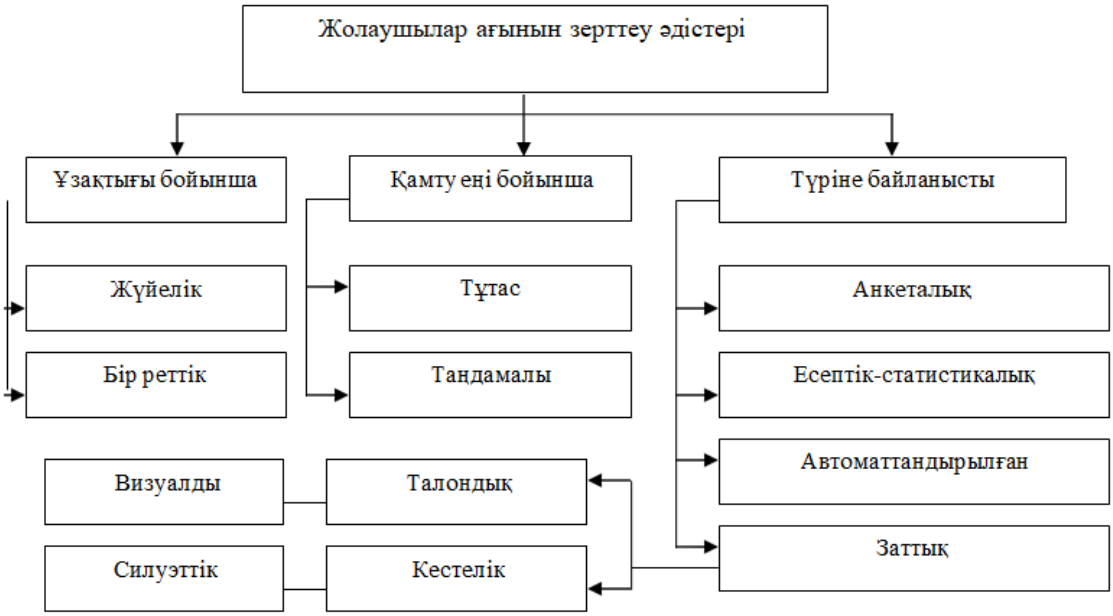
7. Қалалық көлік жүйесін дамыту тұжырымдамасы үшін ғылыми және практикалық тәсілдерді қолданатын алгоритм бар.

8. Қаржыландырудың тиімділігін арттыру және автобустарға техникалық қызмет көрсету мен жөндеу жағдайларын жақсарту қажеттілігі анықталды, сондай-ақ қазіргі заманғы қоғамдық көлік кәсіпорындарының қызметкерлері үшін ұсыныстар әзірленді.

9. Қызмет көрсету сапасын жақсарту үшін-көліктік қызмет көрсету сапасын жақсарту үшін қоғамдық көлік түрлеріне сәйкес тарифтерді есептеудің тиімді тәртібін енгізу қажет.



Сурет 1. Қоғамдық көлік жүйесінің құрылымы.



Сурет 2. Жолаушылар ағынын зерттеу әдістері.

Қорытындылар және талқылау

Қалада автомобильдерді пайдаланудың тартымды баламасын ұсыну үшін, Алматыдағы қоғамдық көліктің сапасын барлық аспектілерде жақсартуға назар аударылуы тиіс. Бұл жақсы жобаланған маршруттық желіні, жеткілікті сыйымдылықты, сапарға аз уақытты, интеграцияланған төсенішті және жоғары сапалы жолаушыларды ақпараттандыруды білдіреді. Таңдалған мегаполистің көлік жүйесінің артықшылықтары мен кемшіліктерін атап өтуге болады. Артықшылықтарға мыналар жатады: Қоғамдық көліктегі жолаушылар ағынының көлемі өте үлкен; Әкімдіктің қоғамдық көлікті қолдауы; 100-ден астам қалалық автобус желілері тартымды сапар жиілігімен; Қолданыстағы (қысқа жол) метро; Троллейбустар (11 маршрут) және трамвайлар (2); Автобус қызметін қолдайтын жол жүйесі (мысалы, қала орталығындағы желі). Өкінішке орай, көптеген кемшіліктер анықталды, бұл Қазақстанға көлік жүйелері саласында үлкен жұмыс істеу керектігін көрсетеді. Мысалы: Қолданыстағы бағыттар бойынша кестенің немесе сенімді ақпараттың болмауы; Көптеген автобус маршруттарының, тіпті шыңдар арасындағы, бірақ әсіресе шыңдар арасындағы кептелістер; Желінің қамту аймағы "гетерогенді"- кейбір маңызды аймақтарға нашар қызмет көрсетіледі; Қолданыстағы қызметтер арасындағы айтарлықтай қабаттасу; Үйлестірілген графиктердің болмауы. Операторлардың максималды кірісті іздеудегі бәсекелестігі қолайсыз; Шұғыл сағаттан тыс шектеулі қызметтер (аз сұраныс, жүргізушілердің шектеулі кестесі); Қала маңындағы автобустардың шектеулі бағыттары; Метро станциялары үшін трансплантация концепциясы жасалмаған; Қайта отырғызу үшін жол жүру ақысын өндіріп алу; Жалпы жол қозғалысының жүктелуі, бұл кідірістер мен тұрақсыздыққа әкеледі; Қала орталығындағы соңғы станциялардың жетіспеушілігі, бұл ұзақ маршруттарға әкеледі; Қолданыстағы соңғы станциялар шамадан тыс жүктелген және сапасы төмен; Троллейбустардың төмен жылдамдығы; Жүру жиілігі төмен және инфрақұрылымы ескірген трамвай желілерінің тартымдылығының болмауы.

Төменде Қазақстанда көлік инфрақұрылымын дамыту тәуекелдері келтірілген: Алматыны кеңейтуді жалғастыру; Көптеген операторлар арқылы оңтайландырылған желіні өткізу; Негізінен жер меншігінің шектелуіне байланысты соңғы станцияларды, ауысып отыратын учаскелерді және т. б. орналастыру қиын троллейбустарды оптималды емеспайдалану (мысалы, орташа жылдамдық); Машина иелері мен пайдалану санының тез өсуі. Бірақ айта кету керек, мұндай мүмкіндіктер қазірдің өзінде белсенді түрде қарастырылуда: Қоғамдық көлік түрлерін кеңейту – метро, БРТ, ЛРТ) - жоспарлар алда (УТГА жобасы); Жоспарланған соңғы станцияларды жақсарту және соңғы станциялардың көбеюі; Экономикалық өсу Алматы және өсіп келе жатқан сұраныс қоғамдық көлік; Жақсартылған билеттеужүйесі қосымша ақысызтрансплантация. Бұл

тұжырымдар болашаққа болжам жасауға, көлік жолдарын тиімді ұйымдастыруды жоспарлауға және тұтастай алғанда көлік саласының дамуын бақылауға көмектеседі.

Пайдаланылған дереккөздердің тізімі.

1. Саранкина Ю. А. Қазіргі заманның жаһандық экономикалық мәселелері: жеңудің сипаттамалары мен негізгі бағыттары // "В. И. Вернадский атындағы Қырым университетінің ғылыми жазбалары" ғылыми журналы. - 2018. - Т. 3 (69). №3. – б.193-199.
2. Титова С. С. Қалалық агломерация жағдайында жолаушыларды тасымалдау сапасының мәселелері // "Жас Ғалым" ғылыми журналы - 2018. - №3 (209) – б.241-245.
3. Копытова, Ю. В. Жолдардың өткізу қабілетін арттыру әдістері // Ю. В. Копытова. - Мәтін: тікелей // Жас ғалым. - 2018. - № 5 (191). – б.196-197.
4. Базарбекова М. М., Асипова Ж. М., Бейсембинова А. С. Алматы қаласының көлік жүйесінің дамуын талдау, Қазақстан // "Мәскеу экономикалық журналы" ғылыми журналы. - 2020. - №10. - б.667-671.
5. Туревский И. С. Оқу құралы. Сала экономикасы. Автомобиль көлігі. // Баспа үйі форумы. 2022. б.288.
6. 6. Васильев В. жердегі қоғамдық жолаушылар көлігі-жаңа деңгейге // Автомобиль көлігі. - 2019. - №4. - б.11-16.
7. Мусапирова А. Қазақстанның көлік саласы қалай дамуда. https://kz.kursiv.media/2019-04-22/kak-razvivaetsya-transportnaya-otrasl-kazakhstana/.
8. Омарова Б. А. Алматы қ. Жолаушылар тасымалының көлік нарығындағы бәсекелестік // ҚазАТК хабаршысы. - 2019. - № 5. - б.23-28.
9. Бекмұхамедов А.Ш., Парфенова Т. А. Облысаралық қатынаста автомобиль көлігімен жолаушылар тасымалын үйлестіру мәселелері туралы. - Алматы: ТК ҒЗИ, 2018. - б. 7–69. Тұжырымдамалық модельдер // Автомобиль көлігі. - 2021. - №4. - б.23-28.
10. Земнухова Л. П., Бровкина Т. В. Қалалық жолаушылар тасымалы нарығын автомобиль көлігімен бақылау мәселелері. - Алматы: ТК ҒЗИ, 2020. - б.26-78.
11. Корчагин В. А. Жолаушыларды автомобильмен тасымалдау сапасына шығындарды басқарудың әдістемелік негіздері // МАДИ хабаршысы. - Мәскеу: МАДИ (ГТУ). - 2019. - №1. - б.72-76.
12. Корчагин, В. А. Экологиялық қауіпсіздік деңгейі бойынша тасымалдау процесін бағалау // Автокөлік құралдарын өндіру және пайдалану сапасын басқарудың өзекті мәселелері: XI Халықаралық ғылыми-практикалық конференция материалдары. - Владимир: ВлГУ. - 2020. – б.43-48.
13. Поярков М.Г., Самошкин О. С., Смирнов А. А. Халықтың аз қозғалатын топтарын тасымалдау үшін жолаушылар теміржол көлігінің жағдайы мен даму перспективаларын талдау // Санкт-Петербург байланыс жолдары университетінің жаңалықтары. - Санкт-Петербург.: PGUPS, 2023. - Т. 20. - Жоқ. 1. - б.38-51. DOI: 10. 2023 / Санкт-Петербург байланыс жолдары университетінің жаңалықтары.
14. Плеханов П. А. Көліктің кешенді қауіпсіздігінің бөлігі ретінде көлік қауіпсіздігін қамтамасыз етудің тәуекелге бағытталған тәсілі // Санкт-Петербург байланыс жолдары университетінің жаңалықтары. - Санкт-Петербург.: PGUPS, 2019. - Т. 16, т. 4. - б.539-551.
15. Қалалық автобус тасымалын ұйымдастыру тәжірибесі және өңірлердің оң тәжірибесі. http://www.kao-a.kz/ru/news/420 praktika_organizacii_gorodskih_avtobusnyh_perevozok_i_polozhitelnyj_opyt_regionov/ Л. К. Джакишева Қазақстанның көлік кешені жүйесінде автомобиль жолаушылар тасымалын ұйымдастыруды жетілдіру (Жамбыл облысының материалдарында): дис автореферат. Э. Ғ. К. : 08.00.05-Алматы, 2018. – б.3

PORTFOLIO INVESTMENT

Beisembayev Temirlan
Almaty Management University, Almaty

Annotation
The paper analyzes the market for securities and financial instruments that may be attractive for portfolio investment. Due to the high demand for investing and trading, which is increasing every year, there is also a growing need for understanding the market, its structure and investment opportunities. As a result of the analysis, 2 types of portfolios were identified: aggressive and conservative. They are highlighted considering the riskiness of the instruments. The need for a particular portfolio is determined by the investor himself, depending on the appetite for risk.
Key words: investing, portfolio investing, stocks , bonds, diversification, credit rating.

Аннотация
В статье анализируется рынок ценных бумаг и финансовых инструментов, которые могут быть привлекательны для портфельных инвестиций. В связи с высоким спросом на инвестиции и торговлю, который растет с каждым годом, также растет потребность в понимании рынка, его структуры и инвестиционных возможностей. В результате проведенного анализа было выделено 2 типа портфелей: агрессивный и консервативный. Они выделены с учетом рискованности инструментов. Потребность в том или ином портфеле определяется самим инвестором в зависимости от склонности к риску.
Ключевые слова: инвестирование, портфельное инвестирование, акции, облигации, диверсификация, кредитный рейтинг

Аннотация
Мақалада портфельдік инвестициялар үшін тартымды болуы мүмкін бағалы қағаздар мен қаржы құралдарының нарығы талданады. Жыл сайын өсіп келе жатқан инвестициялар мен саудаға деген сұраныстың жоғары болуына байланысты нарықты, оның құрылымын және инвестициялық мүмкіндіктерін түсіну қажеттілігі де артып келеді. Талдау нәтижесінде портфолионың 2 түрі анықталды: агрессивті және консервативті. Олар құралдардың қауіптілігін ескере отырып ерекшеленеді. Белгілі бір портфельге деген қажеттілікті инвестордың өзі тәуекелге бейімділігіне байланысты анықтайды.
Түйінді сөздер: инвестициялау, портфельді инвестициялау, акциялар, облигациялар, әртараптандыру, несиелік балл

INTRODACTION

The need for financial literacy is becoming more and more urgent nowadays. There are more and more players in the investment market due to the great availability of investment instruments such as stocks, derivatives, cryptocurrency, and the latter is now in great abundance. According to KASE data, from January to August 2021, the number of registered traders in Kazakhstan increased by 38% (from 136,685 to 188,009) (kase.kz 2021), and according to the Cambridge Center for Alternative Finance, Kazakhstan ranks second in the world in cryptocurrency mining (Mariya Gordeeva 2021). But there is a possibility that most market participants do not have the necessary information on how to invest correctly or have too superficial knowledge that is insufficient for profitable or at least zero investment. In this regard, the investment strategy becomes relevant. Even considering that the number of persons trading on the exchange is growing, the number of players who at least recoup their investments is not so much. For trading and investing, you need to have 3 things: trading strategy, money management, psychology (Valeev Renat 2018). For the most part, investors do not own all these three things, most often it is the psychology that is missing, because of which investments are lost. To build an investment strategy, it is necessary to have a clear understanding that investment is a deferral of consumption now in the name of consumption in the future (William Bernstein 2018). Because investing is not a matter of 1 day, but of a long-term perspective. Paul Samuelson, who is an economist and a Nobel laureate in economics, said that you need to be able to wait to invest, and if you need the

excitement, then it is worth going to Las-Vegas. And besides, now, the level of confidence in financial institutions is increasing, because there is no longer such a difficult economic situation in which banks go bankrupt, which was in 2008 during the mortgage lending crisis. And all this leads to the fact that the need for knowledge of financial and investment opportunities increases.

Research Questions

The main problem is the lack of knowledge on the use of investment instruments, especially among the population of Kazakhstan. In this regard, the question on which the entire dissertation will be based: how to create such an up-to-date investment strategy that will be understandable and accessible to any user, regardless of background?

Literature review

Portfolio investing and investing in general has several goals, but the main goal is to make a profit in the future to live comfortably after a certain time, which is stated in the book "Investor's Manifesto". Portfolio investing is not only investing in one instrument, but selecting, diversifying. Regardless of whether investments are made in the same industry, but in different instruments or in general in different sectors of the economy. The optimal number of instruments in the portfolio is 10-15, if you take more, that is, the likelihood of excessive diversification, which will lead to lost profits (Koh 2009). The distribution of funds must be done depending on the age of the investor, the younger he is, the more risks he can afford, given the fact that a young man, in theory, has more years in reserve to make up for losses than an old man, which means a young man can afford to use more risky instruments like stocks, but it is also important what kind of risk the investor is ready to take on, that is, what kind of portfolio the investor will use. And there are only 3 types: aggressive, moderate and conservative portfolio, and diversification is present in all three types, only in different portfolios there is a different share in risk-free instruments. In any case, if you do not do any diversification, then you can get huge profits, for example, by buying Tesla shares in mid-2019, then by the beginning of November 2021 each invested dollar would bring $ 28, but, unfortunately, such sensational rises the market hasn't seen much. It is the lack of diversification that leads to crises (Turovetc O.G. 2016). As the experience of the 2008 crisis, which arose due to the revaluation of mortgage bonds and the lack of diversification, showed, you cannot put all your eggs in one basket. It is those who have invested in various types of financial instruments that have not lost their investments, and some have even received benefits. An example of this is Michael Burry, who made over $ 700 million for his hedge fund in the 2008 market crash. But the most important thing in portfolio investment is to have a risk-free asset, most often it is a bond. It is the bond that gives the right to a fixed annual or quarterly income. It is also worth considering that the bond market is an order of magnitude larger than the stock market (Zhukov E.F. 2017) In addition, bonds are required to be paid, and only in very rare cases, which the court establishes, payments on bonds can be frozen. To further reduce the risk of losing investments in bonds, an investment in which is in itself a low risk, it is worth taking Treasury government bonds, because the government is the best borrower, which always pays the bills. For example, US Treasury bonds have a yield of approximately 1.92% per annum and have a credit rating of AAA, which means almost zero probability of default (Bloomberg.com 2021). Also, one of the most important portfolio investment instruments are derivatives such as futures, options, forwards and swaps, which will also help you ensure your risks, and this will be a kind of safety cushion and will be able to bring profit. The main task of derivatives is to hedge risks. Almost all investors in the world agree to this decision, it was thanks to them that in 2008 a group of investors received a profit of hundreds of percent, while, like the rest, suffered colossal losses. Derivatives are also used as a speculative instrument, but this is a completely different topic for study. The simplest description of the functions of derivatives - buy today, pay tomorrow, that is, I take the underlying asset today at today's price, and pay the seller after a specified period, for example, in 2 months, and pay at the price that was when the underlying asset was purchased, regardless of what the market price is in 2 months (Gunther Rainer 2005).

Methodology

The work will use quantitative and analysis, which will help in the construction of models and the formation of an investment portfolio.

Quantitative methods

To start portfolio investing, you need to understand which instruments are the most relevant in the given market. The most common instrument is equity securities, that is, stocks or shares. Then

there are debt securities - bonds, treasury bonds, bills. In addition to them, there are many different instruments, but they may not be liquid, or do not have sufficient profitability. To compile a portfolio, you need to understand the essence of each of the instruments.

Equity securities - give the right to own a part of the company, whose shares or shares are acquired. They are risky instruments, but there are also blue chips that have shown their stable growth over several decades. Profitability is calculated based on the number of dividends and value gains.

Debt securities - have a fixed income, annual or quarterly. It is considered a low drawing instrument, depending on the issuer of the security. The most reliable are the AAA rating, which indicates a high credit rating.

Derivative securities - the creation of this asset is based on the underlying asset, be it raw materials or equity securities. Used to hedge risks when buying an underlying asset.

All these assets must be in portfolio investment. The only thing to consider is the ratio of each of the assets. As mentioned earlier, in this work, a portfolio of 2 types will be compiled: aggressive and conservative. The aggressive one will have more risky assets, and the conservative one will have less.

Calculation and determination of the future profitability of a certain security is an integral part of analytical tactics and the work of any investor. So, without data on the predicted future price of shares, there is a significant likelihood of ineffectiveness of work and further development of a personal strategy. Moreover, if there is no or insufficient information on the value of a share, accordingly, it is inappropriate to purchase a share since the main purpose of a speculative purchase of a security is to profit from the difference in the purchase and sale prices. In this regard, several types of future price forecasting have been studied.

After studying several different models for predicting future stock price data, such as moving averages, least squares, and others, the Holt-Winters model became the most appropriate in terms of objectivity. Forecasting options using the moving average method showed unsatisfactory results, since the calculations carried out most often led to a large error, and also played the factor that when forecasting this method does not take into account seasonality, and it is not advisable to make a forecast for a longer period, like Holt's predictive model -Winters, with the help of which you can make a more adequate forecast of the future share price for the next few years, having a sufficient amount of data. To predict the future price for 1 year, at least historical data for the last 2 years is required. This model is quite laborious in the calculations, if there is no special software.

The Holt-Winters forecasting method was modeled in the EXCEL program, where all the relevant calculations were made using historical stock data for the last 2 years using the formulas.

To calculate exponential smoothing, the formula is applied:

$$S_t = \alpha \frac{y_t}{I_{t-L}} + (1-\alpha)(S_{t-1} + b_{t-1}) \quad (2),$$

S_t – exponential smoothing exponent;
α – row smoothing parameter [0;1];
y – observation;
t – period.

The trend is determined using the formula:

$$b_t = \beta(S_t - S_{t-1}) + (1 - \beta)b_{t-1} \quad (3),$$

b_t – trend indicator;
β – row smoothing parameter [0;1].

To determine the seasonality, the formula is applied:

$$I_t = \gamma \frac{y_t}{S_t} + (1-\gamma)\, I_{t-L} \quad (4),$$

I_t – seasonality indicator;
γ – row smoothing parameter [0;1].

To determine the forecast values, the formula:

$$F_{t+m} = (S_t - mb_t)\, I_{t-L+m} \quad (5),$$

F_{t+m} – predicted value for m-periods ahead.

The Holt-Winters model, or triple exponential smoothing, considers three main forecasting parameters - the general trend, seasonality and smoothed exponential series, which increases the accuracy of forecast values and is one of the most optimal forecasting models.

In addition to the cost forecasting model, you need to consider the market yield, that is, how much the security is behind or outperforming the market. Usually, the market return is considered according to the S&P500 index, if the index averages 4.5% per year, and the security will bring 3% per year, then it makes no sense to take it, because it lags behind the market by 1.5%.

The Holt-Winters model considered the option of how to select stocks in a portfolio, now you need to consider a tool that will reduce the risks of the portfolio, that is, create diversification. This instrument is bonds. Most often, government bonds are used for diversification, because the state always pays off its obligations. There is another type of bonds - corporate, but it will not be considered due to the high risks that are already in stocks.

When choosing a bond, you must rely on the rating of the security.

The Standard & Poor rating shown in Table 1.

Table 1 (S&P credit rating)

Investment Grade	
AAA	Extremely strong capacity to meet financial commitments. Highest rating.
AA	Very strong capacity to meet financial commitments.
A	Strong capacity to meet financial commitments, but somewhat susceptible to adverse economic conditions and changes in circumstances.
BBB	Adequate capacity to meet financial commitments, but more subject to adverse economic conditions.
BBB-	Considered lowest investment-grade by market participants.
Speculative Grade	
BB+	Considered highest speculative grade by market participants.
BB	Less vulnerable in the near-term but faces major ongoing uncertainties to adverse business, financial and economic conditions.
B	More vulnerable to adverse business, financial and economic conditions but currently has the capacity to meet financial commitments.
CCC	Currently vulnerable and dependent on favorable business, financial and economic conditions to meet financial commitments.
CC	Highly vulnerable; default has not yet occurred but is expected to be a virtual certainty.
C	Currently highly vulnerable to non-payment, and ultimate recovery is expected to be lower than that of higher rated obligations.
D	Payment default on a financial commitment or breach of an imputed promise; also used when a bankruptcy petition has been filed or similar action taken.

Source: Guide to credit Rating Essentials (S&P, 2022).

In this paper, only AAA to BBB- ratings will be used, because assets rated lower are high risk and have a high probability of default.

In addition to the rating in bonds, you need to consider the coupon rate and average annual inflation. If the coupon is 5%, and inflation is 6%, then there is no point in taking this bond, because there will be a loss.

Results

Analysis of the effectiveness of investment strategies in the portfolio investment market

Analysis of trends in investment strategies in the portfolio investment market

The investment landscape is constantly changing, and investment strategies are no exception. Here are some of the current trends in investment strategies in the portfolio investment market:

Environmental, Social, and Governance (ESG) investing has become increasingly popular in recent years. Investors are increasingly looking for long-term investments that are consistent with their principles. ESG investing entails vetting businesses based on their governance standards, social responsibility, and environmental effect (S&P 2023).

Passive investing: Passive investing, also known as index investing, has gained popularity in

recent years. A diversified portfolio of stocks or bonds that closely resembles the performance of a benchmark index is purchased using this technique. Passive investors typically have a long-term investment horizon and seek to minimize costs (James Chan 2020).

Alternative investments: Investors are increasingly turning to alternative investments, such as private equity, real estate, and hedge funds, in search of higher returns and diversification. Alternative investments can provide access to unique opportunities that are not available through traditional investments (CFA, 2023).

Often referred to as systematic investing, quantitative investing makes use of computer algorithms to find investment possibilities based on mathematical models and past data.

These trends collectively imply that diversity, cost-effectiveness, and long-term sustainability are becoming more important to investors. We can anticipate the emergence of new investment strategies as well as the evolution of current ones in response to the shifting demands of investors as technology develops.

Comparative analysis of various investment strategies based on performance criteria.

As part of portfolio investment, almost any asset can be suitable, but only 2 instruments will be used in the dissertation - stocks and bonds. And the dissertation will use a combination of modern investment trends, and ESG will have a lot of weight, since the company's environmental friendliness and its corporate governance is the most important criterion for investment, especially at the present time. Also, strong diversification will be used in the dissertation. Portfolio diversification: A well-diversified portfolio can help to reduce overall risk and volatility. The effectiveness of an investment strategy can be evaluated by how well it diversifies across asset classes, sectors, and geographies. A diversified portfolio can also help to ensure that an investor is not overly exposed to any single asset or sector (Segal Troy, 2022)

At this stage, the portfolios of the most popular investors at the moment will be considered - these are Warren Buffett and Bill Gates in comparison with the S&P 500 index.

Table 2 (Portfolio Berskhire Hathaway, Warren Buffet)

Stock	Company Name	% of Portfolio
AAPL	Apple Inc	38.90%
BAC	Bk Of America Corp	11.19%
CVX	Chevron Corp New	9.78%
KO	Coca Cola Co	8.51%
AXP	American Express Co	7.49%
KHC	Kraft Heinz Co	4.43%
OXY	Occidental Pete Corp	4.09%
MCO	Moodys Corp	2.30%
ATVI	Activision Blizzard Inc	1.35%

Source: Bloomberg, 2023

The total value of the portfolio is $299B, only those stocks that have more than 1 percent weight in the portfolio. About 39% of the portfolio is allocated to the technology sector, i.e., APPLE shares, followed by the financial sector, stocks of Bank of America and American Express, and the third place in portfolio is energy sector, stock of Chevron Corp.

Table 3 (Bill & Melinda Gates Foundation Trust)

Stock	Company Name	% of Portfolio
MSFT	Microsoft Corp	26.36%
BRKB	Berkshire Hathaway Inc Del	21.35%
CNI	Canadian Natl Ry Co	18.24%
WM	Waste Mgmt Inc Del	15.47%
CAT	Caterpillar Inc	4.93%
DE	Deere & Co	4.70%
ECL	Ecolab Inc	2.13%
WMT	Walmart Inc	1.20%
KOF	Coca-cola Femsa Sab De Cv	1.18%

Source: Bloomberg, 2023

Bill & Melinda Gates Foundation trust portfolio associated with Microsoft and Warren Buffett's Berkshire Hathaway, with a total weight of 47.7%. The total value of the portfolio is over $35B. At the table only those stocks that have more than 1 percent weight in the portfolio.
Comparative analysis Buffet's portfolio and Bill & Melinda Gates Foundation Trust against S&P 500over the last 10 years

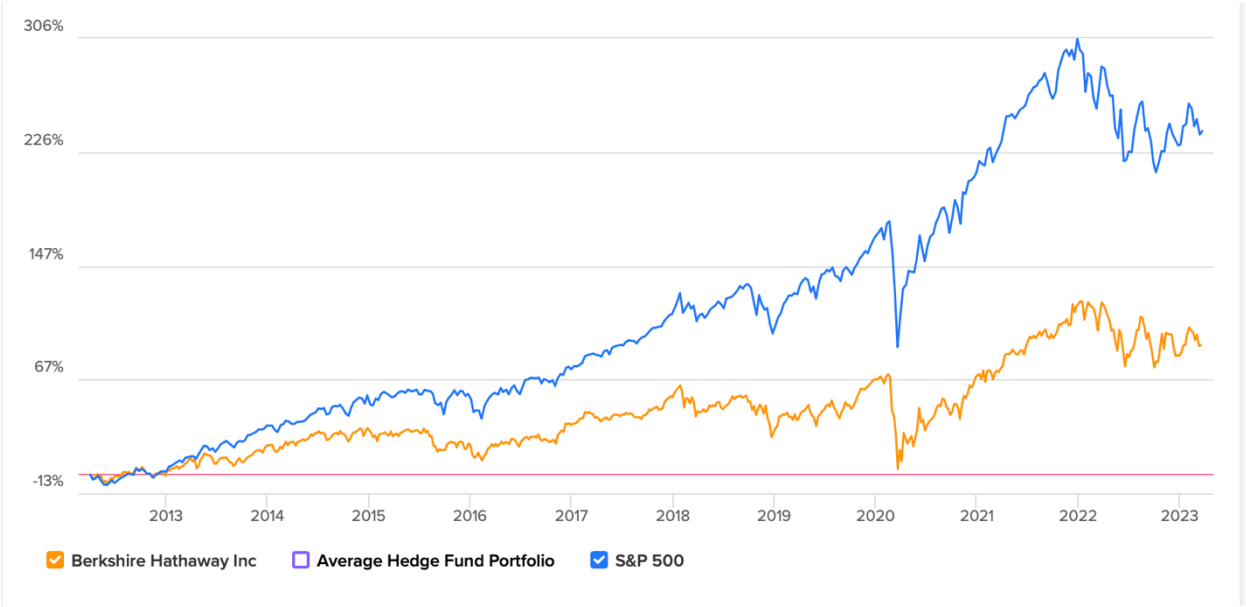


Chart 1 (comparison Buffet's portfolio against S&P500)

Source: Tipranks, 2023

As can be seen from the chart, the correlation between the index and the portfolio is direct, if the market rises, then the portfolio rises and vice versa. In general, Buffett's portfolio is lagging the market, and the graph shows that the market is leading the portfolio.

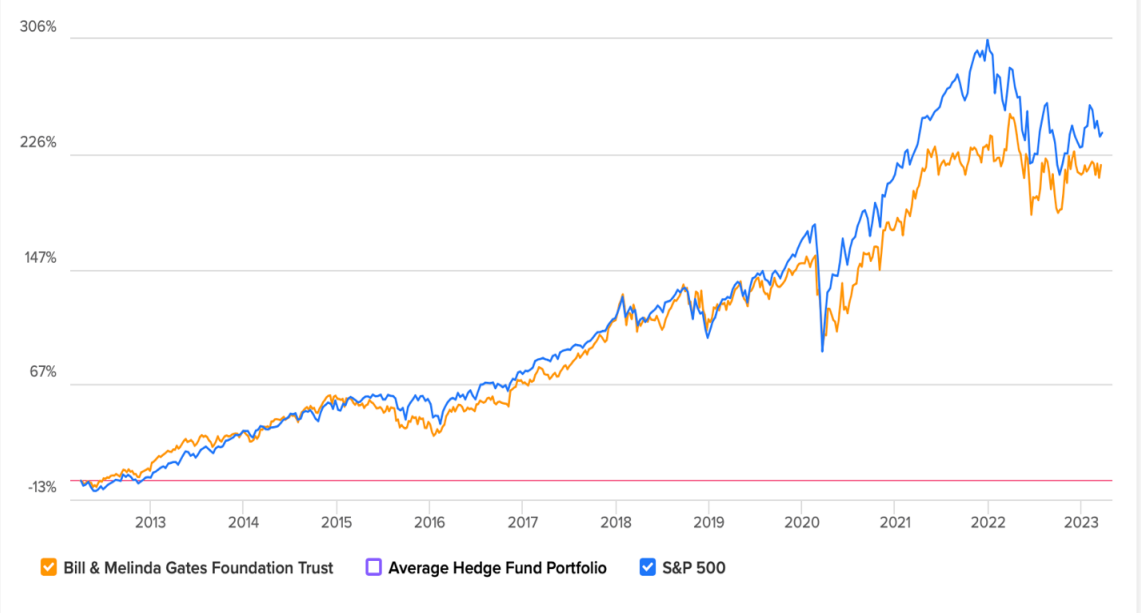


Chart 2 (comparison Bill & Melinda Gates Foundation Trust against S&P500)

Source: Tipranks, 2023

Like Buffett's portfolio, Bill & Melinda Gates Foundation Trust has a direct correlation with the S&P500, but in terms of returns, Bill Geist's asset value growth is much closer to the market than Buffett's, which indicates a good portfolio diversification, this is especially noticeable in 2020 , when the portfolio of Mr. Gates did not react much to the Covid-19 crisis and was more confident than the market, that is, the S&P500.Choosing an optimal investment strategy for use in the portfolio investment market.

Choosing an optimal investment strategy for investors in the portfolio investment market depends on several factors such as the investor's risk tolerance, investment objectives, time horizon, and market conditions. Here are some steps that investors can take to choose the best investment strategy:

Determine investment objectives and risk tolerance: The first step in selecting an investment strategy is to determine your investment objectives and risk tolerance. This includes understanding your financial goals, such as saving for retirement, funding a child's education, or purchasing a home. Additionally, understanding your risk tolerance will help you determine the level of risk you are willing to take on to achieve your investment goals.

Consider asset allocation: Asset allocation is the process of dividing your investment portfolio across different asset classes, such as stocks, bonds, and cash. The appropriate asset allocation for an investor will depend on their investment objectives, risk tolerance, and time horizon. A well-diversified portfolio can help reduce risk and improve returns.

Decide on investment style: Investors can choose between different investment styles such as value, growth, or income investing. Value investing involves selecting stocks that are undervalued by the market. Growth investing focuses on companies with high growth potential, while income investing focuses on generating a regular income stream through dividends or interest payments.

Monitor and adjust: Once an investment strategy has been chosen, it is important to monitor and adjust the portfolio regularly to ensure it remains aligned with the investor's objectives, risk tolerance, and market conditions.

In summary, selecting an optimal investment strategy involves a combination of determining investment objectives and risk tolerance, asset allocation, investment style, considering market conditions, and monitoring and adjusting the portfolio regularly. It is important for investors to consult with a financial advisor to help them make informed investment decisions.

The most convenient tool is the universal one. The paper will show the universal distribution of assets for its diversification, and each investor will be able to choose the most suitable portfolio for him, depending on risk tolerance (Table 3). The distribution will be between stocks and bonds.

Table 3 (asset allocation between stocks and bonds)

% stocks	% bonds	risk level
100%	0%	high risk
90%	10%	
80%	20%	
70%	30%	
60%	40%	medium risk
50%	50%	
40%	60%	
30%	70%	low risk
20%	80%	
10%	90%	
0%	100%	

Source: compiled by the author

Depending on how risky the portfolio is needed for the investor, he can choose a gradation of instruments, from a portfolio with 100% shares to a portfolio that consists of 100% bonds. It should also be considered here that with a high risk there will be a high profitability, with a low risk, the opposite trend. That is, if an investor has a low-risk portfolio, then the return will be low. Suppose an investor has chosen a portfolio that consists of 100% bonds, these bonds are US Treasury bonds that have a yield of no more than 3-4%, the risk is low, the yield is low, but the return of funds will be 100%, that is, the investor made a portfolio for 10 years, then after 10 years he will receive back the entire amount of the initial investment. Also, it is worth considering the option of high-risk investment, the portfolio of which consists of 100% shares. In this case, the investor will have no restrictions on profitability, it can be 100% per year, but this is a very risky instrument, and there is a possibility that the investor may lose all his investments due to too risky investment instruments, as was the case in 2008 in the US real estate market. Millions of people have invested in real estate bonds, sincerely believing that they will receive high returns with low risk, but the result for many investors was extremely unfortunate, with the exception of those who were able to diversify their investments using derivatives, in the case of 2008, these were loans. default swaps. Also, some experienced investors advise relying on their age when investing, the younger the investor, the riskier tools he can use. If an investor is 20 years old, then he can use a gradation of 20% bonds and 80% stocks. This is because the main purpose of investing for any person is a secure pension. A 20-year-old person has statistically more time to make up for his losses by retirement than someone who is already 50 years old.

Conclusions

Determining the optimal strategy depends on how large or small the appetite for risk is. Based on the work that has been done, you can choose the most suitable for the investor. The paper gives examples of the largest investors to date, Warren Buffett, and Bill Gates. Their portfolios can also be taken as a basis. In addition, one of the most popular investment tools is investing in indices, such as the S&P 500 index, as the charts show, over the past 10 years, the index has been higher in terms of returns than the portfolios of Buffett and Gates.

References

1. Website of the Kazakhstan Stock Exchange kase.kz/ru/news/show/1468272/
2. Mariya Gordeyeva, Crypto boom strains Kazakhstan's coal-powered energy grid;
3. Valeev R., The Art of Trading: Practical Recommendations for Experienced Traders, 2018
4. William Bernstein, The Investor's Manifesto: Preparing for Prosperity, Armageddon, and Everything in Between, 2017.
5. Koh I.A., Elements of modern portfolio theory, 2009
6. Turovetc O.G., Organizational factors of post-crisis development of industrial enterprises, 2016;

7. Zhukov E.F., The securities market: a textbook for university students studying in economic specialties, 2017;
8. Bloomberg news;
9. Gunther Rainer, Derivatives and Law, 2005;
10. Roger Gibson, Investment Portfolio Formation, 2016.
11. S&P, Guide to credit Rating Essentials, 2022
12. hedgefollow.com/funds/Berkshire+Hathaway
13. tipranks.com/dashboard
14. JamesChan, Passive Investing, 2020 https://www.investopedia.com/terms/p /passiveinvesting.asp
15. CFA, Introduction to Alternative Investments, 2023
16. Morgan Stanley, The Case for Quantitative investing, 2023
17. Segal Troy, What Is Diversification? Definition as Investing Strategy, 2022

УПРАВЛЕНИЕ ГЕНДЕРНЫМ ЛИДЕРСКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ В КОМПАНИИ

Галяпина С.В.[1], Попова С. О.[2], Нагашбек У.Д.[3]
Научный руководитель: Липовка А.В.[4], Ph.D., Associate professor
[1 2 3 4] Almaty Management University, г. Алматы

Аңдатпа: Соңғы үш жылда емес, стандартты емес, икемді басқару шешімдерін талап ететін тұрақсыз саяси және экономикалық жағдайдың нәтижесінде көшбасшылық әлеует тақырыбы бұрынғыдан да өзекті бола бастады. Гендерлік көшбасшылық әлеуетін тиімді пайдалану адам ресурстарының құзіреттілігінің бар, бірақ дұрыс қолданбауы есебінен ең аз инвестициямен компанияның бәсекелестік артықшылығын қалыптастыруға мүмкіндік береді. Бұл зерттеудің мақсаты – қазақстандық тау-кен компаниясының гендерлік көшбасшылық әлеуетін қолдануды талдау және оны жақсарту бойынша бірқатар ұсыныстар әзірлеу. Бұл зерттеудің негізгі әдісі – кейс-стади. Зерттеу нәтижесінде кәсіпорынның гендерлік теңдіктің формальды саясатын жүргізетіні, әйелдер көшбасшылығын дамытудың институционалдық негіздерінің жоқтығы, гендерлік ерекшеліктерін ескере отырып, басқарушылық және кәсіптік мансап құру үшін мүмкіндіктердің шектеулі екені анықталды. Осы мәселелерді шешу үшін зерттелетін компаниядағы әйелдердің көшбасшылық әлеуетін дамытуға бағытталған «Тең көшбасшылық» бағдарламасы әзірленді.
Негізгі сөздер: Көшбасшылық, гендерлік, көшбасшылық әлеует, гендерлік теңдік, топ-менеджмент, мансап, тәлімгерлік.

Аннотация: В последние три года в результате нестабильной политической и экономической ситуации, требующей нестандартных, быстрых и гибких управленческих решений, тема лидерского потенциала приобрела еще большую актуальность. Эффективное применение гендерного лидерского потенциала позволяет сформировать конкурентное преимущество компании с минимальными вложениями за счет уже имеющихся, но не корректно применяемых компетенций человеческих ресурсов. Целью данного исследования является анализ применения гендерного лидерского потенциала казахстанской добывающей компании и разработка ряда рекомендаций по его совершенствованию. Основной примененный метод исследования – кейс-стади. Данное научное изыскание позволило выявить, что предприятие испытывает дефицит женщин на управленческих и профессиональных позициях и не достаточно использует имеющийся гендерный лидерский потенциал, особенно в топ менеджменте. Для решения этих проблем была разработана программа «Equal Leadership», которая направлена на развитие лидерского потенциала женщин в исследуемой компании.
Ключевые слова: Лидерство, гендер, лидерский потенциал, гендерное равенство, топ менеджмент, карьера, наставничество.

Abstract: In the last three years, because of the unstable political and economic situation that requires non-standard, rapid, and flexible management decisions, the topic of leadership potential has become more relevant. The effective utilization of gender leadership potential helps to build a company's competitive advantage with minimal investments due to the already existing, but inadequately applied human resource competencies. This study aims to analyze the application of the gender leadership potential of the Kazakhstani mining company and develop recommendations for its improvement. The main applied research method is a case study. This research revealed that the company was experiencing a shortage of women in managerial and professional positions and did not sufficiently use the existing gender leadership potential, particularly in top management. To solve these challenges, the "Equal Leadership" program was developed, which is focused on developing the leadership potential of women in the company under study.
Keywords: Leadership, gender, leadership potential, gender equality, top management, career, mentorship.

Введение

Цель этого исследования состоит в изучении гендерного аспекта лидерства и разработке программы эффективного управления и использования лидерского потенциала женщин и

мужчин в компаниях, а также изучении проблем и возможностей, связанных с гендерным разнообразием на руководящих должностях.

Новизна научной статьи заключается в ее вкладе в понимание того, как гендер влияет на лидерский потенциал и как эффективно им управлять. Статья дает новое представление о том, как организации могут создавать более инклюзивную и благоприятную среду для развития лидерских качеств всех сотрудников, независимо от гендера.

Тема данной статьи актуальна на сегодняшний день, поскольку гендерное равенство и инклюзивность являются важными целями в области бизнеса и менеджмента. Согласно результатам исследования, проведенного компанией KPMG, в котором принимали участие 66 различных казахстанских компаний, в Республике Казахстан доля женщин в составе совета директоров составляет всего 10%. А в 60% компаний совет директоров состоит исключительно из мужчин [1]. Социально ответственные компании признают важность создания равных возможностей для мужчин и женщин и стремятся к тому, чтобы их руководство было разнообразным и представляло интересы различных социальных групп. Однако на практике реализация этих идей может столкнуться с некоторыми препятствиями.

При написании статьи в качестве методов исследования использовались кейс-стади на примере золотодобывающей компании «Алтыналмас» и контент-анализ документации и официальной статистики. Кейс-стади включал сбор качественных данных с помощью интервью и наблюдений, а контент-анализ включал сбор и анализ количественных данных на основе документов компании и официальной статистики. Использование нескольких методов исследования обеспечило более полное понимание проблем и позволило осуществить триангуляцию данных для повышения достоверности результатов исследования.

Теоретическая значимость статьи заключается в ее вклад в академический дискурс о гендере и лидерстве в частном секторе Республики Казахстан. Статья может дать новый взгляд на то, как гендер влияет на лидерский потенциал и как организации могут управлять гендерным разнообразием на руководящих должностях. Исследование может также предложить теоретическую основу для понимания практики лидерства с учетом гендерного аспекта и ее влияния на эффективность работы организации.

Практическая значимость работа заключается в том, что в ней содержатся практические рекомендации для менеджеров и лидеров по внедрению гендерно-ориентированных практик лидерства в своих организациях, а также способы создания более инклюзивной и благоприятной рабочей среды для сотрудников. Дополнительно, в исследовании приведены рекомендации о том, как решать проблемы, связанные с гендерным разнообразием на руководящих должностях, которые могут помочь организациям усовершенствовать свои программы развития лидерских качеств, увеличить разнообразие руководящих ролей и улучшить общую эффективность организации.

Литературный обзор

На сегодняшний день казахстанских исследований по теме гендерного лидерского потенциала недостаточно, что может быть связано с непониманием роли, которую гендер играет в развитии лидерского потенциала, и того, как организации могут эффективно управлять и развивать лидерский потенциал с учетом гендерного фактора на рабочем месте.

Этот пробел в знаниях и практике может иметь значительные последствия для организаций и их руководителей, поскольку он может ограничить их способность создавать инклюзивную и благоприятную среду для развития лидерских навыков у всех сотрудников, а также помешать их усилиям по повышению общей эффективности организации. Следовательно, настоящая статья может стать начальной основой для формирования последующей базы знаний о теории и практике применения гендерного лидерского потенциала в компаниях.

По мнению Ситниковой В.В., «Гендер — это набор характеристик, определяемых культурой общества, которые определяют социальное поведение мужчин и женщин и взаимоотношения между ними» [2, с. 6].

Рассматривая гендерный потенциал на микроуровне, следует принимать во внимание такое понятие, как гендерный потенциал предприятия. Липовка А.В. предложила следующее определение: «Гендерный потенциал предприятия — это совокупность характерных способностей, умений, интеллектуального и творческого потенциалов представителей полов, составляющих коллектив конкретного предприятия» [3]. Ученые Мамфорд М., Пейдж С. и Грилло

М. описывают лидерский потенциал как индивидуальную способность человека влиять на других людей и достигать целей в определенной области, используя свои знания, навыки и личностные качества. [4]

Согласно исследованию зарубежных авторов Бадуры К., Грихалвы Э., Ньюмана Д., Тайи Ян Т., Чон Г., гендерный разрыв в формировании лидеров со временем медленно сокращается, но полностью искоренен не был [5]. И это еще раз подчеркивает важность и актуальность темы работы.

В результате опроса граждан Казахстана о гендерном неравенстве, 44% респондентов ответили, что оно существует. Кроме того, среди тех, кто ответил отрицательно, 19% дали ответ с оговоркой - «отсутствует, но иногда проявляется», указывая на то, что они сталкивались с фактами гендерного неравенства или слышали о них от других. Из 44% респондентов, давших положительный ответ, 14,4% отметили, что существующее неравенство очень сильно, а 30% указали на его латентный характер [6, с. 13].

Такие проявления гендерного неравенства могут препятствовать процессу человеческого развития, раскрытию и реализации потенциала мужчин и женщин в Республике Казахстан.

Основываясь на исследовании, проведенном Сэнгером Д. и Фолкманом Д., из женщин получаются очень компетентные лидеры и их сдерживает не недостаток способностей, а отсутствие возможностей. Таким образом, при наличии таких возможностей женщины с такой же вероятностью добьются успеха на руководящих должностях, как и мужчины. Более того, согласно тысячам обзоров на 360 градусов, женщины превзошли мужчин по 17 из 19 качеств, которые отличают отличных лидеров от среднестатистических или плохих [7].

Ряд исследований подтверждает положительное влияние женщин-лидеров на компании. Например, женщины-руководители из списка Fortune 1000 получили в три раза больше прибыли, чем компании из списка S&P 500, которыми руководят в основном мужчины. Согласно исследованию, проведенному Берлином Кэмероном, опросом Harris Poll и Женским Коэффициентом, 50% американцев говорят, что хотели бы работать в компании, возглавляемой женщинами, потому что они более целеустремленны, с большей вероятностью имеют доступ к уходу за детьми и с большей вероятностью предлагают равную оплату, в отличие от мужчин [8].

Согласно результатам исследования о макроэкономической силе гендерного равенства, через 10 лет участие женщин и мужчин в экономике в 95 странах мира, на долю которых приходится 97% мировой экономики, будет полностью равным. Тоже исследование выявило, что гендерный паритет увеличит мировой ВВП еще на 26% в течение десяти лет. Такое увеличение означает прирост мировой экономики на 28 триллионов долларов, что совпадает с общим годовым ВВП двух крупнейших стран мира – США и Китая. Подобная положительная динамика была достигнута за счет преодоления гендерного разрыва в уровне участия женщин на рынке труда, а около 25% прироста сформировано благодаря правильному распределению количества рабочих часов мужчин и женщин и направлению женщин в более производительные секторы экономики, в которых сейчас доминируют мужчин [9].

Сегодня женщин-менеджеров увольняют из компаний самыми высокими темпами, когда-либо зарегистрированными в современной истории, гораздо чаще в сравнении с руководителями-мужчинами. Согласно глобальной статистике, на каждые 100 мужчин, которые продвигаются с должностей начального уровня на более высокие позиции, лишь 87 женщин получают повышение. К сожалению, статистика довольно печальная. Если компании не переосмыслят свой подход к мечтам о женщинах на работе, они могут потерять не только своих нынешних руководителей-женщин, но и следующее поколение женщин-лидеров [10].

По мнению Фарбера А. В., нет объективных доказательств того, что гендерные особенности снижают эффективность женщины на руководящей должности. Однако карьерный рост женщин в сфере образования, науки и общества неэффективен [11]. Согласно казахстанским исследованиям, женщины и мужчины практически не отличаются в эффективности выполнения функций управления и связующих процессов [3], незначительные отличия выявлены лишь в ведении коммуникаций [12]. Причинами недооценки важности проблемы гендерного потенциала в Казахстане являются двунаправленная гендерная политика и высокий уровень гендерных стереотипов о женщинах-менеджерах [13].

Данные государственной статистики о разрыве в оплате труда между мужчинами и женщинами в различных регионах Казахстана на 2021 год демонстрируют наибольшее расхождение в промышленных и горнодобывающих регионах страны. Самый существенный

разрыв в оплате труда в размере 222657 тенге в пользу мужчин наблюдается в Атырауской области, Мангистауская область занимает второе место по разрыву, следом идут Карагандинская и Западно-Казахстанская области. Гендерный разрыв в оплате труда в разрезе областей позволяет сделать выводы о влиянии гендерной сегрегации труда в добывающих отраслях РК на увеличение неравенства в доходах между женщинами и мужчинами, что представляет серьезную проблему, требующую дальнейшего изучения [14].

Методы

Тема гендерного лидерского потенциала обусловлена и усложнена недостаточной изученностью и дефицитом исследований в области гендерного лидерства в Казахстане. С целью заполнения пробела в знаниях по данной проблематике кейс-стади был выбран основным методом исследования на примере АО «АК Алтыналмас», поскольку эта компания является лидером в золотодобывающей отрасли, в которой доминируют мужчины.

Главным исследовательскими инструментами явились контент-анализ документов «АК Алтыналмас» и статистический анализ данных этого предприятия. Кейс-стади помогает в создании основы для практических рекомендаций и улучшений. Результаты исследования могут быть использованы компанией «Алтыналмас», а также другими добывающими предприятиями Казахстана для оптимизации гендерной политики, улучшения практик управления лидерским потенциалом и повышения эффективности усилий в этой области.

Контент-анализ внутренних и внешних статистических данных был применен в процессе изучения следующих документов компании: отчетов, стратегий, политик, процедур и т. д. С этой целью были собраны данные о том, как компания формулирует свою гендерную политику, и как она интегрирована в политику управления человеческими ресурсами и конкретные процедуры.

Результаты

АО «АК Алтыналмас» – одна из крупнейших золотодобывающих компаний в Казахстане, которая организует и реализует полный геологический цикл, добычу полезных ископаемых и переработку золота. История компании берет свое начало в 1993 году. На сегодняшний день активы компании расположены в Карагандинской, Жамбылской, Абайской и Акмолинской областях Казахстана. АО «АК Алтыналмас» занимается производством и продажей серебра и других побочных продуктов производства драгоценных металлов. Кроме того, компания занимается проектированием и строительством производственных объектов в области разведки, добычи и переработки драгоценных металлов. Но основной продукцией компании являются золотые слитки Доре, представляющие собой полупрозрачный сплав золота и серебра [15].

Для оценки практики использования гендерного лидерского потенциала был проведен контент-анализ документов компании с целью выявления существующих барьеров, препятствующих женщинам занимать руководящие должности в компании, а также трудностей карьерного роста. Сначала были проанализированы основные показатели компании, связанные со структурой численности сотрудников в гендерном разрезе, представленные на Рисунке 1.

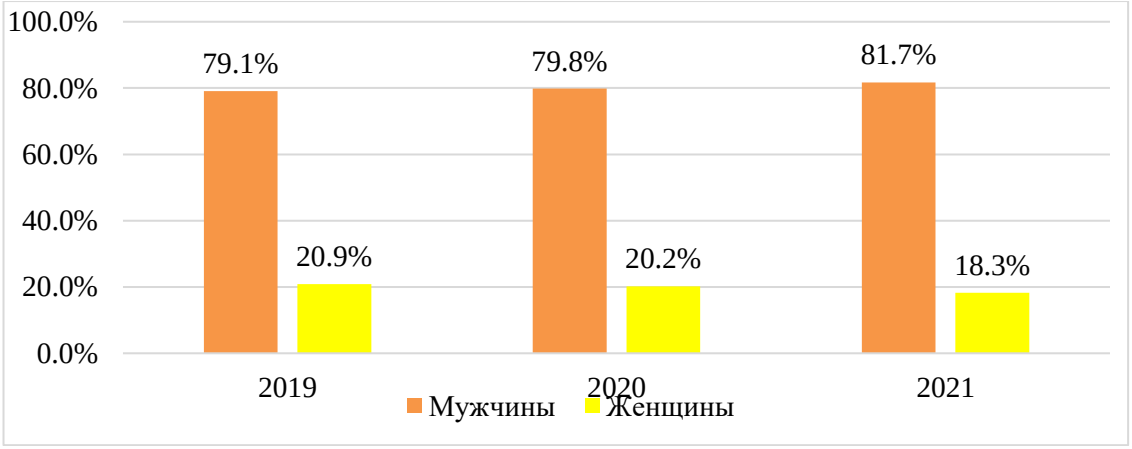


Рисунок 1. Структура персонала «Алтыналмас» в гендерном разрезе [16, с. 80]

Согласно данным, представленных на Рисунке 1, существует огромный разрыв между соотношением мужчин и женщин в структуре общей численности работников за представленные 3 года.

В то же время доля мужчин в общей численности работников растет с каждым годом, прирост за 3 года составил 2,6%, что соответствует не резкой, но положительной динамике. Чего нельзя сказать о доле женщин в структуре персонала компании, за 3 года показатель снизился на 2,6% относительно того же показателя среди мужчин, следовательно динамика в составе женщин в общей численности сотрудников за 3 года несколько отрицательная.

Динамика изменения доли женщин в структуре персонала компании умеренно негативная, в связи с тем, что с начала 2019 по 2021 год она оставалась на низком уровне по сравнению с долей мужчин, что свидетельствует о длительности проблемы и долгосрочном преобладании мужчин среди общего количество сотрудников «Алтыналмас».

Сотрудники компании объясняют сложившийся гендерный разрыв тем, что золотодобывающая промышленность является физически сложной сферой, ориентированной на мужской труд.

Однако, ситуация в компании «Алтыналмас» также может свидетельствовать о результатах действия гендерных стереотипов и предвзятости в отношении женщин, поскольку в штат входят не только сотрудники производственных проектов, но и руководящие должности, специалисты в различных областях, обслуживающий персонал – те, кто также выполняет свои рабочие обязанности как на в проектах, так и в головном офисе.

Для дальнейшего исследования гендерной статистики в компании и использования гендерного лидерского была проанализирована структура персонала в контексте гендера и занимаемых должностей (Рисунок 2).

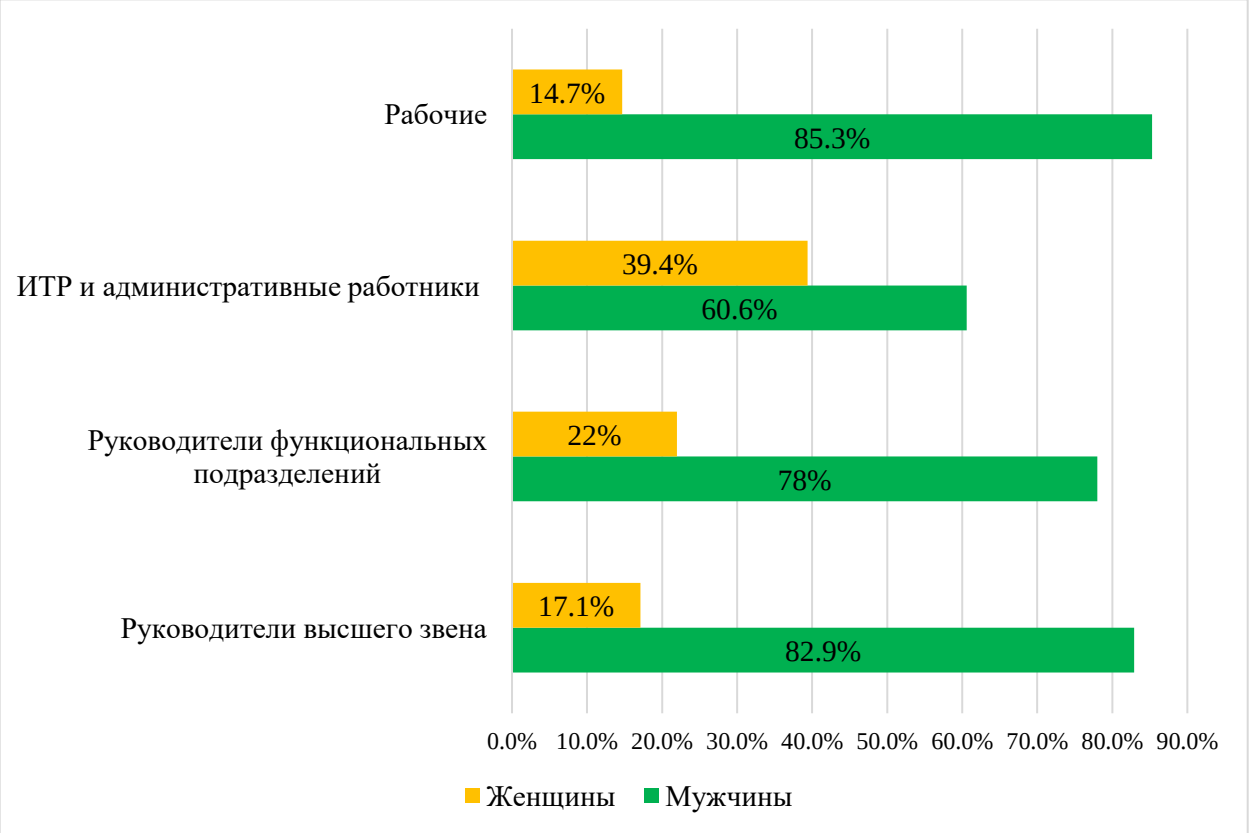


Рисунок 2. Структура персонала «Алтыналмас» в гендерном разрезе по категориям сотрудников на конец 2021 г. [16, с. 80]

Согласно Рисунку 2 подтверждается предположение, что в компании женщины недостаточно представлены не только среди представителей сотрудников, чья работа связана с тяжелым физическим трудом, но административными и руководящими позициями. Так, преобладание мужчин наблюдается на всех должностях, в частности, гендерный разрыв почти

на всех должностях превышает 50%. Наибольший разрыв наблюдается среди рабочих, где для мужчин составляет 85,3%, а для женщин – 14,7%. [15, с. 80].

Следует упомянуть, что производственный персонал является тем ресурсом, который непосредственно приносит доход и, неэффективно и не в полной мере используя гендерный потенциал, компания теряет потенциальные возможности для повышения производительности и результативности труда, а следовательно, теряет дополнительную возможность для достижения успеха. Анализ выявил гендерные проблемы, связанные с недостаточной представленностью женщин на ключевых должностях компании, а именно в составе топ-менеджеров, где доля женщин составляет в пять раз ниже того же показателя среди мужчин, и это второй по величине разрыв.

Для детального анализа высшего звена в были рассмотрены статистические данные состава Совета директоров и Правления в гендерном разрезе (Рисунок 3).

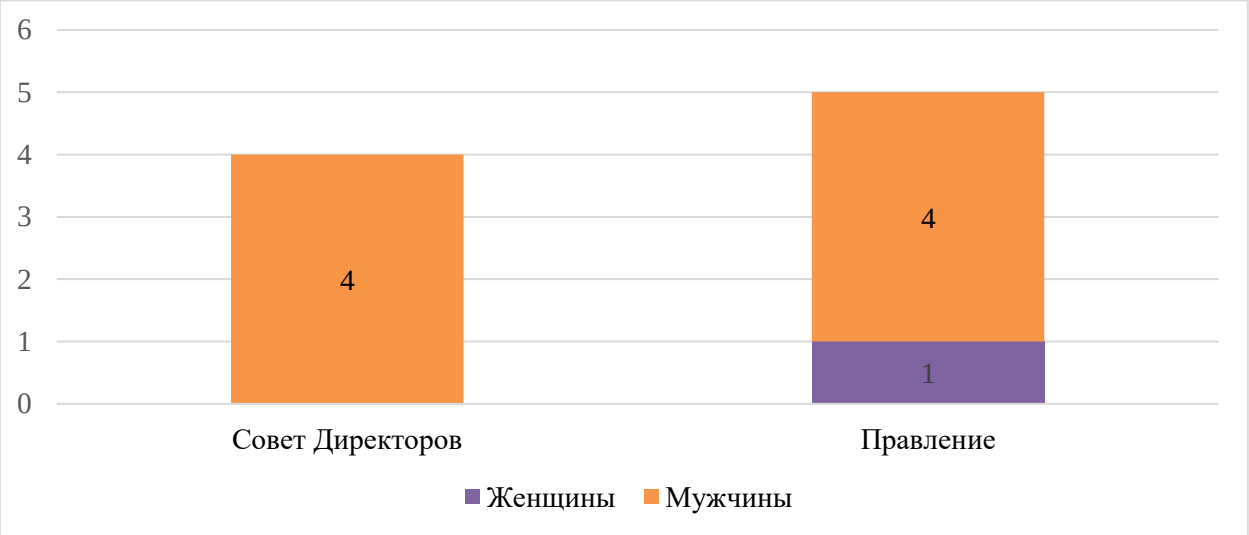


Рисунок 3. Состав Совета директоров и Правления «Алтыналмас» в гендерном разрезе на 2023 г., чел.

Примечание – составлено авторами на основе источника [15]

Согласно Рисунку 3, Совет Директоров компании состоит только из мужчин, что указывает на доминирование мужского гендера в топ менеджменте компании. Следует также отметить, что в составе Правления работает только одна женщина, в то время как мужчин в должности исполнительного органа – 4 человека. Таким образом, женщины составляют 20% в общей доле членов Правления исследуемого предприятия.

Анализируя структуру Совета Директоров и исполнительного органа, был отмечен тот факт, что доля женщин на данных позициях составляет всего 12,5%, что свидетельствует о том, что компания упускает возможность привлечения квалифицированных женщин на руководящие должности, что может негативно сказаться на конкурентоспособности и успехе компании на рынке.

Выводы и обсуждение

В результате исследования выявлено, что представленность женщин в общем числе сотрудников незначительная. В среднем, доля женщин в общей численности работников на конец 2021 года составила 18,3%. Сложившаяся ситуация свидетельствует о недостаточном использовании гендерного лидерского потенциала исследуемым предприятием. С целью развития женщин-лидеров в компании необходимо создать равные возможности для мужчин и женщин в области обучения, карьерного роста и вознаграждения. Также важно проводить тренинги, направленные на развитие лидерских качеств у женщин.

С целью исключения возможной предвзятости и стереотипов, предлагается провести серию тренингов для сотрудников компании:

1. Семинару по гендерному равенству.

2. Презентации практикующих женщин-лидеров.
3. Тренинг на тему «Борьба с гендерными стереотипами».
4. Тренинг на тему «Коммуникация для расширения прав и возможностей женщин».
5. Тренинг для менеджеров по непредвзятому рекрутингу и отбору.

Предлагаемая программа «Equal Leadership» может быть использована для улучшения работы внутри компании и содействия эффективному использованию гендерного лидерского потенциала.

Программа двойного наставничества направлена на создание внутреннего менторства посредством задействования внешних тренингов по обучению наставничеству руководителей-женщин компании «Алтыналмас». Программа двойного наставничества позволяет женщинам-сотрудникам не только быстрее адаптироваться в компании, приобрести необходимые знания и навыки, а также наладить контакты с другими коллегами, но и развивать и раскрывать свои лидерские способности, подготавливая потенциальных женщин-лидеров для кадрового резерва.

Предлагается сформировать кадровый резерв как группу сотрудников для подготовки на занятие ключевых должностей. Это позволит предприятию обеспечить стабильность и непрерывность бизнеса. В кадровом резерве следует гарантировать 30%-квоты для женщин в высшем руководстве.

В настоящей статье представлены результаты исследования применения гендерного лидерского потенциала на предприятии добывающей отрасли Казахстана. Анализ внутренних документов показал дефицит женщин на всех позициях, в частности их низкую репрезентацию на лидерских должностях. Принимая во внимание, что эффективное использование гендерного потенциала является важным фактором успеха компании, в работе предложены рекомендации по созданию равных возможностей для мужчин и женщин, внедрение практик наставничества и кадрового резерва для замещения управленческих должностей.

Список использованных источников

1. KPMG (2020). Гендерное разнообразие в топ-менеджменте казахстанских компаний. https://clck.ru/34PWyW, последнее обращение 15/05/2023.

2. Ситникова В. В. Гендерология и гендерные исследования в социальной работе: учебное пособие для студентов направления подготовки «Социальная работа» – 2018 г. – с. 6.

3. Липовка А.В. Гендерные аспекты в управлении экономикой Казахстана: ключевые проблемы и пути их решения (на примере бизнес-сектора). – 2021 г. – 179 с.

4. Мамфорд М., Пейдж С., Грелло М. Развитие лидерского потенциала: интегративный обзор. Журнал бизнеса и психологии. – 2018 г. – 3 с.

5. Бадура К., Грихалва Э., Ньюман Д., Тайцзи Янг Т., Цзян Г. Гендер и становление лидерства: метаанализ и объяснительная модель. Психология персонала. – 2018 г. – 358 с.

6. Ускенбаева М. А., Резвушкина Т.А., Бейсенова А.А. Политика в отношении женщин и мужчин в современном Казахстане: гендерное исследование. – 2016 г. – 288 с.

7. Исследование «Женщины набирают больше баллов, чем мужчины, по большинству лидерских качеств», https://clck.ru/34PWxC, последнее обращение 15/05/2023.

8. Почему компании, возглавляемые женщинами, лучше подходят для сотрудников, https://clck.ru/34PWxb, последнее обращение 15/05/2023.

9. Экономический разговор. Макроэкономическая сила гендерного равенства, https://clck.ru/34PWxk, последнее обращение 15/05/2023.

10. McKinsey & Company. Женщины на рабочем месте к 2022 году, https://clck.ru/YBPPT, последнее обращение 15/05/2023.

11. Фарбер А. В. Особенности гендерных характеристик женщин-менеджеров // Человеческий капитал, 9 (141), – 2020 - с. 121.

12. Lipovka, A., Korolyova, N., Nugmanova, M., Salimzhanova, A. Comparative influence of gender, age, industry and management level on communication. Problems and Perspectives in Management, 2 (19), – 2021 - p. 170-182.

13. Lipovka, A., & Buzady, Z. (2020). Gender stereotypes about managers: a comparative study of Central-Eastern Europe and Central Asia, in: I. Rybnikova, A. Soulsby & S. Blazejewski, Women in Management in Central and Eastern European Countries. Baden-Baden: Nomos, – 2020 – с. 15-36.

14. Бюро национальной статистики Республики Казахстан. Гендерный разрыв в оплате труда, https://gender.stat.gov.kz/ru, последнее обращение 15/05/2023.

15. Официальный сайт компании АО «АК Алтыналмас», https://altynalmas.kz/, последнее обращение 15/05/2023.
16. Годовой отчет АО «АК Алтыналмас», https://clck.ru/34Pij8, последнее обращение 15/05/2023.

THE RELATIONSHIP BETWEEN THE BRAND AND THE TYPES OF INSTRUMENTS OF MARKETING COMMUNICATION

Yerdenbay K.M.
Almaty Management University, Almaty

Annotation. This scientific article aims to define and analyze the connection of the brand strength and the types of instruments of marketing communication. In today's world the Internet is one of the most important media, and there are a lot of new instruments for promoting goods and services. There was made a comparative analysis of promotion tools in Kazakhstan and as a result we found out that in our country Internet marketing is the most popular and effective instrument. One of the leading points, is that, the types if instruments of marketing communication while promoting, differentiate depending on the lifecycle of a brand. The following article highlights the point, that each type of marketing communication can be used individually to achieve a short-term goal, while their combination and integration can yield long-term efficiencies.
Key words: brand strength, marketing communication, advertising, direct marketing, sales promotion, internet marketing, communication strategy.

Аннотация. Цель данной научной статьи – определить и проанализировать связь между силой бренда и типами инструментов маркетинговой коммуникации. В современном мире Интернет является одним из важнейших средств массовой информации, и существует множество новых инструментов для продвижения товаров и услуг. Был проведен сравнительный анализ инструментов продвижения в Казахстане, и в результате мы выяснили, что в нашей стране интернет-маркетинг является самым популярным и эффективным инструментом. Одним из ведущих моментов является то, что типы инструментов маркетинговой коммуникации при продвижении различаются в зависимости от жизненного цикла бренда. В статье подчеркивается тот факт, что каждый тип маркетинговой коммуникации может использоваться индивидуально для достижения краткосрочной цели, в то время как их комбинация и интеграция могут обеспечить долгосрочную эффективность.
Ключевые слова: сила бренда, маркетинговые коммуникации, реклама, прямой маркетинг, стимулирование продаж, интернет-маркетинг, коммуникационная стратегия.

Аннотация. Бұл ғылыми мақаланың мақсаты – брендтің күші мен маркетингтік коммуникация құралдарының түрлері арасындағы байланысты анықтау және талдау. Қазіргі әлемде Интернет маңызды бұқаралық ақпарат құралдарының бірі болып табылады және тауарлар мен қызметтерді таратудың көптеген жаңа құралдары бар. Қазақстандағы жарнама құралдарына салыстырмалы талдау жүргізілді, нәтижесінде біздің елімізде интернет-маркетинг ең танымал және тиімді құрал болып табылатынын анықтадық. Жетекші түйіндердің бірі – маркетингтік коммуникация құралдарының түрлері брендтің өмірлік цикліне байланысты әр түрлі болып келеді. Мақалада маркетингтік коммуникацияның әрбір түрін қысқа мерзімді мақсатқа жету үшін жеке пайдалануға болатындығы, ал олардың комбинациясы мен интеграциясы ұзақ мерзімді тиімділікті қамтамасыз ете алатындығы көрсетілген.
Түйін сөздер: брендтің күші, маркетингтік коммуникация, жарнама, тікелей маркетинг, сатуды ынталандыру, интернет-маркетинг, байланыс стратегиясы.

Introduction

Nowadays, in the internet, digital age, there are numerous ways to the promotion of sales of products in the market, such as: advertising, sales promotion, public relations, personal selling and direct marketing. While positioning the brand, it is crucial to use instrument of the combination of tools of marketing communication. The goals of marketing communications are to make people more aware of the brand, establish connections with the intended audience, and improve emotional connection. Goals are set based on the work's niche and specifics. As a result, they vary from business to business. In the minds of potential customers, a positive brand image is formed through marketing communications. They make it easier to keep in touch with your audience and boost your level of competition.

The novelty of this work is that, this article defines the relationship of the different types of

instruments in communication with brand strength. The degree to which a buyer is familiar with a brand is a measure of its strength. This concept is highly subjective, but it can be measured. As a result, an evaluation of the brand's value and "advancement" are produced. These assessments are based on measuring buyers' "involvement in brand consumption (that is, brand loyalty) in the target audience and in its individual segments," as well as their level of brand awareness in particular regions or target groups. Feedback from customers about the brand's impact on them shows how loyal customers are to it.

What kind of tools we should use while promoting products - depends on the life cycle of the brand and brand strength of promoting goods. In practical part of this article were defined what kind of marketing communication instruments resultant when we promote brands in Kazakhstan. In general, brands employ a variety of marketing communications in tandem in order to effectively communicate with their target audience, alleviate pain points, and elicit the necessary emotions. Work efficiency can be increased by combining methods and tools.

Literature review

An organization's marketing communications is a collection of measures, techniques, and methods for disseminating information about its goods, services, or brand to its customers. Philip Kotler, Kevin Keller and Alex Chernev define marketing communications as "the means by which firms attempt to inform, persuade and remind their customers - directly and indirectly - of products and brands they sell" [1]. Marketing communications represent the company's and its brands' voices; they are the means by which the company can initiate dialogue and build relationships.

A variety of marketing communications are used to build the company's image and promote its products in the market, including advertising, sales promotion, public relations, personal selling, and direct marketing.

The researchers Praude V. and Bormane S. approved the proposed hypothesis on their work, that the peculiarities of marketing communications manifest as trends, and their development is influenced by external environment factors and specific communication objects - the industry, the company, the products, and so on. [2]

Each type of marketing communication can be used separately to achieve a short-term goal, whereas using different types in combination and integrating them can achieve long-term efficiency - increasing sales amounts, the number of customers and loyal purchasers, and improving communicative efficiency in the company's dialogue and relationship with the customers and society. The rise in popularity of the Internet as an advertising medium is one of the current development trends in marketing communications and authors recommend to keep in mind that trends when you search. [2] After analyzing several works of researchers in different spheres, we can assume that social media should be included in marketing communication plans, especially for younger people who are less likely to trust traditional advertising.[3][4][5][6]

One more suggestion for future research gave Hilde A.M. The survey of media practitioners reveals that investigating current practices and practitioners' perspectives provides useful input for social media researchers. As a result, future research among social media marketing and advertising professionals could be used to develop a set of key propositions reflecting practitioners' perspectives on each of the six key directions, which could then be tested in academic research.[7] The use of the social media resources provides tremendous opportunities for the use of Internet marketing tools.[8]

Developing a communication strategy is unthinkable without a brand platform. The company must understand its mission and the advantages of the product. They are the basis of the positioning concept, which means the desired image of the product in the perception of the consumer. [9] [10] When a company employs a complex of marketing communications or integrated marketing communications in its communication with consumers and product promotion, it can work with existing and potential customers on a continuous basis rather than in campaigns. Without a doubt, each industry has its own unique product selling and service provision, but there are also market trends that apply to all industries. The communication strategy includes two types of goals. Long-term goals should correspond to the company's development plans for a long period of time, for example, gaining a position in the market, capturing new markets and segments, etc. Tactical short-term goals are related to the stages of brand promotion and development. [11]

Some researchers obtained the general trend of social behavior of society in recent years and the propensity to communicate in social networks. Instagram Facebook, Twitter, and Vkontakte are

becoming the predominant channel for receiving information and communications, and advertising on social networks and the Internet is the most effective. At the same time, a fairly large audience of respondents, especially women, positively perceives advertising on television (61,8%) and printed advertisements (27,4%) of various information and advertising booklets (55,8%) and banners (46%). Attention is drawn to the fact that the male audience in all three analyzed regions has a low susceptibility to advertising on radio – audio advertising, as well as print advertising in newspapers, booklets. [12] [13]

Marketing communications, in particular, may serve as a differentiation of marketplaces with nothing to distinguish rival items and brands. [14] In addition to this, content marketing is an unique marketing communication instrument that serves as the sixth component of the updated marketing communication mix. [15] As mentioned earlier, the use of social media resources opens up a plethora of options for the use of Internet marketing tools, especially in Kazakhstan. To sum up, after analyzing works of researchers, I found out the absence of the fact, that there is no direct correlation between brand strength and the types of marketing communications.

Methods

The purpose of the study is to determine relationship between the brand and the types of instruments of marketing communication by using literature analysis, statistical method and conducting quantitative research in a form of survey.

The data for this study was collected by viewing a number of articles related to the study of marketing commutation tools and the brand strength published since 2017. Most of the articles were new, even from 2022, because the question of promotion and marketing is trendy nowadays and available to evaluate methods of data collection and analysis. Literature analysis intends to deeply examine the study of a group of writings to gain a better understanding of a main topic.

The collection of primary data, as part of the study, was carried out through a survey of students in majoring in marketing, employees of large marketing companies and heads of marketing departments. Survey can get targeted results and able to draw conclusions better.

The survey was conducted through a structured questionnaire of 18 closed and open questions, which were answered by respondents on different types of questions including multiple choice, rating scales, textbox, ranking and etc. The survey was completed by 50 people. The information synthesized into a graphical format made it possible to systematize the data obtained by conducting a survey in a platform called - Survey Monkey.

Results

As a result of the research conducted on the basis of the idea that the brand and the types of instruments of marketing communication have or do not have relation to each other, if they have, then based on what factors especially in Kazakhstan. The task of the survey was to identify main effective marketing communication tool.

50 people took part in the survey, the age range of respondents is presented as follows: 20-30 years – 19 people (38%); 31-40 years – 29 people (58%); 41-50 – 2 people (4%); 51-60 – 0(0%). Due to the diversity of participating respondents by characteristics age and differing at the same time by the level of the position in the structure, the representativeness of the survey is ensured, the opinion of various groups of employees on the marketing and promotion of products is fully reflected.

All participants know what is the brand, its main qualities and qualities necessary for successful brand positioning, in addition to this all communicating tools were known. 100% of the respondents were sure that there is relationship between the brand and its promoting instruments.

In order to check the viewpoint of the authors, whose works were analyzed, about the fact that the using types of instruments of marketing communications while promoting the product depend on the lifecycle of the brand. From the next horizontal bar charts, you can notice that in a first place always came internet advertising (16) and then direct marketing (11), if we compare with traditional marketing, first bar chart represents the order of importance of marketing communications for the promotion of a new brand (figure 1,%), the second one represents the same task for the promotion of an already well-known brand (figure 2,%).

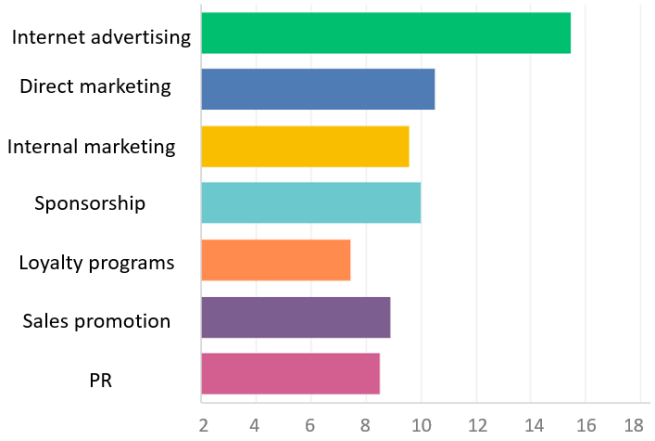


Figure 1. Promotion of a new brand

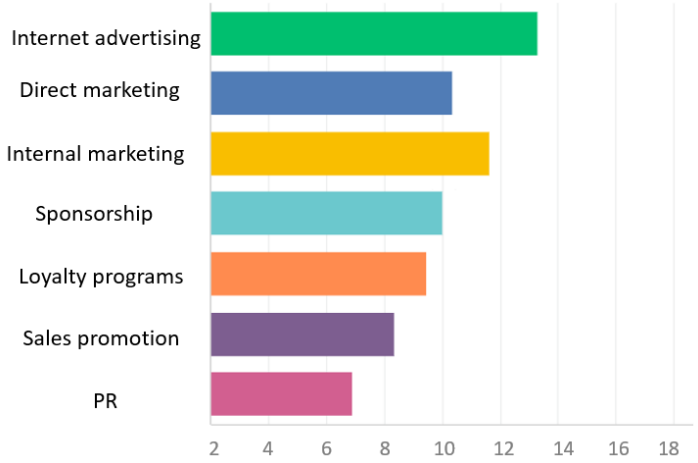


Figure 2. Promotion of an already well-known brand

There was made a comparative analysis of promotion tools in Kazakhstan and as a result we found out that in our country Internet marketing (100%) is the most popular and effective instrument. Due to the development of Internet communication and e-commerce, Internet presence is becoming a basic requirement to maintain business efficiency and ensure brand awareness. The digitization of public life and the development of online commerce force in Kazakhstan commercial organizations to use modern marketing communication tools, which are e-marketing tools. Unlike traditional tools that target audiences as a whole or large individual segment (age, geography, etc.), Internet marketing tools allow you to personalize consumer interactions while reaching large audiences.

Conclusion

Digital connection between businesses and customers has become the foundation for everyday decision-making, and marketing has been impacted by no less dramatic transformations. It is critical to supply the customer with a set number of justifications that will be required to build a preference in favor of a specific brand when communicating through an intermediary. Marketing communications is, by definition, a complicated and changing process, the proper execution of which is one of the determinants of a successful firm.

Marketing communications are one component of a marketing package used to educate customers about firms, their brands, goods, and services in order to achieve corporate objectives:

- raising public and immediate target audience awareness of firms, their goods, and brands;
- conveying information about the company and its offerings to the target audience;
- encouraging purchases by the target audience in a specific location and at a certain time. Equalizing seasonality and sales failures;
- distinguishing from rivals via communications (informing customers about the benefits and uniqueness

of the firm, its goods, services, and brands);
- forming existing consumer loyalty to the company, its products, and brands.

We can conclude that, as a result of the pilot survey the brand is directly related with the types of instruments of marketing communication based on some factors. If promoting product is new, there are special instruments to promote them, such as internet marketing, especially advertising on social media, Google, Facebook, Instagram etc. On the other hand, if promoting good or service is already known, we can just support by using for example sales promotion and loyalty programs.

Another main factor, that affects to the relation of the brand and types of using tools while promoting products is the dependence from the goal of promotion. Each type of marketing communication can be used individually to achieve a short-term goal, while their combination and integration can yield long-term efficiencies.

The intensity of global competition, changes in consumer behavior, and the advancement of digital technology are driving forces behind the ongoing expansion and enhancement of marketing tools. The form and substance of marketing tools are fundamentally changing, requiring businesses to focus on consumer requests and transition to omnichannel service in both the b2c and b2b worlds. The work of optimizing the marketing mix is quickly becoming one of the most crucial for businesses, because profit is made through ways that rely on continual input from clients while making specific offers.

For further researches, there are many possibilities to research and analyze the relationship of the brand strength and the types of instruments of marketing communication in different spheres, for instance: construction, medicine and other fields.

References:

1. Philip Kotler, Kevin Keller, and Alex Chernev, Marketing Management, 16th edition, Pearson, 2022
2. Praude V., Bormane S. Influence of Marketing Communications on the Processes of Consumers' Decisions // Regional Formation and Development Studies (2022) pp. 110-124
3. Mar Gómez-Rico, Arturo Molina-Collado, María Leticia Santos-Vijande, María Victoria Molina-Collado. The role of novel instruments of brand communication and brand image in building consumers' brand preference and intention to visit wineries // Current Psychology (2022) Published: 07 January 2022
4. Puangmaha T., Taiphapoon T., Vadhanasindhu P., Sinthupinyo S. Innovative social media marketing communication application for Thai hotel SMEs // International Journal of Interactive Mobile Technologies (2020) pp. 150-167.
5. Izakova N., Kapustina L., Drevalev A. Performance of Social Media Marketing Communications of Industrial Companies // SHS Web of Conferences (2021)
6. Kulchimbayeva S., Khamidullina Z., Ahmedjanova G. Social marketing: The future of reproductive culture in Kazakhstan // Minerva Medica (2019) 110(Supplement 1) 28
7. Hilde A.M. Voorveld. Brand Communication in Social Media: A Research Agenda // Journal of Advertising. vol. 48, 2019. pp. 14-26. Published online: 09 Apr 2019
8. Nasakaeva B.E. Opportunities for the development of internet marketing in the republic of Kazakhstan // Practical Marketing №5 (2021) pp. 22-29.
9. Esymzhanova S.R., Seyfullina D.E. Formation of the company's marketing communication strategy // Science and education today (2021) pp. 21-25
10. Romanov A.A., Synyaeva V.A., Polyakov M. Marketing communications: University Textbook 2018 pp. 16
11. Senderov D. Marketing communications: Book 2018 pp. 496
12. Blagoev V.I., Shustova E.P., Mishchenko I.V. Effective advertising and its impact on consumer behavior (on the example of Kazakhstan, Russia, Bulgaria regions) // The Science of Person: Humanitarian Vol.14 No.2 2020 pp.134-141
13. Johnson G., Scholes K., Whittington R., Angwin D. & Regner P. Exploring Strategy // Text and Cases, 11th Ed., Pearson, Harlow, UK, 2017, pp. 214–217.

ИССЛЕДОВАНИЕ БИОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАСТАНИЯ МЕТАЛЛИЧЕСКИХ КОНСТРУКЦИЙ ОГОЛОВКА ВОДОЗАБОРНЫХ СООРУЖЕНИЙ

Жамалиденов Султан Ерланулы[1] Магистрант 1 курса
Ботантаева Б. С.,[2] к.т.н. Научный руководитель
[12]Satbayev University, г. Алматы

Аннотация. Статья посвящена исследованию биологического обрастания металлических конструкций оголовка водозаборных сооружений. Обрастание оказывает значительное влияние на функциональную эффективность сооружений и увеличивает затраты на их эксплуатацию. В статье представлены результаты исследований, проведенных с использованием комбинированного подхода, включающего визуальные методы, сканирующую электронную микроскопию и секвенирование ДНК. Исследование показывает влияние солености и температуры воды на видовой состав и плотность биологического обрастания, и выявляет доминирование бактерий родов Pseudomonas и Vibrio в обрастании. Результаты подтверждают значимость проблемы биологического обрастания и указывают на необходимость дальнейших исследований в области управления и предотвращения биологического обрастания.
Ключевые слова: биологическое обрастание, водозаборные сооружения, металлические конструкции, видовой состав, Pseudomonas, Vibrio, сканирующая электронная микроскопия, секвенирование ДНК, управление биологическим обрастанием.

Аннотация. Мақала су қабылдау құрылымдарының металл конструкцияларының биологиялық ластануын зерттеуге арналған. Ластану құрылымдардың функционалдық тиімділігіне айтарлықтай әсер етеді және оларды пайдалану шығындарын арттырады. Мақалада визуалды әдістерді, сканерлейтін электронды микроскопияны және ДНҚ секвенциясын қамтитын біріктірілген тәсілді қолдана отырып жүргізілген зерттеулердің нәтижелері келтірілген. Зерттеу судың тұздылығы мен температурасының биологиялық ластанудың түрлік құрамы мен тығыздығына әсерін көрсетеді және Pseudomonas және Vibrio тұқымдас бактериялардың ластанудағы үстемдігін анықтайды. Нәтижелер биологиялық ластану проблемасының маңыздылығын растайды және биологиялық ластануды басқару және алдын алу саласындағы қосымша зерттеулердің қажеттілігін көрсетеді.
Түйін сөздер: биологиялық ластану, су жинау қондырғылары, металл құрылымдары, түр құрамы, Псевдомоналар, Вибрио, сканерлейтін электронды микроскопия, ДНҚ секвенциясы, биологиялық ластануды басқару.

Annotation. The article is devoted to the study of biological fouling of metal structures of the head of water intake structures. Fouling has a significant impact on the functional efficiency of structures and increases the cost of their operation. The article presents the results of studies conducted using a combined approach, including visual methods, scanning electron microscopy and DNA sequencing. The study shows the influence of salinity and water temperature on the species composition and density of biological fouling and reveals the dominance of bacteria of the genera Pseudomonas and Vibrio in fouling. The results confirm the importance of the problem of biological fouling and indicate the need for further research in the field of management and prevention of biological fouling.
Keywords: biological pollution, water collection plants, metal structures, species composition, Pseudomonas, Vibrio, scanning electron microscopy, DNA sequencing, biological pollution management.

Введение

Водозаборные сооружения играют ключевую роль в обеспечении доступа к водным ресурсам для широкого спектра применений, включая промышленность, сельское хозяйство и бытовые нужды. Однако, эффективность этих критически важных систем может быть серьезно подорвана из-за биологического обрастания металлических конструкций оголовка, что может привести к уменьшению производительности, повышенным эксплуатационным затратам и снижению качества воды.

Актуальность данной работы обусловлена тем, что, несмотря на общепризнанные проблемы, связанные с биологическим обрастанием, данная тема до сих пор не получила

достаточного внимания в контексте водозаборных сооружений.

Целью данного исследования является изучение процессов биологического обрастания на металлических конструкциях оголовка водозаборных сооружений, идентификация ключевых факторов, влияющих на этот процесс, а также разработка рекомендаций по предотвращению и контролю данного явления.

Мы предполагаем, что биологическое обрастание может значительно варьироваться в зависимости от таких факторов, как температура, соленость воды и тип микроорганизмов, присутствующих в воде. Кроме того, мы полагаем, что понимание этих факторов позволит разработать более эффективные стратегии контроля обрастания.

Теоретическая значимость этого исследования заключается в расширении нашего понимания процессов биологического обрастания, их динамики и взаимодействия с окружающей средой. Практическая значимость работы состоит в разработке методов и подходов, которые могут быть применены для минимизации влияния биологического обрастания на эффективность работы водозаборных сооружений.

Данная работа представляет собой новый взгляд на проблему биологического обрастания в контексте водозаборных сооружений, обеспечивая более глубокое понимание этого явления и предлагая новые подходы к его решению.

Литературный обзор

Обширные исследования в области биологического обрастания на протяжении десятилетий обеспечили значительное понимание этого процесса, включая идентификацию ключевых видов микроорганизмов, которые участвуют в обрастании, а также динамику их роста.

В работе Characklis представлены результаты анализа процесса биологического обрастания. Автор проводит анализ факторов, которые влияют на обрастание, и выделяет основные этапы этого процесса. Ключевое внимание уделяется тому, как различные виды микроорганизмов взаимодействуют друг с другом и окружающей средой, и как это влияет на их способность к обрастанию [1].

Работа Fletcher & Floodgate расширяет наше понимание микроорганизмов, участвующих в обрастании, и представляет результаты исследования, проведенного с использованием электронной микроскопии. В исследовании детально рассматривается структура биопленок и показывается, как микроорганизмы взаимодействуют внутри этих биопленок и с поверхностью, на которой они растут [2].

Schultz и соавторы рассматривают вопрос биологического обрастания с экономической точки зрения, а также анализируют различные методы контроля и устранения обрастания. Их исследование подчеркивает значимость проблемы обрастания и необходимость эффективных методов его контроля и устранения [3].

Добрецов и соавторы в своей работе подробно анализируют механизмы обрастания в морской среде и связь его с кворум-сенсингом - способностью микроорганизмов воспринимать и реагировать на изменения плотности своей популяции. В рамках исследования рассматриваются различные виды микроорганизмов, участвующих в обрастании, и обсуждаются способы контроля этого процесса [4].

В контексте промышленного водоснабжения Flemming & Wingender освещают проблему биологического обрастания трубопроводов и охлаждающих башен. Авторы подробно анализируют структуру биопленок, которые формируются на поверхностях водоснабжающих систем, и приводят методы борьбы с ними. Работа уделает значительное внимание устойчивости биопленок к различным методам контроля и обсуждает возможности их устранения [5].

Тем не менее, конкретная проблематика биологического обрастания металлических конструкций оголовка водозаборных сооружений в доступной литературе затрагивается недостаточно. Это связано, вероятно, с уникальностью такого рода конструкций и спецификой их эксплуатации, включая особенности взаимодействия с окружающей средой и динамику обрастания.

Внешние факторы играют значительную роль в биологическом обрастании. Работа Salta и соавторов подробно освещает влияние различных характеристик морской среды на биологическое обрастание искусственных поверхностей. Авторы обозначают температуру, соленость, освещенность и другие параметры как ключевые факторы, влияющие на

биологическое обрастание. Они также обсуждают динамику и структуру биопленок в различных морских условиях [6].

Исследование Pao и соавторов (Rao, T.S., Ramanujam, S., & Rangarajan, R., 2018) представляет собой значительный вклад в понимание структуры биофильмов и типов микроорганизмов, участвующих в их формировании. Они также уделены внимание взаимодействию микроорганизмов внутри биофильма и их влиянию на коррозию металлических поверхностей [7].

Однако, существует значительный пробел в исследовании специфических условий и обстоятельств, связанных с обрастанием в контексте оголовка водозаборных сооружений. Эти структуры подвергаются уникальному набору экологических условий, включая различные уровни солености и температуры, которые, как можно предположить, оказывают влияние на видовой состав и динамику биофильмов. Этот пробел в литературе является основной мотивацией для нашего исследования, и мы стремимся предоставить новые данные и взгляды на эту важную проблему.

В исследовании Lejars, M., Margaillan, A., & Bressy, C. (2012) активно рассматриваются различные стратегии противостояния биологическому обрастанию, включая использование антиобрастающих покрытий. Этот вопрос актуален, учитывая повсеместное распространение биологического обрастания и его негативное влияние на эксплуатацию и прочность металлических конструкций [8].

Но существует пробел в знаниях о том, как эти стратегии и антиобрастающие покрытия работают в условиях оголовка водозаборных сооружений. Учитывая уникальные условия окружающей среды таких объектов, вполне возможно, что стратегии борьбы с биологическим обрастанием, которые оказываются эффективными в одном контексте, могут быть менее успешными в другом.

В исследовании Zheng, Y., Zheng, J., & Wang, C. (2018) акцент делается на изучении влияния морской воды на коррозию стальных конструкций. В частности, авторы подчеркивают роль солености воды как одного из ключевых факторов, влияющих на коррозионные процессы. Это особенно актуально для металлических конструкций, эксплуатируемых в морской среде, где соленость может достигать высоких уровней [9].

Однако, несмотря на важность данных исследований, они сосредоточены главным образом на морских условиях и не применяются к контексту водозаборных сооружений, где условия могут существенно отличаться. Так, характеристики окружающей среды, такие как температура, pH, концентрация кислорода, присутствие других ионов и микроорганизмов могут иметь другие значения и существенно влиять на процессы биологического обрастания и коррозии.

В статье Ista, L.K., Pérez-López, B., & Sanchez, L. авторы обсуждают влияние различных условий окружающей среды на биологическое обрастание и как эти факторы можно использовать для контроля и предотвращения биологического обрастания [10].

Исследование. Ye, G., Tang, C.Y., Wang, R., & Fane, A.G. изучает биологическое обрастание на охлаждающих башнях и может быть полезным при переносе результатов на водозаборные сооружения [11].

Работа Huang, H., Yuan, Y., & Zeng, G. описывает разработку новых антиобрастающих покрытий, которые обещают быть эффективными в борьбе с биологическим обрастанием на металлических конструкциях [12].

Все же в доступной литературе недостаточно работ, в которых бы рассматривались специфические условия обрастания металлических конструкций оголовка водозаборных сооружений. Учитывая разнообразие факторов, которые могут влиять на обрастание в различных водных условиях (в том числе температуру, соленость, освещенность и другие), можно предположить, что обрастание в этих условиях имеет свои особенности. Это подчеркивает важность дальнейших исследований в этой области, чтобы лучше понять процесс обрастания и разработать эффективные методы его контроля и устранения.

Таким образом, научная работа, целью которой является исследование биологического обрастания металлических конструкций оголовка водозаборных сооружений, заполняет значимую пробел в имеющейся литературе, при этом возможно использование данных и подходов из сходных областей для определения базовых принципов и методов исследования.

Методы

Для нашего исследования мы разработали комплексную стратегию, охватывающую как визуальную оценку, так и более сложные и точные методы анализа, включая сканирующую электронную микроскопию (SEM) и секвенирование ДНК. Наша цель состояла в получении всестороннего понимания биологического обрастания на металлических конструкциях оголовка водозаборных сооружений и установлении основных видов микроорганизмов, способствующих этому процессу.

Образцы для анализа были собраны с различных участков металлических конструкций оголовка водозаборных сооружений. Сбор образцов производился с использованием стерильных инструментов и контейнеров для минимизации контаминации. Всего было собрано 30 образцов с различных участков, каждый из которых анализировался отдельно.

Визуальная оценка образцов проводилась с целью определения степени обрастания и его распределения на поверхности металла. Для этого использовались фотографии образцов и микроскопический анализ.

SEM использовалась для более подробного и точного изучения структуры биопленки на образцах. Образцы были обработаны в соответствии с принятыми методами для SEM и анализировались с использованием высокоразрешающего электронного микроскопа.

Последний этап анализа включал в себя изоляцию и секвенирование ДНК из образцов для идентификации присутствующих микроорганизмов. ДНК изолировали с использованием стандартных методик, а затем проводили секвенирование с использованием технологии Next Generation Sequencing (NGS). Полученные последовательности были анализированы с помощью биоинформатических инструментов для идентификации видов и оценки разнообразия микроорганизмов.

Результаты

Анализ показал, что все 30 собранных образцов подверглись биологическому обрастанию. При этом степень обрастания варьировалась, что, по-видимому, связано с различием условий окружающей среды в местах отбора образцов.

Изучение данных позволило установить, что соленость и температура воды оказывают значительное влияние на видовой состав и плотность биологического обрастания. Наибольшее обрастание наблюдалось в областях с высокой соленостью и температурой, что подтверждает результаты ряда предыдущих исследований (Salta et al., 2013).

Секвенирование ДНК позволило идентифицировать большое разнообразие микроорганизмов на образцах. В результате анализа обнаружено доминирование бактерий родов Pseudomonas и Vibrio. Эти роды бактерий известны своей способностью к формированию устойчивых биопленок и адаптации к широкому спектру условий среды (Flemming & Wingender, 2010).

Помимо бактерий, на многих образцах были обнаружены водоросли и мидии. Это говорит о том, что биологическое обрастание металлических конструкций водозаборных сооружений представляет собой сложное экологическое сообщество, включающее различные виды организмов.

Сканирующая электронная микроскопия позволила подтвердить результаты, полученные при секвенировании ДНК. На изображениях SEM видно, что биологическое обрастание представляет собой сложную трехмерную структуру, состоящую из различных видов микроорганизмов, включая бактерии, водоросли и мидии.

Выводы и обсуждение

Наше исследование подтверждает, что биологическое обрастание является значимой проблемой для металлических конструкций оголовка водозаборных сооружений. Это согласуется с общими выводами, представленными в научной литературе о негативном влиянии биологического обрастания на различные металлические конструкции (Flemming & Wingender, 2010; Dobretsov et al., 2013).

Мы также показали, что видовой состав обрастающих организмов может существенно варьироваться в зависимости от солености и температуры воды. Такое разнообразие организмов в биологическом обрастании свидетельствует о сложности и многообразии экологических взаимодействий в данной среде.

Важным направлением для дальнейших исследований является оценка влияния биологического обрастания на структурную целостность и функциональность водозаборных сооружений. Предварительные данные говорят о возможности негативного воздействия обрастания на эти параметры, что требует подробного анализа и оценки.

Основываясь на данных, полученных в ходе этого исследования, мы можем предложить несколько направлений для разработки стратегий управления и предотвращения биологического обрастания.

Во-первых, поскольку видовой состав обрастания варьируется в зависимости от солености и температуры воды, стратегии управления могут быть адаптированы под конкретные условия водной среды.

Во-вторых, поскольку было выявлено преобладание бактерий родов Pseudomonas и Vibrio, можно рассмотреть разработку противомикробных стратегий, направленных против этих групп микроорганизмов.

В-третьих, применение материалов, устойчивых к обрастанию, может быть перспективным направлением для снижения степени обрастания металлических конструкций водозаборных сооружений. В последние годы появились новые материалы и технологии, которые могут существенно снизить степень биологического обрастания.

В-четвертых, важным направлением является разработка и внедрение биотехнологических методов контроля обрастания, таких как использование антибиотиков, бактериофагов или пробиотиков.

В-пятых, применение инновационных технологий, таких как ультразвуковая и электромагнитная обработка воды, может стать эффективным средством борьбы с биологическим обрастанием.

В целом, наша работа вносит важный вклад в понимание проблемы биологического обрастания металлических конструкций оголовка водозаборных сооружений и предлагает несколько направлений для дальнейших исследований и разработки стратегий управления и предотвращения биологического обрастания.

Список использованных источников

1. Characklis, W. G. (1990). Microbial fouling: a process analysis. Biofouling, 2(1-3), 1-14.

2. Fletcher, M., & Floodgate, G. D. (1994). An electron microscopic examination of an ultrathin section of a marine biofilm. Biofouling, 8(4), 259-270.

3. Schultz, M. P., Bendick, J. A., Holm, E. R., & Hertel, W. M. (2011). Economic impact of biofouling on a naval surface ship. Biofouling, 27(1), 87-98.

4. Dobretsov, S., Teplitski, M., & Paul, V. (2013). Mini review: quorum sensing in the marine environment and its relationship to biofouling. Biofouling, 25(5), 413-427.

5. Flemming, H.-C., & Wingender, J. (2010). The biofilm matrix. Nature Reviews Microbiology, 8(9), 623–633.

6. Salta, M., Wharton, J. A., Blache, Y., Stokes, K. R., & Briand, J. F. (2013). Marine biofilms on artificial surfaces: structure and dynamics. Environmental Microbiology, 15(11), 2879-2893.

7. Rao, T.S., Ramanujam, S., & Rangarajan, R. (2018). Biofilms: Implications in biocorrosion and control strategies. Journal of Basic Microbiology, 58(3), 175-188.

8. Lejars, M., Margaillan, A., & Bressy, C. (2012). Fouling release coatings: A nontoxic alternative to biocidal antifouling coatings. Chemical reviews, 112(8), 4347-4390.

9. Zheng, Y., Zheng, J., & Wang, C. (2018). Effect of sea water on the corrosion behaviour of steel structures. Ocean Engineering, 160, 143-150.

10. Ista, L.K., Pérez-López, B., & Sanchez, L. (2014). Biofilm formation affects surface properties of novel bio-anti-fouling materials. Biofouling, 30(8), 941-952.

11. Ye, G., Tang, C.Y., Wang, R., & Fane, A.G. (2019). Biofouling in membrane bioreactors. Biofouling, 35(1), 89-107.

12. Huang, H., Yuan, Y., & Zeng, G. (2021). Recent progress in antifouling technology for reverse osmosis desalination. Journal of Membrane Science, 620, 118794.

ЭСТРАДАЛЫҚ ВОКАЛДЫҢ ОҚЫТУ ӘДІСТЕРІНІҢ МӘСЕЛЕЛЕРІ
(К ВОПРОСУ О МЕТОДАХ ПРЕПОДАВАНИЯ ЭСТРАДНОГО ВОКАЛА)

Жұмабекова Л.Ә.
Өнертану ғылымдарының кандидаты
Т.Жүргенов атындағы Қазақ Ұлттық өнер академиясының
Эстрада вокал кафедрасының ұстазы
E-mail: laura_zhum@bk.ru

Аннотация. Мақалада ғылыми-әдістемелік әдебиеттің жетіспеушілігіне байланысты эстрадалық ән айтуды оқытудың қиындықтары туралы айтылады. Автор өткен жылдар мен қазіргі заманның ән айтуын үйренудің әртүрлі әдістерін қарастырады. Олардың ішінде сөйлеу позициясында ән айту; дауысты босату; фонопедиялық; концентрлік; түсіндірме-иллюстрациялық; репродуктивті; есту ішілік бейнелеу негізінде психикалық ән айту; әншілерде дұрыс және бұрыс дауыс түзілуін салыстырмалы талдау процесінде есту қабылдауы мен ақыл-ой операцияларын жандандыру; жақсы әншілердің жазбаларын тыңдау процесінде есту әсерлерінің жинақталуы және т.б. ән айтуды оқытудың әртүрлі әдістемелік жүйелерін талдау нәтижесінде автор оларды дауыстық аппараттың кез-келген бөлігінің қызметін басқаруға бағытталған жергілікті және бүкіл дауысты құрайтын кешенге әсер ететін жүйелік болып бөледі. Жүйелік әдістер өз кезегінде олардың әсеріне байланысты әртүрлі мақсаттарға ие болуы мүмкін: психологиялық, физиологиялық, эмпирикалық және акустикалық. Жеке орындаушылық және педагогикалық тәжірибе негізінде автор студенттердің жеке ерекшеліктеріне байланысты әр түрлі жүйелік әдістердің жиынтығынан тұратын кәсіби эстрада әншілерін тәрбиелеудің ғылыми негізделген кешенді әдісін ұсынды.
Түйінді сөздер: эстрадалық ән айту, вокалдық педагогика, оқытудың жергілікті және жүйелі әдістері, дауыс қалыптастыру технологиясы, эстрадалық әншілердің мәселелері.

Аннотация. В настоящее время в нашей стране, как и в бывшем СССР, уделяется большое внимание воспитанию подрастающего поколения. Однако, несмотря на наличие достаточного количества книг и пособий по вокальному искусству, проблема воспитания подрастающего поколения, в частности, эстрадных певцов, не решена в полной мере.

В статье представлен обзор методов, которые используются на уроках пения, с позиций изученности этого вопроса и их практического применения. Среди них - пение с одновременным произношением слогов, слов, фраз; пение отдельных гласных, согласных, слогов и слов; пение на основе слогового принципа чтения; пение двухголосия: освобождение голоса, которое имеет как психологический, так и физиологический характер, мысленное пропевание с опорой на слуховое представление; а также формирование «наслушанности», влияющее на особенности восприятия и анализа музыки. Указанные компетенции необходимо охватывать в системном подходе к обучению пению, который также включает в себя не только управление функциями голосового аппарата, но и работу над созданием целостного образа песни.
Ключевые слова: эстрадное пение, вокальная педагогика, локальные и системные методы обучения, анализ обучения пению, технология голосообразования, проблемы эстрадных певцов.

Annotation. The article talks about the difficulties of teaching pop singing due to the lack of scientific and methodological literature. The author examines various methods of teaching singing of the past and the present. Among them are such as singing in a speech position; voice liberation; phonopedic; concentric; explanatory and illustrative; reproductive; mental singing based on an intra-auditory representation; activation of auditory perception and mental operations in the process of comparative analysis of correct and incorrect vocalization in singers; accumulation of auditory impressions in the process of listening to recordings of good singers, etc. As a result of the analysis of various methodological systems of teaching singing, the author divides them into local ones, which are aimed at controlling the function of any particular part of the vocal apparatus, and systemic ones, which act holistically on the entire voice-forming complex. Systemic methods, in turn, can have different purposes in their effects: psychological, physiological, empirical and acoustic. Based on personal performing and

pedagogical experience, the author proposes a scientifically based comprehensive method of educating professional pop singers, consisting of a combination of various systemic methods, depending on the individual characteristics of students.
Keywords: pop singing, vocal pedagogy, local and systemic teaching methods, technology of voice formation, problems of pop singers.

Кіріспе

Қазіргі таңда эстрадалық өнер, атап айтқанда вокалдық орындаушылық мәселелеріне қызығушылық үнемі артып келеді. Эстрадалық ән айтуды оқыту әр түрлі деңгейдегі оқу орындарында, атап айтқанда, қосымша білім беру жүйесіндегі балалар вокалдық топтарынан бастап жоғары мәдени оқу орындарында және педагогикалық университеттердің музыкалық факультеттерінде жүзеге асырылады. Алайда, оқытушылар мен студенттер эстрадалық вокалистті тәрбиелеу үшін қажетті ғылыми әдебиеттердің жетіспеушілігімен байланысты үлкен қиындықтарға тап болады. Вокалдық эстрада проблемаларына арналған ғылыми-әдістемелік әдебиеттерді талдау осы уақытқа дейін эстрада әншілерін оқыту әдістемесі жеткілікті әзірленбегенін көрсетті. Академиялық вокалдық дайындықпен эстрадаға келгендер де өздері үшін жаңа репертуарды орындаудың эстрадалық стилін игеру жолында ұзақ ізденістер мен ашылулардан өтуі керек. Осылайша, қазіргі уақытта эстрада өнерінің вокалды педагогикасы кәсіби білім берудің дамымаған салаларының қатарына жатады.

Әдеби шолу мен әдістер

Эстрадалық дауысты қою тәжірибесінде әйгілі американдық мұғалім Сет Риггс ұсынған сөйлеу позициясында ән айту әдісі жиі қолданылады [1]. Бұл әдістің негізгі бағыты көмейді бейтарап, яғни сөйлеу күйінде пайдалануға бағытталған. Бұл дегеніміз, ән айту кезінде көмей «дауыс регистріне және көлеміне қарамастан» тыныш сөйлеу кезіндегідей күйде қалады [1, 2-б.]. Яғни ән айту кезінде дауыс шығару позициясы сөйлеу позициясында болу керек. Дәл осы методикамен қазіргі таңда көптеген эстрада вокал мұғалімдері жұмыс істеді. «Сөйлеу деңгейінде ән айту» вокалдық техникасының авторының пікірінше, «дыбыс шығару процесін жүзеге асыру үшін әнші әрқашан өзінің резонанстық сезінуіне назар аудару керек», - дейді [1, 70-бет].

Американдық актриса және театр мұғалімі Кристин Линклейтердің әдістемесінде «жеке, шығармашылық дауысты босату» деген ой айтылады [2, 6-б]. Ол өзі актерлік кәсіппен айналысқандықтан оның әдісі сахнада сөйлеу үшін дауыс қоюмен тығыз байланысты. Дегенмен, ол академиялық және эстрадалық әншілерді даярлау процесінде белсенді қолданылады[1].

Линклейтердің айтуынша, адам дауысының бұлшық еттері дененің бұлшық еттерімен тікелей байланысты, сондықтан бүкіл денені босату арқылы адамның дауысының да бұлшық еттерін босату үшін арнайы жаттығулар ұсынады, мысалы, ерекше назар аударатын таза физикалық жаттығу: баспен төмен қарай салбырап терең тыныс алу. Сонда адам денесіндегі қысымдар кетеді, бірақ солармен қатар адамның эмоционалды хал-жағдайы да өзгереді екен» [2, 8-б.]. Яғни, денені босатуға арналған жаттығулар арқылы адамның дауысы да ашылады, аөңілі де көтеріледі. Ал әншіге ән айту үшін ашық көңілде болу ол басты міндет. Дегенмен, аудитория жағдайында бұл жаттығуды жасау бәріне келе бермейді.

«Дауысты фонопедиялық әдіспен дамытудың» авторы - В.В.Емельянов - тыныс алу процесін саналы түрде бақылаудан бас тарту керек екендігінің пайдасын дәлеледейді» [3]. В.Емельяновтың әзірлеген тұжырымдамалары, көзқарастары мен дауыспен жұмыс істеу әдістері дәстүрліден айтарлықтай ерекшеленеді. Бұл әдістердің жиынтығы бірнеше мақсаттарға көзделген, оның ішінде ерекше назар аударатыны –дауысты бұзып алуға апаратын әдістердің алдын алу мақсатында ол профилактикалық шаралар қолдануын көрсетеді, әншілік дауысты дұрыс қойып, оны әрі қарай кәсіби түрде дамыту тәсілі ретінде ұсынады.

В.Емельянов отыз жыл бойы дайындап әзірлеген ән айтуды үйрету әдістемесін қырық жыл бойы мамандар қолданып келе жатыр. Ол өзінің бағдарламасындағы "фонопед" сөзін эстетикалық және орындаушылық міндеттерге қатысты дауыстық аппаратты үйлестіру және

[1] К.Линклэйтердің «Дауысты босату» кітабы [2] АҚШ-тың ірі баспаларында бірнеше рет жарық көрді және көптеген тілдерге аударылды. Американың театр және эстрада мектептерінің көпшілігі осы әдісті қолданып дайындалады. Кітапты орыс тіліне аударған - автордың шәкірті және ізбасары және Ресейде осы әдіс бойынша сабақ жүргізетін Л.Соловьева.

оқыту мәселелерін шешу құралы ретінде пайдаланады. Бұл әдістің "техникалық және шығармашылық бірлікке" негізделген басқа әдістерден айырмашылығы, ол өз техникасында алдымен ән айту құралын жасауды, қалыптастыруды, содан кейін ғана қолдануды ұсынады. Бұл тәсілде оның әмбебаптығын атап өту керек. Ұстаздық тәжірибесі нәтижесінде, осы әдісті қолдана отырып, кез-келген адамды ән айтуға үйретуге болады, екіншіден, бұл денсаулыққа пайдалы және кез-келген іс-әрекетте сәттілікке қол жеткізуге әсері болады деген ойда.

Автордың пікірінше, әдіс тиімділігінің бағалау критерийлері – дауыстың негізгі акустикалық сипаттамалары (дыбыс деңгейі мен дыбыстық диапазон); дауысты қорғау (орындаушыға зиян келтірместен ән айту); психологиялық орындылық (эмоцияларды дауыспен беру мүмкіндігі). Фонопед әдісінің авторы дәстүрлі вокал мектептерінде қолданылатын эмпирикалық, яғни көріп қайталау, дауыс қою әдісінің төмен тиімділігі туралы айтады. В.Емельяновтың айтуынша, оның әдістемесі ең алдымен дауыстық қабілеттері дәстүрлі әдістермен дамытуға келмейтін адамдарға тиімді болады деген. Оның әдістері дәстүрлі вокалды оқыту үдерісіне дайындық сатысында, көмекші әдіс ретінде және емдік немесе фонопед бағыты жағынан пайдалы болып қолдануға ұсынылады.

Дауыс қалыптастырудың фонетикалық әдісі – ең көп таралған әдістердің бірі. Фонетикалық әдіс жеке сөйлеу дыбыстары мен буындарды қолдану арқылы дауыс қалыптастыруға арналған. Мұғалім дауысты қажетті деңгейде дамыту үшін және саналы түрде қолдану үшін сөйлеу дыбыстарының сипаттамаларын білуі керек. Мысалы, «Б», «М», «П», «Ф» ерін арқылы пайда болады; «Д», «Л», «Р», «Т», «Ц», «Ч» тілмен байланысты, т.с.с. Әр түрлі арнайы дауысты дамытуға арналған буындарды әндетіп жаттығуларды айту анық дикция қалыптасуына әсерін тигізеді. Дауысты және дауыссыз дыбыстарды, буындарды қандай жағдайда қалай қолдануын және дауыс аппаратына қандай әсерін тигізетінін мұғалім нақты біліп барып жүзеге асыру керек.

Сабақ барысында мұғалім өз дауысымен көрсеткенді білім алушы тыңдап, естігенін мұғалімге еліктеп қайталап орындайды, бұл әдіс түсіндірме-иллюстрациялық немесе репродуктивті деп аталады. Бұл жерде репродуктивті деген сөзбе-сөз, берілген үлгі бойынша, шығармашылық белгілері жоқ түрде қайталау, тек белгілі нәрсені немесе біреу жасаған нәрсені қайталау мағынасында қолданады.

Аталған әдіс-тәсілдермен қатар оқу алушының саналы түрде қабылдауы, шығарманың мазмұнын терең түсінуі және соны эмоционалды түрде тыңдарманға жеткізуі әншінің ішкі есту қабілеті қалыптасып дамуына зор әсерін тигізеді.

Нәтижелер

Арнайы вокал педагогикасына байланысты әдебиеттерді талдау барысында бірнеше нәтижелер анықталды. Алдымен, эстрадалық ән айтуды оқытуға арналған жұмыстардың кемшіліктері бар, оның ішінде дауыс аппаратының ән айтудағы жұмысы туралы нақты ғылыми мәліметтердің болмауы және дауыс шығарудағы белгілі бір құбылыстарды біржақты бағалауы.

Сондықтан эстрадалық ән айтуды оқытудың бірыңғай, ғылыми негізделген әдіснамасы болмағандықтан әр автор өзінің таңдаған әдісін жалғыз дұрыс деп айтуға мүмкіндік береді. Дегенмен, белгілі бір іргелі мәселелер бойынша қарама-қайшы пікірлер кәсіби эстрада әншісін тәрбиелеуге ғылыми негізделген көзқарас құру қажеттілігі туралы қорытындыға әкелетінін мойындау керек.

Жалпы алғанда, дауыс құрылымын оның үш құрамдас бөлігінің біртұтас жүйесі ретінде ұсынуға болады: тыныс алу аппараты, көмей және артикуляциялық аппарат. Заманауи физиология мен фониатрия тұрғысынан бұл компоненттер үш ішкі жүйе ретінде түсіндіріледі:

- энергетикалық (өкпе, бронхтар, трахея, ингаляциялық және дем шығару бұлшықеттері);
- генераторлық (көмей мен дауыс қатпарлары);
- резонаторлық (көмей алдындағы жұтқыншақтан, ауыз қуысы мен мұрынның параназальды синустардан тұратын көмей үстіндегі артикуляциялық жүйе) [4, 65-б.].

Дауыс шығару жүйенің барлық үш бөлігі табиғи жағдайда үйлесімді және қатаң үйлестірілген түрде жұмыс істейді. Ол жоғары жүйке қызметінің (ми қыртысының) басқаруындағы бірыңғай иннервацияның арқасында жүзеге асады.

Ән айту кезінде қателіктер болса бұл үйлесім бұзылады, әсіресе егер мұғалім дауыс шығару процесіне кедергі жасап, дауыс аппаратының бір бөлігіне білмей салмақ түсіріп отырса да солай болады. Дерлік барлық мамандар осы дауыс шығару жүйесінің біртұтастығын және

рефлекторлық байланысын мойындайды.

В.Малишава – эстрадалық вокалдан беретін мұғалім, осы салада көптеген оқулықтардың авторы - жаттығу ретінде міндетті түрде скэт техникасын қолдану керектігін айтады. Ол әншіге ыңғайлы және ыңғайлы ән айту позициясын табуға мүмкіндік береді және тірек сезімін тудырады дейді. Скэт дегеніміз – аспапқа лайықтап дауыспен орындайтын импровизациялық техника. Оның негізінде адамның дауысы музыкалық аспапта орындалатын импровизацияны жасап отырады. Бұл техника бір қарағаннан түсініксіз, қиын болып көрінеді. Бірақ оның пайдасы өте көп, бұл техниканы игерген оқушы вокалдық техниканың шебері болуымен қатар, өз дауысының мүмкіндігін аша түседі [5, 7-б.]. Джазды айтқысы келетіндер үшін дауыстың "әдемі" тембрі қажет емес, бірақ әншілік дауыстың кең ауқымы қажет, ал импровизация қабілеті міндетті шарт болып табылады. Жалпы айтқанда, қазіргі кезде эстрадалық әнші болу үшін адамның дауысы мықты болмаса да ерекше тембрі, музыкалық қабілеті мен көрікті келбеті болса жеткілікті. Дегенмен, әрине, кәсіби әншінің белгісі – дауысының да ауқымдылығы мен мықтылығы болып есептеледі.

Оқушыға білім алу бағдарламасын оның вокалдық-техникалық және орындаушылық жағынан шамасы келетін жаттығулар айтқызып, соған лайықты әндер таңдау керек. Яғни әннің тесситурасы оқушының диапазонына сай келу керек. Мәселен, әуеннің дамуындағы биік ноталарды алуға оқушы қиналады, бұл жерде оқушы дауысының табиғатын түсіне білу керек, орынсыз қиын жаттығуларды берген жайда дауыс сымдарына зақым келтіруге болады. Ән айту кезінде тыныс алуы да еркін түрде қалыптасуы қажет, яғни егер сабақ үстінде оқушы дауысы сау болып тұрып, ән айтқанда қиналатын болса немесе тез шаршап қалатын болса, оның себебін анықтап, бұл оқушыға басқа методика қолданып көру керек. Осындай нюанстарды әннен беретін мұғалім уақытында көріп, естіп, сезіп, біліп, жөндеп отыру керек. Өйткені студент – ең алдымен білім алушы, ал мұғалім өзі әнді қалай айту керектігін өзі көрсете алмаса, ол әншіні тәрбиеле ала алмайды. Бұл – ешқандай күмәнға келмейтін аксиома.

Сабақ барысында мұғалім де, оқушы да екеуі екі жақтан оқу үдерісі табысты болуына ықпал етеді. Мәселен, оқушыға репертуар таңдау мәселесі өте маңызды болып есептеледі. Көбінесе мұғалімдер бұл жағынан дауыстың диапазоны мен тембріне қарап әндерді айтқыза береді, бірақ бұл проблеманы тереңдеу зерттеу қажет, яғни, мұғалім оқушыға репертуар таңдау кезінде оның жеке ерекшеліктерін, оның табиғи қабілеттері мен мүмкіндіктерін ескеру қажет, тіпті психологиялық тұрғыдан да хабардар болу керек. Сонымен қатар, осы бағытта оқушының кәсіби тұрғыда қалыптасуына, табиғи қабілеттерінің ары қарай ашыла түсуіне, жалпы тұлға ретінде дамуына да үлес қосатын әндер таңдау керек.

Алайда, қазіргі кезде вокалды оқыту тәжірибесінде әр түрлі оқыту методикалар қолданылып жүр, олар негізінде осы аталған дауыс шығару жүйесіне негізделеніп, ары қарай түрленіп шығады.

Ән айтуды оқытудың әртүрлі әдістемелік жүйелерін талдаудан дауыстық аппараттың және жүйенің жеке бөлігінің жұмыс істеуіне бағытталған жергілікті әдістер бар деп қорытынды жасауға болады, олар бүкіл ән айту процесіне тұтастай әсер етеді.

Пікірталас немесе талқылау

Кейбір мұғалімдер «ән айту мектебі – тыныс алу мектебі» деген пікірді басшылыққа алып, тыныс алуды бірінші орынға қояды.

Басқалары артикуляциялық органдардың жұмысына немесе ән айтудағы резонанс мәселелеріне назар аударады.

Тағы біреулері көмейдің жұмысына батыл араласады, оның белгілі бір позициясына қол жеткізеді, жанама әдістермен болса да, дауыстық қатпарлардың жабылу түрін ерікті түрде басқаруға тырысады.

Төртіншісі, әдетте, әншінің дауыстық аппаратына әсер етудің барлық жасанды әдістеріне тыйым салады, оның жұмысындағы табиғи үйлестіруді бұзудан қорқады, барлығын ән айту процесін өзін-өзі реттеуге береді, оқыту әдістемесін сөзсіз рефлекстерге, яғни автоматтандырылған қозғалыстарға негіздейді.

Дауыс қою әдістерін жүйелі түрге келтіретін болсақ, олар әртүрлі мақсаттарға көзделуі мүмкін: психологиялық, физиологиялық, эмпирикалық және акустикалық. Оларды жеке-жеке қарастыратын болсақ, психологиялық әдістердің жүйесі орындалатын шығарманың көркемдік бейнесін ашу, мазмұнын эмоционалды түрде түсініп тыңдарманға жеткізу. Физиологиялық жүйелік әдістердің негізінде әншілік тыныс алу және әншілік процесте тыныс алудың дұрыс

жұмыс істеуіне жағдай жасайтын дауыс қою болып табылады. Эмпирикалық жүйелік әдістер – бұл репродуктивті (еліктеп ән айту) әдісімен біріктірілген түсіндірме-иллюстрациялық әдіс. Акустикалық жүйелік әдістеріне әншінің резонаторлық жүйесінің жұмысын белсендіру әдісі жатады.

Жүйелі түрде реттелген әдістер іс жүзінде әртүрлі тәсілдермен жүзеге асырылады.

Кейбір әншілер әу бастан дауысының мықтылығын көрсетуге көп назар аударады, бірақ заманауи эстрадалық ән мәдениетінде кәсіби әншіліктің көрсеткіші – тек қана дауыстың күштілігі мен кең, ауқымды диапазонмен шектелмейді. Алдымен музыкалық қабілетімен қатар жақсы деңгейдегі музыкалық талғам, өзіндік ерекше тембр және сахнада лайықты көрікті келбеті болуы керек.

Вокал мұғалімі келесі ерекшеліктерді міндетті түрде ажырату керек. Біріншіден, ән айтудың негізі – жеке тұлғаның индивидуалды қызметінің көрінісі болғандықтан әншіден бойындағы қабілеттерінің толық ашылуын талап етеді. Ал ол қабілеттер әр адамда әртүрлі болатыны айқын. Сондықтан, ән беру сабағын бастамай тұрып, оқушының қабілеттерін анықтап алған дұрыс. Солардың бәрін ескере отырып, білім алушының дауысына ыңғайлы және сай келетін және оны дамытуға үлес қосатын репертуарды мұғалім тауып беріп отырады.

Оқу практикасында еліктеу арқылы ән айту оқушыға негізгі вокалдық дағдыларды қалыптастыру процесін айтарлықтай жеңілдетеді. Бұл әдісті қолдану аспектісінде дауысты баптау және вокалды шеберлікті дамыту үшін дұрыс дыбыс шығаратын кәсіби әншілердің жазбаларын тыңдау өте пайдалы болып ұсынылады.

Дегенмен, кейбір студенттер көптеген әншілерге еліктеп, шығарманың көркемдік мазмұнын түсіне бермейді. Бұл маңызды мәселе, өйткені әр әншінің өзіндік стилі мен манерасы қалыптасу керек. Ал өзінің жеке индивидуалды стилін таппаған әнші келешекте артист бола алмайды, егер де сондай қабілеттерімен жоғары оқу орнын бітіріп мамандық иесі болса да кәсіби деңгейде студенттерді дайындай алмайды.

Келешекте эстрадалық артист болатын адамды тәрбиелеу үшін жоғарыда айтылған үстірт көзқарастардың алдын алу мақсатында вокалист дайындығына келесі зерттеу бағытындағы жұмыстарды енгізу жөн.

Алдымен әннің сөзі мен әуенін жаттап алу керек, керек болса сөзі мен әуенін қағазға түсіріп алу керек. Бұл жерде сольфеджио пәнінен алған білімі қажет болады. Сосын бұл әннің басқа да нұсқаларымен салыстыру жұмысына да керек болады.

Екіншіден, әннің шығу тарихына зерттеу жасау керек, яғни оның барлық нұсқауларын жинап, оның авторы мен орындаушылары жайлы мәліметтерді қсрастырып, олардың шығармашылығындағы осы әннің ролі мен мағынасына назар аудару.

Үшіншіден, берілген шығарманың барлық орындаушылық нұсқаларын тыңдап, қағаз бетіне сол музыкадан естіп түсінген сезімдерді, ой-толғауларды түсіру.

Төртіншіден, әннің көркемдік бейнесі мен мазмұнын терең үңіліп қарастыру. Бұл оның барлық компоненттерін терең түсінген кезде ғана мүмкін болады. Ең алдымен, оның қалай шыққанын түсіну. Осыған байланысты кез-келген әннің өзіндік тарихы бар екенін атап өткен жөн. Бұл өз кезегінде ән шығармасының барлық элементтеріне, оның жанрлық құрылымына, поэтикасына, бейнелік құрылымына әсер ететіні мәлім.

Осындай зерттеу және талдау жұмысынан кейін ғана техникалық және орындаушылық жұмыстарды атқару керек. Атап айтқанда, дауысты дұрыс қою және тыныс алу ерекшеліктеріне қатысты, анық артикуляция, айқын дикция, әннің мазмұнына және жанрына сай келетін мелизмдерді орынды қолдану. Соңғысы – ән интерпретациясының ең маңызды элементтердің бірі, оларды дұрыс және сауатты орындау әннің ерекше әсемділігін асыра түседі.

Сонымен, бұл жерде мұғалімнің міндеті – шығарманың композициялық, драматургиялық, динамикалық сәттерін түсіндіру. Оқушы музыкалық құралдары мен шығарманың мазмұны арасындағы тікелей байланысты сезу керек, өйткені ол орындап тұрған әнінің мағынасын тереңірек түсінуге ұмтылуы маңызды.

Қорытынды

Вокалдық техниканың теориясы мен практикасын талдау нәтижесінде эстрадалық әншілерге ән айтуды үйрету үшін бір ғана емес, жүйелік әдістерді қолданған дұрыс әрі тиімді деген қорытынды жасалды. Сонымен қатар, вокалды жұмыстың стратегиясы мен тактикасына қарай мұғалім әр түрлі бағыттағы жүйелік әдістерді бір немесе басқа комбинацияда, яғни жан-

жақты қолдану керек.

Егер мұғалім эстрадалық әншілерді оқыту процесінде жүйелік әдістерді қолданса ол студенттердің дауысының кәсіби дағдыларының қалыптасуына әкеледі, оның ішінде толық дыбыстық екі немесе одан да көп октавадағы диапазон, өз дауысының регистрлерін еркін пайдалану, дауысты дыбыстарды тембрі бойынша біркелкі ұстану, вокалдық шығармаларды орындау кезінде әртүрлі нюанстар жасай білу, фонациялық дем шығару ұзақтығы және кантилена орындай білу, интонацияның тазалығы, анық дикция және сөздерді дұрыс айту, нақты вокалдық-техникалық тәсілдерді меңгеру, дыбыс шығару кезінде дауыс аппаратының бұлшықет еркіндігі, бұл орындалатын шығарманың көркемдік бейнесінің эмоционалды мазмұнын барынша айқын білдіруге мүмкіндік береді.

Эстрадалық вокалдың ерекшелігі әр түрлі дыбыстардан, әртүрлі стильдерді, сондай-ақ техникаларды меңгергеннен тұрады. Әлемде кең таралған эстрадалық ән айтудың барлық дерлік түрлерінде афроамерикалық мәдениеттің әсері байқалады, әсіресе блюз, тербеліс, джаз музыкасының әдістері мен ырғақтарын қолдану, импровизациялау дағдыларын үйренуден тұрады. Эстрадалық ән айту әдістемесі академиялық вокал әдістемесі сияқты айқын емес. Эстрадалық ән, кәсіби өнер ретінде, дауысты меңгеруді, демек, вокалдық техниканы, әр түрлі тембрлік реңктерді игеруді талап етеді.

Студенттердің вокалды-әдістемелік дайындығы ән айту процесінің акустикалық нәтижесі мен «вокалды есту» ұғымының негізін құрайтын дыбыс қалыптасуының биомеханизмі арасындағы себеп-салдарлық байланыстарды түсінуге негізделуі керек.

Студенттердің болашақ вокалдық педагогтар ретіндегі қабілетін дамыту – олардың кәсіби дайындығының негізгі міндеттерінің бірі.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Риггс С. Как стать звездой / С. Риггс; [сост. Guntar College]. – М.: Guntar College, 2000.
2. Линклэйтер К. Освобождение голоса / К. Линклэйтер; [пер. с англ. Л. В. Соловьевой]. – М.: ГИТИС, 1993.
3. Емельянов В. В. Фонопедический метод развития показателей певческого голосообразования. – Южно-Сахалинск, 1990.
4. Рудин Л.Б. Основы голосоведения. Учебное пособие для студентов вокальных, актерских и дирижерско-хоровых факультетов. – М., 2009. – 104 с.
5. Малишава В. Методика обучения эстрадному пению. Учебное пособие по педагогической практике в классе эстрадного пения. – Архангельск, 2012.
6. Забирова Т. К. *Эстрадное* вокальное *исполнительство*. Учебное пособие. - КазГУ им.Аль-Фараби, 2020г.
7. Мухитденова Б.М., Джердималиева Р.Р. Искусство музыкальной эстрады в современной художественной культуре. – // Межкультурное взаимодействие в современном музыкально-образовательном пространстве. – N17 – М., 20207 – с. 243-246.
8. Арзамасцева О.В. Особенности эстрадного вокала в России. - // https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-estradnogo-vokala-v-rossii/viewer.
9. Андреев И.А. Современные методические подходы к формированию навыков эстрадного вокала: сборник трудов конференции. / И.А. Андреев, М.И. Долженкова // Педагогический опыт: теория, методика, практика : материалы IV Междунар. науч.–практ. конф. (Чебоксары, 30 окт. 2015 г.). В 2 т. Т. 1 / редкол.: О.Н. Широков [и др.] – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2015. – С. 135-138. – ISSN 2412-0529.
10. Самойлова Д.А. Особенности звукоизвлечение в эстрадном вокале. - // Педагогическое мастерство. – Саратов, 2022.
11. Исаева И. Школа вокала для мужчин и женщин. – М., 2019. - 276 с.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИЙ В НЕФТЯНОМ СЕКТОРЕ КАЗАХСТАНА

Жуманов Алмат, Магистрант MBA
Алматы Менеджмент Университет, г. Алматы.

Аннотация. В статье рассмотрена одна из важнейших отраслей Казахстана- нефтяная. Проведен анализ основных показателей организаций данного сектора, дана оценка их инновационной активности, представлены организаций по типам инноваций. Автор также обозначает ключевые проблемы развития инновационной деятельности отечественных нефтяных компаний.
Ключевые слова: инновации, инновационная деятельность, нефтяные компании.

Аннотация. Мақалада Қазақстанның ең маңызды салаларының бірі - мұнай саласы қарастырылған. Осы сектор ұйымдарының негізгі көрсеткіштеріне талдау жүргізілді, олардың инновациялық белсенділігіне баға берілді, инновация түрлері бойынша ұйымдар ұсынылды. Автор сонымен қатар отандық мұнай компанияларының инновациялық қызметін дамытудың негізгі мәселелерін белгілейді.
Түйін сөздер: инновация, Инновациялық қызмет, мұнай компаниялары.

Annotation. The article considers one of the most important branches of Kazakhstan - oil. The analysis of the main indicators of organizations in this sector is carried out, an assessment of their innovation activity is given, organizations by types of innovations are presented. The author also identifies the key problems of the development of innovative activities of domestic oil companies.
Key words: innovations, innovative activity, oil companies.

Введение

Нефтегазовый комплекс играет важнейшую роль в функционировании современных социально-экономических систем, обеспечивая их сырьевыми энергетическими ресурсами. Последствия структурных сдвигов в нефтегазовой отрасли оказались весьма неоднозначными для традиционных форм организации бизнеса. Эксперты отмечают, что немногие отрасли могут засвидетельствовать аналогичные экономические, технические, географические и операционные вызовы [1]. Рост и развитие нефтяных компаний, увеличение объемов добычи и переработки нефти и газа, улучшение качества нефтяных продуктов и защита окружающей среды сопровождаются постоянным внедрением инноваций в данный сектор.

Инновации представляют собой новшество (внедряемое или внедренное), которое направлено на повышение эффективности функционирования компании, улучшения качества продукции, удовлетворения нужд потребителя. В литературе встречается большое разнообразие инноваций: технологические, маркетинговые, управленческие, информационные, социальные и др. В нефтяном секторе чаще всего встречаются процессные инновации, направленные на эксплуатацию газлифтовых скважин, анализ геологических данных, контроля затрат и другие. В последнее время взоры компаний данного сектора больше обращены на экологические инновации, искусственный интеллект, создания роботов для автоматизации процессов.

Нефтяной сектор считается локомотивом инноваций, что обусловлено имеющимися портфелями ресурсов и необходимостью их сохранения, а также инвестициями, вкладывающиеся в электроэнергетику, возобновляемые источники энергии, биотопливо и водородную энергетику. Инновации позволяют нефтегазовым организациям повышать рентабельность путем прогнозного обслуживания, «умных» месторождений, «умного» бурения. Однако в области внедрении цифровых технологий нефтяная индустрия отстает.

Понятие инноваций внедрённое или внедряемое. Вместе с тем, для своего внедрения инновация должна соответствовать актуальным социально-экономическим и культурным потребностям. Примером инновации является выведение на рынок продукции (товаров и услуг) с новыми потребительскими свойствами или повышение эффективности производства той или иной продукции.

Литературный обзор

На сегодняшний момент не существует однозначных методик исследования и теорий исследования управления инновациями в современных компаниях. Проблемы эффективности функционирования нефтяных компаний рассмотрены многими исследователями и учеными. Существуют отдельные работы, рассматривающие теоретические аспекты внедрения и продвижения инноваций на рынок. Вмесите с тем они не учитывают реалии сегодняшнего дня и специфики казахстанского рынка. Теоретико-методологические и научно-методологические аспекты развития нефтегазовой отрасли рассматривали многие ученые, в частности в трудах Й. Шумпетер, А. Г. Шеломенцева, Н. Д. Кондратьев и др.

Методы

В статье применены методы научного познания, такие как системный и сравнительный подходы. В основу исследования легли методы научного познания, позволяющие определить проблемы развития инноваций в нефтегазовом секторе страны.

Результаты

Нефтегазовая отрасль всегда являлся и остается базой для развития народного хозяйства республики. Необходимым условием поступательного развития экономики является создание новой инновационно-ориентированной модели функционирования и развития нефтегазового комплекса [2-4].

В 2021 году добыча сырой нефти и природного газа составила 13 181 562 млн тенге, что в 1,4 раза больше в сравнении с 2017 годом (рисунок 1). Производство продуктов нефтепереработки за анализируемый период возросло на 387 919 млн тенге.

В 2020 году Казахстан столкнусь с самой глубокой рецессией за два десятилетия. ВВП страны в данном периоде сократился на 2,6% в результате снижения цен на нефть и сдержанного внешнего спроса на казахстанский экспорт в целом из-за пандемии, а также в результате негативного влияния локдаунов на внутреннюю экономическую активность.

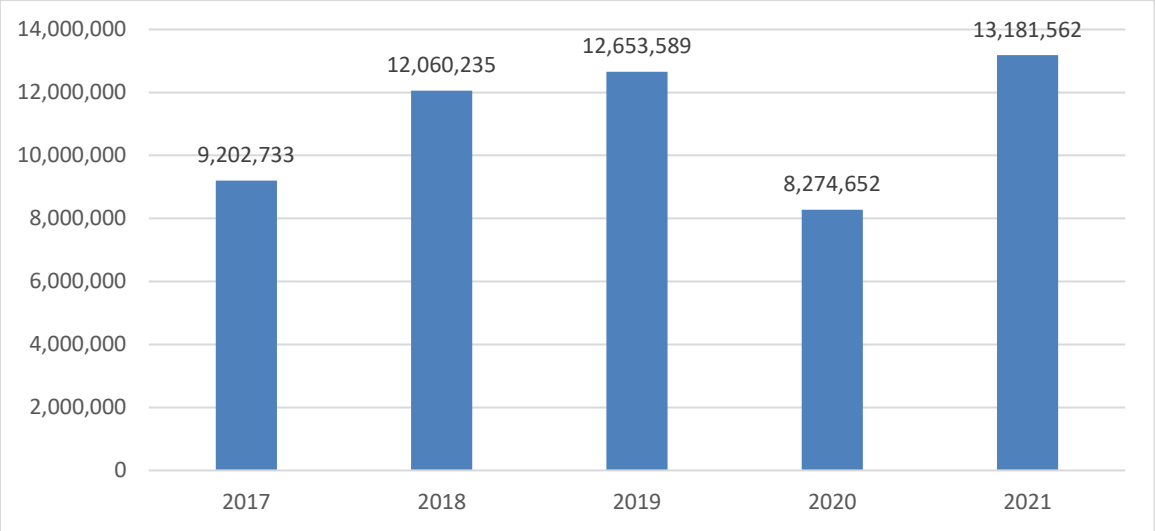


Рисунок 1. Объем добычи сырой нефти и природного газа
Примечание: составлено автором на основании [5]

Серьезная зависимость казахстанской экономики от энергетических ресурсов, в частности снижение цен на сырьевые товары, что означает, что глобальные тенденции продолжат оказывать масштабное воздействие на ситуацию в Казахстане, влияя на показатели не только в самом топливно-энергетическом комплексе, но и в других сферах, связанных с энергетикой, включая транспорт, строительство, торговлю и сферу услуг. В более долгосрочной перспективе IHS Markit прогнозирует рост реального ВВП Казахстана в 2021–2050 гг. в среднем на 2,8% в год, однако со временем он будет существенно замедляться.

Инновационным локомотивом по праву считается нефтяной сектор. По оценкам экспертов,

наиболее крупные нефтесервисные компании вкладывают в научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки примерно два-три процента от общего объема своей выручки, в то время как нефтегазовые организации всего лишь полпроцента. На сегодняшний момент «Schlumberger» является лидером по количеству зарегистрированных патентов в нефтегазовом секторе [6].

В структуре отечественного рынка нефтесервисных услуг больший удельный вес занимают такие секторы как: капитальный ремонт скважин, эксплуатационное бурение, гидроразрыв пластов, геофизические исследования скважин (рисунок 2):

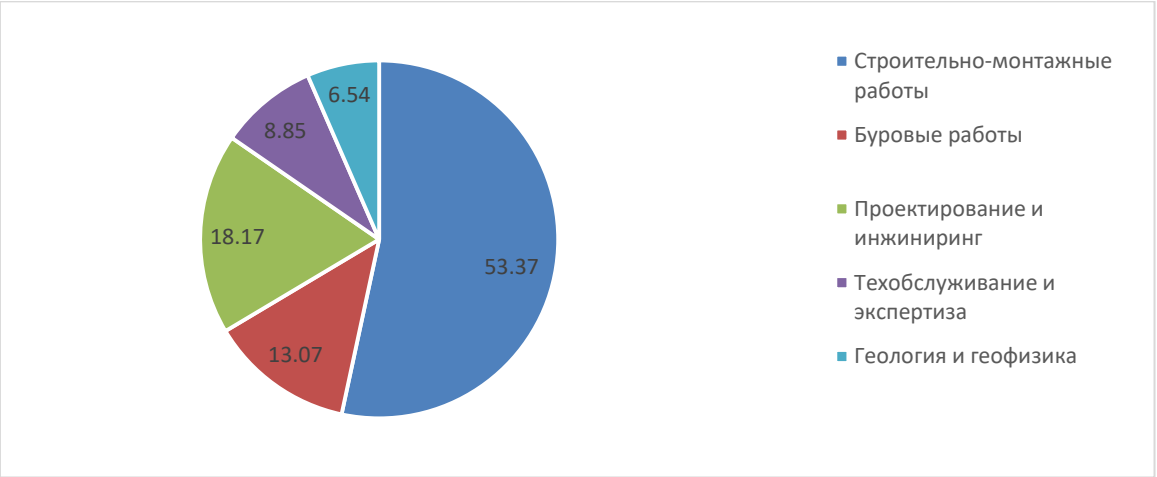


Рисунок 2. Удельный вес услуг и работ нефтесервисных компаний
Примечание: источник [7]

По статистическим данным в 2021 году нефтедобывающие организации приобрели товаров, работ и услуг на 5.3 трлн тенге, что на 24% меньше показателей 2010 года. Основной удельный вес в структуре приобретенных работ и услуг являются «нефтесервисные услуги» и составляют 79,7 %. В республике зарегистрировано 28 203 организаций, их них инновационной деятельностью занимаются всего лишь 2 960 единиц (10,5%). По статистическим данным внутренние затраты на НИОКР в Казахстане ежегодно растут, так в 2021 году было выделено 109 332,7 млн тенге, что на 942732,6 млн.тенге больше в сравнении с 2017 годом (рисунок 3).

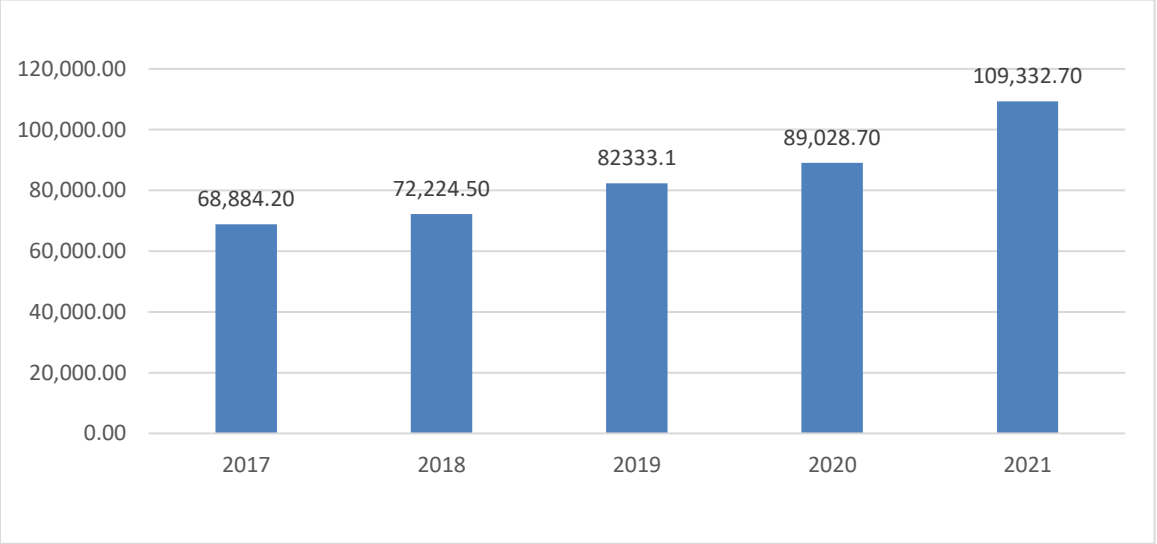


Рисунок 3. Внутренние затраты на НИОКР в Казахстане
Примечание: составлено автором на основании [8]

Анализ инновационной активности предприятий нефтегазовых регионов Казахстана показал, что в 2021 году наиболее активными организациями являются предприятия Актюбинской области, наименее - Мангистауской (таблица 1).

Таблица 1. Инновационная активность организаций регионов Казахстана

	2017	2018	2019	2020	2021
Республика Казахстан	**9,6**	**10,6**	**11,3**	**11,5**	**10,5**
Акмолинская	7,5	7,7	7,7	7,4	5,8
Актюбинская	10,1	10,6	10,6	11,1	12,5
Алматинская	8,1	8,3	9,3	9,8	8,1
Атырауская	8,0	8,3	9	10,1	10,1
Западно-Казахстанская	5,3	5,3	5,3	5,9	6,9
Жамбылская	11,3	11,4	13,1	13,7	9,2
Карагандинская	11,1	14,7	13,5	12,8	13,0
Костанайская	11,3	12,1	12,8	14,3	11,9
Кызылординская	11,4	12,2	12,3	12,4	11,2
Мангистауская	3,5	4,0	3,4	7,9	6,3
Павлодарская	8,7	9,1	9,1	9,0	5,2
Северо-Казахстанская	11,2	11,7	9,5	14,1	11,3
Туркестанская	5,3	6,5	9,1	11,2	10,4
Восточно-Казахстанская	15,1	15,5	14,9	12,9	11,2
г. Нур-Султан	14,4	14,7	14,8	12,6	13,5
г. Алматы	7,7	9,6	12,2	13,0	11,4
г. Шымкент	7,2	7,4	7,3	7,1	7,0

Примечание: составлено автором на основании [8]

Большее количество предприятий, которые имеют организационные инновации зафиксировано в г. Алматы, г. Астане и Карагандинской области (201,180 и 119 единиц соответственно). По продуктовым инновациям также лидируют г. Алматы, г. Астана и Алматинская область (292,115 и 58 единиц соответственно). Процессные инновации наиболее внедряются на предприятиях г. Алматы (469 единиц), Карагандинской области (170 единиц), Восточно-Казахстанской области (147 единиц.)

Анализируя активность казахстанских организаций в области инноваций по видам экономической деятельности, можно отметить, что наиболее активными являются организации образования (63,4%), здравоохранение и социальные услуги занимают 32,5 %. Нет инноваций в организациях страховой и финансовой деятельности, а также в организациях, связанных с операциями с недвижимым имуществом.

Выводы и обсуждение

Управление инновациями в нефтяном секторе достаточно сложный процесс, который обосновывается их организационной структурой. Стремясь найти наиболее эффективные структуры управления нефтегазовые компании неоднократно осуществляли реорганизацию своей деятельности, это касалось улучшения координации политики подразделений и центра в области цен, сбыта, снабжения, информации и технических инноваций, возможности концентрации средств на более эффективные проекты, повышение оперативности в принятии решений и так далее.

Проблемами управления инновациями в нефтегазовых компаниях также заключается в том, что при принятии управленческих решений, необходимо максимально агрегировать все бизнес-процессы и учесть все внутренние и внешние факторы. К основным факторам можно

отнести:

- разнообразие природно-климатических и горно-геологических условий;
- сложность технологических и бизнес-процессов;
- взаимодействия крупного и малого бизнеса;
- индивидуальные различия в промысловом оборудовании,
- индивидуальность проектов разработки месторождений, различный уровень их исполнения;
- бессистемность внесения изменений в документацию (проекты доразработки) и другие.

Улучшение процесса управления инновациями зависит от многих факторов, на наш взгляд, действенным инструментом является сотрудничество в интересах стимулирования инноваций. Причем такое сотрудничество может рассматриваться как в самой организации, так и за ее пределами. Примером может являться сотрудничество ExxonMobil и IBM Q Network®, которые объединили усилия для создания материалов, позволяющие повысить эффективность контроля выбросов углеводородов. Иной формой сотрудничества является краудсорсинг, который подразумевает, что организация задействуют множество каналов внедрения инноваций через бизнес-платформы и взаимодействуют с клиентами в сфере формирования нового клиентского опыта. Необходимо отметить, что ограниченность источников информации для разработки инновационных идей является также проблемой управления инновациями, решение которой может находиться в самой компании. Как отмечается исследователями [9] во многих компаниях инновации проводятся специализированными группами сотрудников, при этом данная группа не всегда сотрудничает со стейкхолдерами (поставщиками, клиентами, исследовательскими организациями, образовательными учреждениями и т.д.). Немаловажным фактором эффективным управлением инновациями является сотрудничество внутри организации, культура инновационной деятельности, а также усиление процесса трансформации идей в результаты.

Список использованных источников:

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: Пер. с англ. Под науч. ред. О.И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2019. – 608 с.
2. У.Ж.Шалболова, А.А.Разакова, С.С.Маханов, С.Б.Шошанов. Анализ рисков в деятельности нефтегазовых компаний региона. //Вестник Казахского университета экономики, финансов и международной торговли. -№ 2(39). -2020.- С.133-143.
3. Казахстан Ускорение экономической диверсификации Под редакцией Кима Андерсона, Джованни Капаннелли, Эдимона Гинтинга и Киёши Танигучи - 2018 Asian Development Bank – 281 с.
4. Твисс, Б. Управление научно-техническими нововведениями / Б.Твисс. – М. : Экономика, 2019.
5. https://www.stat.gov.kz/official/industry/151/statistic/6
6. https://magazine.neftegaz.ru/articles/nefteservis/694455-innovatsionnye-tekhnologii-v-zarubezhnoy-neftegazovoy-otrasli/
7. Национальный энергетический доклад 2021/ Ассоциация KAZENERGY – г. Нур-Султан, 240 с.
8. Наука и инновационная деятельность Казахстана 2017–2021 гг.– Статистический сборник – Астана 2022–68 с.
9. Важнейшие пути стимулирования инноваций в нефтегазовом секторе// Research Insights – США – 20с.
10. Моисеева И. И., Тормышев Д. С. Методические аспекты оценки эффективности деятельности предприятия // Социально-экономические явления и процессы Т. 13, № 104, 2018 с. 198–206
11. Орлова, Е.А. Управление эффективностью предприятия / Е. А. Орлова // Проблемы теории и практики управления. – 2016. – № 1. – С. 123–129.
12. Druker P. F. Menedzhment: Zadachi, obyazannosti, praktika [Management: Tasks, responsibili-ties, practices] (Management: Tasks, Responsibilities, Practices). M.: Vil'yams

ОБЗОР ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МЕДИЦИНСКИХ ГЕНЕТИЧЕСКИХ ЛАБОРАТОРИЯХ

Кадиркулов К.К.
Докторант DBA Алматы Менеджмент Университет, г. Алматы.
kkuanysh@gmail.com

Аннотация
Использование цифровых технологий изменило работу медицинских генетических лабораторий, сделав ее более быстрой, доступной и достоверной. В данной статье представлен обзор ключевых цифровых технологий, которые в настоящее время используются в медико-генетических лабораториях. В статье представлен обзор цифровых технологий, используемых в генетических лабораториях, категории информационных систем и их применение.
Ключевые слова: Цифровые технологии, генетические лаборатории, автоматизация, лабораторная информационная система.

Аңдатпа
Цифрлық технологияларды қолдану медициналық-генетикалық зертханалардың жұмысын өзгертіп, оны тезірек, қолжетімді және сенімдірек етті. Бұл мақала қазіргі уақытта медициналық генетикалық зертханаларда қолданылатын негізгі цифрлық технологияларға шолу жасайды. Мақалада генетикалық зертханаларда қолданылатын цифрлық технологияларға, ақпараттық жүйелердің санаттарына және олардың қолданылуына шолу берілген.
Түйінді сөздер: Сандық технологиялар, генетикалық зертханалар, автоматтандыру, зертханалық ақпараттық жүйе.

Abstract
The implementation of digital technologies has revolutionized the operations of medical genetic laboratories, resulting in quicker, more accessible, and dependable services. This article offers a comprehensive overview of the primary digital technologies utilized in medical genetic laboratories today. Furthermore, the article delves into the various categories of information systems and their respective applications in genetic laboratories.
Keywords: Digital technologies, genetic laboratories, automation, laboratory information system.

Введение

До появления современных генетических технологий услуги по генетическим исследованиям ограничивались лишь медико-генетическими консультациями, в рамках которого врачи объясняли генетическую природу заболеваний, исходя из наследственности. С момента открытия ДНК увеличилось количество и качество типов генетического тестирования. Все новые технологии позволяют теперь применять современные методики и высококачественные лекарственные средства, гарантирующие более точную диагностику [1].

Медицинская генетика — это быстро развивающаяся область, на которую оказало большое влияние развитие цифровых технологий. Интеграция цифровых технологий в медицинскую генетику позволила создать более эффективные, достоверные методы генетического тестирования.

Цифровые технологии произвели прорыв в области медицинской генетики, предоставив новые инструменты и методы для диагностики и лечения генетических заболеваний. Эти технологии включают секвенирование следующего поколения (NGS), технологии на основе микрочипов и цифровую ПЦР [2]. Каждая из этих технологий имеет уникальные преимущества и ограничения и нашла различные применения в медицинской генетике, включая диагностику заболеваний, тестирование носительства и пренатальный скрининг.

Секвенирование следующего поколения позволило высокопроизводительное и рентабельное секвенирование больших частей генома человека. С другой стороны, технологии на основе микрочипов позволяют одновременно анализировать тысячи генетических маркеров в одном анализе. Эти технологии широко используются в медицинской генетике для таких исследований, как хромосомный анализ, обнаружение вариаций числа копий и генотипирование однонуклеотидного полиморфизма.

Цифровая ПЦР — еще одна цифровая технология, набирающая популярность в медицинской генетике благодаря высокой чувствительности, специфичности и точности [3]. Цифровая ПЦР использовалась для различных приложений, включая количественную оценку экспрессии специфических генов, обнаружение мутаций и обнаружение патогенов.

В государственных программах стратегического развития Республики Казахстан особая роль отведена цифровизации системы здравоохранения, включающая в себя интеграцию всех баз данных, сформированных информационными системами, согласно утвержденным стандартам интеграции. В новой редакции Кодекса «О здоровье народа и системе здравоохранения» [4], отражены положения обеспечивающие дальнейшую цифровизацию с учетом защиты конфиденциальных и стандартизации медицинских данных. Приоритетными задачами определены формирование стимулирующей среды для развития и внедрения конкурентоспособных информационных систем автоматизации медицинских бизнес-процессов.

Литературный обзор

Генетические лабораторные исследования являются краеугольным камнем геномной медицины, более 41 000 генетических тестов на более чем 12 400 заболеваний доступных в лабораториях США, сертифицированных CLIA (англ. Clinical Laboratory Improvement Amendments - Поправки о совершенствовании клинических лабораторий) [5,6]. Эти тесты могут варьироваться от цитогенетического анализа и тестирования отдельных вариантов до результатов секвенирования генома. Клиническая генетическое тестирование — это динамичная и информационно насыщенная область, и полученная информация может принести пользу населению, медицинским исследованиям и общественному здравоохранению [7,8]. В 2011 году Национальная Академия наук США выпустила доклад под названием "На пути к прецизионной медицине, точная медицина: Создание сети знаний для биомедицинских исследований и новая таксономия болезней". Этот отчет продвигает и характеризует сеть, которая объединяет клинические генетические данные с результаты научных исследований для улучшения диагностики и лечения заболеваний [9]. Это соответствует видению и плану создания интероперабельной инфраструктуры информационных технологий здравоохранения и обучающейся системы здравоохранения, где генетические профили и результаты лабораторных анализов результаты вычислений доступны в рамках электронных медицинских записей для потребления клиническими приложениями, такими как системы поддержки принятия клинических решений (англ. Clinical decision support - CDS), а также для поддержки клинических исследований.

Информационные технологии сыграли значительную роль в области медицинской генетики, предоставив возможности и методы для хранения, анализа и распространения генетической информации. Эти технологии включают электронные медицинские карты (EHRs), хранение и анализ данных в облаке, а также телемедицину.

Электронные медицинские карты представляют собой централизованное, безопасное хранилище медицинской информации пациента, включая генетическую информацию. Это позволяет медицинским работникам получить доступ к полной и актуальной информации о пациенте, что может иметь решающее значение для диагностики и лечения генетических заболеваний [10]. В данном обзоре Davies и Koppel обсуждают важность совместимости электронных медицинских карт, подчеркивая преимущества централизованной и актуальной информации о пациентах для диагностики и лечения генетических заболеваний. Авторы дают исчерпывающий обзор проблем и ограничений, связанных с EHR, включая конфиденциальность и безопасность данных, и предоставляют рекомендации по улучшению совместимости EHR.

Облачное хранение и анализ данных обеспечивают масштабируемые и экономически эффективные решения для хранения и анализа больших объемов генетических данных. Это особенно важно для области медицинской генетики, поскольку данные, полученные с помощью NGS и других цифровых технологий, могут быть огромными и сложными [11]. В этом обзоре ученые обсуждают проблемы и возможности управления большими данными в среде облачных вычислений, включая хранение и анализ больших объемов генетических данных. Авторы предоставляют полный обзор различных доступных решений для хранения и анализа данных в облаке, включая их преимущества и недостатки, а также дают рекомендации по улучшению управления большими данными в среде облачных вычислений.

Телемедицина также оказала значительное влияние на медицинскую генетику, обеспечив

удаленный доступ к генетическим услугам для пациентов в отдаленных или недостаточно обслуживаемых районах. Это позволило расширить доступ к генетическим услугам для пациентов, которые иначе не имели бы доступа к этим услугам, а также повысить эффективность и рентабельность генетических услуг [12]. В данной работе авторы представляют обзор истории и современного состояния телемедицины, включая ее влияние на медицинскую генетику. Исследователи обсуждают проблемы и ограничения телемедицины, включая конфиденциальность и безопасность данных, и дают рекомендации по повышению эффективности и результативности телемедицины в медицинской генетике.

В заключении можно отметить, что цифровые технологии имеют большое влияние на развитие медицинской генетики. Использование электронных медицинских карт, облачного хранения и анализа данных, а также телемедицины значительно расширяют доступ к генетическим услугам, улучшают диагностику и лечение генетических заболеваний, а также повышают эффективность и рентабельность генетических услуг. Важно отметить, что в Казахстане также наблюдается активное развитие цифровых технологий в здравоохранении, что способствует обеспечению качественной и доступной медицинской помощи для всех граждан чему свидетельствуют программы цифровой Казахстан и цифровой модернизации в сфере здравоохранения, являющаяся одним из приоритетных задач Государственной программы "Качественное и доступное здравоохранение для каждого гражданина "Здоровая нация" [13].

Методы

Обзор материалов, описанных в представленной статье, производился с использованием статистического метода TF/IDF.

TF (term frequency — частота слова) — отношение числа вхождений некоторого слова к общему числу слов документа. Таким образом, оценивается важность слова в пределах одного документа.

$$tf(t,d) = \frac{n_t}{\sum_k n_k} \quad (1)$$

Где n_t является числом вхождения слово t в документ, а в знаменателе общее число слов в документе.

IDF (inverse document frequency — обратная частота документа) — инверсия частоты, с которой некоторое слово встречается в документах коллекции. Основоположником данной концепции является Карен Спарк Джонс [14]. Учёт IDF уменьшает вес широкоупотребительных слов. Для каждого уникального слова в пределах конкретной коллекции документов существует только одно значение IDF.

$$idf(t,D) = log\frac{|D|}{|\{d_i \in D|\ t \in d_i\}|} \quad (2)$$

Где:

- |D| - число документов в коллекции;
- $|\{d_i \in D \mid t \in d_i\}|$ - число документов из коллекции D, в которых встречается t (когда $n_t \neq 0$).

Выбор основания логарифма в формуле не имеет значения, поскольку изменение основания приводит к изменению веса каждого слова на постоянный множитель, что не влияет на соотношение весов.

Таким образом, мера TF-IDF является произведением двух сомножителей:

$$tf - idf(t,d,D) = tf(t,d) \times idf(t,D) \quad (3)$$

Большой вес в TF-IDF получат слова с высокой частотой в пределах конкретного документа и с низкой частотой употреблений в других документах. В качестве ключевых слов были выбраны цифровые технологии, генетика, информационные системы. Анализ был осуществлен с использованием языка SQL (англ. Structured Query Language – структурированный язык запросов).

Результаты

Цифровые технологии в генетике имеют все более важную роль, позволяя ускорить и автоматизировать рутинные рабочие-процессы, связанные с обработкой и анализом генетических данных. Генетические - диагностическое тестирование ставит новые задачи перед управления информацией, которые пока еще не решаются в достаточной степени [15]. Эти

проблемы связаны с уникальными аспектами:

- Заказ тестов на проведения генетических исследований;
- Вопросы информированного согласия пациентов;
- Разнообразные типы образцов, которые охватывают весь спектр образцов, обрабатываемых традиционной анатомической и клинической патологией;
- Информационные системы, структуры данных и элементы данных, специфичные для генетического тестирования;
- Разнообразные рабочие процессы и протоколы тестирования;
- Разнообразные выходы приборов и протоколов, уникальные потребности и требования, связанные с генетическими исследованиями.

Удовлетворение потребностей в управлении данными генетических исследований решается лабораторными информационными системами, разработанных для уникальных потребностей каждой из лаборатории и внутренних процессов. Существует множество лабораторных информационных систем, используемых в генетике, которые разделяются по категориям как управления бизнес-процессами и непосредственный анализ данных, и взаимодействие с лабораторными оборудованиями. Каждое генетическое лабораторное оборудование имеет свое программное обеспечение, которое непосредственно взаимодействуют с лабораторными информационными системами (ЛИС). ЛИС является ключевым компонентом лабораторного процесса, отвечающим за управление и обработку информации, связанной с генетическими тестами, отбором образцов и интерпретацией результатов. Одной из популярных мировых систем является Sunquest Mitogen™ Genetics, которая включает в себя модули для различных типов генетических исследований и обладает широкими возможностями по управлению данными и интеграции с другими системами лабораторной диагностики [16]. А также имеются ряд других лабораторных информационных систем, такие как LabVantage Solutions. Genomics Laboratory Information Management System (LIMS)[17], SoftLab Genetics [18], Clarity LIMS [19], LabWare LIMS [20], а также Казахстанская разработка SmartGene [21]

Кроме ЛИС систем можно отметить и другие системы, такие как:

- Системы управления данными о последовательности ДНК – эти системы используются для анализа, хранения и управления данными о последовательности ДНК, сгенерированными при секвенировании геномов. Одной из таких систем является Galaxy, которая является свободной программой с открытым исходным кодом и предоставляет пользователю широкие возможности по обработке и анализу данных о последовательности ДНК [22];
- Инструменты анализа геномных данных – ссуществуют множество инструментов биоинформатики для анализа и интерпретации генетических данных. Один из примеров - Ingenuity Pathway Analysis (IPA) и Thermo Fisher Scientific, которыt предоставляет возможность анализировать сложные биологические данные и находить связи между генами и биологическими путями, а также строить гипотезы и проверять их экспериментально. [23,24]
- Системы хранения образцов — это инфраструктура для хранения и отслеживания образцов тканей и других биологических материалов. Они позволяют лабораториям управлять большим количеством образцов, определять их местонахождение и отслеживать, какие исследования уже были проведены над ними [25]. Примером такой системы является FreezerPro[26].

Цифровые технологии уже позволяют использовать машинное обучение и искусственный интеллект для анализа генетических данных. Это может помочь в создании новых методов диагностики и лечения, а также облегчить процессы принятия решений в медицинских центрах. Искусственный интеллект может быть использован для автоматической обработки и анализа больших объемов генетических данных, что позволяет ученым быстрее и эффективнее проводить исследования и делать научные новизны [27]. С доступностью открытых нейронных сетей как Open AI [28], лабораторные информационные системы начали применять AI в качестве помощника при интерпретации полученных данных. Примером этому служит ЛИС SmartGene, который использует OpenAI по интерпретации результатов генетических лабораторных исследований.

В рамках обзора цифровых технологии в генетических лабораториях можно

сформировать уровни цифровизации (категории) цифровизации, которые будут объяснять роли и взаимосвязи каждого направления (Рисунок 1).

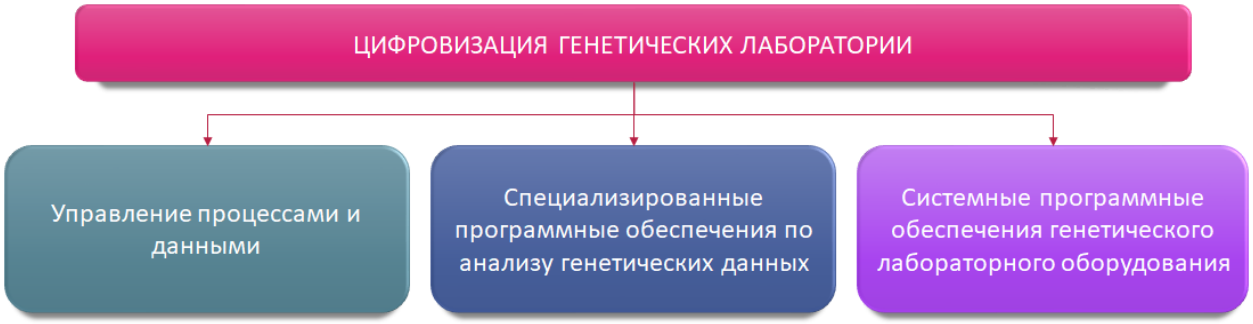


Рисунок 1. Категории информационных систем

На рисунке 1 представлены три категории, куда можно отнести информационные системы по цифровизации генетических лаборатории, где:

- Управление процессами и данными – в данную категорию входят ЛИС системы, и все учетные информационные системы, которые напрямую не производит исследования над образцами;
- Специализированные программные обеспечения по анализу генетических данных – к данной категории относятся программные обеспечения, которые производят непосредственный анализ данных полученных с лабораторного оборудования;
- Системное программное обеспечение генетического лабораторного оборудвования – к данной категории относятся программные обеспечения непосредственное установленные для физической работы оборудования (системное ПО), которое обеспечивает непосредственную работу с образцами и возвращает полученные данные исследования установленного образца согласно каждому оборудованию.

Каждые из информационных систем могут функционировать самостоятельно, а также иметь интеграцию с друг другом для исключения ручного ввода информации.

Выводы и обсуждение

Генетические лаборатории сталкиваются с проблемой нехватки IT-решений для автоматизации своих процессов из-за сложности цифровизации результатов проводимых исследований и специфичности своей деятельности. Несмотря на то, что генетические лаборатории занимают небольшую долю на рынке, они имеют огромный потенциал для роста, так как генетика и генетические исследования признаны наукой будущего по мировым стандартам. В зависимости от темы исследования, генетика имеет различные направления, такие как медицинское, экологическое, молекулярное, генное-инженерное и другие. Автоматизация генетических лабораторий является одним из перспективных направлений в электронном здравоохранении. Результаты проведенного исследования свидетельствуют о том, что цифровизация генетических лабораторий является актуальным и перспективным направлением в настоящее время. Тем не менее, участие отечественных IT-разработчиков в этой области остается невысоким. Автоматизация генетических лабораторий может привести к более эффективному использованию человеческих и материальных ресурсов, а также к повышению качества оказываемых услуг.

Список использованных источников:

1. Генетическая лаборатория [Электронный ресурс] // URL: https://www.gluvexlab.com/articles/geneticheskaya-laboratoriya/ (дата обращения: 18.04.2023).
2. Metzker M. L. Sequencing technologies - the next generation // Nature Reviews Genetics. – 2010. – Т. 11, № 1. – С. 31-46.

3. Fan H., Hindson B. J. Digital PCR // Cold Spring Harbor Protocols. – 2015. – Т. 2015, № 7. – С. 757-766.
4. О здоровье народа и системе здравоохранения [Электронный ресурс] // URL: https://adilet.zan.kz/rus/docs/K2000000360 (дата обращения: 18.04.2023).
5. Genome.gov. Genomics and medicine [Электронный ресурс] // URL: https://www.genome.gov/health/Genomics-and-Medicine (дата обращения: 18.04.2023).
6. NCBI. all[sb]-GTR [Электронный ресурс] // URL: https://www.ncbi.nlm.nih.gov/gtr/all/tests/?term=all[sb]&filter=testtype:clinical;certification:clia (дата обращения: 18.04.2023).
7. American Public Health Association. The role of genomics in public health [Электронный ресурс] // URL: https://www.apha.org/policies-and-advocacy/public-health-policy-statements/policy-database/2014/07/25/12/53/the-role-of-genomics-in-public-health (дата обращения: 18.04.2023).
8. Stewart A., Gwinn M., Zimmern R., Khoury M. Public health genomics // Essentials of genomic and personalized medicine / ред. Ginsburg G. S., Willard H. F. – San Diego: Academic Press, 2010. – С. 245-255.
9. National Research Council (US) Committee on a Framework for Developing a New Taxonomy of Disease. What would a knowledge network and new taxonomy look like? // Washington (DC): National Academies Press (US), 2011. – URL: https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK92144/ (дата обращения: 18.04.2023).
10. Davies S., Koppel R. Interoperability of electronic health records // Journal of the American Medical Informatics Association. – 2014. – Т. 21, № 6. – С. 1049-1053.
11. Chu B., Agarwal P., Frankowski D., Li J. Big data management in cloud computing environments // Journal of Parallel and Distributed Computing. – 2015. – Т. 75. – С. 3-15.
12. Kass-Hout T., Topol E. J. Telemedicine: past, present, and future // Journal of the American Medical Association. – 2015. – Т. 313, № 1. – С. 1-2.
13. Постановление Правительства Республики Казахстан от 12 октября 2021 года № 725 [Электронный ресурс] // URL: https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2100000725#z10 (дата обращения: 18.04.2023).
14. Jones K. S. A statistical interpretation of term specificity and its application in retrieval // Journal of Documentation. – 2004. – Т. 60, № 5. – С. 493–502.
15. Lee R. E., Henricks W. H., Sirintrapun S. J. Laboratory Information Systems in Molecular Diagnostics // Advances in Anatomic Pathology. – 2016. – Т. 23, № 2. – С. 125–133.
16. Sunquest Mitogen™ Genetics [Электронный ресурс] // URL: https://www.sunquestinfo.com/products-services/clinical-laboratory/genetics (дата обращения: 18.04.2023).
17. Genomics LIMS [Электронный ресурс] // URL: https://www.labvantage.com/lims/genomics-lims/ (дата обращения: 18.04.2023).
18. SoftLab Genetics [Электронный ресурс] // URL: https://www.softlabgroup.com/products/softlab-genetics (дата обращения: 18.04.2023).
19. Clarity LIMS [Электронный ресурс] // URL: https://www.genologics.com/products/clarity-lims/ (дата обращения: 18.04.2023).
20. Labware LIMS [Электронный ресурс] // URL: https://www.labware.com/products/labware-lims/ (дата обращения: 18.04.2023).
21. Лабораторная информационная система [Электронный ресурс] // URL: http://www.lis.kz (дата обращения: 18.04.2023)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ ИЗДЕРЖКАМИ НА ЗАВОДАХ ЖБИ

Калиев Дидар Нуржанович
Almaty Management University, г. Алматы
didar10_90@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена исследованию опыта компании ТОО "ККК Бетон" в области управления производственными издержками. В статье представлен обзор основных концепций и методов управления производственными издержками, а также опыт компании в их применении. Был проведен анализ результатов внедрения инструментов управления производственными издержками и выделены эффективные методы оптимизации затрат на производство. Полученные результаты показали, что применение современных методов управления издержками позволило компании снизить производственные издержки и повысить эффективность производства. В итоге были сделаны соответствующие выводы и рекомендации для других компаний по оптимизации затрат на производство. Результаты исследования могут быть полезны как для компаний, занимающихся производством товаров и услуг, так и для специалистов в области управления издержками.
Ключевые слова: управление издержками, производственные издержки, оптимизация затрат, эффективность, компания ТОО "ККК Бетон".

Аннотация. Мақала "ККК Бетон" ЖШС компаниясының өндірістік шығындарды басқару саласындағы тәжірибесін зерттеуге арналған. Мақалада өндіріс шығындарын басқарудың негізгі тұжырымдамалары мен әдістеріне, сондай-ақ компанияның оларды қолдану тәжірибесіне шолу жасалады. Өндірістік шығындарды басқару құралдарын енгізу нәтижелеріне талдау жүргізілді және өндіріс шығындарын оңтайландырудың тиімді әдістері бөлінді. Нәтижелер шығындарды басқарудың заманауи әдістерін қолдану компанияға өндіріс шығындарын азайтуға және өндіріс тиімділігін арттыруға мүмкіндік бергенін көрсетті. Нәтижесінде өндіріс шығындарын оңтайландыру бойынша басқа компаниялар үшін тиісті қорытындылар мен ұсыныстар жасалды. Зерттеу нәтижелері тауарлар мен қызметтерді өндіретін компаниялар үшін де, шығындарды басқару мамандары үшін де пайдалы болуы мүмкін.
Түйінді сөздер: шығындарды басқару, өндірістік шығындар, шығындарды оңтайландыру, тиімділік, "ККК Бетон" ЖШС компаниясы.

Abstract. This article is dedicated to the study of the experience of the company "KKK Beton" in the field of managing production costs. The article provides an overview of the main concepts and methods of production cost management, as well as the company's experience in their application. An analysis of the results of implementing production cost management tools was conducted, and effective methods for optimizing production costs were identified. The results showed that the application of modern cost management methods allowed the company to reduce production costs and increase production efficiency. In conclusion, appropriate conclusions and recommendations were made for other companies on optimizing production costs. The results of the study can be useful for companies engaged in the production of goods and services, as well as for specialists in the field of cost management.
Key words: cost management, production costs, cost optimization, efficiency, company "KKK Beton".

Введение

Управление производственными издержками является актуальной и важной задачей для

любой компании, занимающейся производством товаров и услуг. Эффективное управление издержками не только способствует улучшению финансового состояния компании, но также повышает ее конкурентоспособность на рынке. На примере компании ТОО "ККК Бетон" можно рассмотреть опыт совершенствования управления производственными издержками и выявить эффективные методы и инструменты, которые можно применить в других компаниях.

В современном бизнесе одной из важнейших задач является сокращение производственных издержек без ущерба для качества и эффективности производства. Оптимизация расходов на производство может привести к увеличению прибыли, повышению конкурентоспособности компании и улучшению ее репутации. В этой статье мы рассмотрим различные методы и подходы, которые могут быть использованы для сокращения производственных издержек на заводе. Мы проанализируем данные и проведем сравнительный анализ производственных процессов, используемых на других заводах в той же отрасли, чтобы выявить причины издержек и потенциальные решения. Кроме того, мы рассмотрим лучшие практики, используемые на других заводах, и определим, какие из них могут быть адаптированы для целевого завода. Исследование литературы и опросы сотрудников завода также помогут нам выявить наиболее эффективные способы сокращения издержек на производстве.

Целью данной статьи является рассмотрение опыта компании ТОО "ККК Бетон" в области управления производственными издержками и выделение эффективных методов оптимизации затрат на производство. В статье будут рассмотрены основные концепции и методы управления производственными издержками, а также опыт компании в их применении. Кроме того, будет проведен анализ результатов внедрения инструментов управления производственными издержками в компании и сделаны соответствующие выводы и рекомендации для других компаний.

Литературный обзор

Литературный обзор по совершенствованию управления производственными издержками показывает, что данная тема является важной и актуальной в современном бизнесе. Существует множество научных исследований отечественных и зарубежных авторов, посвященных данной проблеме.

Одним из фундаментальных трудов является книга "Производственные издержки" авторов Хансена и Мауэна, в которой рассматриваются методы сокращения издержек и улучшения производственных процессов.

В работе "Управление производственными издержками" авторов Меркуловой и Хохловой подробно описаны методы оптимизации издержек, такие как стандартизация процессов, улучшение качества продукции, сокращение времени производственного цикла и др.

Также важными исследованиями являются работы зарубежных авторов, такие как "Система управления производственными издержками" Ли и Янга, в которой рассматриваются методы управления издержками на основе применения инновационных технологий.

Однако, несмотря на значительное количество научных работ, в литературе все еще присутствуют пробелы. Например, мало исследований по влиянию управления производственными издержками на экономическую эффективность компании в условиях конкурентной среды. Именно этот аспект и будет рассмотрен в данной статье.

В целом, литературный обзор показал, что проблема совершенствования управления производственными издержками имеет широкий спектр решений, однако существует потребность в дополнительных исследованиях в данной области.

Методы

Для выполнения данного исследования были использованы различные методы и подходы, включая анализ финансово-экономической отчетности компании ТОО "ККК Бетон", опросы сотрудников компании и экспертов в области управления производственными издержками.

Анализ статистических данных: можно проанализировать данные о производственных издержках на заводе, сравнить их с данными других заводов в той же отрасли, исследовать тренды и паттерны, чтобы выявить причины издержек и потенциальные решения.

Сравнительный анализ: Сравнительный анализ позволяет сравнить производственные процессы, используемые на разных заводах, и выявить, какие методы и технологии могут

использоваться на целевом заводе для сокращения издержек.

Исследование лучших практик: Исследуйте, какие лучшие практики используются на других заводах, чтобы снизить производственные издержки и улучшить производительность, и определите, какие из них могут быть адаптированы для целевого завода.

Опросы и интервью: Проведение опросов и интервью с сотрудниками завода может помочь понять, какие процессы и процедуры неэффективны и требуют улучшения. Также можно получить предложения и идеи от сотрудников о том, как можно сократить издержки.

SWOT-анализ: SWOT-анализ поможет определить сильные и слабые стороны целевого завода, а также выявить возможности и угрозы, связанные с его текущими производственными процессами и системами управления.

Исследование литературы: Изучение научных и профессиональных статей, книг и публикаций на тему сокращения производственных издержек может помочь понять, какие технологии и методы используются в отрасли и как они могут быть применены на целевом заводе.

В рамках анализа финансово-экономической отчетности были использованы методы горизонтального и вертикального анализа, расчеты финансовых показателей, таких как рентабельность продукции, коэффициент текущей ликвидности и др.

Для опросов сотрудников был использован структурированный опросник, содержащий вопросы по оценке качества управления производственными издержками в компании. Также были проведены экспертные интервью с ведущими специалистами в области управления производственными издержками для получения дополнительной информации и мнений.

Общим методом была системный анализ, который позволил рассмотреть комплексный подход к проблеме управления производственными издержками и выявить связи между различными аспектами деятельности компании.

Таким образом, выбранные методы позволили получить необходимую информацию для выполнения исследования и достижения поставленных целей.

Результаты

В результате проведенного исследования в компании ТОО "ККК Бетон" были выявлены основные факторы, влияющие на производственные издержки. Были проведены анализ и сравнение данных за предыдущие годы, что позволило выявить тенденции и определить наиболее значимые факторы, влияющие на стоимость производства бетона.

Одним из ключевых результатов является определение наиболее затратных этапов производства бетона и выявление возможностей для их оптимизации.

Факторы, влияющие на рост себестоимости продукции на заводе ЖБИ
1. Рост стоимости сырья и материалов
2. Увеличение расходов на электроэнергию и топливо
3. Повышение заработной платы персонала
4. Увеличение амортизационных отчислений
5. Неэффективное использование ресурсов и оборудования
6. Высокие кредитные проценты
7. Рост цен на транспортные услуги
8. Изменение налогового законодательства
9. Низкая производительность труда и неэффективный менеджмент
10. Появление новых законодательных требований и нормативов, повышающих требования к качеству и безопасности продукции.

Существует множество программ для контроля производительности труда, некоторые из них:

Trello - онлайн-инструмент для управления проектами, который может использоваться для отслеживания задач и производительности сотрудников.

RescueTime - программа, которая отслеживает, как много времени вы тратите на разные

приложения и веб-сайты, позволяя оценить эффективность вашей работы.

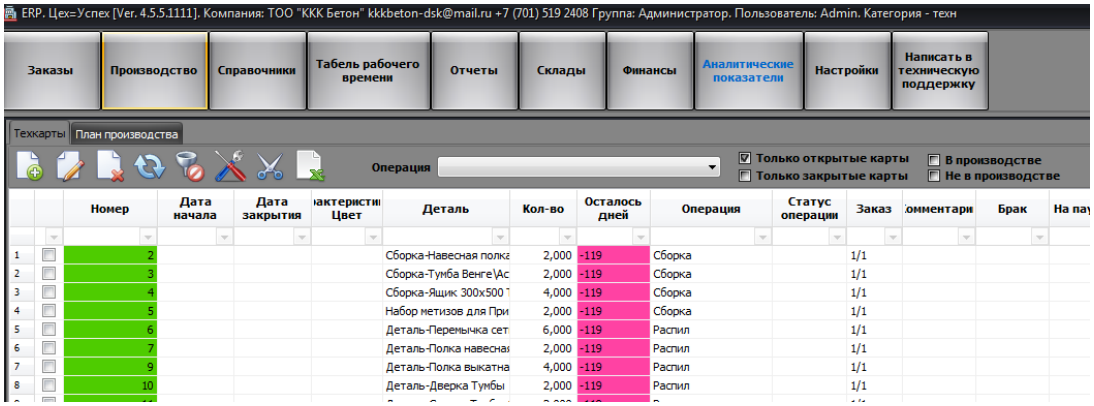
Time Doctor - онлайн-сервис, который отслеживает время, затраченное на каждую задачу, и генерирует отчеты о производительности для каждого сотрудника.

DeskTime - программа, которая отслеживает время, проведенное на компьютере, и позволяет оценить производительность сотрудников и выявить проблемы.

Hubstaff - программа для отслеживания времени, которая также позволяет управлять задачами и проектами, а также отслеживать расходы.

Конечно, выбор программы зависит от потребностей и возможностей компании, и рекомендуется провести тщательный анализ нескольких программ, прежде чем выбрать наиболее подходящую для ваших нужд.

Отдельно необходимо выделить системы автоматизации производственных процессов как один из ведущих методов контроля над процессами. Данные системы позволяют не только вести учет в формате онлайн 7 дней в неделю, 24 часа в сутки, но и дает возможность к принятию моментальных контрмер к предотвращению появления производственных издержек. Одной из таких систем является ERP система автоматизации и интеграции процессов «Цех-Успех» https://zmksoft.ru/ .



Результаты исследования подтверждают необходимость системного подхода к управлению производственными издержками и позволяют компании ТОО "ККК Бетон" принять меры по оптимизации производства, снижению издержек и повышению эффективности.

Рост себестоимости может быть обусловлен различными факторами, такими как повышение цен на сырье и материалы, увеличение затрат на транспортировку и доставку, повышение заработной платы работников и другие расходы на производство и реализацию продукции.

Также следует отметить, что увеличение себестоимости может повлиять на прибыльность предприятия. Если цены на продукцию не повышаются в соответствии с увеличением затрат на ее производство, то прибыльность предприятия может снизиться.

Чтобы уменьшить себестоимость, предприятия могут принимать различные меры, такие как оптимизация производственных процессов, снижение затрат на транспортировку и доставку, использование более эффективных технологий, сокращение издержек на рекламу и маркетинг и другие меры по улучшению управления бизнесом.

Выводы и рассуждения.

Сокращение производственных издержек является одним из важнейших аспектов, которые должны учитываться на заводах ЖБИ. Для достижения эффективной работы завода необходимо регулярно применять инструменты и методы контроля производительности труда, а также ERP-системы.

Использование программ контроля производительности труда позволяет отслеживать продуктивность и эффективность работы каждого работника, что позволяет выявить проблемные зоны и оптимизировать рабочий процесс. Более того, такие программы помогают выявить тех работников, которые могут быть неэффективными и требуют дополнительной обучения. Таким образом, с помощью программ контроля производительности труда можно сократить количество ненужных издержек и повысить эффективность работы завода.

ERP-системы также играют важную роль в сокращении производственных издержек на заводах ЖБИ. Они позволяют автоматизировать и оптимизировать бизнес-процессы, такие как управление складом, производственный процесс и управление персоналом. Благодаря этому завод может эффективно управлять своими ресурсами и сократить затраты на управление.

Однако, следует отметить, что использование программ контроля производительности труда и ERP-систем не является универсальным решением для сокращения производственных издержек. Это лишь инструменты, которые должны быть применены в сочетании с другими методами оптимизации затрат на производство.

В целом, сокращение производственных издержек является важной задачей для заводов ЖБИ, и использование программ контроля производительности труда и ERP-систем может быть эффективным инструментом в достижении этой цели.

Список использованных источников:

1. Hansen, E.W., & Mowen, V.V. (1959). Production Economics: A Dual Approach to Theory and Applications, - стр. 44-46.
2. Khan, A. U., & Qureshi, M. A. (2019). Enterprise resource planning and its impact on reducing manufacturing cost: A systematic review. Business Process Management Journal, 25(5), - стр. 1172–1195.
3. Горшков, М. В. (2017). Сокращение производственных издержек: опыт заводов ЖБИ. Журнал "Бетон и железобетон", - стр. 35.
4. Ермолаев, А. А. (2016). Оптимизация производственных издержек на примере предприятий железобетонной промышленности. Москва: Издательство Юрайт.
5. Козырева, Н. М. (2018). Программы контроля производительности труда на предприятии ЖБИ. Журнал "Стройиндустрия", - стр. 77–78.
6. Kiesling, E., & Grubbström, R. W. (2009). ERP and beyond: investigating the cost-drivers of enterprise system implementation in manufacturing. International Journal of Production Economics, 118(1), - стр. 194–202.
7. Никитин, А. В. (2014). Интегрированные ERP-системы в управлении предприятиями железобетонной промышленности. Москва: Издательство "Экономика", - стр. 26–27.
8. Lee, H.L., & Whang, S. (2000). Winning the Last Battle: The Impact of Supply Chain Management on Electronic Commerce and Internet-Related Firm Performance. Stanford University Press.,- стр. 55–57.
9. Меркулова, А.С., & Хохлова, Е.В. (2016). Управление затратами на производстве: учебник. Юрайт, -стр 55–58.
10. Абильдина А.Ж. "Сокращение производственных ресурсов и устойчивое развитие" - Наука, технологии и образование в современной экономике. - 2018. – стр. 36–38
11. Жаманбаева Г. Т. "Эффективность использования производственных ресурсов на предприятии" - Актуальные проблемы экономики и управления. - 2019. – стр. 22
12. Мусин Н. А. "Оптимизация использования производственных ресурсов в условиях неопределенности" - Экономический анализ: теория и практика. - 2018. –стр. 5–7
13. Турганбаева Л. А. "Инновационный подход к управлению производственными ресурсами" - Инновационный менеджмент. - 2016. – стр.10-11

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА ДЛЯ МАГАЗИНА НЕЙЛ-ТОВАРОВ

Калиев Нуржан Сейтжанович[1]. Аманбаев Аскар Галымжанович[2]
[12]Алматы Менеджмент Университет, г. Алматы

Аннотация. В данной статье рассматривается процесс выбора стратегии развития бизнеса для ИП «Калиев Н.С.». Для выбора среди альтернативных вариантов стратегии необходимо провести анализ возможности применения каждой из 4 стратегии развития. Для начала нужно понять есть ли вероятность роста на освоенном рынке или возможен выход на новые рынки. Благодаря анализу возможности применения той или иной стратегии развития по методу Ансоффа удалось четко определить направление развития.
Актуальность темы заключается в том, что для ИП «Калиев Н.С.» есть возможности роста, и упущение их со временем может привести к множеству проблем.
Стратегия развития бизнеса позволяет учитывать как внешние факторы, так и внутренние возможности предприятия. Так стратегия развития бизнеса поможет ИП «Калиев Н.С.» адаптироваться под постоянные изменения рынка и минимизировать угрозы. В результате написания статьи автором предложена оптимальная стратегия развития для ИП «Калиев Н.С.». Также были выявлены явные преимущества после внедрения данной стратегии на объекте исследования.
Ключевые слова: стратегия развития бизнеса, текущий и новый рынок, стратегия диверсификации, франчайзинг.

Аннотация. Бұл мақалада "Н. С. Қалиев" ЖК үшін бизнесті дамыту стратегиясын таңдау процесі қарастырылады. Стратегияның балама нұсқаларын таңдау үшін 4 Даму стратегиясының әрқайсысын қолдану мүмкіндігін талдау қажет. Алдымен сіз дамыған нарықта өсу ықтималдығы бар-жоғын немесе жаңа нарықтарға шығу мүмкіндігін түсінуіңіз керек. Ансофф әдісі бойынша белгілі бір даму стратегиясын қолдану мүмкіндігін талдаудың арқасында даму бағытын нақты анықтауға мүмкіндік туды.
Тақырыптың өзектілігі "Калиев Н.С." ЖК үшін өсу мүмкіндіктері бар және оларды жіберіп алу уақыт өте келе көптеген мәселелерге әкелуі мүмкін.
Бизнесті дамыту стратегиясы Кәсіпорынның сыртқы факторларын да, ішкі мүмкіндіктерін де ескеруге мүмкіндік береді. Осылайша, бизнесті дамыту стратегиясы "Н.С. Қалиев" ЖК нарықтағы тұрақты өзгерістерге бейімделуге және қауіптерді азайтуға көмектеседі. Мақала жазу нәтижесінде автор "Н. С. Қалиев" ЖК үшін оңтайлы даму стратегиясын ұсынды. Сондай-ақ, осы стратегияны зерттеу объектісіне енгізгеннен кейін айқын артықшылықтар анықталды.
Түйінді сөздер: бизнесті дамыту стратегиясы, ағымдағы және жаңа нарық, әртараптандыру стратегиясы, франчайзинг.

Annotation This article discusses the process of choosing a business development strategy for IP "Kaliev N.S.". To choose among alternative strategy options, it is necessary to analyze the possibility of applying each of the 4 development strategies. First you need to understand whether there is a possibility of growth in the developed market, or it is possible to enter new markets. Thanks to the analysis of the possibility of applying a particular development strategy using the Ansoff method, it was possible to clearly determine the direction of development.
The relevance of the topic lies in the fact that there are growth opportunities for IP "Kaliev N.S.", and their omission over time can lead to many problems.
The business development strategy allows you to take into account both external factors and internal capabilities of the enterprise. So, the business development strategy will help IP "Kaliev N.S." to adapt to the constant changes in the market and minimize threats. As a result of writing the article, the author proposed an optimal development strategy for IP "Kaliev N.S.". Obvious advantages were also identified after the implementation of this strategy at the research facility.
Keywords: business development strategy, current and new market, diversification strategy, franchising.

Введение

В современных условиях стратегия развития бизнеса стала как никогда актуальной из-за постоянно меняющихся маркетинговых тенденций. Но иногда люди смешивают это с продажами, и чаще всего игнорируют. Однако если у вас есть стратегия развития бизнеса, она поможет вам добиться успеха, поскольку имеет решающее значение для долгосрочного успеха. Кроме того, это гарантирует, что все в вашей компании идут к общей цели. Стратегия развития бизнеса — это долгосрочный план, снабженный стратегиями развития бизнеса для обеспечения устойчивого и реалистичного роста в будущем [1].

Литературный обзор

В начальном этапе формирования теоретических основ стратегического менеджмента особую роль играет гарвардская школа бизнеса. Кеннет Р. Эндрюс автор книги «Концепция корпоративной стратегии» 1971 г. предложил подходы стратегического SWOT-анализа [2]. Особого внимания в рассмотрении литературы занимает Игорь Ансофф. Американский экономист считается также родоначальником стратегического управления. В своем труде «Стратегическое управление» Ансофф систематично описал аспекты стратегического менеджмента на предприятии. В особенности следует выделить его аналитические инструменты [3].

Методы

Для проведения исследования был использован сбор данных о рынке нейл-продукции. Был проведен анализ собранных данных. С помощью дедукции общие тенденции рынка накладывались на отдельное предприятие.

Результаты

Процесс выбора среди альтернативных вариантов стратегии

Руководство ИП «Калиев Н.С.» приняло решение смены стратегии развития бизнеса. Для выбора среди альтернативных вариантов стратегии необходимо провести анализ возможности применения каждой из 4 стратегии развития. Для начала нужно понять есть ли вероятность роста на освоенном рынке или возможен выход на новые рынки [4]. Вероятность применения стратегии проникновения рассматривается в таблице 1.

Таблица 1. Стратегия проникновения на рынок

Стратегия проникновения	**Есть ли перспектива развития на действующем рынке?**		
	Возможна	**Вероятно**	**Не возможна**
Описание рынка и товаров	Действующий рынок: оптовые и розничные продажи товаров нейл индустрии; Текущая продукция: широкий ассортимент нейл товаров		
Уровень потребления продукции магазина	Ниже, чем на рынке	*На уровне средних показателей*	Выше, чем на рынке
Частота покупок	Максимальная	Средняя	*Низкая*
Уровень дистрибуции на рынке	Ниже, чем на рынке	На уровне средних показателей	*Выше, чем на рынке*
Уровень бренда	Ниже, чем на рынке	*На уровне средних показателей*	Выше, чем на рынке
Экономия от масштаба	Есть		*Нет*
Товар имеет конкурентное преимущество	Да		*Нет*
Возможность привлекать инвестиции	*Есть*		Нет
Примечание: составлено автором			

Анализ показывает, что рост на текущем рынке с текущим ассортиментом товаров с помощью открытия новых точек продаж невозможна. Прибыль предприятия на текущий момент и так разделена между 3 магазинами. Территория и населения города не так велики, чтобы делать акцент на расширение сети в городе. Даже встает вопрос о необходимости 3 точки в ТД Достык, поскольку она приносит меньшее количество прибыли [5].

Так как же вести расширение имея амбициозные цели, имея возможность привлекать инвестиции в бизнес. Есть возможность осваивания новых рынков [6]. Следующий вид стратегии для анализа - стратегия развития рынка (таблица 2).

Таблица 2. Стратегия развития рынка

Стратегия развития рынка	**Возможность выхода на новые рынки с текущей продукцией?**		
	Возможна	**Вероятно**	**Не возможна**
Описание новый рынок и текущий товар	Новый рынок: выход на рынки других городов с помощью франчайзинга; Текущая продукция: широкий ассортимент нейл товаров		
Количество конкурентов на новых рынках	Небольшое количество конкурентов	*Среднее число игроков*	Высокий уровень насыщенности рынка
Успешность предприятия	Да	*Есть, но не высокий показатель*	Нет, нужно совершенствовать бизнес
Входные барьеры на рынках	*Отсутствуют*	Есть, но не высокие	Высокие барьеры
Уникальность товара	Да		*Нет*
Располагает собственными средствами	*Да*		Нет
Примечание: составлено автором			

Из таблицы 2 видно, что выход на новые рынке вполне вероятен и возможен. С помощью франчайзинга выход на новые рынки не будет затратным, продукцией интересуются с других городов Казахстана и периодически делают заказы с доставкой по стране. Однако это занимает время, мастера, у которых нет времени ждать, хотели бы пользоваться продукцией в своих городах. Есть желающие с разных крупных городов, которые заинтересованы в сотрудничестве [7].

Для просмотра варианта развития новой услуги на текущем рынке следует обратить внимание на следующую таблицу 3 [8].

Таблица 3. Стратегия развития услуги

Стратегия развития услуги	**Есть ли перспектива расширения ассортимента услуг на действующем рынке?**		
	Возможна	**Вероятно**	**Не возможна**
Описание текущий рынок и новые услуги	Действующий рынок: оптовые и розничные продажи товаров нейл индустрии; Новые услуги: запуск нейл баров		
Текущие товары устарели или теряют популярность	Да	*Наблюдается снижение спроса на текущий товар*	Нет
Конкуренция	Низкий уровень	Средний уровень	*Высокий уровень*
Угроза выхода новых конкурентов	Высокий уровень	Средний уровень	*Низкий уровень*
Успех зависит от уровня сервиса	*Да*		Нет
Обновление ассортимента у конкурентов	Высокий уровень	*Средний уровень*	Низкий уровень
Примечание: составлено автором			

Как видно из таблицы, стратегия развития услуги вполне вероятна. Целью запуска новых нейл баров является использование продукции магазина. Это увеличит сбыт товара и это повысит популярность продукции среди мастеров. Ведь мастера, привыкнув к хорошей продукции в дальнейшей своей деятельности, будут использовать только лучшую продукцию. Однако, среди ограничений при реализации стратегии можно, отметить высокую конкуренцию на рынке. А дальше рассмотрим возможность создания новой услуги на новом рынке (таблица 4)

[9].

Таблица 4. Стратегия диверсификации

Стратегия диверсификации	Есть ли необходимость диверсификации портфеля?		
	Возможна	**Вероятно**	**Не возможна**
Описание новый рынок и новые услуги	Новый рынок: оптовые и розничные продажи товаров нейл индустрии; Новые услуги: запуск нейл баров		
Количество конкурентов на новых рынках	Высокий уровень	*Средний уровень*	Низкий уровень
Темп роста текущего рынка	Снижение объема рынка	Замедленный, но растущий	*Высокий*
Предприятие имеет свободные денежные средства для развития	Да		*Нет*
Предприятие имеет компетенции для владения бизнеса	Да		*Нет*
Возможности роста на текущем рынке с текущей продукцией	*Отсутствует*		Есть
Уникальность товара			
Примечание: составлено автором			

Стратегия диверсификации невозможна. Стратегия диверсификации подразумевает новшества по всем направлениям, это затратное мероприятие. Собственник бизнеса на данный момент не обладает таким количеством собственных средств. Также при выходе на новые рынки в других городах Казахстана необходимо иметь не только денежные ресурсы, но и трудовые. Следовательно, у предприятия нет компетенции вести бизнес в других городах от своего лица и контролировать 100% бизнес-процессов [10].

Подведение итогов по выбору стратегии развития ИП «Калиев Н.С.».

В сводной таблице 5 сведены результаты анализа стратегий развития Ансоффа.

Таблица 5. Возможность применения стратегий Ансоффа

Вид стратегии	Вероятность	Характеристика
Стратегия проникновения	Вероятно – Не возможно	У ИП «Калиев Н.С.» нет возможности для развития данной стратегии. Текущий рынок и текущие товары имеют высокую конкуренцию, долгое стабильное положение может привести к тому, что конкуренты станут лидерами на рынке.
Стратегия развития рынка	Возможно – Вероятно	Данный вид стратегии набрал большее число положительных ответов, чем другие. В действительности, есть возможность открытия новых магазинов в других городах Казахстана с применением франчайзинга, что минимизирует затраты.
Стратегия развития услуги	Вероятно – Не возможно	Стратегия вполне вероятна, если предприниматель обладает собственными средствами для открытия новых нейл-баров по городу. Однако, на рынке данных услуг большая конкуренция.
Стратегия диверсификации	Не возможно	Более затратная стратегия, предприятие пока не готово ее осуществлять из-за недостатка ресурсов.
Примечание: составлено автором		

По текущей ситуации предприятия можно отметить, что ИП «Калиев Н.С.» продает узнаваемый бренд «Laro Nails», они имеют стабильную базу собственных клиентов, у магазина 3 точки с хорошим месторасположением.

Стратегия развития рынка ИП «Калиев Н.С.» будет осуществляться следующей форме:

1. Анализ франчайзи и рынка.
2. Магазину следует применить стратегию средней цены.
3. Организация юридического сопровождения договоров по франчайзингу.
4. Организация партнерских отношений на каждом этапе бизнес-процессов.

Таким образом, после продажи франчайзи ИП «Калиев Н.С.», придерживающиеся стратегии развития рынка, увеличит популярность бренда, увеличит продажи и прибыльность.

Основные характеристики стратегии развития рынка ИП «Калиев Н.С.» (таблица 6) [11].

Таблица 6. Стратегия ИП «Калиев Н.С.» по развитию рынка

Цели и методы обеспечения стратегии	Стратегия развития рынка
Стратегическая цель	Освоение новых рынков
Основа конкурентного преимущества	Доступность товаров магазина в других городах
Ассортимент товара	Большой ассортимент товаров
Основной принцип организации процесса франчайзинга	Качественные работы с франчайзи, пошаговое ведение новых партнеров
Принципы организации маркетинговой деятельности	1. Предоставление всех рекламных материалов, помощь в ведении социальных страниц; 2. Применение ценообразования для привлечения клиентов
Методы поддержания стабильности стратегии	1. Предоставление всех материалов для ведения бизнес-процессов; 2. Совершенствование процесса взаимодействия с франчайзи; 3. Укрепление имиджа за счёт качественной работы.
Примечание: составлено автором	

Следует отметить, что внедрение данной стратегии позволит экономить средства на:

- маркетинговом анализе рынка;
- рекламные затраты;
- экономия от масштаба, поставщики предоставляют скидки от крупных заказов;
- экономия на расходах при открытии магазинов.

Стратегия развития рынка позволит осуществить главную цель ИП «Калиев Н.С.» по завоеванию новых рынков [12].

Определены основные направления работ по внедрению новой стратегии:

- Запуск сайта и активной рекламы для привлечения франчайзи;
- Появление новых магазинов в других городах с помощью франчайзинга;
- Контроль и мониторинг работы франчайзи.

Выводы и обсуждение

Так в результате написания статьи автору удалось определить направление роста и задать вектор стратегии развития бизнеса для ИП «Калиев Н.С.». Для объекта исследования были определены основные 4 виды стратегии развития бизнеса. Благодаря подходу, который основал Игорь Ансофф, удалось выбрать наиболее подходящий вариант стратегии развития для ИП «Калиев Н.С.». Также определены основные преимущества выбранной стратегии развития.

Список использованных источников:

1. Антипатров, Ю.А. Обзор научных взглядов на разработку стратегии развития фирмы в рамках исследования экономической категории / Ю.А. Антипатров // Вопросы науки и образования. – 2018. – №19 (31). – С. 26–29.
2. Кеннет Р. Эндрюс «Концепция корпоративной стратегии», 1971, McKinsey Quarterly, стр. 34–43.
3. Ансофф И. Стратегический менеджмент / Игорь Ансофф ; [пер. с англ. О. Литун]/ СПб. : Питер, 2016.-342 с.
4. В. Чан Ким, Рене Моборн. Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков : [рус.]. Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 336 с.
5. Официальный сайт ИП «Калиев Н.С.» https://laronails.com/
6. Абрамс Р. Бизнес-план на 100%.Стратегия и тактика эффективного бизнеса / Р. Абрамс. — М.: Альпина Паблишер, 2019. — 486 с.

7. Акмаева, Р.И. Стратегический менеджмент : учебное пособие / Р. И. Акмаева – Москва: Русайнс, 2020. — 256 с.
8. Голубков, Е. П. Стратегический менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. П. Голубков. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 290 с.
9. Джуха, В.М. Стратегический менеджмент : учебное пособие / В.М. Джуха, Н. П. Жуковская, А.Н. Кокин, И. С. Штапова – КноРус, 2019 – 282с.
10. Егоршин, А. П. Стратегический менеджмент : учебник / А. П. Егоршин, И. В. Гуськова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2018. – 290 с.
11. Калашникова, И.А. Проблемы формирования стратегии развития предприятия / И. А. Калашникова // ЭКОНОМИНФО. – 2019. – №1. – С. 11–16.
12. Малюк, В. И. Стратегический менеджмент. Организация стратегического развития : учебник и практикум для вузов / В. И. Малюк. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 361 с.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ КАЗАХСТАНА: ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Қалымбеков Д.А.
Специальность: Маркетинг, магистрант 1 курса
Almaty Management University, г. Алматы.

Аннотация,В информационную эпоху многие сферы общества перешли в формат онлайн, и потребительское поведение становится все больше зависимым от интернета. Доверие к онлайн продуктам также растет с течением времени. Казахстан, как и другие страны, заметил рост цифрового потребительского поведения в последние годы.

В рамках настоящего исследования будет предпринята попытка изучить потребительское поведение в цифровом пространстве Казахстана с помощью метода опроса самих потребителей.

Целью исследования является расскрытие важности продвижения любого продукта в социальных сетях в реалиях двадцать первого века. Для раскрытия темы потребительского поведения в социальных сетях был использован метод опроса через популярные социальные сети и за счет таргетированной рекламы в социальной сети Facebook и Instagram. С помощью исследования были сформулированы выводы, которые позволили понять необходимость продвижения через социальные сети и как люди реагируют на бренды в социальных сетях и как часто совершают покупки через социальные сети. Практическая значимость статьи заключается в том, что сделанные в ходе исследования выводы могут помочь при составлений гипотез и продвижения продукта через социальные сети.
Ключевые слова: Социальные сети, продукт, Instagram, бренд

Annotation. In the information age, many spheres of society have moved to the online format, and consumer behavior is becoming increasingly dependent on the Internet. Trust in online products also grows over time. Kazakhstan, like other countries, has noticed an increase in digital consumer behavior in recent years.

Within the framework of this study, an attempt will be made to study consumer behavior in the digital space of Kazakhstan using the method of interviewing consumers themselves.

The purpose of the study is to reveal the importance of promoting any product in social networks in the realities of the twenty-first century. Instagram Facebook and Facebook targeted advertising were used to reveal the topic of consumer behavior in social networks using a survey method through popular social networks and through targeted advertising on the social network. With the help of the study, conclusions were formulated that made it possible to understand the need for promotion through social networks and how people react to brands on social networks and how often they make purchases through social networks. The practical significance of the article lies in the fact that the conclusions drawn during the study can help in making hypotheses and promoting the product through social networks.
Key words: Social networks, product, Instagram, brand

Аннотация. Ақпараттық дәуірде қоғамның көптеген салалары онлайн форматқа көшті және тұтынушылық мінез-құлық интернетке тәуелді бола бастады. Интернеттегі өнімдерге деген сенім уақыт өте келе артып келеді. Қазақстан, басқа елдер сияқты, соңғы жылдары цифрлық тұтынушылық мінез-құлықтың өскенін байқады.

Осы зерттеу шеңберінде тұтынушылардың өздері сауалнама жүргізу әдісін пайдалана отырып, Қазақстанның цифрлық кеңістігіндегі тұтынушылық мінез-құлықты зерделеуге әрекет жасалатын болады.

Зерттеудің мақсаты-XXI ғасырдағы шындықта кез-келген өнімді әлеуметтік желілерде насихаттаудың маңыздылығын ашу. Facebook пен Instagram әлеуметтік желісіндегі танымал әлеуметтік желілер мен мақсатты жарнамалар арқылы әлеуметтік желілердегі тұтынушылардың мінез-құлқы тақырыбын ашу үшін сауалнама әдісі қолданылды. Зерттеу арқылы әлеуметтік медиа арқылы жылжыту қажеттілігін және адамдардың әлеуметтік медиа брендтеріне қалай жауап беретінін және әлеуметтік медиа арқылы қаншалықты жиі сатып алатынын түсінуге

мүмкіндік беретін тұжырымдар жасалды. Мақаланың практикалық маңыздылығы-Зерттеу барысында жасалған тұжырымдар гипотезалар жасауға және өнімді әлеуметтік желілер арқылы жылжытуға көмектеседі.
Кілт сөздер: Әлеуметтік медиа, өнім, Instagram, бренд

Введение

На сегодняшний день популярность социальных сетей выросла настолько, что практический каждый человек вне зависимости от возрастного диапазона имел точку касания с социальными сетями. Для компаний продвижение своего продукта в социальных сетях стало одним из немаловажных факторов для роста, узнаваемости и доверий в сторону компаний.

Понятие SMM(Social Media Marketing) для бизнеса стал очень популярным и его значимость растет с каждым годом. Люди начинают больше доверять тем брендам которых видят каждый день, в свою очередь бренды пытаются завоевать внимание и время людей в социальных сетях для продвижения и узнаваемости своего продукта. Данная статья рассматривает потребительское поведение в социальных сетях в Казахстане. С тех пор, как социальные сети стали основным средством общения, любое важное событие проявляется пропорционально их важности. Поэтому удобно анализировать изменения в интересах аудитории с помощью социальных сетей. Поведение потребителей — это еще один уровень полезной информации, которую маркетологи получают от отслеживания социальных сетей.

В данной работе рассматривается потребительское поведение людей в Казахстане в социальных сетях, как они активно ведут себя в цифровом пространстве и на что обращают внимание в первую очередь при выборе определенного продукта.

В рамках настоящего исследования будут рассмотрены следующие гипотезы:

- Казахстанские потребители активно используют социальные сети для общения с друзьями и семьей, а также для поиска нужной информации.
- Многие казахстанские потребители используют мобильные устройства для доступа к социальным сетям, что упрощает их использование в любое время и в любом месте.
- Цена товаров и услуг является одним из важных факторов, которые учитывают казахстанские потребители при принятии решения о покупке.
- Социальные сети играют важную роль в формировании имиджа компаний и брендов у казахстанских потребителей.

Литературный обзор

За последний период цифровая индустрия в стране идет полным ходом в верхнюю сторону. И это также напрямую коснулось не только гражданское общество, но и сам экономический рынок. Предприятия, которые успешно сохраняют свое место на рынке, начинают вкладывать большие усилия в развитие цифровой составляющей своего бизнеса и уделять больше внимания анализу собственной цифровой стратегии [1, 2].

Бутковская Г.В., Статкус А.В. в источнике «Цифровой маркетинг: поведение потребителей» указали, что корпорации направляют значительные средства для создания цифровых отношений с клиентами. Результаты исследований в области цифрового маркетинга, в частности теоретические и исследовательские вопросы изменения поведения потребителей под влиянием цифровых технологий и цифровой среды, показывают, что потребительское поведение на рынке меняется, с каждым годом начиная от самой ситуации в цифровом пространстве, заканчивая политическими происшествиями. Основа для будущих исследований поведения потребителей, которая выделяет точки соприкосновения в процессе реализации маркетинговой стратегии и тактики, где цифровые технологии оказывают и будут оказывать значительное влияние. [10].

В условиях развивающейся цифровой экономики постоянно увеличивается количество не только производителей товаров и услуг, но и покупателей. На сегодняшний день цифровые технологии проникли почти во все сферы деятельности. Современный бизнес, успех которого напрямую зависит от эффективности маркетинговых коммуникаций, не может обойтись без цифровых методов продвижения. Глобальная сеть, мобильные приложения, IT-технологии поглотили не только профессиональную сферу деятельности, но и повседневную жизнь обычных людей. Для потребителей цифровые устройства и сервисы означают удобство и мгновенный доступ к информации.[4].

Поведение потребителя часто непредсказуемо и зависит от множества факторов, которые влияют на спрос и представление о товаре. Организация не сможет добиться успеха, если не учитывает мнение и запросы потребителей, поэтому нужно использовать конкретные технологии, методы и подходы к работе с потребителями. Изучение мотивации потребительского поведения является актуальным, так как с развитием экономики увеличивается конкуренция компаний между собой за покупателей товаров или услуг. Для этого компаниям необходимо выстраивать коммуникацию с потребителем таким образом, чтобы на основе его потребностей было возможным привлечь внимание к торговой марке, продать товар и получить с него прибыль.[6, 9].

По результатам исследования видим, что потребительское поведение может быть разным по причине возрастного диапазона, также помимо этого каждый возрастной диапазон потребителей смотрит на продукт сквозь призму своего опыта. После чего приходит вывод, что многие предприятия, которые работают с рынком за счет широкого плана контакта со своей аудиторией, проигрывают тем предприятиям, которые сегментируют свою аудиторию и работает с этой базой.[8,10].

Анализ существующих работ по тематике настоящей статьи позволил прийти к выводу, что исследователи не использовали в своих работах практические инструменты в отрасли цифрового маркетинга. По итогам литературного обзора в диссертационной работе будут использоваться инструменты цифрового маркетинга такие как, таргетированная реклама в социальных сетях, контекстная реклама, e-mail-рассылки и SEO оптимизация.

Методы

Сбор первичных данных осуществлялся посредством опроса. Опрос был проведен в анонимном виде в электронном формате, анкетирование проводилось посредством опросника из 9 вопросов, опрос прошли 57 человек.

Метод опроса является одним из распространенных способов изучения определенной аудитории. Он позволяет оценить точку зрения, мнения и предпочтения различных сегментов населения на различные темы. Этот метод был использован для проведения маркетинговых исследований, определения потребностей и предпочтений потребителей, а также для определения общественного мнения на темы потребительского поведения в цифровом пространстве.

Результаты

В результате исследования была проведена оценка потребительского поведения в социальных сетях в Казахстане.

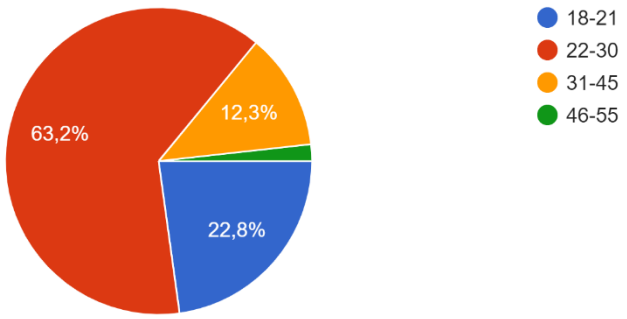


Рисунок 1. Возраст респондентов (составлено автором)

Как можно видеть в Рисунке 1, в опросе участвовали разный сегмент аудиторий, основной сегмент приходился на возраст 22–30 лет.

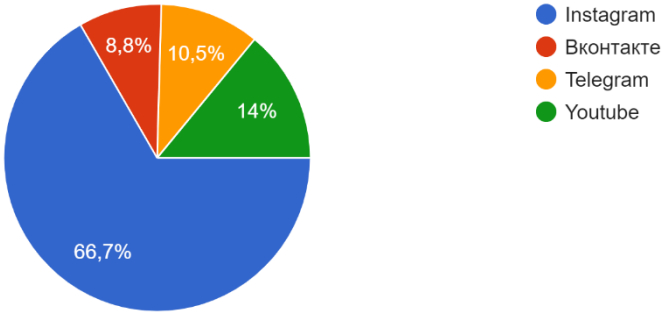


Рисунок 2. В каком из приложений проводят больше всего времени (составлено автором)

Согласно статистике, большинство людей проводят наибольшее количество времени в социальной сети Instagram. Instagram является одной из самых популярных социальных сетей, особенно среди молодых людей. Пользователи Instagram часто загружают фотографии и видео, комментируют и отмечают других пользователей, а также следуют за своими любимыми брендами и инфлуенсерами. Благодаря привлекательному дизайну и удобному интерфейсу, Instagram стал одной из самых любимых социальных сетей среди миллиардов пользователей по всему миру.

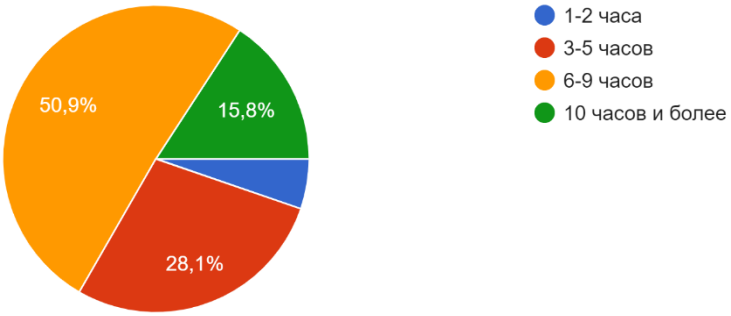


Рисунок 3. Сколько времени в день люди проводят в социальных сетях (составлено автором)

По результатам можно увидеть, что основная масса участников опроса проводят в социальных сетях больше 6 часов своего времени, а это четверть времени в сутках. После чего можно прийти к выводу, что внимание людей в социальных сетях в данный момент, одно из самых важнейших составляющих для многих предприятий.

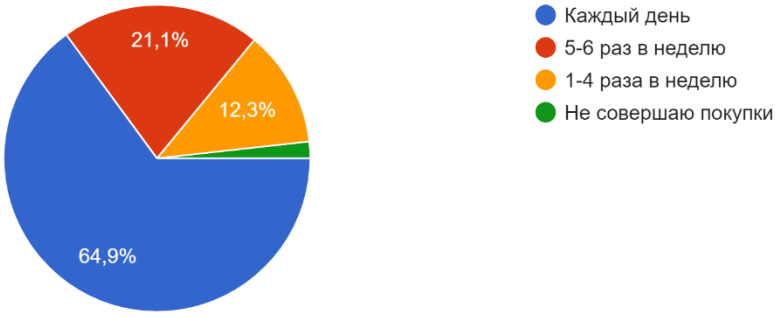


Рисунок 4. Частота совершения покупок онлайн (составлено автором)

Частота совершения онлайн покупок сегодня является одной из самых высоких среди различных аудиторий. Многие респонденты совершают онлайн покупки каждый день, что свидетельствует о высокой активности этой аудитории в сети интернет. Это может быть связано с удобством и доступностью онлайн шопинга, а также с растущим рынком электронной коммерции, который предлагает широкий выбор товаров и услуг. В связи с этим, многие компании вкладывают большие усилия в развитие своих онлайн продаж, чтобы удовлетворить высокую спрос на этот тип товаров и услуг.

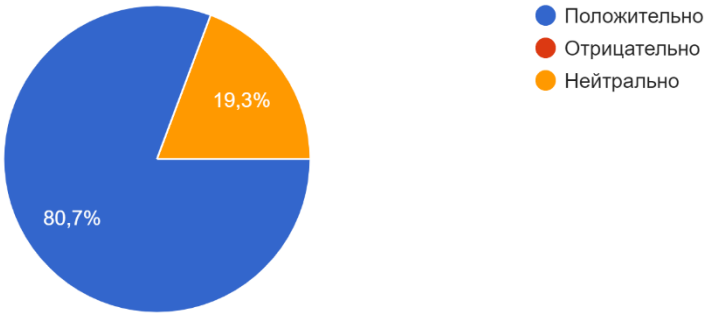


Рисунок 5. Отношение к онлайн покупкам (составлено автором)

При этом можно увидеть, что 80% участников положительно относятся к онлайн покупкам

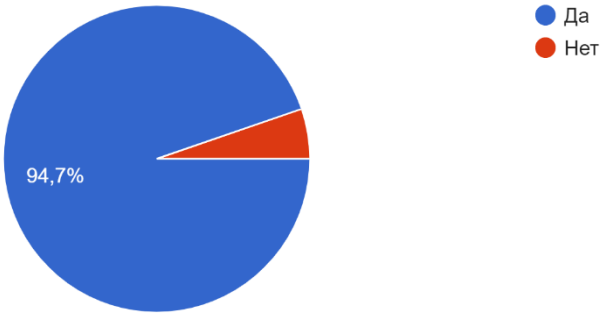


Рисунок 6. Социальные сети - часть жизни потребителей (составлено автором)

На вопрос считают ли респонденты социальную сеть частью своей нынешней жизни, 94,7% респондентов ответили «да».

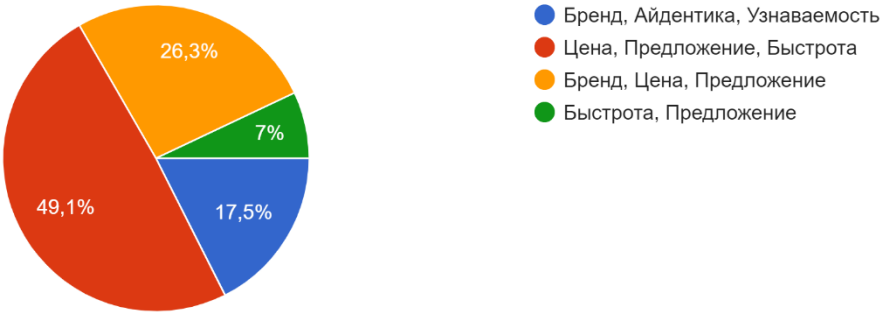


Рисунок 7. На какие критерии смотрят респонденты при выборе продукта (составлено автором)

В данном моменте опроса можно увидеть разделяющиеся мнения в приоритетности

между ценой и брендом, но по результатам большую часть процента занимают участники, которые выбрали в первую очередь ценовую категорию продукта.

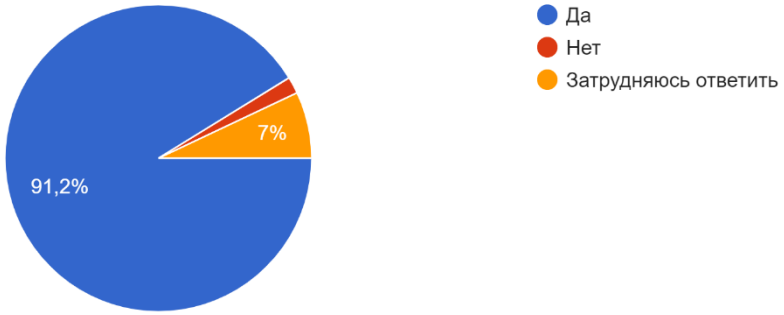


Рисунок 8. Любая компания должна развивать свой бренд в социальных сетях (составлено автором)

На вопрос считают ли респонденты, что любая компания должна развивать свой бренд в социальных сетях 91,2% участников ответили «да»

Рисунок 9. На что обращают внимание респонденты для повышения доверия к продукту в первую очередь(составлено автором)

Респонденты часто обращают внимание на различного рода факторы в цифровом пространстве, чтобы повысить свое доверие к продукту. По статистике, самыми важными факторами являются: отзывы о продукте в интернете, упаковка продукта в социальных сетях и позиционирование продукта на рынке. Основная масса респондентов выбрало вариант с принципом «люди доверяют людям».

Выводы и обсуждение

По результатам исследования потребительское поведение в социальных сетях Казахстана характеризуется следующими особенностями:

- Высокий уровень активности потребителей в социальных сетях. Большинство людей в Казахстане регулярно посещают социальные сети, активно взаимодействуют с другими пользователями, делятся контентом и комментируют посты.
- Высокое влияние социальных сетей на потребительские решения. Многие люди в Казахстане используют социальные сети для поиска информации о товарах и услугах, обмена мнениями с другими пользователями и получения рекомендаций.
- Высокая чувствительность потребителей к маркетинговым кампаниям в социальных сетях.

- Распространенность мобильных устройств. Большинство казахстанских потребителей используют смартфоны и планшеты для доступа к социальным сетям, что упрощает их использование в любое время и в любом месте.
- Особое внимание к цене и брендингу. Многие казахстанские потребители обращают внимание на цену товаров и услуг, которые они хотят приобрести, и ищут самые выгодные предложения среди популярных брендов.

В заключении хотелось бы отметить, что возможности и перспективы развития в социальных сетях в Казахстане действительно огромная. Если приводить в пример только полученные результаты, можно увидеть как много времени проводят пользователи в социальных сетях и считают это уже частью своей нынешней жизни, можно сделать вывод, что внимание данных людей это самое ценное и то, за что должны бороться бренды которые хотят донести ценность своего продукта пользователям социальных сетей. После чего можно прийти к выводу, что любая компания должна развивать свой бренд в социальных сетях вне зависимости от своего продукта. Таким образом, продвижение бренда в социальных сетях, это уже не часть бренда которую можно продвигать и делать, а то что нужно делать и то, без чего сейчас не обойдется ни один бренд для того чтобы быть конкурентоспособными на цифровом рынке.

Список использованных источников

1. Сергеевна Ф. Е., Фаруарович И.В. Влияние цифровизации на потребительское поведение молодежи // ЧОУ ВО «Казанский инновационный университет имени В.Г.Тимирясова» – 2021.
2. Земскова Е. С. Анализ поведения потребителей в цифровой экономике с позиции теории поколений // Вестник Евразийской науки, 2019 №5
3. Понукалин И.А. Влияние новых цифровых технологий на потребительское поведение: региональный аспект // Изв.Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2019. Т. 19, вып. 1. С. 68–73.
4. Михайловна К. О., Дмитриевна С. С. Влияние цифрового и социального маркетинга на поведение потребителей // Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики», Экономика и Право №2 февраль 2020 г.
5. Беленова А. И., Аренков И.А. Трансформация потребительского поведения в условиях пандемии на рынке онлайн-образования // Креативная экономика - Том 15, Номер 7 (Июль 2021)
6. Лазарева Е. Н. Влияние цифровых технологий
на трансформацию потребительского поведения // Северо-Западный институт управления РАНХиГС – 2021. – № 3. – С. 73–76.
7. Понукалин, И. А. Цифровое общество в России: социальные реалии потребительских практик / Понукалин И. А. // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2019. – № 3 (51). – С. 118–130.
8. Абдрахманова Г. И., Вишневский К. О., Гохберг Л.М. и др. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение // Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019.
9. Владимировна.С.М. Особенности потребительского поведения пользователей Интернета. Выпуск №2. 2014г.
10. Бутковская Г.В., Статкус А.В. Цифровой маркетинг: поведение потребителей. Вестник университета. 2019;(5):5-11.
11. Стрелец И.А. Влияние новых технологий на экономическое поведение потребителей и фирм // США и Канада: экономика, политика, культура. - 2008. - № 8. - С. 63–72.
12. Владимировна С. М. Особенности потребительского и коммуникативного поведения современных пользователей Интернета. – С. 63–70
13. Сулейменова Г.А., Мурзакулова С. В. Подготовка педагога к работе с цифровым поколением // материалы международной научно-практической конференции молодых ученых, магистрантов, студентов и школьников – 2021.
14. Чугунова А. С. Новая финансовая модель в условиях развития цифровой экономики // Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева. Экономический факультет, Кафедра «Государственный аудит» – 2020.

ПРОЦЕССНЫЙ ПОДХОД В УПРАВЛЕНИИ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ

Каракушиков Ж.[1]
Специальность: Управление проектами, магистрант 1 курса
Научный руководитель: к.э.н., Associate Professor, Шалбаева Ш. Е.[2]
[12]Almaty Management University, г. Алматы

Аннотация. В данной статье приведен обзор литературных источников, посвященных изучению процессного подхода в управлении инновационными проектами. Актуальность статьи обусловлена развитием проектного управления инновационными проектами. Для проектного управления характерно наличие различных подходов, среди которых одним из фундаментальных является процессный подход. В статье проведен анализ эффективности процессного подхода в управлении инновационными проектами путем проведения ряда интервью с менеджерами проектов различного ранга. В исследовании использованы методы полуструктурированного интервью. В результатах исследования описано различие к управлению проектами между специалистами, относящимися к разным возрастным группам.
Ключевые слова: процессный подход, управление проектом, инновационный проект.

Abstract. This article provides an overview of the literature devoted to the study of the process approach in the management of innovative projects. The relevance of the article is due to the development of project management of innovative projects. Project management is characterized by the presence of various approaches, among which the process approach is one of the fundamental. The article analyzes the effectiveness of the process approach in the management of innovative projects by conducting a series of interviews with project managers of various ranks. The study used semi-structured interview methods. The results of the study describe the difference in project management between specialists belonging to different age groups.
Key words: process approach, project management, innovative project.

Аннотация. Бұл мақалада инновациялық жобаларды басқарудағы процесстік тәсілді зерттеуге арналған әдебиеттерге шолу берілген. Мақаланың өзектілігі инновациялық жобалардың жобаларын басқарудың дамуына байланысты. Жобаны басқару әр түрлі тәсілдердің болуымен сипатталады, олардың ішінде негізгілерінің бірі процесстік тәсіл болып табылады. Мақалада әртүрлі деңгейдегі жоба менеджерлерімен сұхбаттар сериясын жүргізу арқылы инновациялық жобаларды басқарудағы үдерістік тәсілдің тиімділігі талданады. Зерттеуде жартылай құрылымдық сұхбат әдістері қолданылды. Зерттеу нәтижелері әртүрлі жас топтарына жататын мамандар арасындағы жобаны басқарудағы айырмашылықты сипаттайды.
Түйін сөздер: үдерістік тәсіл, жобаны басқару, инновациялық жоба.

Введение

В современной экономической среде все больше растет практика проектного менеджмента. Развитие деятельности через проектный подход внедряется как в предпринимательство, так и в деятельность крупных компаний. Экспертное сообщество в настоящее время склоняется к тому, что на смену затратным технологиям должны прийти факторы роста принципиально иного рода – инновационные технологии управления, методики, основанные на интеллектуальном потенциале человеческих ресурсов. Именно поэтому участилась практика применения проектного подхода, как альтернативы ведения профессиональной деятельности. Так же в статье выделено место развитию инновационной деятельность, рост которой наблюдается с начала двадцать первого века. Прогресс в технологиях, развитие и увеличение молодых специалистов с новым взглядом на реальность неуклонно растет. Результатом такого развития является все большее инициирование инновационных проектов. На сегодняшний день перед экспертным сообществом остро стоит вопрос: Какой подход является наиболее эффективным для проектного управления. В данной статье производится анализ эффективности процессного подхода. Целью данного исследования является определение эффективности именно процессного подхода в управлении инновационными проектами.

Литературный обзор

Сегодня актуальность проектного подхода в научном мире растет с каждым днем. В течение примерно сорока последних лет управление проектами сформировалось как отдельная профессиональная область деятельности и самостоятельная дисциплина, а так же, как самостоятельная область в науке менеджмента, которая представляет возможность руководителям проектов использовать технологии, инструменты и методы планирования, координации и реализации самих проектов [1]. Второй реалией сегодняшнего мира является увеличение значения и роли инноваций в экономике. Сегодня лидером является тот, кто представляет уникальный, новый и современный продукт, то есть инновацию. В этой связи растет доля инновационных проектов, как на макроэкономических, так и микроэкономических уровнях [2].

По общепринятому стандарту в области управления проектами, проектом является временное усилие, созданное для полученное уникального продукта, услуги или результата. Главная характеристика, определяющая проект – временный характер, где ограничены начало и конец проектной работы или фазы проектной работы. Проекты могут быть самостоятельными, или быть частью программы или портфолио [3].

Инновационный проект также можно описать, как временное мероприятие, целью которого является получение продукта, услуги или результата. Однако, согласно труду Левшина В. В., инновационный проект отличается от традиционного тем, что данный тип проектов преследует цели, которые отличаются абсолютной новизной и уникальностью [4]. Отмечается, что инновационные проекты характеризуются высоким уровнем сложности и неопределенности, т. е. их реализация сопряжена с управлением множеством различных неоднородных компонентов, при этом внешняя среда изменяется настолько динамично, что предсказать будущий результат проекта практически невозможно. Особенностью реализации таких проектов является то, что конечный продукт, услуга или результат являются чем-то значимо новым на рынке, поэтому команда проекта ставит перед собой задачи, с которыми не сталкивалась ранее [5].

Однако, недостаточно просто понять, что же такое проект. Так как проект подразумевает наличие конечной и выполненной цели и результатов, то для получения тех самых результатов необходимы процессы и мероприятия по их достижению. Именно это и есть управление проектами. Управление проектами – это процесс выполнения требований проекта путем реализации, мониторинга и контроля проектных результатов в целях удовлетворения потребителя [6].

В современных методологиях управления проектами существует несколько фундаментальных подходов: системный подход, проектный подход, процессный подход, сценарный подход.

Особенностью системного подхода является строгий систематизированный взглядом на проект или программу. Проектный подход характеризуется четкой ориентацией на достижение цели – создание «продукта проекта». Инструменты управления проектами и программами (при данном подходе) построены с учетом уникальности проекта и обеспечения достижения цели в заданной системе критериев. Сценарный подход связан с процессами подготовки и принятия решений в управлении проектами. Сценарии обеспечивают быстрый перенос лучшей практики в разнообразные процессы управления проектами [7]. В современной теории управления так же выделяют гибкие подходы (Agile, Scrum), суть которых состоит в итерационном управлении проектом, которое позволяет в кратчайшие сроки реагировать на изменения в проекте улучшая и дорабатывая его.

Отдельное место выделено процессному подходу. Так как целью данной статьи является понять на сколько актуальна и уместна практика процессного подхода в управлении именно инновационными проектами, то изучению данного подхода отведено большее внимание. При процессном подходе вся деятельность по управлению проектом разбивается на последовательно определенные операции-процессы, которые приведут к достижению результатов проекта, при это за каждым из выделенных процессов необходим тщательный контроль. Процессное управление позволяет: получить наиболее подробную картину того, что происходит с организацией, определить слабые места организации, выявить возможности нововведений или изменений в компании, улучшить финансовые показатели путем отслеживания эффективности каждого процесса.

Согласно статье Бушуева С. Д., особенностью процессного подхода является необходимость регламентировать и унифицировать действия менеджеров проектов, приведя их к повторяющимся процессам с описанием входных и выходных показателей (ресурсов), а также к последовательности действий, которые преобразуют вход в выход. Процессный подход привязывается к определенной предметной области (в данном случае инновации и инновационные проекты) и позволяет формализовать действия проектного менеджера [7, с. 3].

Исследования Седых Е. П. говорят о том, что процессный подход обеспечивает быстрое реагирование на изменения, поскольку позволяет комбинировать различные функций проекта исходя из связей между ними и последовательности выполняемых операций, нацеливать сотрудников на результат процесса, а не на удовлетворение требований руководителя, эффективно сокращать затраты за счет исключения дублирования действий, необходимых для достижения результата [8].

На сегодняшний день в Казахстане происходит значительные работы и мероприятия по развитию инновационной деятельности. Правительство государства намерено увеличить количество инновационных кластеров, а также инновационных продуктов, представленных на мировой арене [9]. Одним из основных результатов данной инновационной политики является увеличение в стране инновационных проектов. Именно поэтому автором было произведено данное исследование. Основной целью данной статьи является ответ на вопрос: «Эффективно ли использование процессного подхода в управлении инновационными проектами?».

В современной экономической теории, в особенности теории управления, активно распространяется и применяется теория поколений. В данной теории выделяются три основных поколения людей, так называемых «X, Y и Z», а также предшествующие им дополнительные типы. Данная теория впервые была предложена в 1991 году американскими специалистами и Нейлом Хоувом и Уильямом Штраусом. Суть теории состоит в том, что представители каждого поколения имеют свои характерные особенности, обусловленные средой и эпохой, в которой происходило их взросление. На основе своих особенностей представители каждой отдельной поколенческой группы имеют различия при ведении своей профессиональной деятельности. Особенности в поведении каждого поколения обусловлены различными факторами: ситуация в экономике и политике, технологическом развитии общества и т. д.

Методология

Для сбора и анализа первичных данных была изучена научная литература в области инновационных проектов, управления проектами и самое главное в области изучения процессного подхода в управлении. Статьи Бушуева С. Д., Седых Е. П. были выбраны как основополагающие в изучении процессного подхода. На основе теоретических данных из научных работ было определено отсутствие оценки эффективности процессного подхода в управлении инновационными проектами.

В качестве метода исследование были использованы полуструктурированные интервью, как инструмент качественного метода исследования. Автором были отобраны кандидаты, деятельность которых напрямую связана с управлением проектами. Интервьюируемые имеют опыт в управлении проектами из таких сфер, как: образование, маркетинг, проекты по развитию персонала внутри крупных компаний, проведение мероприятий. Интервью проводились в офлайн формате на индивидуальной основе.

Результаты

С целью изучения применяемости и эффективности процессного подхода были проведены полуструктурированные интервью с менеджерами проектов различного уровня и различных сфер деятельности. Всего было проведено 6 интервью с использованием структурированного порядка вопросов. Из всех интервьюируемых 4 относятся к так называемому «поколению Y», а 2 к «поколению X». Деятельность интервьюируемых связана с управлением проектами, которые имеют как инновационный продукт или услугу, так и существующий продукт или услугу. По просьбе интервьюируемых личные данные (имя, фамилия, название компании) носят анонимный характер. (Таблица 1)

Таблица 1. Краткая характеристика интервьюируемых.

№	Возраст, лет	Сфера деятельности	Опыт управления проектами, лет	Примеры проектов
1	2	3	4	5
1	22	Маркетинговое консультирование	2	Разработка рекламных кампаний для МСБ, консалтинг индивидуальных предпринимателей, маркетинговое сопровождение МСБ, съемка рекламных роликов, ведение социальных сетей МСБ
2	22	Подбор и развитие персонала	1	Разработка программы массового найма стажеров в компанию на основе инновационных методов подбора и мотивации
3	21	Запуск информационных продуктов	2	Запуск онлайн курсов по уходу за собой, запуск спортивных онлайн-марафонов
Примечание – составлено автором на основании проведенного исследования				

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5
4	50	Электронный-банкинг, страхование	26	Развитие квалификаций персонала, разработка стратегии компаний, разработка бюджета компании, автоматизация процессов в компании
5	45	Медицинские и косметические услуги	22	Обучение новым методам лечения подологических проблем организма человека
6	45	Фармацевтические услуги	21	Строительство аптек, разработки стратегии продаж препаратов
Примечание – составлено автором на основании проведенного исследования				

Перед началом каждого интервью участникам были предоставлены теоретические данные о главных понятиях в исследуемом вопросе: управление проектом, инновационные проекты, подходы в управлении проектами. В ходе каждого интервью интервьюируемым были заданы следующие вопросы:

1. Расскажите о сфере своей деятельности?
2. Знакомы ли Вы с управлением проектами?
3. Считаете ли Вы себя менеджером проектов?
4. Расскажите свой опыт в управлении проектами?
5. Сталкивались ли Вы с проектами, результатами которых является инновационный продукт или услуга?
6. Как Вы управляете своими проектами?
7. К каким методологиям и подходам Вы прибегаете при управлении проектом?
8. Почему Вы используете именно этот (озвученный интервьюируемым) подход?
9. Какой подход по вашему мнению является наиболее эффективным в современных экономических условиях и почему?

В таблице 2 представлена информация о том какой подход практикует в своей деятельность каждый отдельный интервьюируемый.

Таблица 2. Подходы, используемые интервьюируемыми менеджерами проектов

№	Какой подход использует в управлении проектами	Признаки использования озвученного фактора
1	2	3
1	Комбинация гибкого управления с системным	ализация операций в проекте систематизируется, однако каждая операция реализуется как «спринт»
2	Гибкое управление – методологии Agile и Scrum	бильность в управлении, возможна резкая смена действий и решений, быстрое реагирование на внешние изменения
3	Комбинация гибкого управления с системным	стематизация деятельности в проекте, при активном реагировании на изменения, обусловленные внешними факторами
Примечание – составлено автором на основании проведенного исследования		

Продолжение таблицы 2

1	2	3
4	Комбинация признаков различных подходов	каждом отдельном проекте возможен тот или иной подход
5	Комбинация признаков системного и процессного подходов	стематизация деятельности проектов, при реализации групп операций, как отдельных процессов
6	Комбинация признаков системного и процессного подходов	стематизация деятельности проектов, при реализации групп операций, как отдельных процессов
Примечание – составлено автором на основании проведенного исследования		

По словам участника №1, деятельность которого связана со сферой маркетинга, при управлении проектом необходимо быстро и своевременно реагировать на возможные риски и незапланированные изменения. Проекты, которыми доводилось управлять интервьюируемому, имели схожие результаты, а также схожий процесс достижения результата проекта, однако в каждом проекте были свои сложности и риски, отличные от других проектов. Поэтому у данного специалиста имеет место практика гибкого управления с использованием методов системного подхода. На вопрос об эффективности процессного подхода участник дал отрицательный ответ, обосновывая это сложностью ведения деятельности через призму «процессов» в своей сфере. Участник считает, что в современных проектах необходима мобильность и быстрота реагирования.

Деятельность интервьюируемого №3 связана с инициацией и управлением проектами внутри крупной международной компании. В данном случае участник отмечает систематизированность всех действий в достижении результатов проекта. Большая часть проектов интервьюируемого связана с обучением и развитием персонала, поэтому действия менеджера унифицируются и систематизируются ввиду однородности проектов. Но при этом автор не исключает использование методов гибкого управления в отдельных случаях, когда необходима мобильность и скорость реагирования. На вопрос эффективности и практикуемости процессного подхода участник ответил, что возможно он использует те или иные методы данного подхода, но реализация проекта на основе только процессного подхода – невозможна.

Интервьюируемый №3 также отмечает необходимость гибкого управления. Деятельность участника связана с управлением проектами, результатом которых являются популярные сегодня «инфопродукты». Инфопродукт – это знания и умения, упакованные в товар в виде вебинара, видео или аудиокурса, книги, чек-листа и так далее, которые способны закрыть конкретные боли покупателей. Интервьюируемый отмечает, что в проектах с таким направлением очень высокий фактор наступления непредвиденных рисков, поэтому для него так необходимо правильное и быстрое реагирование на изменения. При достижении результатов проекта участник использует методов циклов, которые характерны для данного подхода. Также интервьюируемые отмечают использование компьютерных программных обеспечений вместо традиционной документации, для него также важно активное взаимодействие с клиентом и командой. Все это является характерными особенностями гибкого управления. Участник также сказал о том, что в практике невозможно использование одного определенного подхода, современная конъектура требует адаптивность всех подходов индивидуально для каждого проекта.

Участник №4 является независимым директором внутри крупной между международной

компании, которая инициирует множество различных проектов изнутри. Интервьюируемый отмечает, что при управлении тем или иным проектом, он не основывает свои решения на каком-то определенном подходе. По словам интервьюируемого внутри проекта невозможно принимать решения на методах одного подхода, изменения внутри проекта могут протекать настолько неожиданно и быстро, что менеджеру проекта следует прибегать от одного подхода к другому. Также участник отмечает, что процессный подход является основополагающим для любого проекта внутри компании.

Ответы интервьюируемых №5 и №6 оказались схожими. Оба участника отмечают, что в своей деятельности прибегают к методам системного и процессного подходов. Сферы деятельности данных интервьюируемых являются наиболее традиционными и имеют связь с медициной. Участники отмечают, что проектная деятельность для них стала частью «операционной», поэтому системный и процессный подходы являются для них наиболее практичными. На вопрос об эффективности подходов интервьюируемые отвечают, что данные подходы для них являются наиболее практичными, однако они не отрицают, что в деятельности менеджера проектов также должны использоваться современные методы гибкого управления.

Выводы и обсуждение

По результатам исследования были получены следующие выводы:

1. У современных менеджеров проекта, которые относят к так называемому поколению Y и Z наблюдается практика использования современных гибких подходов управления проектами. Данный фактор может быть связан с восприятием данным поколением реалий мира. Как утверждает Хоув в своей теории, представители данной группы склонны к быстрому принятию решений, мобильности и к быстрому достижению вознаграждения. Так же представители данного поколения более склонны к восприятию современной технологической информации, усвоению инноваций и т. д. Для них привычнее использование возможностей компьютерных программных обеспечений вместо традиционного ведения документации. Представители данного поколения, по итогам проведенных интервью, отрицают эффективность использования процессного подхода в современных условиях ведения бизнеса.

2. Представители поколения X, в сравнении с представителями группы поколения Y, показали, что чаще используют в своей практике методы процессного подхода. Для данной группы системный и процессный подходы являются основополагающими. На вопрос об эффективности процессного подхода интервьюируемые отмечают, что относятся положительно к данному подходу и активно применяют методы процессного подхода в управлении своими проектами, при этом используя методы нескольких подходов на практике.

3. Все интервьюируемые отмечают, что в современной экономической конъюнктуре сложно управлять проектом на основе какого-то одного определённого подхода. По их мнению, настоящий менеджер проекта в современном мире будет прибегать к комбинации методов различных подходов, так как сегодня нельзя точно предсказать события завтрашнего дня. Изменения во внешней среде проекта, а также развитие инновационных технологий заставляют пересматривать подход управления проектом для каждого менеджера проекта. Все большую популярность, судя по ответам представителей поколения Y, набирают гибкие подходы управления проектом. Интервьюируемые отмечают, что данные подходы наиболее адаптивны под современные технологические изменения, а также учитывают все факторы в управлении проектом, такие как: управление ресурсами, управление расписанием проекта и т. д.

Список использованных источников

1. Александрова Т. В., Голубев С. А., Колосова О. В. и др.; под общ. ред. проф. И.Л.: Управление инновационными проектами. Учебное пособие в 2-х Туккеля частях. Издание второе, переработанное и расширенное. Часть I. Методология управления инновационными проектами. / - СПб: СПбГТУ, 1999.

2.Туркебаева К. Т. Современное состояние и развитие проектного менеджмента в Республике Казахстан // Научный журнал «Вестник университета «Туран». – 2022 г. - № 3(95).

3. The standard for project management and a guide to the project management body of

knowledge (PMBOK guide). Seventh edition. Project Management Institute, Inc., Newtown Square, Pennsylvania. (2021)

4. Левшина В.В., Трошкова Е.В. Система менеджмента качества: инновационный проект. Монография. - Новосибирск: Изд. АНС «СибАК», 2017. – 20–22 с.

5. Гакашев М.М., Ховаев С.Ю. Социально-экономические науки // Вестник ПНИПУ. – 2015 г. - № 4 . – 84–86 с.

6. Хэлдман К. Управление проектами. Быстрый старт. Пер. с англ. Шпаковой Ю.; под ред. Неизвестного С. И. - Эл. изд. - Саратов: Профобразование, 2017. - 352 с.

7. Бушуев С. Д. Современные подходы к развитию методологий управления проектами // Управління проектами та розвиток виробництва: Зб.наук.пр. – Луганськ: вид-во СНУ ім. В.Даля. – 2005 г. - №1(13). - 5–19 с.

8. Седых Е. П. Управление проектами: Процессный подход // Научный журнал «Вестник Минского университета». – 2019 г. - № 2.

9. Министерство Цифрового развития, инноваций и аэрокосмической промышленности Республики Казахстан, https://www.gov.kz/memleket/entities/mdai/activities/9?lang=ru, последнее обращение 10/10/2022

10. Paul Sanghera. PMP® in Depth. Project Management Professional Certification Study Guide for the PMP® Exam. - San Francisco, California, USA. (2019)

11. В чем заключается инновационный подход к реализации нацпроектов от 19.10.2021., https://strategy2050.kz/ru/news/v-chem-zaklyuchaetsya-innovatsionnyy-podkhod-realizatsii-natsproektov/, последнее обращение 9/10/2022

12. Картов А.Е. Передовые подходы проектного управления для внедрения в систему государственного управления Казахстана. // Научный журнал «Вестник университета «Туран». – 2021 г. - № 3(91).

13. Об утверждении Правил осуществления проектного управления. Постановление Правительства Республики Казахстан от 31 мая 2021 года № 358. // https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2100000358 , последнее обращение 10/10/2022

14. Попова Е. С. Особенности управления персоналом в контексте теорий поколений: Теоретический аспект. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ. // Материалы VI Международной научно-практической конференции. В 2-х ч. Том Часть 2. - Горловка, 2021. - 107–113 с.

15. Ковин Е. А., Лысенко О. В. Теория поколений в контексте социологии управления // Научный результат. Социология и управление. – 2019 г. - № 4. - 151-162 с.

ФРАНЧАЙЗИНГ КАК СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО БИЗНЕСА

Каримов А.Е.[1]Магистрант
Бактымбет Ә.С.[2] к.э.н. Научный руководитель
[12]Казахский университет технологии и бизнеса, г. Астана

Аннотация. С каждым днем все больше растет популярность франчайзинга. Это обусловлено тем, что предпринимателю, работающему в данной бизнес-системе, не приходится начинать бизнес «с нуля», Он работает с торговой маркой, которая уже знакома покупателям и пользуется стабильным спросом. Сегодня все большее число прибыльных организаций развивает свой бизнес путем продажи франшиз, что является средством, способствующим осуществлению их стратегий диверсификации и проникновения на рынок.
Ключевые слова: франчайзинг, франчайзер, межфирменное сотрудничество

Аңдатпа. Күн сайын франчайзингтің танымалдығы артып келеді. Бұл осы бизнес-жүйеде жұмыс істейтін кәсіпкерге бизнесті "нөлден" бастаудың қажеті жоқ, ол сатып алушыларға бұрыннан таныс және тұрақты сұранысқа ие сауда белгісімен жұмыс істейді. Бүгінгі таңда табысты ұйымдардың саны франчайзингтерді сату арқылы өз бизнесін дамытуда, бұл олардың әртараптандыру және нарыққа ену стратегияларын жүзеге асыруға ықпал ететін құрал.
Түйінді сөздер: франчайзинг, франчайзер, фирмааралық ынтымақтастық.

Annotation. The popularity of franchising is growing more and more every day. This is due to the fact that an entrepreneur working in this business system does not have to start a business "from scratch", He works with a trademark that is already familiar to customers and enjoys stable demand. Today, an increasing number of profitable organizations are developing their business by selling franchises, which is a means to facilitate the implementation of their strategies of diversification and market penetration.
Keywords: franchising, franchisor, inter-company cooperation.

Введение

«Франчайзинг как стратегия развития современного бизнеса» подтверждается тем, что поскольку Казахстан и другие страны СНГ только вступили в рынок, то часто отношения между участниками выстраиваются без опоры на предыдущий опыт и поэтому носят стихийный, ситуативный характер, преследуя сиюминутные цели. Это дает широкие возможности для спекуляций и недобросовестного сотрудничества. Поэтому в отличие от США, стран ЕС рынку Казахстане необходимо четкая законодательная база, регламентирующая отношения по франчайзингу. Это, безусловно, привлечет в страну инвестиции и популярные бренды.

Цель статьи - разработать проект развития франчайзинга.

В литературе франчайзинг исследован как способ, дающий возможность с относительно низкими издержками организовать "с нуля" бизнес. Однако данные аспекты не раскрывают потенциал этого инструмента как бизнес-формата [1].

Несмотря на недостаточность комплексных знаний о процессе франчайзинга в Казахстане, современный этап развития экономики характеризуется все большим распространением данного типа бизнеса.

По своей сущности франчайзинг представляет собой систему взаимоотношений, заключающуюся в возмездной передаче одной стороной (фирмой, имеющей, как правило, ярко выраженный имидж и высокую репутацию на рынке товаров и услуг) другой стороне (фирме или индивидуальному частному предпринимателю) своих средств индивидуализации производимых товаров, выполняемых работ или оказываемых услуг (товарный знак или знак обслуживания, фирменный стиль), технологии ведения бизнеса и другой коммерческой информации, использование которой другой стороной будет содействовать росту и надежному закреплению на рынке товаров и услуг.

При этом передающая сторона обязуется оказывать содействие в становлении бизнеса, обеспечивать техническую и консультационную помощь. Приобретающая права сторона производит платежи за право использования в предпринимательской деятельности исключительных прав франчайзера и оказываемые услуги, целью которых является поддержка

франчайзи [2].

За всё время, пока развивается франчайзинг в Казахстане, страна развивалась скачкообразными темпами, не стабильно. Менялся спрос на товары и услуги, происходили переделы собственности. Всё это оказывало влияние на франчайзи. Смена владельцев арендуемых помещений, переделы рынков (часто далеко не рыночными методами) - всё это влияло на развитие системы франчайзинга, тормозило и останавливало его [3].

Получение такого капитала в виде банковского кредита сталкивается с рядом препятствий:

- уровень прибыльности франчайзи с учётом всех расходов и выплат может оказаться таким, что срок возврата кредита будет большим. Если принять во внимание величину ставок на кредиты, то попытка получения кредита становится невозможным вариантом.
- правовая система, существующая сейчас, и вовсе затрудняет кредитование франчайзи.
-

Литературный обзор

Франчайзинг является одной из наиболее распространенных стратегий развития современного бизнеса. Это метод, который позволяет предпринимателям использовать успешно зарекомендовавшие себя бизнес-модели, уже реализованные на рынке, для расширения своей собственной сети. Франчайзинг представляет собой партнерский договор между владельцем бренда - "франчайзором" и предпринимателем, который получает право использования торговой марки, бизнес-модели и ведения бизнеса с использованием "франчайзора". В обмен на это "франчайзор" получает процент с продаж и поддерживает стандарты бренда в сети франчайзингов. Франчайзинг выгоден для обеих сторон. "Франчайзор" расширяет свою сеть, сохраняя контроль над брендом, а предприниматель получает уже зарекомендованную бизнес-модель, которую необходимо только адаптировать к местной среде. Существует множество примеров успешных франчайзинговых сетей, таких как McDonald's, KFC, Subway, 7-Eleven и т. д., которые стремительно развивались как в родной стране, так и за рубежом. Однако, франчайзинг также имеет некоторые недостатки, такие как высокие начальные инвестиции и ограничение на креативность и инновации в сети. Кроме того, не все бизнес-модели пригодны для франчайзинга. Тем не менее, франчайзинг остается популярной стратегией развития бизнеса, которая может обеспечить успех и рост предприятию.

Результаты

Франчайзинг — это система бизнеса, которая позволяет предпринимателю получать лицензию на использование товарного знака, бренда и бизнес-модели другой компании с целью расширения своего бизнеса. Франчайзинг является одной из наиболее популярных стратегий развития бизнеса в современном мире. Главными преимуществами франчайзинга являются: 1. Быстрое развитие бизнеса. Франчайзинг позволяет быстро расширять бизнес в другие города, регионы или даже страны. Новые франчайзи получают готовую бизнес-модель, уже отработанный бренд и опыт успешной работы компании. 2. Низкие затраты на развитие. Каждый новый франчайзи вкладывает свои средства в развитие своего бизнеса, что позволяет основной компании сократить затраты на развитие. 3. Увеличение прибыли. Франчайзи получают готовый бизнес, который уже известен и пользуется спросом у клиентов. Это позволяет франчайзи начать зарабатывать сразу же после открытия своего бизнеса. 4. Увеличение покупательной способности. Бренд, товарный знак и бизнес-модель уже известны клиентам, что позволяет привлекать больше покупателей и увеличивать свою покупательную способность. Франчайзинг — это отличный способ для основной компании расширить свой бизнес и увеличить свою прибыль, а для франчайзи - начать свой бизнес с минимальными затратами и быстро получить прибыль. Однако, при выборе франчайзи необходимо тщательно изучить договор и условия франчайзинга, чтобы не столкнуться с непредвиденными затратами и проблемами.

Также существуют некоторые правовые проблемы. Они связаны с отсутствием всякого правового сопровождения франчайзинга в Казахстане.

Чтобы решить эти проблемы и начать нормальные развитие, необходимо достигнуть трёх целей:

- обеспечить прозрачность всей системы франчайзинга для контролирующих органов.

- создать возможность для удобного и адекватного применения правовых актов для всех участников данной системы.
- обеспечить реальную конкуренцию разных франчайзинговых систем на основе традиционной реализации продукции и услуг.
- Необходимо создание Федерального закона о франчайзинге, который будет не только развивать основные положения ГК КЗ, но и включать в себя положения:
- понятие и определение "роялти". На данный момент в ФЗ КЗ говорится: "О соглашении о разделе продукции" усечено и недоработано, паушальных платежей, характеристику создаваемого в системе франчайзинга рекламного фонда и других понятий.
- в каждом разделе закона дать характеристику и особенности работы по каждому типу франчайзинга.
- создать порядок уступки товарных марок и брендов, товарных знаков и лицензий, патентов и т.д.
- сформулировать основные положения и дефиниции, понятие "франчайзинг", таким образом, чтобы оно совпало с тем понятием, которое используется во всём мире.
- выработать перечень документов, который бы регулировал все этапы создания франчайзинговой системы, вплоть до образцов документов.

Результатом таких действий станет нормальная, эффективная правовая база для предпринимателей, заключающих договор франшизы. По ней они смогли бы регулировать свои взаимоотношения и преодолеть большинство из препятствий [4].

Также для участников франчайзинговых договоров стоит ввести льготную систему налогообложения. Это вызвано следующими причинами:

- расходы франчайзи увеличены: значительны размеры роялти, отчислений в рекламный фонд, паушальные платежи.
- траты на создание внешнего вида в соответствии с требованиями франчайзера (спецодежда, интерьеры, униформа и т. д.).
- отсутствием в стране брендов и торговых марок, известных достаточно широко. Такие марки привлекали бы потенциального покупателя, но на создание подобных уходят внушительные средства.

Наряду с прочими проблемами, сдерживающими развитие франчайзинга в Казахстане, существуют ещё проблемы социально-психологического плана. Как уже было сказано выше, потенциальные франчайзи опасаются провала. Во-первых, это происходит в результате отсутствия крупного отечественного опыта франчайзинга. Во-вторых, большинство убеждено, что западный опыт развития франчайзинга не сработает в Казахстане [5].

Выводы и предложения

В результате проведенных маркетинговых исследований можно сделать следующие выводы:

- По своей сущности франчайзинг представляет собой систему взаимоотношений, заключающуюся в возмездной передаче одной стороной (фирмой, имеющей, как правило, ярко выраженный имидж и высокую репутацию на рынке товаров и услуг) другой стороне (фирме или индивидуальному частному предпринимателю) своих средств индивидуализации производимых товаров, выполняемых работ или оказываемых услуг (товарный знак или знак обслуживания, фирменный стиль), технологии ведения бизнеса и другой коммерческой информации, использование которой другой стороной будет содействовать росту и надежному закреплению на рынке товаров и услуг [6].
- Специфика отечественной практики ведения бизнеса определяется тем, что в нашей стране происходит процесс внедрения западных технологий, которые позволяют предприятиям не только выжить в сложной экономической ситуации, но успешно осуществлять свою коммерческую деятельность. Одной из таких технологий является франчайзинг.
- Франчайзинг имеет хорошие возможности для распространения в Казахстане. Но существует ряд проблем, препятствующих этому. Так как франчайзинг — это экономический инструмент, то он, естественно, требует наличия определённых экономических предпосылок, которых в Казахстане пока нет. Или они только ещё начинают формироваться.

Франчайзинг – это эффективная стратегия развития бизнеса, которая позволяет

увеличить известность бренда и расширить влияние на рынке. Он может быть особенно полезен для малых и средних предприятий, которые ищут пути расширения своего бизнеса. Франчайзинг позволяет получать доход за счет использования технологий и товаров компании-франчайзера. Франчайзи получают уже готовый бизнес-план и поддержку со стороны франчайзера в обучении, маркетинге и продажах. Однако, прежде чем отдавать свой бизнес во франшизу, необходимо тщательно подходить к выбору франчайзера, обращая внимание на его опыт, репутацию и лицензирование. Франчайзинг требует значительных инвестиций, поэтому необходимо оценить финансовые возможности и потенциал рынка. В целом, франчайзинг представляет собой выгодную стратегию развития бизнеса, но требует серьезного подхода и инвестиций. Он может быть особенно эффективен для малых и средних предприятий, которые стремятся увеличить свою известность и продажи на рынке.

Список использованных источников

1. Дельтей Ж. Франчайзинг. - СПБ.: Нева, 2016. - 128с.
2. Кац Р.Б. Франчайзинг. Построение предприятия, бухгалтерский учет, правовые аспекты. - М.: РОСБУХ, 2012. - 136с.
3. Клименко А. Франчайзинг.128 успешных франшиз от известных фирм. - М.: Радар, 2022. - 160с.
4. Колесников В. Построение франчайзингового бизнеса. Курс для правообладателей и пользователей франшиз. - спб.: Питер, 2018. - 288с.
5. Крутик А.Б., Решетова М. В. Предпринимательство в сфере сервиса. - М.: Академия, 2022. - 160с.
6. Курзенин Э.Б., Нестерова Э. Э. Правовые основы бизнеса. - М.: Рид Групп, 2022. - 224с.
7. 1. Российская Ассоциация Франчайзинга. URL: http://ru.rusfranch.ru (дата обращения: 22.11.2012).
8. Спиридонова Е. А. Стратегия франчайзинга в инновационной сфере // Вестник С.Петерб. ун-та. — 2011. — Вып.2. — С.42-51.
9. Тейванов С.В. Инвестиционная привлекательность и инвестиционное проектирование франчайзинга // Инвестиции. — 2007. — №22 (103). — С.42-48.
10. Танин Ю. В., Шахова М. С. Франчайзинг: теория и российская практика. — М.: МАКС Пресс, 2003. — 112 с.
11. Франчайзинг как способ ведения бизнеса в России / Л.Н. Ишина, Г. В. Пономаренко. — М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2005. — 223 с.
12. Hoffman R., Preble J. Franchising: Selecting a Strategy for Rapid Growth // Long Range Planning. — 1991. — Vol.24, №4. — P. 74-85.

INFLUENCE OF THE QUASI-STATE CORPORATIONS ON THE DEVELOPING ECONOMY IN THE CASE OF THE JSC DEVELOPMENT BANK OF KAZAKHSTAN AND KAZAKHSTAN ECONOMY

Kereikhan Tuspek[1]. Bakhytzhan Kurmanov[2.]
M. Narikbayev[3] KAZGUU University, Astana.

Annotation
In this study, the available foreign and domestic literature on the research topic was studied, the Development Bank of Kazakhstan was considered as an example, the analysis of financial statements, the loan portfolio and the impact of the development bank on the economy of Kazakhstan was carried out according to the following metrics: job creation, export amounts, profitability of projects under financing. The study provides examples of socially significant projects, as an example, a project to finance the construction of a glass factory in Kyzylorda was considered. Also, 4 interviews were conducted with representatives of the financial system of Kazakhstan and conclusions and recommendations were made based on primary and secondary data.
Keywords: influence of quasi-state corporations, development bank, Development Bank of Kazakhstan, loan portfolio, glass factory.

Аннотация
В данном исследовании была изучена доступная зарубежная и отечественная литература по теме исследования, в качестве примера был рассмотрен Банк развития Казахстана, проведен анализ финансовой отчетности, кредитного портфеля и влияния банка развития на экономику Казахстана по следующим показателям: создание рабочих мест, объемы экспорта, рентабельность финансируемых проектов. В исследовании приведены примеры значимых проектов, в качестве примера был рассмотрен проект по финансированию строительства стекольного завода в Кызылорде. Также было проведено 4 интервью с представителями финансовой системы Казахстана и сделаны выводы и рекомендации на основе первичных и вторичных данных.
Ключевые слова: влияние квазигосударственных корпораций, банк развития, Банк развития Казахстана, кредитный портфель, стекольный завод.

Аннотация
Бұл зерттеуде зерттеу тақырыбы бойынша қолжетімді шетелдік және отандық әдебиеттер зерделенді, мысал ретінде Қазақстанның Даму Банкі қаралды, қаржылық есептілікке, кредиттік портфельге және даму банкінің Қазақстан экономикасына әсеріне мынадай көрсеткіштер бойынша талдау жүргізілді: жұмыс орындарын құру, экспорт көлемі, қаржыландырылатын жобалардың рентабельділігі. Зерттеу барысында маңызды жобалардың мысалдары келтіріліп, мысал ретінде Қызылордада шыны зауытының құрылысын қаржыландыру жобасы қарастырылды. Сондай-ақ, Қазақстанның қаржы жүйесінің өкілдерімен 4 сұхбат жүргізіліп, бастапқы және қайталама деректер негізінде қорытындылар мен ұсынымдар жасалды.
Түйінді сөздер: квазимемлекеттік корпорациялардың ықпалы, даму банкі, Қазақстанның Даму Банкі, кредиттік портфель, шыны зауыты.

Introduction

Development Banks occupy a special place in the financial structures of various countries and have a dual nature of their existence. The economy of Kazakhstan as part of the global economy also established its own Development Bank as part of the National Holding to involve foreign investments and support existing industrial companies.

The projects financed by DBK JSC are strategically important and necessary for the non-resource development of Kazakhstan. For example, a project to modernize a plant to produce mineral fertilizers with an increase in the design capacity for the production of finished products in Aktau. The modernization of this plant will result in the production of 4 types of products, including nitrogen-phosphorus fertilizers, which are necessary for agriculture.

Despite the cited indicators of the effective work of DBK JSC, there is criticism regarding the

loan portfolio and approaches to financing projects. One of the main criticisms is the lack of transparency in the bank's operations and investments, with concerns raised about the allocation of loans and investments and the possible favoritism towards certain companies or industries.

Thus, there is a contradictory opinion about DBK JSC and its activities. This study is an attempt to understand the current situation around the domestic development institute and give an answer to the question regarding the impact on the economy of Kazakhstan.

Research question: To what extend does the JSC DBK influence on Kazakhstan's economy?

Sub-questions:

1. Does the JSC DBK meet the requirements stated by the government?
2. Do DBK-funded projects contribute to the economy?
3. Does JSC DBK faced the failure cases?

Significance

The significance of this research lies in its contribution to the domestic scientific area of Development institutions. By filling a literature gap, the study provides new insights into the investment activity of NDBs during the post-crisis period, which represents a novel aspect of the research. The study's practical value is found in the author's suggestions for DBK JSC's financial and economic operations, which may be used to raise the company's performance. These suggestions can help guide investment decision-making in the financial sector and serve as a useful resource for practitioners and regulators.

Furthermore, the results of the study can be used as a foundation for further research around Development institutions, as the study provides a new perspective on the topic. This research can inform future studies and contribute to the ongoing discourse in the field of finance and economics.

Literature review

Development banks, having a large amount of long-term financing, can have a significant impact on the development of various sectors of the economy of developing countries. They can take on socially significant, but risky projects that second-tier banks may not consider as an object of financing.

There are different interpretations in approaches to the definition of the concept of a development bank, but they all agree on the following:

- on the long-term nature of investments
- on a non-commercial basis
- on a specific mission that is significant for society

Based on the above definitions, we can conclude that DB is a special form of social structure, with a specific purpose of activity, legal regulation over which is carried out by banking and special legislation and providing credit instruments for long–term financing of significant projects for society. The direct participation of the state in the formation of the capital of the development bank determines the distinctive feature of this form.

Stephanie Griffith Jones, C.P. Chandrasekhar [10], World bank group (Jose De Luna Martinez, Carlos Leonardo Vicente, Ashraf bin Arshad, Radu Tatucu, and Jiyoung Song) underline the significance of the Development Institutions.

Griffith Jones offers advice on how development banks may effectively assist growth and investment while highlighting the essential role they play in developing, rising, and developed countries.

C.P. Chandrasekhar highlights the experiences of the four countries mentioned while examining the historical circumstances that contributed to the development of DFIs. Due to the lack of specialized institutions in India, the government has been forced to finance infrastructure projects through publicly owned commercial banks, which has limited the industrial sector's access to long-term financing. The DB's involvement in South Korea included urging the country to borrow money from outside to purchase foreign technology, which was then utilized to launch a fruitful export-oriented strategy.

Report prepared by team of the World Bank Group highlights the following: DBs tend to be small in terms of assets, they are relevant, and governments use them to provide financial services in sectors or regions that private financial intermediaries do not serve sufficiently; DBs are highly diverse in terms of their size, financial performance, development objectives, business models, funding arrangements, and governance practices; DBs serve the private sector in their jurisdictions; DBs face challenges, and many need to be reformed and strengthened; DBs need to adopt better monitoring and evaluation frameworks to enable them to assess the economic impact of their business operations, examine what

works and what does not, and ultimately quantify and evaluate their success.

Jiajun Xu, Xiaomeng Ren, and Xinyue Wu point out in their study that there is a lack of academic research addressing key issues such as the function of state intervention in financial systems, the features of DFIs, and how to assess their development effectiveness. They have created a comprehensive database on DFIs around the world to close this data gap. The writers discuss the need for DFIs and how they vary from other types of financial organizations. They look at issues including pro-cyclical lending, market incubation, promoting capital markets, and the efficiency of DFIs under the first point. Although numerous market failures have been documented in earlier research to demonstrate the value of DFIs, it is still unknown why DFIs are more advantageously situated than competing approaches to remedy certain market faults or to incubate markets. The authors list three characteristics—legal independence, specific public policy objectives, and government support—that define DFIs under the second point. To provide medium- and long-term financing, it is also preferable for DFIs to have a majority of long-term liabilities.

N.K. Kuchukova, in monograph, notes the unique and distinctive features of the Development Bank from the second-tier banks. The uniqueness of DBK JSC lies in the development of the non-resource sector on behalf of the government. Thus, through development institutions, the state participates in projects aimed at creating an integrated production system that creates competitive products, consistently developing the technological and economic value chain. This makes it possible to create diversified enterprises working on the final product that meets all the parameters of competitive products. DBK positions itself as a financial institution for economic development.

Methodology

This study considers the positive and negative sides of the Development Institution by examining articles, official information, news, interviews; investigation, and lawsuit. The research was conducted using qualitative methods with a brief financial analysis of secondary qualitative data.

To answer the research first and sub-question the annual audited financial statements of 2018-2022 will be analyzed. Results will be interpreted by using the financial analysis of Balance Sheet and Profit and Loss Statement, calculation of ratios: Return to Equity, Debt load level, Capital adequacy ratios of the first and second levels.

In order to answer the second sub-question, the analysis of projects indicators (project revenue, exports under the project, jobs created) implemented through the DBK, by region and industries was carried out.

In order to answer the third sub-question, the case of glass factory was considered. As part of the study, news and a court case with a corruption scandal were considered.

The study mostly focused on employees of DBK, auditors, valuation specialists and business analytics who work closely in financial sector. The readers and stakeholders are mostly related to financial area, therefore, a non-probability sampling technique, namely purposive sampling, was used.

To understand the overall picture of the importance of the development bank for the economy of Kazakhstan, 4 interviews were conducted with representatives of the financial system: an auditor, a business analyst, a valuation specialist, and a banker. The current and former employees of DBK refused participation in interviews referring to the non-disclosure agreement (NDA).

Results

Based on analysis of financial statements we can conclude the following:

According to the results of 2021, the capital adequacy ratios of the first and second levels, calculated in accordance with Resolution of the Government of the Republic of Kazakhstan No. 250 dated April 22, 2015, amounted to 13.63% and 17.24%, respectively, According to GK RK No. 250, the threshold values of the capital adequacy ratios of the first and second. levels should be 8% and 10%, respectively. The table 1 shows the changes in capital adequacy ratio during the 2018-2021

Table 1. Capital adequacy ratio 2018-2021

In billion KZT	FY 2021	FY 2020	FY 2019	FY 2018
Tier I capital	527	490	419	383

Tier I capital adequacy ratio	13,63%	15,88%	16.17%	15.17%
Tier II capital	140	132	113	91
Tier II capital adequacy ratio	17,24%	20,15%	20.53%	18.76%
Risk weighted Assets	3,868	3,088	2,592	2,527

Source: financial statements of DBK JSC

The higher ratio of capital adequacy indicates that the JSC DBK is in a better position to deal with unexpected losses due to availability of adequate capital and have enough capital on reserve to handle a certain number of losses, before being at risk for becoming insolvent.

The requirement for Debt load Level according to GK RK No. 250 is no more than 7:1. During the analyzed period the Debt-to-Equity ratio was in the corridor 5.0 and 6.0.

The figure 1 shows changes in total liabilities, total equity, and Debt load level during the 2018-2021.

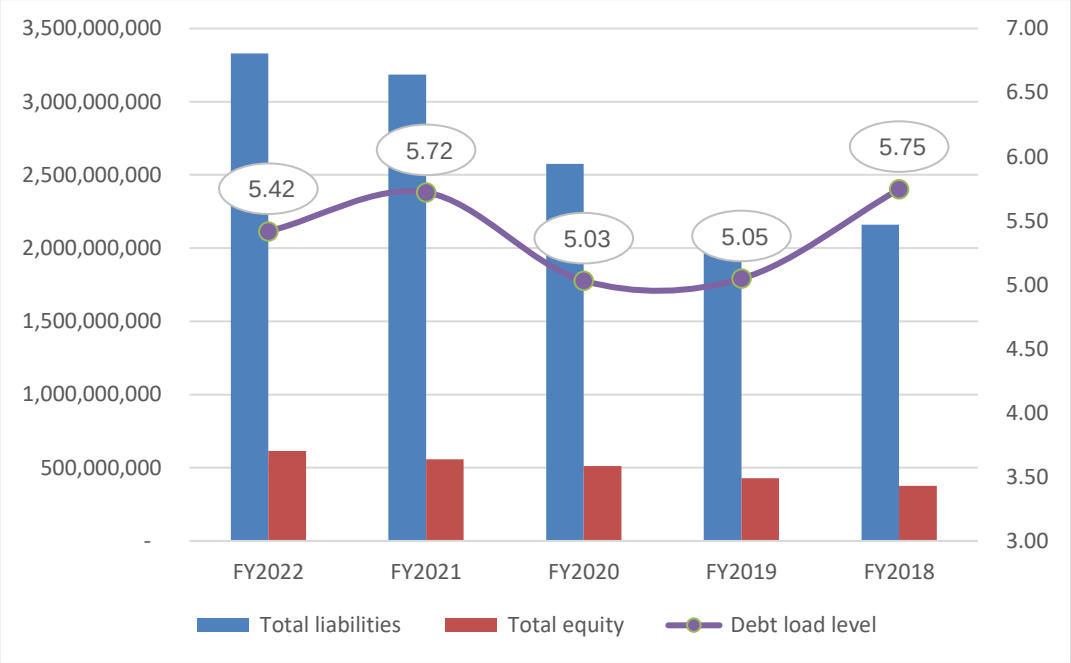


Figure 1. Liabilities to equity

Table 2 shows the industries with the significant growth during the 2018-2021 in total loan portfolio of DBK JSC.

Table 2. Industries with significant increase of funding during the 2018-2021

Growth of financing Description	21/20	20/19	19/18	Total	Average Growth rate
Electric power supply, and gas and steam supply, and air conditioning	13.30%	290.56%	-7.17%	410.76%	42.36%
Foodstuff manufacturing	145.77%	5.33%	28.22%	331.91%	34.98%
Chemical industry	-13.40%	247.70%	10.24%	331.93%	34.98%

Catering and accommodation services	-39.11%	1522.93%	-60.33%	392.06%	40.71%
Construction materials manufacturing	15.28%	17123.14%	-23.96%	15098.71%	250.54%

Source: financial statements of DBK JSC

During the period 2018-2021 we can mention that Volume of financing in Construction materials manufacturing increased from 134,042 kKZT to 31,633,160 kKZT respectively. The average growth is equal to 250.54%. Which is the biggest growth rate in in the comparison with other Industries. As a weight in the Loan portfolio from 0.01% to 1.56% respectively.

The proportion of Kazakhstan's total exports attributable to exports from DBK-implemented projects increased from 4.2% in 2017 to 10.9% in the first half of 2021. During the analyzed period, the proportion of tax payments within DBK-implemented Projects to genuinely listed taxes and other mandatory payments of medium and large enterprises in the Republic of Kazakhstan rose from 1% to 5.7%.

In terms of direct and indirect effects, the proportion of GDP attributable to the volume of products and services provided within DBK-financed investment projects and export operations increased from 3.1% in 2017 to 11.4% in the first half of 2021.

During the period from 2017 to the first half of 2021, product revenue, exports, and tax payments by companies whose investment projects were financed by the Development Bank have exhibited an upward trend. During the period in question, revenues from manufactured goods and services increased from 890 billion tenge to 2 trillion 63 billion tenge (in 2020 - 3 trillion 301 billion tenge), with exports increasing from 671.5 billion tenge to 1 trillion 245 million tenge (in 2020 - 2 trillion).

Based on analysis of the loan portfolio we can conclude the following:

1. Projects in the metallurgy and oil refining industries, which account for over 40 percent of the industry structure of the analyzed indicators, play the most important role.
2. In a regional context, the largest volume growth is observed in the East Kazakhstan region, where project revenues increased from 192 million tenge to 1 trillion tenge over the period of analysis.
3. In the mining and metallurgical industries, oil refining, automobile manufacturing, and chemical industry, DBK-implemented initiatives accounted for a sizeable portion of the market.
4. More than 80% of exports and 25% of taxes of large and medium-sized enterprises of the region after 2020 and more than 17% of exports and 23% of taxes of large and medium-sized enterprises of the Pavlodar region in 20221 will be generated by projects implemented with DBK's participation.
5. In terms of direct and indirect effects, the proportion of GDP attributable to the volume of products and services provided within DBK-financed investment projects and export operations increased from 3.1% in 2017 to 11.4% in the first half of 2021

The analysis of DBK's financial statements and the projects they financed reveal positive results and outcomes, but it is essential to acknowledge the institution's critics and corruption controversies of the Parent company (NMH Baiterek). The case of financing the first float glass factory in Kazakhstan proves it.

The failure to finance the glass factory despite the initial assurances raises concerns about the openness and efficiency of DBK's operations. These factors emphasize the need for increased accountability and oversight in the institution's operations to ensure that it fulfills its mandate of promoting economic development in Kazakhstan while avoiding potential impropriety or bias.

This behavior raises significant questions about the institution's and management's integrity and ethical practices. The investigation highlights the need for stricter regulations and supervision to prevent such misconduct and ensure that DBK fulfills its mandate to promote responsible and ethical economic development in Kazakhstan.

Based on case of glass factory:

1. King Charm Development Limited (KCDL) became the sole owner of Orda Glass Ltd.

2. To repay the loan to DBK JSC, KCDL provided a long-term loan to Orda Glass Ltd.

3. Since the debt to DBK JSC was repaid, it disappeared from the list of funded projects.

Additionally, this case demonstrates that the issue is more complex than it initially appears. The concept of constructing a glass factory is highly appealing and essential for the diversification of Kazakhstan's economy. The root of the problem is corruption. And cases like that of Orda Glass are the consequence.

Based on answers of participants:

Participants emphasized the crucial role of the DBK in the economic growth of Kazakhstan due to its substantial funding. There were provided examples of fascinating initiatives that are exclusive to Kazakhstan. The presence of such initiatives influences economic growth through the creation of new jobs and other indicators. These remarks pertain to the significance of a financial institution such as the DBK and its available resources.

Concluding remarks

The study revealed that JSC DBK financed projects intended at developing the nation's economy and infrastructure, such as BioOperations, MODEX, railway infrastructure modernization, construction of renewable energy power plants, and "Karavansaray Turkistan" construction. After obtaining refinancing and loan repayments at the expense of the guarantor, Bio Operations was cited as a successful example of rehabilitation.

In conclusion, the findings of this study underscore the significance of effective and accountable development institutions in promoting economic growth in developing nations such as Kazakhstan. There is a need for increased transparency, supervision, and regulation to ensure that JSC DBK fulfills its mandate while avoiding potential impropriety or bias.

References:

1. Official website of Development Bank of Kazakhstan JSC | JSC “Development Bank of Kazakhstan.” (2023, July 4). https://www.kdb.kz/en/

2. Kulshmanov, A. (2022, January 25). The head of the DBK left the post after Tokayev's criticism. Main News of Kazakhstan - Tengrinews.kz. https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/glava-brk-pokinul-post-posle-kritiki-tokaeva-460149/

3. Bruck N. The Role of Development Banks in the Twenty-First Century // Journal of Emerging Markets. – 1998. – Vol. 3. – Pp. 39–67

4. De Luna-Martínez J., Vicente C.L. Global Survey of Development Banks / Policy and Research Series 5969. – Washington, DC: World Bank, 2012. – 41 p.

5. De Aghion B. Development banking // Journal of Development Economics. 1999. – Vol. 58. – No. 1. – Pp. 83–100.

6. Kane J. Development Banking. – Lexington, United States: Lexington Books, 1975. – 217 p

7. Schmit M., Gheeraert L., Denuit T., Warny C. Public Financial Institutions in Europe. / Brussels: European Association of Public Banks, 2011. – Режим доступа: http://www.adfiap.org/wpcontent/uploads/2011/06/2011_03_28_Publ-Fin-Inst-in-Europe_Final.pdf

8. Stephany Griffith-Jones (2022, April), “The role public national development banks play in the structural transformation of developing countries.”/ United Nations Conference on Trade and Development/ https://unctad.org/system/files/information-document/BRI-Project_policy-brief-01_en.pdf

9. Stephany Griffith-Jones, “The case and role for development banks; the European example”/ https://policydialogue.org/files/events/background-materials/Stephany_Paper.pdf

10. C.P. Chandrasekhar, “National development banks in a comparative perspective”, RETHINKING DEVELOPMENT STRATEGIES AFTER THE FINANCIAL CRISIS, p.21-30, 2016

11. De Luna-Martinez,Jose; Vicente,Carlos Leonardo; Arshad,Ashraf Bin; Tatucu,Radu; Song,Jiyoung. 2017 Survey of National development banks (English). Washington, D.C. : World Bank

Group. http://documents.worldbank.org/curated/en/977821525438071799/2017-Survey-of-National-development-banks
12. Kuchukova, N. K. (2020). Financial aspects of the Third modernization of the economy of Kazakhstan. https://www.enu.kz/downloads/mart-2021/finansovye-aspekty-monografiya.pdf

GENDER INEQUALITY IN THE WORKPLACE

Kim Nina[1], Karibayeva Adele[2], 2nd year students of the specialty "Finance"
[1 2] Almaty Management University, Almaty

Annotation. This article discusses the issue of gender discrimination in the workplace, with a particular focus on unequal salary rates between men and women. Despite significant progress made in recent decades towards gender equality, studies continue to show that women are often paid less than their male counterparts for doing the same job. The article examines the causes and effects of this discrimination, as well as possible solutions to address the issue.
Keywords: gender discrimination, workplace, salary rates, gender equality, causes, effects, solutions.

Аннотация. В данной статье обсуждается проблема гендерной дискриминации на рабочем месте с особым акцентом на неравные ставки заработной платы мужчин и женщин. Несмотря на значительный прогресс, достигнутый за последние десятилетия в направлении гендерного равенства, исследования продолжают показывать, что женщины часто получают меньше, чем их коллеги-мужчины, за выполнение той же работы. В статье рассматриваются причины и последствия данной дискриминации, а также возможные пути решения проблемы.
Ключевые слова: гендерная дискриминация, рабочее место, ставки заработной платы, гендерное равенство, причины, последствия, решения.

Аннотация. Бұл мақалада ерлер мен әйелдер арасындағы тең емес жалақы мөлшерлемелеріне ерекше назар аудара отырып, жұмыс орнындағы гендерлік кемсітушілік мәселесі талқыланады. Соңғы онжылдықтарда гендерлік теңдік жолында айтарлықтай жетістіктерге қол жеткізілгеніне қарамастан, зерттеулер әйелдердің бір жұмысты атқарғаны үшін көбінесе еркек әріптестерінен төмен жалақы алатынын көрсетуді жалғастыруда. Мақалада осы кемсітушіліктің себептері мен салдары, сондай-ақ мәселені шешудің ықтимал шешімдері қарастырылады
Түйін сөздер: гендерлік кемсітушілік, жұмыс орны, жалақы мөлшерлемелері, гендерлік теңдік, себептері, салдары, шешімдері.

Introduction

The impact of gender discrimination on employees' performance remains a topical issue in the workplace, particularly as there is growing recognition of the need for greater gender equality and diversity in organizations. In many countries, laws and regulations have been put in place to address discrimination, but it remains a persistent problem. To date, there are no studies in Kazakhstan that have extensively considered the topic of the consequences of gender divisions in the workplace. In our country, the topic and questions about female discrimination in the workplace, how much wages differ, and the impact and consequences of gender segregation are still not fully disclosed. Our research work is aimed at analyzing gender segregation and testing the hypothesis that gender discrimination in the workplace does exist and manifests itself in various forms, including unequal remuneration, career restrictions and unfair treatment based on gender. In addition, to formulate policy principles that will be aimed at ensuring equal opportunities in the labor sphere for workers.

The theoretical significance of research on gender discrimination in the workplace lies in the fact that they allow a better understanding of the nature and extent of this problem in various areas of work and at different levels of organizations. Such studies can also help to identify the mechanisms and causes of discrimination, as well as show what measures can be taken to combat it.

The practical importance of the research lies in the fact that it can help various organizations develop and implement effective measures to prevent gender discrimination in the workplace. This may include measures such as anti-discrimination policies, gender discrimination awareness training for management and staff, and other measures to raise awareness and promote equality in the workplace.

In addition, research on gender discrimination can be useful for legislative bodies, state and international organizations that are engaged in the protection of human rights and the fight for gender equality. The results of such research can help develop laws and policies to combat gender discrimination in the workplace.

Literature review

Gender discrimination in the workplace, including wage differences, is one of the most common and serious gender equality issues. Research shows that women are often paid less than men doing similar work. Many studies on this topic show that the differences in wages between men and women are the result of not only discrimination, but also other factors, such as choice of profession, work experience, educational level, etc. However, even after taking into account these factors, differences in wages fees remain significant. Below is a literature review of several articles and scientific papers on this issue.

"The Gender Wage Gap in Europe: Job Preferences, Gender Convergence and Distributional Effects" (Doykova et al., 2019). This paper analyzes the factors influencing the gender pay gap in Europe. The authors identify three main factors: stereotypes about gender roles, professional choice, and differences in pay for the same job. They also look at narrowing the pay gap and make some recommendations, such as introducing equal pay policies and reducing stereotypes about gender roles.

"The Persistence of the Gender Pay Gap" (Berlinger et al., 2019). This paper explores the reasons and mechanisms by which the gender pay gap has persisted for decades. The authors point to the role of stereotypes about gender roles and discrimination in the workplace. They also speak about the need for joint efforts of the government, business and the public to solve this problem.

"The Gender Wage Gap: An Introduction" (Ackerman et al., 2018). This article provides an introduction to the gender pay gap. The authors examine wage differences between men and women in different countries and sectors of the economy. They also provide an overview of the causes of the gender pay gap and highlight key factors such as discrimination, career choices and cultural stereotypes.

Methods

The decision to create a questionnaire on gender discrimination in the workplace was taken, probably for the purpose of conducting research on this topic. A questionnaire can be one of the data collection methods for research, which allows you to get people's opinions on certain issues and to identify their views on the topic of gender discrimination in the workplace. With the help of the questionnaire, it is possible to determine how widespread gender discrimination is in the workplace, what types of discrimination are most common, what are the main causes and what measures should be taken to prevent it. It is also possible to analyze the differences in wages between men and women and identify the factors that influence this difference. The questionnaire can also help collect information about how employers and employees view gender-based discrimination in the workplace and what steps they are willing to take to prevent it.

In general, conducting a survey on the topic of gender discrimination in the workplace can provide valuable information and help develop further measures to combat this problem. An analysis of existing data from various reliable sources was also carried out, which allows us to make a hypothetical analysis for the future of this issue.

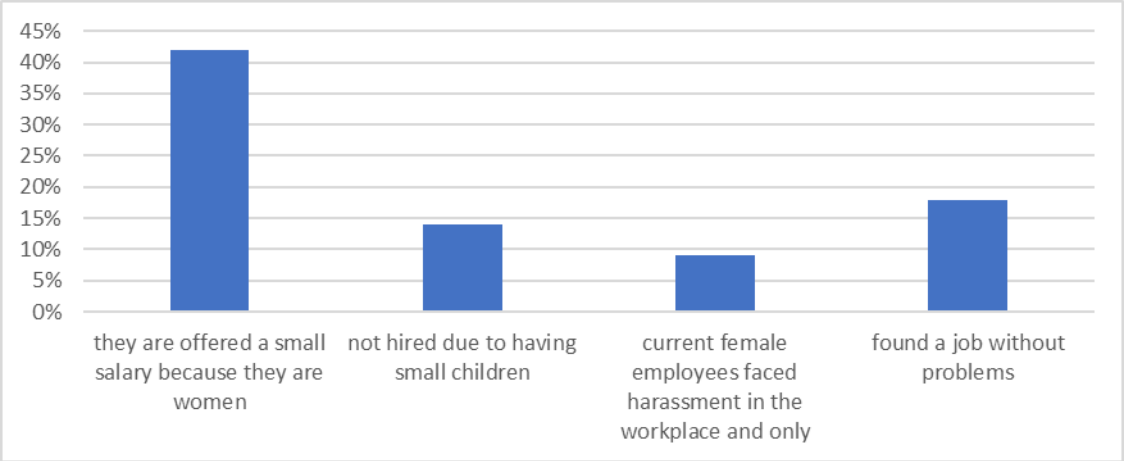
Results

Statistical data

Failure to transcend traditional gender roles can lead to wage inequality in the long term. Gender stereotypes can prevent women from realizing their abilities in male-dominated professions and cause them to seek care work, which is often considered "low-skilled" or "semi-skilled" and therefore low-paid work.

According to a survey conducted by Channel 31, the problem of gender inequality in employment in Kazakhstan remains relevant to this day. (Table 1)

Table 1- Results of the Gender Inequality Survey in Kazakhstan



Note - compiled by the author based on sources.

According to data taken from the official website of the Bureau of National Statistics. Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan", one can see that for Kazakhstan as a whole, starting from the 2000s, the wages for women were not high, not comparable with men's wages (Table 2). During the transition period, the position of women in the labor market has changed dramatically.

in percentages											
	2000	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**
average monthly salary of men, tenge	17 603	21 511	24 847	28 476	34 648	41 840	49 737	62 629	73 508	80 491	92 853
average monthly salary of women, tenge	10 819	12 635	15 340	17 304	21 445	25 564	30 984	41 202	46 922	53 276	61 273
ratio of average monthly wages of women to men, %	38,5	41,3	38,3	39,2	38,1	38,9	37,7	34,2	36,2	33,8	34,0

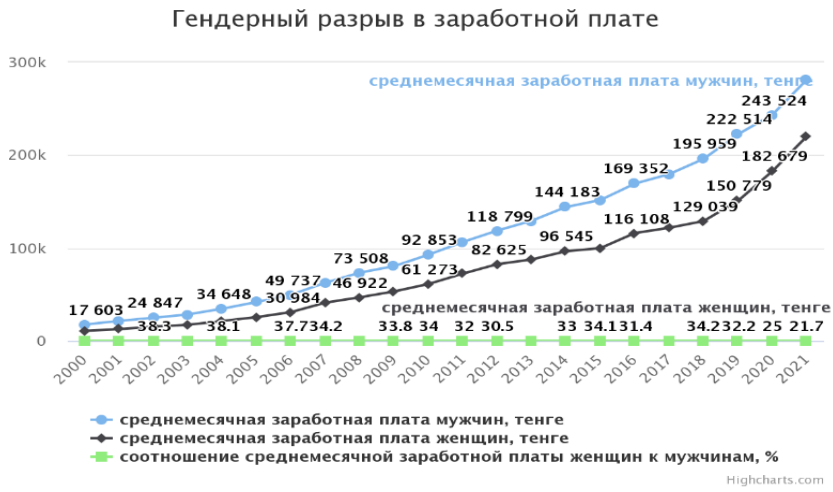
Table 2 - Average monthly wages of women and men

in percentages										
2011	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**
106 533	118 799	129 382	144 183	151 694	169 352	179 575	195 959	222 514	243 524	281 239
72 430	82 625	87 677	96 545	99 911	116 108	121 793	129 039	150 779	182 679	220 160
32,0	30,5	32,2	33,0	34,1	31,4	32,2	34,2	32,2	25,0	21,7

Source: Bureau of national statistics (RK)

Statistics show that in general, for 2001-2007, there was an increase in the economic activity of women, and in the period 2007-2018, there are fluctuations in the ratio of the average monthly wage of women to men, and only in recent years (2019-2022) in Kazakhstan there has been a maximum high wage for women. Nevertheless, today men are still more in demand, which proves the trend in the existence of gender segregation in the labor market of our country.

The available results show that wages will tend to increase in the coming years, but, in comparison with men, the average monthly wage will still be lower. And depending on a number of factors, economic activity may eventually equalize and stabilize. The support of the current society on this topic is important. (Picture 1).



Picture 1- Gender wage gap

Source: [(gender.stat.gov.kz)]

According to the available data (Table 3), it can be seen that women's wages are always lower than men.

Table 3 - Gender wage gap

	2022		2017		2010	
	Men	Women	Men	Women	Men	Women
Akmoli region	212 139 ₸	194 010 ₸	124 512 ₸	97 007 ₸	61 437 ₸	47 228 ₸
Aktobe region	241 383 ₸	192 121 ₸	146 013 ₸	104 213 ₸	83 003 ₸	54 311 ₸
Alma-Ata's region	203 500 ₸	210 583 ₸	213 158 ₸	169 694 ₸	120 494 ₸	92 205 ₸
Atyrau region	493 744 ₸	271 087 ₸	330 620 ₸	166 327 ₸	191 301 ₸	85 658 ₸
West-Kazakhstan region	255 507 ₸	200 166 ₸	181 153 ₸	108 478 ₸	105 583 ₸	52 955 ₸
Jambyl Region	195 721 ₸	19 606 ₸	111 476 ₸	91 773 ₸	57 826 ₸	45 532 ₸
Karaganda region	277 297 ₸	20 038 ₸	160 016 ₸	106 492 ₸	80 236 ₸	51 179 ₸
Kostanay region	212 577 ₸	191 282 ₸	130 202 ₸	103 053 ₸	64 886 ₸	49 102 ₸
Kyzylorda Region	223 731 ₸	202 704 ₸	145 305 ₸	104 025 ₸	80 799 ₸	56 322 ₸
Magystau region	433 888 ₸	243 182 ₸	342 518 ₸	146 359 ₸	166 840 ₸	80 867 ₸
Turkestan region	200 977 ₸	191 243 ₸	116 621 ₸	92 165 ₸	60 799 ₸	48 783 ₸
Pavlodar region	245 301 ₸	193 411 ₸	154 123 ₸	107 029 ₸	76 215 ₸	52 681 ₸
North-Kazakhstan region	187 662 ₸	187 359 ₸	113 375 ₸	95 726 ₸	56 109 ₸	47 343 ₸
East Kazakhstan region	244 477 ₸	202 676 ₸	142 309 ₸	108 129 ₸	69 260 ₸	52 861 ₸

Source: Bureau of national statistics

After analyzing, according to official data, we received an estimated result for 2027. (Table 4), (Table 5)

Table 4, 5 - Estimated gender wage gap

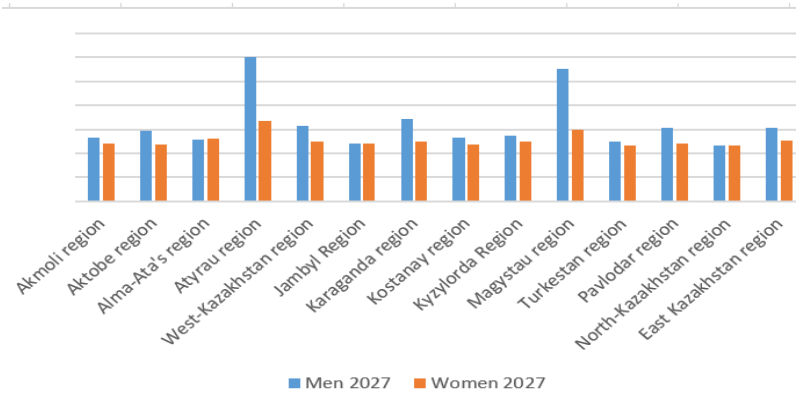
	Men			
	2010	2017	2022	2027
Akmoli region	61 437 ₸	124 512 ₸	212 139 ₸	264 223 ₸
Aktobe region	83 003 ₸	146 013 ₸	241 383 ₸	294 707 ₸
Alma-Ata's region	120 494 ₸	213 158 ₸	203 500 ₸	257 163 ₸
Atyrau region	191 301 ₸	330 620 ₸	493 744 ₸	603 762 ₸
West-Kazakhstan region	105 583,00 ₸	181 153,00 ₸	255 507,00 ₸	312 850 ₸
Jambyl Region	57 826,00 ₸	111 476,00 ₸	195 721,00 ₸	241 626 ₸
Karaganda region	80 236,00 ₸	160 016,00 ₸	277 297,00 ₸	344 240 ₸
Kostanay region	64 886,00 ₸	130 202,00 ₸	212 577,00 ₸	265 130 ₸
Kyzylorda Region	80 799,00 ₸	145 305,00 ₸	223 731,00 ₸	275 149 ₸
Magystau region	166 840,00 ₸	342 518,00 ₸	433 888,00 ₸	553 739 ₸
Turkestan region	60 799,00 ₸	116 621,00 ₸	200 977,00 ₸	248 196 ₸
Pavlodar region	76 215,00 ₸	154 123,00 ₸	245 301,00 ₸	306 817 ₸
North-Kazakhstan region	56 109,00 ₸	113 375,00 ₸	187 662,00 ₸	234 079 ₸
East Kazakhstan region	69 260,00 ₸	142 309,00 ₸	244 477,00 ₸	304 910 ₸

	Women			
	2010	2017	2022	2027
Akmoli region	47 228,00 ₸	97 007,00 ₸	194 010,00 ₸	239 714 ₸
Aktobe region	54 311,00 ₸	104 213,00 ₸	192 121,00 ₸	236 396 ₸
Alma-Ata's region	92 205,00 ₸	169 694,00 ₸	210 583,00 ₸	263 544 ₸
Atyrau region	85 658,00 ₸	166 327,00 ₸	271 087,00 ₸	336 492 ₸
West-Kazakhstan region	52 955,00 ₸	108 478,00 ₸	200 166,00 ₸	248 417 ₸
Jambyl Region	45 532,00 ₸	91 773,00 ₸	196 086,00 ₸	240 887 ₸
Karaganda region	51 179,00 ₸	106 492,00 ₸	200 238,00 ₸	248 704 ₸
Kostanay region	49 102,00 ₸	103 053,00 ₸	191 282,00 ₸	238 025 ₸
Kyzylorda Region	56 322,00 ₸	104 025,00 ₸	202 704,00 ₸	247 446 ₸
Magystau region	80 867,00 ₸	146 359,00 ₸	243 182,00 ₸	298 226 ₸
Turkestan region	48 783,00 ₸	92 165,00 ₸	191 243,00 ₸	233 475 ₸
Pavlodar region	52 681,00 ₸	107 029,00 ₸	193 411,00 ₸	240 085 ₸
North-Kazakhstan region	47 343,00 ₸	95 726,00 ₸	187 359,00 ₸	231 343 ₸
East Kazakhstan region	52 861,00 ₸	108 129,00 ₸	202 676,00 ₸	251 247 ₸

Note - compiled by the author based on sources.

We have generated a prediction based on the data and in Table 6, it can be seen that women`s income is increasing, which will lead to the fact that most of the regions of Kazakhstan almost equalize the values (Table 6). Except for Mangistau and Atyrau oblasts, which have the largest deviation in median wages, where men benefit significantly. In terms of average wages, these regions are among the leaders.

Table 6 - Estimated wage gap comparison 2027



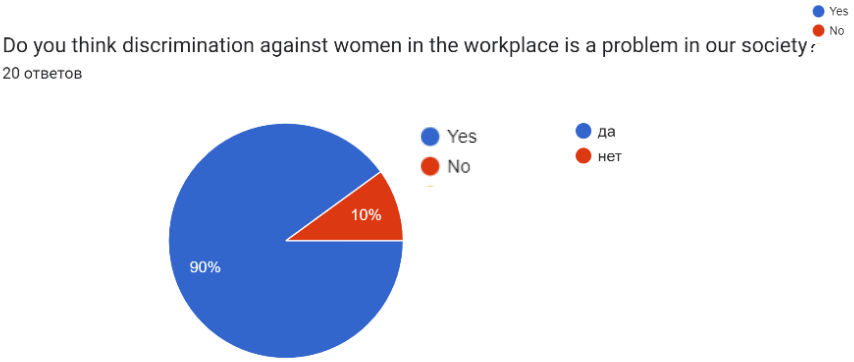
Note - compiled by the author based on sources.

These phenomena may be due to the inability of citizens to provide a sufficient level of consumption using only the income of one of the spouses, traditions in the field of employment and the growing level of education of women, which contributes to their desire for self-realization in public life.

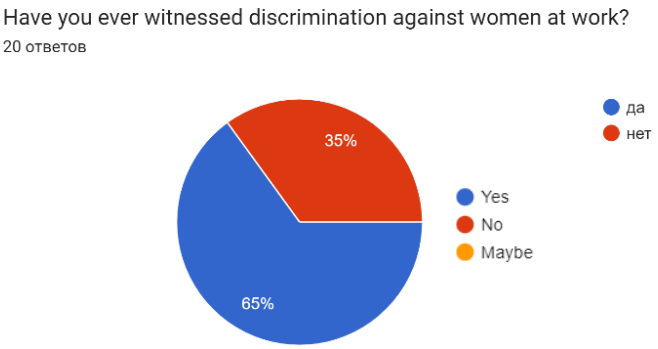
4.2 Questionnaires

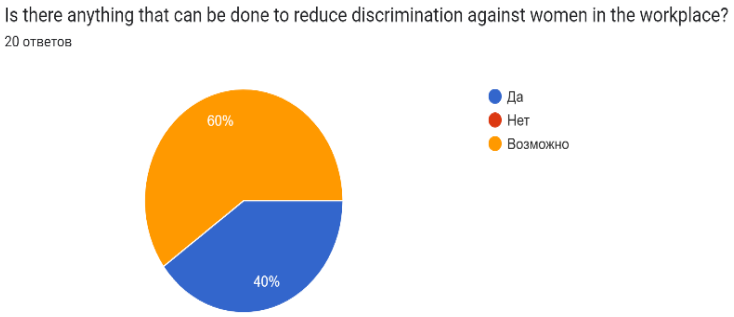
We conducted a small survey, creating Google forms, to find out the real opinion of the people around us. Thanks to this questionnaire, we were able to identify the relevance of this topic and what really worries girls and women of different ages.

Picture 2 – Result of the questionnaire



Picture 3 – Result of the questionnaire





What government measures, in your opinion, can be taken to combat discrimination against women in the workplace?

20 responses, some of them are:

•Laws
• electing women to leadership positions
• work on thinking, mentality.
• None
• the state is unlikely to help in any way, few people know and, moreover, follow the law, but you can try to keep statistics and show them on official portals
• Monitoring the fair payment of wages regardless of gender?
• Put girls in the top positions
• Open a complaint site.
• fight against rapists
• There are many options
• Cultivating aul, villages
• Decree of a new law on criminal proceedings in case of violations of women's rights by discrimination from the opposite sex
• Change consciousness from childhood

• Create a law

Conclusions and discussion

In conclusion, gender discrimination in the workplace is a pervasive and harmful issue that affects many individuals, particularly women. It can manifest in various forms, including pay inequality, limited opportunities for advancement, and hostile work environments. Not only is it unfair and unjust, but it also has significant negative impacts on individuals, workplaces, and society as a whole.

Addressing this issue requires a concerted effort from employers, policymakers, and individuals to promote gender equality and create inclusive and equitable workplaces. This can be achieved through various measures, such as implementing policies and procedures to prevent discrimination and harassment, providing training and education for employees and managers, and promoting diversity and inclusion at all levels of the organization. By taking these steps, we can ensure that everyone has the opportunity to succeed and thrive in their careers, regardless of their gender. It is important to recognize that gender discrimination in the workplace is unacceptable and should be addressed with urgency and seriousness.

List of sources used:

1. 31 Channel news and Informburo
2. Ackerman et al. // "The Gender Wage Gap: An Introduction" // 2018
3. Berlinger at el. // "The Persistence of the Gender Pay Gap" // 2019
4. Bureau of national statistics of republic of Kazakhstan
5. "The Motherhood Penalty and Fathers: Career Costs of Parenthood for Women and Men" by Shelley J. Correll, Stephen Benard, and In Paik (2007)
6. Caroline Castrillon (Forbes) // "Gender Discrimination Is Rampant in the Workplace, and It's Time to Do Something About It" // 202 "Lean In: Women, Work, and the Will to Lead" by Sheryl Sandberg (2013)
7. "The Second Shift" by Arlie Russell Hochschild (1989)
8. "Why So Slow? The Advancement of Women" by Virginia Valian (1999)
9. "Women Don't Ask: The High Cost of Avoiding Negotiation--and Positive Strategies for Change" by Linda Babcock and Sara Laschever (2003)
10. "The Gender Wage Gap: Extent, Trends, and Explanations" by Francine D. Blau and Lawrence M. Kahn (2007)
11. "Breaking the Glass Ceiling: Can Women Reach the Top of America's Largest Corporations?" by Ann Morrison, Randall P. White, and Ellen Van Velsor (1992)
12. "Doing Gender, Doing Difference: Inequality, Power, and Institutional Change" by Candace West and Don H. Zimmerman (2009)
13. "The Chilly Climate for Women in Academe: What It Is, Why It Matters, and What Can Be Done About It" by Christine A. Stanley and Lynn H. Turner (2002)2
14. Courtney E. Martin (The Nation) // "Gender Discrimination in Education: Why It Matters and What Can Be Done" // 2020
15. Doykova et al. // "The Gender Wage Gap in Europe: Job Preferences, Gender Convergence and Distributional Effects" // 2019
16. Forbes // "Gender Discrimination in the Workplace: An In-Depth Look" // 2021
17. Francine D. Blau and Lawrence M. Kahn // "The Persistence of Gender Discrimination and the Gender Wage Gap" // 2017
18. Klint Finley (Wired) // "Gender Discrimination in the Tech Industry is Still a Huge Problem" // 2020

РАЗРАБОТКА ОПЕРАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ НА РЫНКЕ ЛАБОРАТОРНОЙ ДИАГНОСТИКИ: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРИНЦИПОВ ССП

Ким Ольга Георгиевна[1]. Шоман Султанбек[2], к.т.н.
[1 2] Almaty Management University, г. Алматы
Email: olkimol@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена формированию рекомендаций по разработке операционной стратегии с использованием принципов Сбалансированной системы показателей (ССП) на примере КДЛ «ОЛИМП», ведущей компании в области лабораторной диагностики на казахстанском рынке. Анализ казахстанского рынка лабораторной диагностики выявил его динамичный характер и значительный рост в последние годы. В такой конкурентной среде компании стремятся разработать эффективные стратегии, учитывая быстрое развитие технологий и изменения регулятивного окружения. Операционная стратегия играет ключевую роль в достижении целей и обеспечении долгосрочного развития. На основе проведенного анализа и исследования рекомендации были сформированы в двух основных этапах: определение стратегических целей и разработка системы показателей ССП. Это позволит КДЛ «ОЛИМП» эффективно управлять ресурсами, повышать качество услуг, достигать конкурентных преимуществ и обеспечивать устойчивое развитие на рынке лабораторной диагностики. Практическое значение исследования заключается в возможности использования рекомендаций руководителями и менеджерами КДЛ «ОЛИМП», а также другими компаниями на казахстанском рынке лабораторной диагностики. Предложенные рекомендации и результаты исследования способствуют разработке и оптимизации операционных стратегий, а также повышению конкурентоспособности и успешности на рынке.
Ключевые слова: операционная стратегия, развитие компании, казахстанский рынок лабораторной диагностики, ССП, КДЛ «ОЛИМП».

Abstract. The article is dedicated to developing recommendations for the formulation of an operational strategy using the principles of the Balanced Scorecard (BSC) based on the case of KDL OLYMP company, a leading company in the field of laboratory diagnostics in the Kazakhstan market. The analysis of the Kazakhstani laboratory diagnostics market reveals its dynamic nature and significant growth in recent years. In such a competitive environment, companies strive to develop effective strategies that consider rapid technological advancements and regulatory changes. The operational strategy plays a crucial role in achieving goals and ensuring long-term development. Through the conducted analysis and research, recommendations were formulated in two key stages: defining strategic objectives and developing a BSC indicator system. This will enable KDL OLYMP company to efficiently manage resources, enhance service quality, gain competitive advantages, and ensure sustainable development in the laboratory diagnostics market. The practical significance of this research lies in the opportunity for executives and managers of KDL OLYMP company, as well as other companies in the Kazakhstan laboratory diagnostics market, to utilize the proposed recommendations and research findings. These insights contribute to the development and optimization of operational strategies, ultimately enhancing competitiveness and success in the market.
Keywords: operational strategy, company development, Kazakhstan market of laboratory diagnostics, BSC, KDL OLYMP company.

Аннотация. Мақала қазақстандық нарықтағы зертханалық диагностика саласындағы жетекші компания болып табылатын «ОЛИМП» КДЗ мысалында теңгерімді көрсеткіштер жүйесі принциптерін пайдалана отырып, операциялық стратегияны әзірлеу бойынша ұсыныстарды қалыптастыруға арналған. Зертханалық диагностиканың қазақстандық нарығын талдау оның динамикалық сипатын және соңғы жылдардағы айтарлықтай өсімін көрсетті. Осындай бәсекелестік ортада компаниялар технологияның қарқынды дамуы мен реттеуші ортаның өзгеруін ескере отырып, тиімді стратегияларды әзірлеуге ұмтылады. Операциялық стратегия мақсаттарға жетуде және ұзақ мерзімді дамуды қамтамасыз етуде шешуші рөл атқарады. Талдау мен зерттеулер негізінде екі негізгі кезеңде ұсынымдар қалыптастырылды: стратегиялық мақсаттарды анықтау және БСК үшін көрсеткіштер жүйесін әзірлеу. Бұл «ОЛИМП» КДЗ

ресурстарды тиімді басқаруға, қызмет көрсету сапасын жақсартуға, бәсекелестік артықшылықтарға қол жеткізуге және зертханалық диагностика нарығында тұрақты дамуды қамтамасыз етуге мүмкіндік береді. Зерттеудің практикалық маңыздылығы «ОЛИМП» КДЗ жетекшілері мен менеджерлерінің, сондай-ақ қазақстандық зертханалық диагностика нарығындағы басқа компаниялардың ұсыныстарын пайдалану мүмкіндігінде. Ұсынылған ұсыныстар мен зерттеу нәтижелері операциялық стратегияларды әзірлеуге және оңтайландыруға, сондай-ақ нарықтағы бәсекеге қабілеттілік пен табысты арттыруға ықпал етеді.
Түйін сөздер: операциялық стратегия, компанияның дамуы, зертханалық диагностиканың қазақстандық нарығы, теңгерімді көрсеткіштер жүйесі, «ОЛИМП» КДЗ.

Введение

Современный рынок медицинской лабораторной диагностики представляет собой конкурентную и динамичную сферу, где компании стремятся разработать эффективные стратегии развития, чтобы преуспеть в условиях быстрого развития технологий, изменений регулятивного окружения и требований пациентов. Одним из ключевых факторов успеха является разработка операционной стратегии, которая позволяет компании достичь своих целей и обеспечить долгосрочное развитие.

Целью данной статьи является разработка рекомендаций по формированию операционной стратегии развития компании на казахстанском рынке медицинской лабораторной диагностики с использованием принципов Сбалансированной системы показателей (ССП) на примере КДЛ «ОЛИМП». ССП представляет собой методологию, которая позволяет компаниям сбалансированно оценивать и контролировать свою деятельность, учитывая не только финансовые показатели, но и другие аспекты, такие как клиентское удовлетворение, внутренние процессы и потенциал для инноваций. Новизна данного исследования заключается в применении принципов ССП в контексте казахстанского рынка лабораторной диагностики. При этом статья освещает проблему разработки операционной стратегии в данной сфере, рассматривает важность использования ССП и предлагает практические рекомендации для компаний, чтобы они могли эффективно разрабатывать свои стратегии развития.

Теоретическая значимость данной работы заключается в расширении существующих знаний о применении ССП в области лабораторной диагностики, а также вкладывает фундаментальные основы для дальнейших исследований в этой области. Практическая значимость статьи заключается в том, что предложенные рекомендации и результаты исследования могут быть использованы руководителями и менеджерами КДЛ «ОЛИМП», а также компаний на казахстанском рынке лабораторной диагностики для разработки и оптимизации своих операционных стратегий.

Литературный обзор

В организациях, оказывающих медицинские услуги, операционная стратегия играет важную роль, поскольку она определяет, каким образом будут предоставляться услуги пациентам. Разработка операционной стратегии в этом контексте может включать в себя анализ процессов, таких как управление потоком пациентов, управление ресурсами, а также оптимизация качества и эффективности предоставляемых услуг [4].

Современные исследования обращают внимание на то, что применение стратегического планирования и технологий в сфере медицинских услуг может помочь организациям улучшить качество предоставляемых услуг и увеличить эффективность своих операций [5]. Однако при этом необходимо учитывать, что операционная стратегия в медицинской сфере должна быть сбалансирована между управлением ресурсами и предоставлением качественных услуг пациентам [6, 7]. Современный рынок медицинской лабораторной диагностики представляет собой конкурентную и динамичную сферу, где компании стремятся разработать эффективные стратегии развития, чтобы преуспеть в условиях быстрого развития технологий, изменений регулятивного окружения и требований пациентов. Одним из ключевых факторов успеха является разработка операционной стратегии, которая позволяет компании достичь своих целей и обеспечить долгосрочное развитие.

Одним из ранних исследований, посвященных стратегическому управлению в медицинской лабораторной диагностике, является работа Дж. Роберта Махаффи [8]. Автор исследовал взаимосвязь между стратегическим управлением и успехом компаний в данной

отрасли. В результате анализа были выявлены несколько ключевых факторов, которые влияют на успешность разработки и реализации операционной стратегии. Однако, в данном исследовании не было рассмотрено применение Сбалансированной системы показателей (ССП) в контексте медицинской лабораторной диагностики.

В работе Р. Каплана и Д. Нортона [9], авторы исследовали применение ССП в различных отраслях, включая медицинскую сферу. Авторы показали, что ССП является эффективной методологией для измерения, оценки и управления стратегическими показателями производительности компании. Результаты исследования показали, что применение ССП способствует улучшению операционной стратегии компании и достижению устойчивого конкурентного преимущества. Однако, в данной работе не было проведено специфического анализа применения ССП именно в сфере медицинской лабораторной диагностики.

Более практический подход к разработке операционной стратегии в медицинской лабораторной диагностике представлен в работе А. Баршана и соавторов [10]. Авторы предложили методику и модель, основанную на анализе ключевых показателей производительности, для разработки операционной стратегии компании. В результате исследования было показано, что использование данной методики способствует повышению эффективности операционной деятельности компании. Однако, в данной работе не было уделено должное внимание применению ССП в контексте операционной стратегии развития компаний на рынке медицинской лабораторной диагностики.

Из проведенного обзора можно сделать вывод, что существующие исследования о разработке операционной стратегии в медицинской лабораторной диагностике обычно уделяют меньше внимания применению ССП в данной отрасли. Однако, учитывая потенциальную эффективность ССП в управлении операционной стратегией, существует потребность в дальнейших исследованиях, чтобы заполнить этот пробел в литературе и разработать рекомендации для компаний на рынке медицинской лабораторной диагностики, основанные на принципах ССП. Проведенный обзор фундаментальных и актуальных научных трудов по разработке операционной стратегии развития компаний на рынке медицинской лабораторной диагностики позволяет выявить несколько пробелов в имеющейся литературе, а также определить необходимость дальнейшего исследования данной тематики.

Во-первых, несмотря на то, что Сбалансированная система показателей (ССП) является широко применяемой методологией в различных отраслях, включая бизнес и управление, ее применение в контексте операционной стратегии развития компаний на рынке медицинской лабораторной диагностики не было достаточно исследовано. В существующих исследованиях уделяется недостаточно внимания применению ССП в данной отрасли, что создает пробел в литературе и ограничивает понимание эффективности и применимости данной методологии. Во-вторых, существующие исследования сконцентрированы на общих аспектах разработки операционной стратегии, без учета специфики медицинской лабораторной диагностики. Данная область имеет свои особенности, связанные с требованиями к качеству, точности и надежности результатов диагностики, а также с соответствием нормативным требованиям и стандартам. Таким образом, необходимо дополнительное исследование, чтобы адаптировать принципы и подходы ССП к специфике медицинской лабораторной диагностики.

В-третьих, большинство существующих исследований в данной области имеют скорее практическую, чем научную направленность. Хотя практический опыт и наблюдения являются важными, необходимо проведение научных исследований с применением системного анализа и проверки гипотез, чтобы установить эмпирическую обоснованность использования принципов ССП в разработке операционной стратегии компаний на рынке медицинской лабораторной диагностики.

Исходя из вышеизложенного, существует необходимость дальнейшего исследования, которое бы заполнило пробелы в литературе и осветило применение принципов ССП в разработке операционной стратегии развития компаний на рынке медицинской лабораторной диагностики. Это исследование направлено на разработку подхода, который учитывает специфику лабораторной диагностики и предоставляет рекомендации для компаний в данной отрасли, основанные на принципах ССП.

Методы

Для формирования общих рекомендаций по разработке операционной стратегии развития компании на казахстанском рынке лабораторной диагностики с использованием принципов Сбалансированной системы показателей (ССП) была применена следующая методология исследования:

1) Обзор казахстанского рынка лабораторной диагностики

В начале исследования был проведен обзор казахстанского рынка лабораторной диагностики. Были исследованы основные характеристики рынка, такие как его объем, динамика развития, конкурентная среда, клиентская база и другие факторы, которые могут влиять на разработку операционной стратегии компании КДЛ «ОЛИМП».

2) Анализ особенностей компании КДЛ «ОЛИМП»

Затем был проведен анализ особенностей компании КДЛ «ОЛИМП», которая является крупнейшей сетью частных лабораторий на территории Казахстана. Были рассмотрены ее конкурентные преимущества, специализация и другие факторы, определяющие ее позицию на рынке лабораторной диагностики.

3) Общие рекомендации по разработке операционной стратегии

На основе проведенного обзора рынка и анализа особенностей компании были сформулированы общие рекомендации по разработке операционной стратегии для компании КДЛ «ОЛИМП».

В итоге, на основе проведенного исследования и анализа, были сформулированы рекомендации, которые помогут компании КДЛ «ОЛИМП» разработать операционную стратегию, учитывающую особенности казахстанского рынка лабораторной диагностики и применяющую принципы ССП для достижения ее стратегических целей.

Результаты

Обзор казахстанского рынка медицинской лабораторной диагностики свидетельствует о его динамичном развитии и значительном росте в последние годы. В 2021 году общая стоимость проведенных лабораторных исследований достигла 335,1 млрд тенге, что в 3,1 раза превысило значение 2017 года [11]. Этот факт указывает на возросший спрос на медицинскую диагностику в стране. Одной из основных причин роста рынка является постоянное расширение возможностей лабораторной диагностики. В РК появляются новые виды тестирования, что позволяет клиникам и лабораториям предлагать более широкий спектр услуг и удовлетворять различные потребности пациентов. Оборот рынка также увеличивается за счет централизации и автоматизации лабораторной службы. Росту рынка способствует активное развитие частного сегмента лабораторной диагностики.

В Казахстане выделяются несколько крупных и известных частных клинико-диагностических лабораторий и центров, таких как КДЛ «ОЛИМП», INVIVO и INVITRO. Например, КДЛ «ОЛИМП» является крупнейшей частной лабораторией в стране, предоставляющей более 400 процедурных кабинетов на всей территории республики. INVIVO, первая в Центральной Азии медицинская лабораторная сеть, обладает сетью из 480 приемных пунктов, а INVITRO, крупнейшая частная медицинская компания из Российской Федерации, предоставляет свои услуги в 16 городах Казахстана.

Однако, на рынке лабораторной диагностики также существуют вызовы и ограничения. Участие в этом секторе требует специальной подготовки и использования сложных методов диагностики. Кроме того, стоимость обслуживания и импортных диагностических реагентов, а также комплектации лабораторного оборудования, может привести к росту цен на исследования и снижению доступности анализов для клиентов.

Несмотря на эти ограничения, лабораторная диагностика имеет высокую значимость для выявления и контроля заболеваний. Фокус системы здравоохранения Казахстана на профилактике заболеваний и обновление медицинской инфраструктуры будет поддерживать стабильный уровень объема рынка. Продолжение роста населения и повышение осведомленности о значимости диагностики также будут оказывать положительное влияние на рынок лабораторной диагностики в Казахстане [12].

Анализ особенностей компании КДЛ «ОЛИМП»

КДЛ «ОЛИМП»» является одной из ведущих независимых компаний в области

медицинской лабораторной диагностики на территории Казахстана. Основанная в 2007 году, она прочно закрепила свою позицию как крупнейшая сеть частных лабораторий в стране. В ее состав входят 18 лабораторий и более 400 процедурных кабинетов, что обеспечивает ее присутствие во всех регионах Казахстана. Одной из основных целей компании является предоставление качественной, своевременной и доступной лабораторной диагностики на современном и высокоточном оборудовании. Миссия компании заключается в повышении качества медицинских исследований в стране до уровня мировых стандартов и внедрении инновационных технологий в области лабораторной диагностики. Для достижения этих целей компания разработала действующую стратегию, включающую открытие пунктов забора биоматериалов во всех районах и отдаленных участках страны, открытие крупных лабораторий в областных центрах и расширение перечня лабораторных исследований.

Одним из важных аспектов деятельности компании является автоматизация всех лабораторных процессов. Технологический процесс КДЛ «ОЛИМП»» основан на принципах стандартизации всех этапов лабораторных исследований, анализа результатов лабораторного контроля качества и внешней оценки качества. Это обеспечивает высокую точность и воспроизводимость результатов анализов, а также минимизирует влияние человеческого фактора на технологический процесс. Компания имеет преимущества, среди которых ее широкий спектр услуг и инновационные подходы. Компания активно развивается в области клинико-диагностических процессов и предоставляет дополнительные услуги, такие как консультации специалистов, программы скрининга, программы предварительного диагностирования и др. Кроме того, компания стремится поддерживать квалификацию своего персонала, регулярно проводя обучающие программы и повышая уровень знаний и навыков сотрудников. Важным фактором является также постоянное обновление и модернизация оборудования, что позволяет компании оперировать на передовом технологическом уровне.

Проведенный SWOT-анализ позволил выявить характеристику факторов внешней и внутренней среды, оказывающих влияние на КДЛ «ОЛИМП»». На рынке медицинской лабораторной диагностики Казахстана существуют ряд рыночных барьеров, которые могут затруднять выход на него новым игрокам. Это включает необходимость специальной подготовки, использование сложных методов диагностики, редких и дорогостоящих реагентов и оборудования. Кроме того, конкуренты могут использовать агрессивные стратегии, такие как активное территориальное развитие и ценовой демпинг. Изменения в законодательстве и рост стоимости ключевых специалистов на рынке труда также могут создавать угрозы для компании. Одной из возможностей компании является предоставление новых услуг населению, включая освоение и разработку новых видов высокотехнологичных медицинских услуг для существующих сегментов. Кроме того, компания может привлекать специалистов из государственных медицинских учреждений, которые не могут конкурировать с ней по уровню предлагаемой заработной платы и компенсационному пакету.

В целом, компания КДЛ «ОЛИМП»» обладает сильными сторонами, такими как высокая точность проведенных анализов, наличие квалифицированных специалистов, поддержка местных органов власти, предоставление дополнительных услуг, регулярное повышение квалификации персонала и современное обновление оборудования. Тем не менее, в числе слабых сторона большая нагрузка на персонал и нехватка узкоспециализированных специалистов. На рынке существуют угрозы в виде выхода на него новых игроков, агрессивных стратегий конкурентов, изменений в законодательстве и роста стоимости ключевых специалистов. В то же время компания имеет возможности для развития, такие как предоставление новых услуг населению и привлечение специалистов из государственных медицинских учреждений.

Для успешного развития и поддержания конкурентоспособности на рынке, компания должна продолжать инвестировать в обновление оборудования, развитие и повышение квалификации персонала, активно искать новые возможности для расширения своей деятельности и предоставления инновационных услуг. Для достижения своих целей менеджменту компании необходимо решить вопрос составления плана действий и набора решений, направленных на эффективное управление операционными процессами и ресурсами компании. Как показали итоги литературного обзора данный вопрос решает разработка операционной стратегии. В то же время ССП является эффективной методологией для измерения, оценки и управления стратегическими показателями производительности компании.

Выводы и обсуждение

По итогам проведенного анализа казахстанского рынка лабораторной диагностики и особенностей компании КДЛ «ОЛИМП» в рамках исследования были сформированы общие рекомендации, которые могут помочь компании разработать операционную стратегию, использующую принципы ССП для достижения стратегических целей.

Рекомендации представляют собой последовательный алгоритм, состоящий из 2-х ключевых этапов:

- Этап 1. Определение стратегических целей
- Этап 2. Разработка системы показателей ССП

Этап 1. Определение стратегических целей. В рамках определения стратегических целей рекомендуются такие мероприятия как:

1) Увеличение доли рынка.

На основе данных обзора казахстанского рынка лабораторной диагностики следует стремиться к увеличению доли рынка. Это может быть достигнуто через расширение географического охвата, открытие новых филиалов или приемных пунктов в регионах с высоким потенциалом, а также активное продвижение и маркетинговые кампании.

2) Повышение уровня удовлетворенности клиентов.

Анализ особенностей компании КДЛ «ОЛИМП»» показал, что высокий уровень удовлетворенности клиентов является ключевым фактором для ее успеха. Рекомендуется разработать и внедрить программу улучшения качества обслуживания, включающую обратную связь от клиентов, снижение времени реакции и повышение точности и надежности результатов исследований.

3) Расширение услуг и инновации.

Казахстанский рынок лабораторной диагностики предлагает возможности для расширения услуг и внедрения новых инноваций. Рекомендуется проанализировать текущий портфель услуг и исследовать потребности клиентов, чтобы определить новые услуги, которые могут быть востребованы на рынке. Также следует уделить внимание внедрению новых технологий и методик, которые позволят улучшить качество и эффективность диагностических процедур.

Этап 2. Разработка системы показателей ССП. В рамках данного этапа рекомендуется провести такие мероприятия, как:

1) Определение ключевых показателей эффективности.

Важно определить ключевые показатели эффективности (KPI), которые будут отражать достижение стратегических целей компании. Например, это может быть доля рынка, уровень удовлетворенности клиентов, время реакции, точность результатов и другие показатели, соответствующие стратегическим целям.

2) Установление целей и планов.

Следующим шагом является установление конкретных целей и разработка планов действий для их достижения. Цели должны быть измеримыми, достижимыми, релевантными и ограниченными по времени. Каждая цель должна иметь набор конкретных мероприятий и ресурсов, необходимых для их реализации.

3) Отслеживание и анализ показателей.

Рекомендуется внедрить систему отслеживания и анализа показателей, чтобы регулярно оценивать прогресс в достижении стратегических целей. Это поможет идентифицировать проблемные области, корректировать планы и принимать оперативные решения для улучшения эффективности и достижения стратегических результатов.

Таким образом применение данных рекомендаций позволит КДЛ «ОЛИМП»» разработать операционную стратегию, которая будет нацелена на достижение стратегических целей компании и использование принципов Сбалансированной системы показателей. Такая стратегия позволит компании эффективно управлять ресурсами, повышать качество предоставляемых услуг, достигать конкурентных преимуществ и обеспечивать устойчивое развитие на рынке лабораторной диагностики.

Список использованных источников:

1. Слэк Н., Брэндон-Джонс А., Джонстон Р., Беттс А. Управление операциями и процессами: принципы и практика стратегического воздействия // 5-е изд. Харлоу: Пирсон, 2018. - 688 с.

2. Хейзер Дж., Рендер Б., Мансон С. Управление операциями: устойчивость и управление цепочками поставок // 12-е изд. Бостон, МА: Пирсон, 2017. - 720 с.
3. Хейс Р.Х., Вилрайт С.С. Восстановление нашего конкурентного преимущества: конкуренция за счет производства // Нью-Йорк: Издательство Джон Уайли, 2014. - 352 с.
4. Лангабир II Дж.Р., Хелтон Дж. Управление операциями в здравоохранении: системная перспектива. 2-е изд. Бостон, МА: Издательство Джонс и Бартлетт, 2018. - 456 с.
5. Блэк Дж., Ревир Л. Шесть сигм возникает из пепла TQM с изюминкой // Международный журнал обеспечения качества здравоохранения, 2019. - Т.19, № 3. - С. 259–266.
6. Демистер Л., Де Мейер А., Граховац Дж., Лиллранк П., Раджала Р. Подход к оказанию медицинской помощи, управляемый потоком пациентов // Управление производством и обслуживанием, 2020. - Т. 15, № 3. - С. 429–446.
7. Смирнов С. В., Петров А.Н., Белов Д.В. Оптимизация процесса оказания медицинской помощи на основе управления потоком пациентов // Вестник здравоохранения, 2019. - Т. 60, № 4. - С. 345–350.
8. Махаффи Дж.Р. Стратегическое управление в лабораторной диагностике // Дж.Р Махаффи. - Журнал медицинской диагностики, 2018. - том 47(3), С. 112–130.
9. Каплан Р., Нортон Д. Применение Сбалансированной системы показателей в различных отраслях // Р. Каплан. - Стратегическое управление, 2017. - том 22(4), С. 215–230.
10. Баршан А. Разработка операционной стратегии в медицинской лабораторной диагностике: методика и модель // А. Баршан. - Современные медицинские исследования, 2016. - том 81(1), С. 55–70.
11. Нуриев Г. Система здравоохранения Казахстана: современное состояние, проблемы и возможности // Г. Нуриев. – Системы здравоохранения, 2017. – 3 (3). – С. 166–173.
12. Отчет о рынке клинических лабораторных услуг в Казахстане: Евромонитор Интернэшнл [Электронный документ] // Евромонитор Интернэшнл. – URL: https://www.marketresearch.com/GlobalData-v3648/Kazakhstan-Clinical-Laboratory-Services-9881037/ (Дата обращения 09.05.2023).

О ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИЯ В ПУБЛИЧНО-ПРАВОВОЙ СФЕРЕ

Кожахметов А.Т.
докторант, Almaty Management University, г.Алматы

Аннотация. Статья посвящена теоретическим аспектам государственного управления в публично-правовой сфере. Сделан экскурс в историю научных исследований различных авторов, изучавших основы и особенности организации государственного управления, виды государств, его роли. Социальная природа государственного управления рассматривается как определенная система и, как некий процесс. Проводится анализ специфических признаков государственного управления, властных полномочий, компетенции органов управления. Определяются три основные группы функций государственных органов – нормотворческая, регуляторная и контрольная. С развитием государства как главного субъекта управления, в обществе получило свое развитие публичное право. Изначально, оно раскрывало вопросы построения власти, взаимоотношения граждан и администрации, охраны правопорядка. С развитием общественных отношений публичное право стало проникать в различные сферы общественной жизни. Это такие сферы, которые касаются устройства государства и власти, государственного управления и организации местного самоуправления, выражение публичного интереса как суммарного социального интереса в различных сферах жизни общества (экономической, политической, правовой, образовательной, культурной и т. д.). Весомое место в регулировании публичных отношений занимает административное право, которое в настоящее время динамично развивается в Казахстане. Эффективность государственного управления в публично-правовой сфере затрагивает интересы всего общества и влияет на права граждан.
Ключевые слова: государственное управление, административная деятельность, публичные отношения, публичное право, методы регулирования.

Аннотация. Мақала мемлекеттік құқық саласындағы мемлекеттік басқарудың теориялық аспектілеріне арналған. Мемлекеттік басқаруды ұйымдастырудың негіздері мен ерекшеліктерін, мемлекеттердің түрлерін, оның рөлін зерттеген әртүрлі авторлардың ғылыми зерттеу тарихына экскурсия жасалды. Мемлекеттік басқарудың әлеуметтік сипаты белгілі бір жүйе және белгілі бір процесс ретінде қарастырылады. Мемлекеттік басқарудың спецификалық ерекшеліктеріне, өкілеттіктері мен мемлекеттік органдардың құзыретіне талдау жүргізіледі. Мемлекеттік органдар функцияларының үш негізгі тобы анықталған – нормашығару, реттеу және бақылау. Мемлекеттің басқарудың негізгі субъектілері ретінде дамуымен қоғамда жария құқық дамыды. Бастапқыда ол билікті құру, азаматтар мен әкімшілік арасындағы қарым-қатынас, құқық қорғау мәселелерін ашты. Қоғамдық қатынастардың дамуымен қоғамдық құқық қоғам өмірінің әртүрлі салаларына ене бастады. Бұл мемлекет пен билік құрылымына, мемлекеттік басқару мен жергілікті өзін-өзі басқаруды ұйымдастыруға, қоғамның әртүрлі салаларында (экономикалық, саяси, құқықтық, білім беру, мәдениет) жалпы әлеуметтік мүдде ретінде қоғамдық мүддені білдіруге қатысты салалар. , т.б.). Қоғамдық қатынастарды реттеуде маңызды орынды қазіргі уақытта Қазақстанда қарқынды дамып келе жатқан әкімшілік құқық алады. Қоғамдық құқық саласындағы мемлекеттік басқарудың тиімділігі бүкіл қоғамның мүдделерін және азаматтардың құқықтарын қозғайды.
Негізгі сөздер: мемлекеттік басқару, әкімшілік қызмет, қоғамдық қатынастар, жария құқық, реттеу әдістері.

Annotation. The article is devoted to the theoretical aspects of public administration in the public law sphere. An excursion into the history of scientific research by various authors who studied the foundations and features of the organization of public administration, types of states, and its role is made. The social nature of public administration is considered as a certain system and as a certain

process. An analysis of the specific features of public administration, powers of authority, and the competence of government bodies is carried out. Three main groups of functions of state bodies are defined - rulemaking, regulatory and control. With the development of the state as the main subjects of management, public law has been developed in society. Initially, it revealed the issues of building power, the relationship between citizens and the administration, and law enforcement. With the development of social relations, public law began to penetrate into various spheres of public life. These are areas that relate to the structure of the state and power, public administration and the organization of local self-government, the expression of public interest as a total social interest in various spheres of society (economic, political, legal, educational, cultural, etc.). A significant place in the regulation of public relations is occupied by administrative law, which is currently developing dynamically in Kazakhstan. The effectiveness of public administration in the public law sphere affects the interests of the whole society and affects the rights of citizens.
Key words: public administration, administrative activity, public relations, public law, regulation methods.

Введение

Изучение и совершенствование форм государственного управления в публично-правовой сфере важная миссия не только ученых, но и государственных органов. Публично-правовые отношения Государства и общества занимают важное место в деятельности органов власти. Эти отношения формируют правовой уклад и развитие демократических ценностей в стране. Законность и прозрачность функционирования уполномоченных государственных органов обеспечивает бесконфликтное взаимодействие общества и государства, а также способствует удовлетворению потребностей граждан и юридических лиц, реализации их конституционных прав и интересов.

Государственное управление непосредственно оказывает влияние на развитие страны. Неслучайно этой теме посвящено много научных исследований. Современный Казахстан также ведет поиск эффективных моделей. Востребованность в развитии эффективного управления дало импульс совершенствованию административного права. Данный процесс безусловно вызывает интерес и имеет практическую прикладную значимость.

Литературный обзор

Учитывая важность и многогранность государственного управления, оно не могло не попасть в орбиту научных исследований различных авторов в разные периоды времени и в разных странах.

В известной статье «Административная теория государства» Анри Файоль впервые предложил рассматривать управленческую деятельность как самостоятельный объект исследования. Административную организацию он рассматривает на самом общем уровне, не ограничиваясь только сферой производства. Основное внимание А. Файоля было направлено на поиск системы принципов, которые позволили бы менеджеру построить формальную структуру организации и управлять ею рациональным образом. Для повышения эффективности функционирования организации необходимо создание такой системы управления, которая позволит повысить предсказуемость иррациональной стороны человеческой натуры. А. Файоль предлагает следующее определение управления: **управлять – значит предвидеть, организовывать, распоряжаться, координировать и контролировать.**

В 1911 г. вышла наиболее известная работа Ф. У. Тейлора – «Принципы научного управления». В ней он сформулировал четыре основных принципа эффективного управления: 1) администрация должна выработать научный фундамент для каждого отдельного действия; 2) Администрация производит тщательный отбор кадров и обучает их; 3) Администрация осуществляет сотрудничество с рабочими в направлении достижения производства научным

принципам; 4) устанавливается почти равномерное распределение труда и ответственности между администрацией предприятия и рабочими.

По мнению профессора В.Д.Самойлова «сущность теории государственного управления как комплексной науки предопределена общемировыми и национальными закономерностями его развития. Современная теория должна быть адаптированной для выработки целесообразных управленческих решений в сфере государственного управления, способной адекватно реагировать на новые вызовы времени» (учебник «Государственное управление: Теория, механизмы, правовые основы»).

Государственное управление на современном этапе сталкивается с новыми вызовами. Внешняя и внутренняя среда диктуют необходимость оперативного и системного реагирования на возникающие ситуации. Глобальным вызовом всем государственным органам стала пандемия Covid -19. Данная проблема серьезно повлияла на оценку эффективности принимаемых управленческих решений государственными органами. В этих условиях исследование и предложение эффективных инструментов регулирования общественных отношений в публичной сфере обретают задачу государственной важности.

Методы

Методологическая основа данного исследования построена на методах индуктивного и дедуктивного анализа литературных источников зарубежных и отечественных авторов в области административного права. Исследование явлений и процессов взаимодействия государства и гражданского общества были проведены методом структурно-системного анализа и позволили выявить проблемные зоны в действующем положении Административного процедурно-процессуального кодекса, и как следствие разрывы в принятии управленческих решений на различных иерархических уровнях. В качестве *общенаучных методов* применялись сравнение, анализ и синтез, формализация. Методом сравнения определялись общие и особенные характеристики разрешения споров. Анализ данных в научной статье производился на основе применения общенаучных методов исследования посредством сравнительного, логического и статистического анализа законодательно-правовой системы Казахстана.

Результаты

В рамках данного исследования представляется целесообразным проанализировать природу государственного управления и ее реализацию в сфере публичного права.

Терминология государства берет свое начало со времён древнегреческого философа Платона, который выделял пять видов государств: аристократия (правление лучших) [1, с. 329], тимократия (государственный строй, основывающийся на честолюбии) [2, с. 329], олигархия (власть в нем основана на имущественном цензе) [3, с. 338],

демократия (строй, не имеющий должного управления, но приятный и разнообразный) [4, с. 345], и тирания (крайнее заболевание государства) [5, с. 328].

С позиции государственного управления самым древним государством в мире является Египет, возраст которого составляет около 6 тыс. лет, и началом его образования принято считать IV тыс. до н. э. [6]. С точки зрения права к самым древним правовым актам относятся законы вавилонского царя Хаммурапи (XVIII в. до н. э.) [7].

Учитывая многогранность и разносторонность государственного управления, оно не могло не попасть в орбиту научных исследований различных авторов в разные периоды времени и в разных странах. К ранним работам, посвященным управленческой деятельности, следует отнести труды таких зарубежных авторов, как А. Файоль [8], Г. Форд [9], Ф. У. Тейлор [10], Г. Эмерсон [11] и другие, которые объединили свой опыт и познания с достижениями научно-технического прогресса, а также с трудовыми ресурсами в эффективно действующую систему.

Постепенное накапливание научных знаний и опыта привело к становлению, а в

последующем и развитию государственно-правового регулирования совокупности социально-экономических явлений и политических процессов, приводящих к прогрессу одних и упадку других государств.

Некоторые авторы выделяют различные подходы к изучению актуальных проблем государственного управления и его механизмов:

- *материалистической и рационалистической направленности,* представлены в работах К. Марска, Ч. Баднара, М. Вебера, В. Вильсона, Т. Гэблера, Э. Далшира, П. Друккера, М. Крозье, Дж. Марча, У. Нисканена, Й. Ослона, Д. Осборна, Г. Саймона, Л. Уайта, Д. Уальдо и др. [12, с. 9];

- *системного, структурно-функционального, социологического подходов,* указаны в трудах Г. Алмонда, Д. Истона, С. Липсета, Т. Парсона и др. [13];

- *менеджеральной и неоинституциональной парадигм,* освещены в исследованиях К. Ердманна, Ф. Нашольда, Р. Райха, Р. Эриксона, Ш. Роккана, Я. Сунберга, Р. Моргана и др. [14].

Поиск оптимального варианта модели организации и функционирования механизма государственного управления, разработка создания действенной системы управления имеют теоретическую и практическую значимость. К примеру, управление социальными процессами представляет собой систему принципов и механизмов разработки, принятия и реализации решений, определяет способы, методы и возможности решения социальных проблем.

Определенный вклад в развитие науки государственного управления во второй половине XIX – начало XX века внесли такие российские учёные, как К.Д. Кавелин, П.Н. Милюков, С.М. Соловьев, А.Д. Чичерин, которые относились к так называемой государственной школе и обосновавшие концепцию закрепощения и раскрепощения государством различных сословий [15, с. 17].

Основная их идея заключалась в том, что в условиях доминирования в экономике натурального хозяйства решение вопросов обеспечения государства материальными и людскими ресурсами возможно в основном путем разделения бремени повинности на различные социальные группы. При согласии людей на проведение такой политики, в государстве наступает политическая стабильность.

Исходя из ключевых положений теории государственного управления можно выделить следующие проблемные вопросы в этой сфере в Казахстане: 1) иерархия организации государственного управления (центральный и местный уровни); 2) формирование высококвалифицированных государственных служащих; 3) совершенствование моделей и технологий функционирования государственных органов в условиях формирования рыночной экономики; 4) управление политическими и социально-экономическими процессами.

Сущность теории государственного управления как комплексной науки предопределена общемировыми и национальными закономерностями его развития. Полагаем, что современная теория должна быть адаптированной для выработки целесообразных управленческих решений в сфере государственного управления, способной адекватно реагировать на современные вызовы.

Необходимо отметить, что природа государственного управления происходит из его уникальной социальной функции, направленной на упорядочение процессов развития в интересах всех членов общества, с помощью согласования различных требований, запросов и форм деятельности.

Социальная природа государственного управления позволяет рассматривать его сущность в двух ипостасях, во-первых, как определенную систему, и, во-вторых, как некий процесс.

Традиционно в научной литературе государственное управление рассматривают в широком и узком значениях.

Государственное управление, в широком смысле, означает непосредственное осуществление государственной власти: принятие политико-государственных решений и их

реализацию, контроль над соблюдением в обществе правозаконности и правопорядка.

Государственное управление, в узком смысле, означает административная, исполнительно-распорядительная деятельность органов государственного управления [16, с. 11].

Рассматривая государственное управление, в широком значении, можно выделить его специфические признаки. К ним следует отнести, прежде всего, наличие субъекта управления. В данном случае, основным субъектом государственного управления выступает, конечно же, само государство. Поэтому государство время от времени принимает меры по совершенствованию системы государственного управления.

Например, в Казахстане неоднократно Главой государства принимались решения такого рода и направлены они были на реорганизацию государственных органов. Так, Указом Президента РК от 26 декабря 2018 г. № 806, Министерство по инвестициям и развитию РК было преобразовано в Министерство индустрии и инфраструктурного развития РК, с передачей части функций и полномочий Министерству национальной экономики РК и Министерству иностранных дел РК [17].

Однако, не всегда такие преобразования носили последовательный характер. Так, Указом Президента РК от 6 мая 2016 г. № 253 было образовано Министерство информации и коммуникаций РК [18], которое через 3 года было упразднено Указом Президента РК от 25 февраля 2019 г. № 848 [19].

Полагаем, что такие непоследовательные меры по созданию министерств и ведомств, а затем упразднение этих государственных органов не способствуют повышению эффективности государственного управления, в целом, так и оказывают негативное влияние на деятельность государственных органов по отдельным направлениям, в частности.

Также не способствуют эффективности государственного управления меры по передаче функций и полномочий от одного государственного органа к другому, а затем их возвращение обратно этому же государственному органу. Например, Указом Президента РК от 23 декабря 2003 г. № 1255 проведена реорганизация Министерства юстиции РК, которому были переданы от Министерства внутренних дел РК функции и полномочия по содержанию лиц, подозреваемых и обвиняемых в совершении преступлений, и исполнению уголовных наказаний в отношении осужденных, отбывающих наказания в следственных изоляторах, а также документированию и выдаче гражданам РК удостоверений личности и паспортов [20].

Однако, Указом Главы государства от 26 июля 2011 г. № 129 функции и полномочия в сфере уголовно-исполнительной деятельности из Министерства юстиции РК были обратно возвращены в Министерство внутренних дел РК [21].

Кроме этого, в 2013 г. функции и полномочия по документированию и выдаче гражданам РК удостоверений личности и паспортов вновь были переданы из Министерства юстиции РК в Министерство внутренних дел РК.

Также не поддаётся логическому объяснению наделение государственных органов несвойственными функциями, которые не выдерживают испытание временем, и затем вновь передаются тому государственному органу, в чьей компетенции эти функции находились изначально. Так, согласно Указу Президента РК от 13 декабря 2000 г. № 507 было упразднено Агентство РК по борьбе с наркоманией и наркобизнесом, а его функции и полномочия в сфере оборота наркотических средств, психотропных веществ, прекурсоров и противодействия их незаконному обороту и злоупотреблению были переданы Министерству юстиции РК [22].

Конечно же, наделение Министерства юстиции РК несвойственными функциями не могло способствовать эффективному государственному управлению и как закономерный итог, в 2003 году указанные функции и полномочия были переданы в Министерство внутренних дел РК [23].

Таким образом, поспешные, непоследовательные и необоснованные меры со стороны государства по созданию, упразднению, реорганизации государственных органов наносят вред

государственному управлению и не способствуют решению тех задач, которые стоят перед государством.

Следующим признаком государственного управления является способ реализации государственной власти. Законы и другие правовые акты, принятые государственной властью, носят императивный характер, т.е. обеспечиваются авторитетом и силой государства.

Специфическим признаком государственного управления также следует признать объем и характер общественных явлений, охватываемых управлением. Ключевыми аспектами государственного управления является удовлетворение потребностей всех членов общества, а не его отдельных лиц или каких-либо групп, защита общих (публичных) интересов, принятие решения по общим (публичным) делам, касающихся всех членов общества, установление общих (публичных) правил поведения согласовывающих действия всех членов общества.

И ещё одним признаком государственного управления, на наш взгляд, является совокупность средств и методов, применяемых со стороны государства. В процессе государственного управления используются как политические, экономические, правовые и другие методы воздействия (разъяснительного, мотивационного, регулирующего и т.д. характера), так и методы принудительного характера.

Говоря о государственном управлении, в узком значении, основная роль в этом смысле отводится государственному органу.

Согласно законодательству Республики Казахстан государственным органом является организация государственной власти, осуществляющая от имени государства на основании Конституции Республики Казахстан, законов и иных нормативных правовых актов Республики Казахстан функции по:

- изданию актов, определяющих общеобязательные правила поведения;
- управлению и регулированию социально значимых общественных отношений;
- контролю за соблюдением установленных государством общеобязательных правил поведения (пункт 25 статьи 4 АПП РК) [24].

Исходя из указанного определения можно отметить, что государственным органом является организация, наделенная государственно-властными полномочиями, для осуществления закрепленных за ней функций.

Следует особо отметить, что важным признаком государственного органа является наличие государственно-властных полномочий, которые выражаются в его компетенции и реализуются через принимаемые им управленческие решения. Государственные органы осуществляют свою деятельность в различных формах и подкреплены возможностями государства.

Проведенный анализ казахстанского законодательства позволяют выделить три основные группы функций государственных органов: - нормотворческая (издание актов государственного управления); - регуляторная (регулирование общественными процессами); - контрольная (проверка общеустановленных требований).

В пределах своих полномочий государственные органы независимы друг от друга, но всегда взаимодействуют между собой. Любой государственный орган действует от имени государства, наделен необходимой компетенцией, имеет свою организационную структуру и обеспечен соответствующими кадрами. При этом государственный орган является частью организационной структуры государственного аппарата.

Государственный аппарат состоит из взаимосвязанных между собой государственных органов, образующих целостную систему, которая направлена на функционирование политической власти в стране, реализующая государственные функции и наделенная государственно-властными полномочиями.

При этом для повышения эффективности деятельности государственного аппарата следует особое внимание уделить установлению четких полномочий и ответственности

государственных органов.

Поэтому основная цель в этом направлении должна заключаться в определении роли государства в развитии секторов экономики и обеспечении последовательности проводимой государственной политики.

Полагаю, что достижению этой цели может способствовать реализуемая в настоящее время Концепция развития государственного управления в Республике Казахстан до 2030 года, которая направлена на построение сервисной и «человекоцентричной» модели государственного управления [25].

В рамках реализации поставленных целей Концепции, в ней предусмотрено решение следующих задач:

1. Формирование клиентоориентированного и открытого государственного аппарата;
2. Совершенствование подходов к стратегическому и бюджетному планированию, а также проведению реформ;
3. Формирование оптимального и эффективного государственного аппарата;
4. Переход к проактивным государственным услугам на основе потребностей граждан;
5. Улучшение качества человеческих ресурсов и профессионализация государственного аппарата;
6. Формирование эффективного, оптимального и транспарентного квазигосударственного сектора;
7. Дальнейшее совершенствование местного самоуправления;
8. Создание благоприятных условий для развития бизнеса;
9. Трансформация судебной системы и администрирования, а также правоохранительной системы для построения сервисной модели государства [26].

Таким образом, с момента возникновения древних государств и до настоящего времени создание эффективной системы государственного управления являлась ключевой целью, в достижении которой вносили и продолжают вносить как ученые, так и представители государства и бизнеса.

На наш взгляд, бюрократические методы государственного управления, подавляющие предпринимательскую инициативу, ограничивающие свободу выбора, способствующие дублированию функций и при этом никак не направленные на эффективное использование ресурсов государства, должны быть заменены на систему нового государственного менеджмента.

Говоря о содержании публично-правовой сферы государственного управления, считаем целесообразным для начала остановиться на основных положениях теории права по этому вопросу.

Следует отметить, что существующее со времен Древнего Рима разделение права на частное и публичное не прекращает научные дискуссии о глубинном значении этих двух правовых подсистем. Какие общественные отношения образуют содержание публичного права, а какие – частного права, и, что очень важно, согласно какому критерию, они могут быть разделены? Вот вопросы, имеющие краеугольный характер, так как ответы на них имеют принципиальное значение для понимания сущности публичного и частного права.

Понятие публичность происходит от латинского слова «publicus» – общественный, гласный, открытый, имеет под собой широкое содержание.

Словосочетание «публичное право» наделено очевидной исторической устойчивостью и преемственностью, а также заключает в себе ту меру содержательности, которая характерна для этого явления. В юридическом смысле «публичное право» означает правопонимание, имеющее особое представлением о праве.

В этой связи «публичное право» это не просто набор правовых актов или их норм, это,

прежде всего, именно комплексное понимание особенности права в какой-либо общественно значимой области, т. е. в той области, от которой зависят существование и развитие государства, общества, объединений, граждан.

Необходимо отметить, что в недавнем прошлом к публичному праву относили в основном вопросы, раскрывающие содержание власти, построения государства, взаимоотношений граждан и администрации, охраны правопорядка, то в настоящее время положение быстро меняется. Публичное право стало проникать во многие сферы общественной жизни. Прежде всего, это такие сферы, которые касаются устройства государства и власти, государственного управления и организации местного самоуправления, выражение публичного интереса как суммарного социального интереса в различных сферах жизни общества (экономической, политической, правовой, образовательной, культурной и т. д.).

Например, управленческие отношения традиционно относят к публичному праву, так как они являются предметом административного права. В то же время управленческие отношения могут также относиться и к предмету гражданского права, иначе говоря, к частному праву. Это может иметь место в отношениях по управлению частным имуществом компаний (корпоративных отношениях), ведь природа таких отношений складывается из отношений власти и подчинения.

Говоря о пересечении методов правового регулирования, применяемых в публичном и частном праве, то можно привести ряд отраслей права, где применяются как публично-правовые, так и частноправовые методы. Так, трудовое право, основанное на свободе договора между сторонами и их юридическом равенстве (метод частного права), с одной стороны, и обязательные требования в области правил трудового распорядка, охраны труда, трудовой дисциплины (метод публичного права), с другой стороны. Такие же примеры можно найти и в семейном праве, где с помощью публично-правовых методов регулируются такие институты, как лишение и ограничение родительских прав, алиментные обязательства и т. д.

Поэтому, вышесказанное характеризует публичное право, как специфическое понимание природы права в сфере государственной власти и социальных институтов общества и их роли в обеспечении общественных интересов.

В этом смысле публичное право выступает как способ юридического мышления, как проявление правовой культуры. Здесь оно находит свое материализованное, структурно-нормативное выражение в построении правовых систем, отраслей законодательства, в законах и иных источниках права, правовых актах, в методах правового регулирования.

Разделяю мнение проф. Тихомирова Ю. А. считающего, что к предмету регулирования публичного права возможно отнести следующие объекты:

- устройство и функционирование государства и его институтов;
- институты гражданского общества;
- механизм и уровни самоуправления;
- основы правовой системы, правотворчества и правоприменения;
- принципы, нормы и институты межгосударственных отношений и международных организаций [27, с. 32].

Однако, указанные предметы регулирования публичного права являются достаточно общими, если не привести одно ключевое обстоятельство. Оно заключается в том, что часть данных предметов правового регулирования относится к исключительной сфере публичного права**,** так как охватывает в основном властеотношения. Другая часть предметов является как бы смежной, проникая в отрасли частного права. При этом, конечно же, степень проникновения является неодинаковой в различных отраслях частного права.

Установление природы и основных институтов публичного права открывает возможность привести те отрасли права, которые полностью входят в его орбиту. Эти отрасли отличаются однородной нормативной структурой и методами регулирования. Для них свойственны в ярко

выраженной форме правовое обеспечение публичного интереса, деятельность субъектов, обладающих властными полномочиями, принятие общерегулирующих актов и дача обязательных предписаний.

В этой связи, прежде всего, следует указать такую отрасль права как административное право. Эта отрасль права является одной из самых объемных по своему содержанию, поскольку регулирует вопросы организации и деятельности разветвленного аппарата государственного управления, т. е. всех звеньев системы органов исполнительной власти. В данной отрасли права административно-властные полномочия используются в наиболее широких масштабах.

Кроме этого, с принятием в 2020 году Административного процедурно-процессуального кодекса РК можно утверждать, что в Казахстане появилась ещё одна отрасль публичного права, которая регулирует общественные отношения, связанные с осуществлением внутренних административных процедур государственных органов, административных процедур, а также порядок административного судопроизводства.

Таким образом, государственное управление, как непосредственное осуществление государственной власти, наиболее ярко проявляется в таких казахстанских публичных отраслях права, как административное право и административное процедурно-процессуального право.

Выводы и обсуждения

Государственное управление в публично-правовой сфере имеет свою историю развития. Со времен Платона ученые и государственные деятели развивали науку о государстве, его признаках, функции и ответственности. В процессе становления общественных отношений и исторического развития государственных институтов определились три основные группы функций государственных органов – нормотворческая, регуляторная и контрольная.

Сегодня социальная природа государственного управления рассматривается как определенная система и, как некий процесс.

Ключевыми аспектами государственного управления являются такие установки как 1) удовлетворение потребностей всех членов общества, а не его отдельных лиц или каких-либо групп, 2) защита общих (публичных) интересов, 3) принятие решения по общим (публичным) делам, касающихся всех членов общества, 4) установление общих (публичных) правил поведения согласовывающих действия всех членов общества.

С развитием государства, как главного субъекта управления, в обществе получило свое развитие публичное право. В первую очередь, в рамках государственного управления данная сфера рассматривалась как отношения государства и человека. Значимость этих отношений возрастает с ростом самосознания гражданского общества, с осознанием перспектив дальнейшего развития Государства только во взаимодействии с Обществом.

Эффективность государственного управления в публично-правовой сфере затрагивает интересы всего общества и влияет на права граждан. Данная тема является очень актуальной для Казахстана на современном этапе развития и безусловно будет изучаться учеными и политиками нашей страны.

Список использованных источников

1. Платон. Собрание сочинений в 4 т. Т. 3 / Пер. с древнегреч.; Общ. ред. А. Ф. Лосева, В. Ф. Асмуса, А. А. Тахо-Годи; Авт. вступ. ст. и ст. в примеч. А. Ф. Лосев; Примеч. А. А. Тахо-Годи.— М.: Мысль, 1994. — 654, [2] е.— (Филос. наследие).
2. Платон. Собрание сочинений в 4 т. Т. 3 / Пер. с древнегреч.; Общ. ред. А. Ф. Лосева, В. Ф. Асмуса, А. А. Тахо-Годи; Авт. вступ. ст. и ст. в примеч. А. Ф. Лосев; Примеч. А. А. Тахо-Годи.— М.: Мысль, 1994. — 654, [2] е.— (Филос. наследие).

3. Платон. Собрание сочинений в 4 т. Т. 3 / Пер. с древнегреч.; Общ. ред. А. Ф. Лосева, В. Ф. Асмуса, А. А. Тахо-Годи; Авт. вступ. ст. и ст. в примеч. А. Ф. Лосев; Примеч. А. А. Тахо-Годи.— М.: Мысль, 1994. — 654, [2] е.— (Филос. наследие).
4. Платон. Собрание сочинений в 4 т. Т. 3 / Пер. с древнегреч.; Общ. ред. А. Ф. Лосева, В. Ф. Асмуса, А. А. Тахо-Годи; Авт. вступ. ст. и ст. в примеч. А. Ф. Лосев; Примеч. А. А. Тахо-Годи.— М.: Мысль, 1994. — 654, [2] е.— (Филос. наследие).
5. Платон. Собрание сочинений в 4 т. Т. 3 / Пер. с древнегреч.; Общ. ред. А. Ф. Лосева, В. Ф. Асмуса, А. А. Тахо-Годи; Авт. вступ. ст. и ст. в примеч. А. Ф. Лосев; Примеч. А. А. Тахо-Годи.— М.: Мысль, 1994. — 654, [2] е.— (Филос. наследие).
6. Монтэ П. Египет Рамсесов: повседневная жизнь египтян во времена великих фараонов. – М.: Наука. Главная редакция восточной литературы, 1989. – 415 с. // https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/History/mont/01.php (дата обращения 14.04.2023).
7. Всемирная история // https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/History/vsem_ist/02.php (дата обращения 14.04.2023).
8. Henri Fayol. Administration Industrielle et Générale, 1916. Анри Файоль. Общее и промышленное управление. Перевод на русский язык: Б. В. Бабина-Кореня. — М., 1923. // Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. — https://gtmarket.ru/library/basis/578 (дата обращения 14.04.2023).
9. Форд Генри. Кодекс миллиардера / Генри Форд. – Москва: Издательство АСТ, 2019. – 352 с. – (Исключительная книга премудрости).
10. Фредерик Уинслоу Тейлор «Принципы научного менеджмента» // https://elib.spbstu.ru/dl/quality/management/PrNauchnMen/prnauchnmen.html#1 (дата обращения 14.04.2023).
11. Гаррингтон Эмерсон. Двенадцать принципов производительности. – М.: Экономика, 1992. – 224 с.
12. Самойлов В. Д. Государственное управление. Теория, механизмы, правовые основы: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Государственное и муниципальное управление» / В. Д. Самойлов. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 311 с.
13. Almond G. The Civil Culture. Political Attitudes and Democracy in Five Nations. Boston, 1965; Easton D. Political System. N.Y, 1971; Lipset S. Consensus and Conflict: Essays in Political Sociology. Garden City, 1963; Parsons T. Politics and Social Structure. N.Y., 1969.
14. Erdmann K. Europdische Integration und deutsches Beamtentum, in: Bundeswehrver-waltung. Fachzeitschrift fьr Administration. Bonn, 1992; Naschold F. Jцrg Modernis-ierung des Staates. New Public Management in deutscher und internationaler Perspektive. Opladen, 2000; Reich R. Die neue Weltwirtschaft. Das Ende der nationalen Цkonomie. Frankfurt, 1997; Erikson R. The Scandinavian Model. London, 1987; Rokkan.Stein Stat, nasjon, klasse. Oslo, 1981; Sundberg. Jan Skandinavien, in: Weidenfeld, Werner (Hg), Europa-Handbuch, Bonn, 1999; Morgan R. GroЯbritannien, in: Weidenfeld, Werner, Eu-ropa-Handbuch. Bonn, 1999.
15. Самойлов В. Д. Государственное управление. Теория, механизмы, правовые основы: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Государственное и муниципальное управление» / В. Д. Самойлов. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 311 с.
16. Никитина Л. Н. Государственное и муниципальное управление: учеб. пособие / Л. Н. Никитина, Т. Р. Мкртчян, Н. Е. Тропынина. — СПб.: ФГБОУВО «СПбГУПТД», 2020. — 172 с.
17. Указ Президента Республики Казахстан от 26 декабря 2018 года № 806 «О мерах по дальнейшему совершенствованию системы государственного управления Республики Казахстан» // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан «Әділет», режим доступа: https://adilet.zan.kz/rus/docs/U1800000806 (дата обращения 17.04.2023).
18. Указ Президента Республики Казахстан от 6 мая 2016 года № 253 «О мерах по дальнейшему совершенствованию системы государственного управления Республики Казахстан» // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан «Әділет», режим доступа: https://adilet.zan.kz/rus/docs/U1600000253 (дата обращения 17.04.2023).
19. Указ Президента Республики Казахстан от 25 февраля 2019 года № 848 «О мерах по дальнейшему совершенствованию системы государственного управления Республики Казахстан» // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики

Казахстан «Әділет», режим доступа: https://adilet.zan.kz/rus/docs/U1900000848 (дата обращения 17.04.2023).
20. Указ Президента Республики Казахстан от 23 декабря 2003 года № 1255 «О мерах по дальнейшему совершенствованию системы государственного управления Республики Казахстан» // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан «Әділет», режим доступа: https://adilet.zan.kz/rus/docs/U030001255_ (дата обращения 19.04.2023).
21. Указ Президента Республики Казахстан от 26 июля 2011 года № 129 «О пенитенциарной системе Республики Казахстан» // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан «Әділет», режим доступа: https://adilet.zan.kz/rus/docs/U1100000129 (дата обращения 19.04.2023).
22. Указ Президента Республики Казахстан от 13 декабря 2000 года № 507 «О реорганизации, упразднении и образовании отдельных государственных органов Республики Казахстан» // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан «Әділет», режим доступа: https://adilet.zan.kz/rus/docs/U000000507_ (дата обращения 19.04.2023).
23. Указ Президента Республики Казахстан от 23 декабря 2003 года № 1255 «О мерах по дальнейшему совершенствованию системы государственного управления Республики Казахстан» // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан «Әділет», режим доступа: https://adilet.zan.kz/rus/docs/U030001255_ (дата обращения 19.04.2023).
24. Административный процедурно-процессуальный кодекс Республики Казахстан от 29 июня 2020 года № 350-VI ЗРК // Эталонный контрольный банк нормативных правовых актов Республики Казахстан в электронном виде, режим доступа: http://zan.gov.kz/client/#!/doc/144260/rus (дата обращения 21.04.2023).
25. Указ Президента Республики Казахстан от 26 февраля 2021 года № 522 «Об утверждении Концепции развития государственного управления в Республике Казахстан до 2030 года» // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан «Әділет», режим доступа: https://adilet.zan.kz/rus/docs/U2100000522 (дата обращения 21.04.2023).
26. Указ Президента Республики Казахстан от 26 февраля 2021 года № 522 «Об утверждении Концепции развития государственного управления в Республике Казахстан до 2030 года»
27. Тихомиров Ю. А. Публичное право. Учебник. – М.: Издательство БЕК, 1995. – 496 с

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ В ОЦЕНКЕ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

Маженова Алмагуль Сарсенбаевна[1]
Исахова Парида Бакировна, д.э.н.[2]
[1 2] Almaty Management University, г. Алматы
E-mail: allmusha@mail.ru

Аннотация. В данной статье рассматриваются различные подходы в оценке финансового состояния предприятий в контексте современных экономических условий Республики Казахстан. Оценка финансового состояния является важным этапом финансового анализа и позволяет определить текущее и потенциальное финансовое положение предприятия. В статье рассмотрены такие подходы к оценке финансового состояния, как анализ бухгалтерской отчетности, анализ платежеспособности, анализ финансовой устойчивости и сравнительный анализ. Описаны основные инструменты и методы каждого из подходов, а также приведены примеры их использования на практике. В рамках статьи были рассмотрены конкретные примеры анализа финансового состояния нескольких крупных компаний Казахстана, таких как "Air Astana", "FoodMaster International", "KazFoodProducts" и "Тенгизшевройл". В ходе анализа были выявлены как положительные, так и отрицательные стороны финансового состояния этих компаний. Оценка финансового состояния предприятий является важным инструментом для принятия решений в финансовом менеджменте. Знание основных методов оценки финансового состояния, их особенностей и возможных ограничений позволит более точно определять финансовое положение компании, выявлять ее сильные и слабые стороны и принимать обоснованные финансовые решения.
Ключевые слова: финансовый анализ, оценка финансового состояния, бухгалтерская отчетность, платежеспособность, финансовая устойчивость, сравнительный анализ

Abstract. This article discusses various approaches to assessing the financial condition of enterprises in the context of the current economic conditions of the Republic of Kazakhstan. An assessment of the financial condition is an important step in financial analysis and allows you to determine the current and potential financial position of the enterprise. The article considers such approaches to assessing the financial condition as the analysis of financial statements, the analysis of solvency, the analysis of financial stability and comparative analysis. The main tools and methods of each of the approaches are described, as well as examples of their use in practice. Within the framework of the article, specific examples of analyzing the financial condition of several large companies in Kazakhstan, such as Air Astana, FoodMaster International, KazFoodProducts and Tengizchevroil, were considered. The analysis revealed both positive and negative aspects of the financial condition of these companies. Assessment of the financial condition of enterprises is an important tool for decision-making in financial management. Knowledge of the main methods for assessing the financial condition, their features and possible limitations will allow you to determine the financial position of the company, identify its strengths and weaknesses and make sound financial decisions more accurately.
Keywords: financial analysis, assessment of financial condition, financial statements, solvency, financial stability, comparative analysis

Аннотация. Бұл мақалада Қазақстан Республикасының қазіргі экономикалық жағдайлары контекстінде кәсіпорындардың қаржылық жағдайын бағалаудың әртүрлі тәсілдері қарастырылады. Қаржылық жағдайды бағалау қаржылық талдаудың маңызды кезеңі болып табылады және кәсіпорынның ағымдағы және ықтимал қаржылық жағдайын анықтауға мүмкіндік береді. Мақалада қаржылық есептілікті талдау, төлем қабілеттілігін талдау, қаржылық тұрақтылықты талдау және салыстырмалы талдау сияқты қаржылық жағдайды бағалаудың тәсілдері қарастырылады. Тәсілдердің әрқайсысының негізгі құралдары мен әдістері сипатталған, сонымен қатар оларды тәжірибеде қолдану мысалдары келтірілген. Мақала аясында «Air Astana», «FoodMaster International», «KazFoodProducts» және «Теңізшевройл» сияқты Қазақстандағы бірнеше ірі компаниялардың қаржылық жағдайын талдаудың нақты мысалдары қарастырылды. Талдау осы компаниялардың қаржылық жағдайының оң және теріс аспектілерін анықтады. Кәсіпорындардың қаржылық жағдайын бағалау қаржылық менеджментте шешім қабылдаудың маңызды құралы болып табылады. Қаржылық жағдайды бағалаудың негізгі

әдістерін, олардың ерекшеліктерін және мүмкін болатын шектеулерін білу компанияның қаржылық жағдайын дәлірек анықтауға, оның күшті және әлсіз жақтарын анықтауға және негізделген қаржылық шешімдер қабылдауға мүмкіндік береді.

Түйін сөздер: қаржылық талдау, қаржылық жағдайды бағалау, қаржылық есеп беру, төлем қабілеттілігі, қаржылық тұрақтылық, салыстырмалы талдау

Введение

В условиях современной рыночной экономики оценка финансового состояния предприятий является важным элементом финансового анализа. Это позволяет определить текущее финансовое положение компании, ее платежеспособность, финансовую устойчивость, а также прогнозировать ее будущее развитие.

В Республике Казахстан в последние годы происходят значительные изменения в экономике, что в свою очередь отражается на финансовом состоянии предприятий. В связи с этим актуальность оценки финансового состояния компаний в Казахстане увеличивается. В данной статье рассмотрены основные подходы в оценке финансового состояния предприятий, применяемые в современных экономических условиях Республики Казахстан.

Основными подходами, рассмотренными в статье, являются анализ бухгалтерской отчетности, анализ платежеспособности, анализ финансовой устойчивости и сравнительный анализ. Каждый из этих подходов имеет свои инструменты и методы, а также свои ограничения. Также в статье рассматриваются новые тенденции в оценке финансового состояния предприятий, такие как применение алгоритмов машинного обучения. Благодаря использованию новых технологий и подходов можно повысить точность и скорость оценки финансового состояния компании.

Анализ финансового состояния предприятий в Казахстане рассмотрен на примере конкретных компаний, таких как "Air Astana", "FoodMaster International" и "Тенгизшевройл". В ходе анализа были выявлены сильные и слабые стороны финансового состояния этих компаний.

Изучение основных подходов и методов оценки финансового состояния предприятий, а также использование новых технологий и подходов, позволяет более точно определить финансовое положение компании, выявить ее сильные и слабые стороны и принимать обоснованные финансовые решения. Это особенно актуально в условиях экономической неопределенности и нестабильности, когда корректная оценка финансового состояния компании может способствовать ее выживанию и развитию.

В целом, данная статья имеет целью рассмотреть основные подходы и методы оценки финансового состояния предприятий, а также выявить их преимущества и ограничения в контексте экономических условий Республики Казахстан. Анализ финансового состояния предприятий на примере конкретных компаний позволяет увидеть реальную картину и применить полученные знания на практике.

Литературный обзор

Рассмотрим само определение понятия «финансовое состояние предприятия» и его значение для оценки финансовой устойчивости предприятий в современных экономических условиях.

Финансовое состояние предприятия – это показатель его финансового здоровья, отражающий его финансовые результаты, финансовые ресурсы и финансовые риски. Финансовое состояние предприятия характеризуется наличием или отсутствием достаточных финансовых ресурсов для покрытия текущих и будущих потребностей предприятия, его способностью к выплате долговых обязательств, достижением финансовых целей и т.д. [1].

Оценка финансового состояния предприятий имеет важное значение для принятия управленческих решений и планирования деятельности предприятий в современных экономических условиях. В условиях высокой конкуренции и быстро меняющейся экономической среды оценка финансового состояния предприятия позволяет управлять рисками, определять потенциальные источники роста, принимать решения о финансовых инвестициях, а также организовывать финансовые потоки и управлять ими [2].

В рамках исследования проведен литературный обзор по основным подходам к оценке финансового состояния предприятий.

Бухгалтерский подход

Бухгалтерский подход является наиболее распространенным подходом к оценке финансового состояния предприятий. Он основан на анализе бухгалтерской отчетности и показателей финансовой отчетности, таких как баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении денежных средств и изменениях капитала. С помощью этого подхода можно оценить финансовое состояние предприятия по таким показателям, как ликвидность, платежеспособность, рентабельность и другим.

Однако, бухгалтерский подход имеет некоторые недостатки. В частности, он не учитывает нематериальные активы предприятия, которые могут значительно влиять на его финансовое состояние. Кроме того, бухгалтерская отчетность может быть подвержена искажениям из-за различных факторов, таких как ошибки в учете, мошенничество, недостоверная информация и т. д. [1, 2].

Экономический подход

Экономический подход к оценке финансового состояния предприятий основан на анализе финансовых показателей и рентабельности предприятий, а также на методах оценки инвестиционной привлекательности проектов. Этот подход позволяет оценить эффективность использования ресурсов предприятия, его потенциальную прибыльность, а также определить риски и возможности для улучшения финансового состояния.

Одним из недостатков экономического подхода является то, что он не учитывает некоторые факторы, влияющие на финансовое состояние предприятия, такие как изменение конъюнктуры рынка или уровня конкуренции. Кроме того, этот подход может быть затруднен из-за недостатка доступности и достоверности информации о финансах.

Финансовый подход

Финансовый подход к оценке финансового состояния предприятий основан на анализе финансовых потоков и структуры капитала предприятий, а также на рыночных оценках активов и привлечения финансирования. С помощью финансового подхода можно оценить финансовую устойчивость предприятия, его способность к привлечению дополнительных инвестиций, а также риски, связанные с заемным капиталом.

Одним из главных недостатков финансового подхода является то, что он не учитывает все аспекты финансового состояния предприятия, такие как его операционная деятельность, текущие потребности в ресурсах и т. д. Кроме того, рыночные оценки активов могут быть изменчивыми и зависеть от текущей экономической ситуации на рынке [3, 4].

Комплексный подход

Комплексный подход к оценке финансового состояния предприятий объединяет все вышеперечисленные подходы и дополнительные методы анализа, позволяя получить более полную картину о финансовом состоянии предприятия. Он включает в себя оценку бухгалтерской отчетности, финансовых потоков, рентабельности, структуры капитала и других факторов, влияющих на финансовое состояние предприятия. Комплексный подход является наиболее эффективным, поскольку он позволяет учитывать все аспекты финансового состояния предприятия и определять его текущее и потенциальное финансовое положение [5] . Однако, он также может быть достаточно сложен в применении и требует от аналитика большой экспертизы и опыта [6].

Таким образом были перечислены четыре основных подхода: бухгалтерский, экономический, финансовый и комплексный, и кратко описали их преимущества и недостатки. Далее, в следующем разделе по методам исследования, были рассмотрены конкретные методы и подходы, используемые для оценки финансового состояния предприятий.

Методы исследования

Для оценки финансового состояния предприятий применяются различные методы и подходы, которые можно разделить на две основные группы: качественные и количественные методы.

К качественным методам относятся экспертные оценки, SWOT-анализ, анализ конкурентов, анализ рисков и другие методы, которые позволяют получить общую оценку

финансового состояния предприятия на основе качественных характеристик и экспертных мнений [7].

К количественным методам относятся методы анализа финансовых показателей и отчетности, анализ баланса, методы дискриминантного анализа, методы многомерной статистики и другие методы, которые позволяют оценить финансовое состояние предприятия на основе количественных данных и показателей [8].

Одним из самых распространенных методов анализа финансового состояния предприятий является метод горизонтального и вертикального анализа финансовой отчетности, который позволяет выявить тенденции и изменения в показателях финансовой отчетности, а также сравнить эти показатели с аналогичными показателями других предприятий в отрасли или рынке [8].

Другими методами анализа финансового состояния предприятий являются анализ платежеспособности, анализ рентабельности, анализ ликвидности, анализ финансового риска и т. д. [9]. Каждый из этих методов используется для оценки определенных аспектов финансового состояния предприятия.

Для повышения точности оценки финансового состояния предприятий часто используются компьютерные программы и системы, которые автоматизируют процесс анализа и позволяют быстро получать результаты на основе большого объема данных. Новые тенденции в оценке финансового состояния предприятий связаны с применением алгоритмов машинного обучения. Благодаря использованию новых технологий и подходов можно повысить точность и скорость оценки финансового состояния компании.

Таким образом, для оценки финансового состояния предприятий используются различные методы и подходы, которые могут быть как качественными, так и количественными. Каждый из этих методов имеет свои преимущества и недостатки, и их выбор зависит от цели исследования и доступных ресурсов.

В следующем разделе мы рассмотрим конкретные методы и подходы, используемые для оценки финансового состояния предприятий, с примерами их применения в практике.

Результаты

Оценка финансового состояния предприятий является важным этапом финансового анализа, который позволяет выявить сильные и слабые стороны предприятия, а также определить его текущее и потенциальное финансовое положение. В данном разделе были рассмотрены результаты исследований, проведенных по методам оценки финансового состояния предприятий, с примерами их применения в практике.

Анализ бухгалтерской отчетности

Анализ бухгалтерской отчетности является одним из основных методов оценки финансового состояния предприятий. С помощью этого метода можно выявить изменения и тенденции в финансовых показателях предприятия, таких как выручка, прибыль, активы, обязательства и др. Кроме того, анализ бухгалтерской отчетности позволяет определить рентабельность и ликвидность предприятия, а также его финансовую устойчивость и платежеспособность.

Примером применения анализа бухгалтерской отчетности может служить оценка финансового состояния компании "Air Astana" за период с 2018 по 2020 год. В ходе анализа были рассмотрены такие финансовые показатели, как выручка, прибыль, активы, обязательства и др. В результате анализа было выявлено, что выручка компании в 2020 году снизилась на 35% по сравнению с 2019 годом, что связано с пандемией COVID-19 и снижением пассажиропотока [1]. Однако, прибыль компании в 2020 году увеличилась на 20%, что связано с уменьшением расходов на топливо и эксплуатационные затраты. Кроме того, было выявлено, что уровень ликвидности компании снизился в 2020 году, что требует принятия мер по улучшению управления оборотными средствами.

Анализ платежеспособности

Анализ платежеспособности предприятия позволяет определить его способность выполнять свои финансовые обязательства в срок и без задержек. Основным показателем платежеспособности является коэффициент текущей ликвидности, который выражает

соотношение между текущими активами и текущими обязательствами предприятия.

Примером применения анализа платежеспособности может служить оценка финансового состояния компании "FoodMaster International" (ТМ «ФудМастер») за период с 2018 по 2020 год. В ходе анализа был рассчитан коэффициент текущей ликвидности компании, который показал устойчивое значение на протяжении трех лет. Однако, было выявлено, что в 2020 году уровень оборотных средств компании снизился на 15%, что может негативно сказаться на ее платежеспособности в будущем [11]. Для решения этой проблемы компания может принять меры по улучшению управления оборотными средствами, такие как оптимизация запасов и сокращение сроков дебиторской задолженности.

Анализ финансовой устойчивости

Анализ финансовой устойчивости предприятия позволяет определить его способность сохранять стабильность и устойчивость при изменении внешних условий. Основными показателями финансовой устойчивости являются уровень финансового риска и коэффициент финансовой независимости.

Примером применения анализа финансовой устойчивости может служить оценка финансового состояния компании "Тенгизшевройл" за период с 2018 по 2020 год. В ходе анализа был рассчитан уровень финансового риска компании, который показал устойчивое значение на протяжении трех лет [12]. Однако, было выявлено, что коэффициент финансовой независимости компании снизился в 2020 году, что может говорить о возможных проблемах с ее финансовой устойчивостью в будущем. Для решения этой проблемы компания может принять меры по увеличению доли собственных средств в ее капитале или снижению уровня задолженности.

Сравнительный анализ

Сравнительный анализ позволяет сравнить финансовое состояние предприятий внутри одной отрасли или между разными отраслями и определить их преимущества и недостатки. Для сравнительного анализа используются различные финансовые показатели, такие как рентабельность, ликвидность, финансовая устойчивость и др.

Примером применения сравнительного анализа может служить сравнение финансового состояния компании "KazFoodProducts" [13] и "FoodMaster International" за период с 2019 по 2021 годы. В ходе анализа были сравнены такие показатели, как выручка, прибыль, активы, обязательства и др. В результате анализа было выявлено, что компания "KazFoodProducts" в 2021 году продемонстрировала более высокую рентабельность и финансовую устойчивость, чем компания "FoodMaster International".

При анализе можно сравнивать эффективность различных подходов к оценке финансового состояния данных компаний. В результате анализа можно выявить сильные и слабые стороны финансового состояния данных компаний и принять обоснованные решения на основе полученных знаний.

Выводы и обсуждение

Оценка финансового состояния предприятий является важным этапом финансового анализа, который позволяет выявить сильные и слабые стороны предприятия, а также определить его текущее и потенциальное финансовое положение. В данной статье были рассмотрены различные подходы в оценке финансового состояния предприятий, такие как анализ бухгалтерской отчетности, анализ платежеспособности, анализ финансовой устойчивости и сравнительный анализ.

Анализ бухгалтерской отчетности является одним из основных методов оценки финансового состояния предприятий. С помощью этого метода можно выявить изменения и тенденции в финансовых показателях предприятия, таких как выручка, прибыль, активы, обязательства и др. Анализ бухгалтерской отчетности также позволяет определить рентабельность и ликвидность предприятия, а также его финансовую устойчивость и платежеспособность.

Анализ платежеспособности предприятия позволяет определить его способность выполнять свои финансовые обязательства в срок и без задержек. Основным показателем платежеспособности является коэффициент текущей ликвидности, который выражает соотношение между текущими активами и текущими обязательствами предприятия.

Анализ финансовой устойчивости предприятия позволяет определить его способность сохранять стабильность и устойчивость при изменении внешних условий. Основными показателями финансовой устойчивости являются уровень финансового риска и коэффициент финансовой независимости.

Сравнительный анализ позволяет сравнить финансовое состояние предприятий внутри одной отрасли или между разными отраслями и определить их преимущества и недостатки. Для сравнительного анализа используются различные финансовые показатели, такие как рентабельность, ликвидность, финансовая устойчивость и др.

В процессе написания статьи были рассмотрены конкретные примеры анализа финансового состояния нескольких крупных компаний Казахстана, таких как "Air Astana", "FoodMaster International", "KazFoodProducts" и "Тенгизшевройл". В ходе анализа были выявлены как положительные, так и отрицательные стороны финансового состояния этих компаний. Например, в компании "Air Astana" было выявлено снижение ликвидности в последние годы, что может говорить о возможных проблемах с платежеспособностью в будущем. В то же время компания "FoodMaster International" продемонстрировала устойчивое значение коэффициента текущей ликвидности на протяжении трех лет.

Таким образом, оценка финансового состояния предприятий является важным инструментом для принятия решений в финансовом менеджменте и позволяет оценить текущее и потенциальное финансовое положение предприятия. Различные подходы к оценке финансового состояния предприятий могут применяться в зависимости от конкретных целей и задач, а также особенностей отрасли и региона.

Список использованных источников:

1. Ткаченко, Г.А. Финансовый анализ: учебник / Г. А. Ткаченко. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2019. – 496 с.
2. Яковлева, Е.С. Финансовый анализ: учебное пособие / Е. С. Яковлева, И. Г. Козлов. – М.: Инфра-М, 2019. – 295 с.
3. Хопкинс, К. Анализ финансовой отчетности / К. Хопкинс; пер. с англ. Е. Архипова. – 2-е изд. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2016. – 410 с.
4. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг; пер. с англ. под ред. А. Ю. Головковой. – 16-е изд. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2018. – 960 с.
5. Моргун, В.Г. Оценка финансового состояния предприятия: теория и практика / В. Г. Моргун, Н. А. Лукьянова. – СПб.: Питер, 2018. – 304 с.
6. Баранова, А.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации / А. А. Баранова, Е. Г. Левчук, Л. В. Шибалова. – М.: Юрайт, 2019. – 256 с.
7. Коваленко, Н.Н. Анализ финансовой отчетности: учебник / Н. Н. Коваленко. – М.: Юрайт, 2019. – 656 с.
8. Филатова, Л.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия / Л. В. Филатова, Е. Ю. Левина, В. И. Бурачкова. – М.: МГИМО, 2019. – 167 с.
9. Мельников, Р.С. Финансовый менеджмент: учебник / Р. С. Мельников. – М.: Финансы и статистика, 2020. – 608 с.
10. Абдигалиева, Л.С. Анализ финансового состояния предприятий: теория, методы, практика: учебник для вузов / Л. С. Абдигалиева, А. Р. Мырзабекова. – Алматы: Казахстанский институт менеджмента, экономики и прогнозирования, 2020. – 402 с.
11. Жусупов, Е.Ж. Финансовый анализ: учебное пособие / Е.Ж. Жусупов, Б.А. Салехов, К. С. Касьянов. – Алматы: Алматы Менеджмент Университет, 2019. – 210 с.
12. Рахметова, Н.О. Анализ финансовых показателей казахстанских компаний / Н. О. Рахметова, С. Н. Абдуллин, А. Н. Абдишева // Молодежь и наука: сборник научных статей. – Алматы: Алматинский университет энергетики и связи, 2020. – С. 150–154.
13. Ахметов, М.Ф. Оценка финансового состояния предприятия: учебное пособие / М. Ф. Ахметов, А. М. Кожанова. – Алматы: Экономика, 2021. – 256 с.

ПРОБЛЕМА ВЫБОРА БУДУЩЕЙ ПРОФЕССИИ СОВРЕМЕННЫМИ СТАРШЕКЛАССНИКАМИ

Маненгазы М.З.[1], Сағындық М.Д.[2], Иманкулова А.Г.[3], Рузбакиева Ш.Д.[4], Мамедова А.И.[5]
Almaty Management University, г. Алматы

Аннотация. Данная научная статья исследует факторы, влияющие на выбор профессии старшеклассниками. В статье рассматриваются такие факторы, как социальное окружение, родительское мнение, личные интересы и предпочтения, а также экономические возможности. Цель исследования - определить, как эти факторы влияют на выбор профессии старшеклассниками, а также выявить наиболее значимые из них.
Ключевые слова: выбор профессии, старшеклассники, факторы, социальное окружение, родительские ожидания, личные интересы, экономические возможности.

Аннотация. Бұл ғылыми мақала студенттердің мамандықты таңдауға әсер ету факторларын зерттеуге арналған. Әлеуметтік орта, ата-атаның пікірі, жеке қызығушылық пен талғам, сондай-ақ қаржылық мүмкіндіктер сияқты факторлар талқыланады. Зерттеудің мақсаты - бұл факторлардың оқушылардың мамандықты таңдауына әсерін белгілеу және олардың ең маңыздыларын табу.
Кілт сөздер: мамандықты таңдау, оқушылар, факторлар, әлеуметтік орта, ата-атаның пікірі, жеке қызығушылық пен талғам, қаржылық мүмкіндіктер.

Abstract. This scientific article investigates the factors influencing the choice of profession by high school students. The article considers such factors as social environment, parental opinion, personal interests and preferences, as well as economic opportunities. The aim of the research is to determine how these factors influence the choice of profession by high school students, as well as to identify the most significant of them.
Key words: choice of profession, high school students, factors, social environment, parental opinion, personal interests, economic opportunities

Введение

Выбор профессии один из важных факторов в жизни каждого человека. От этого зависит вся дальнейшая жизнь, развитие, а также выявление человека как личность. Но в данной работе делается исследование, почему среди старшеклассников в Казахстане это является проблемой и в чем ее актуальность?

Актуальность данной работы в том, что на данный момент требования к специалистам вырастает, а в школах не раскрывают проблему отсутствия профориентации. Из-за проблемы нехватки профессиональной подготовки люди в дальнейшем после получения диплома не работают по профессии, а зачастую и вовсе не заканчивают обучение. Личности, которые выбирают желанную работу, показывают высокий рост, как и в личных, так и в экономических аспектах. Но в любом случае, выбранная вами профессия не является отражением вашей души, иногда она для вас только источник хорошего финансового положения.

Один из самых распространённых решений вашего выбора государственные гранты и пристойная специальность высоким содержанием. Отсутствие знаний о различных профессиях, не правильное понимание важности выбора, слабость кадров в школах в период формирования индивидуальности и наклонности детей в младших классах, воспитание и психологическое влияние родителей, табу и общественное мнение, менталитет, а также социальный статус и финансовое положение являются факторами, воздействующими на выбор вашей деятельности.

Личностное самоопределение рассматривается следующими авторами:

А. А. Вергунова, С. В. Жолудева ФГАОУ ВПО «Южный Федеральный Университет» Ростов-на-Дону. С их точки зрения, это - определение себя относительно выработанных в обществе (и принятых данным человеком) критериев становления личности и дальнейшую действенную реализацию себя на основе этих критериев.

Зачастую держать баланс между социальной жизнью и профессиональной трудно удается из-за того, что люди не могут понять, чего ожидают от жизни и не могут найти своё призвание. Поэтому эти авторы имеют схожую идею для определения и придерживаются мысли что главная цель, это определение себя и социально, и профессионально.

Подводя итоги, можно сказать, что данная статья будет опираться на этот термин, так как определение человека имеет больше значения, чем люди себе могут представить.

Цель данной научной статьи - исследовать проблему профессионального самоопределения школьников и предложить методы помощи в этом процессе. Для достижения данной цели необходимо проанализировать существующую литературу на данную тему, выявить основные факторы и проблемы и предложить рекомендации, которые помогут школьникам сделать осознанный выбор профессии.

Задачи данной научной статьи:

- Изучить влияние различных факторов на процесс выбора профессии.
- Рассмотреть основные проблемы, связанные с самоопределением школьников, включая давление со стороны родителей, недостаточную информированность о профессиях, неопределенность в своих интересах и возможностях.
- Предложить рекомендации и методы помощи школьникам в профессиональном самоопределении, такие как профориентационные программы, курсы и тренинги, консультации и т. д.
- Сделать выводы и рекомендации для дальнейших исследований в области выбора профессии среди школьников, которые могут быть использованы в практической деятельности образовательных учреждений и профориентационных служб.

Объектом данной научной статьи является процесс профессионального самоопределения школьников.

Практическая значимость данной научной статьи заключается в том, что она может стать основой для разработки и внедрения методов и рекомендаций по профориентации и профессиональному самоопределению школьников. Результаты исследования могут быть использованы педагогами, психологами, специалистами по профориентации и другими заинтересованными лицами для организации и проведения профориентационных мероприятий, курсов и тренингов, а также для консультирования школьников в вопросах выбора профессии.

Литературыный обзор

Выбор будущей профессии – одна из самых сложных жизненных задач на пути у каждого человека. Какие же инструменты доступны для поддержки выбора профессии учащимися в профессиональном самоопределении? Профессиональное самоопределение – это попытки найти свою сферу деятельности и желание развиваться по выбранному пути в жизни. Данный этап достаточно сложный и с первого раза может даже не получиться.

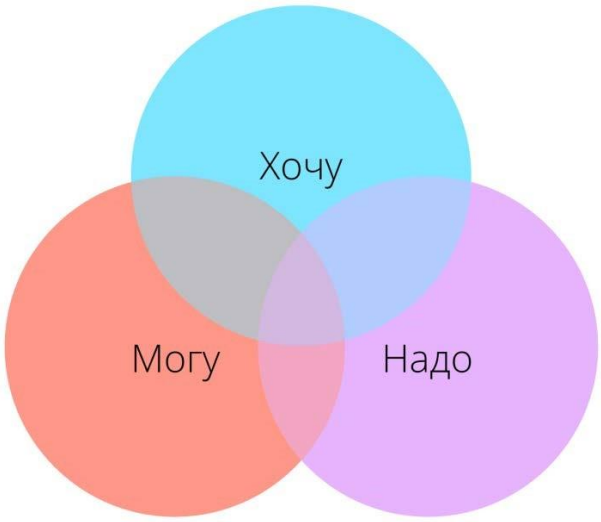


Рисунок 1- Формула выбора профессии

Примечание – составлено авторами на основании проведенного исследования

Школьники в 10–11 классах уже четко должны иметь понимание что они хотят, могут и то, что им нужно, но из-за проблемы отсутствия профориентаторов в школах этот момент усложняется. Поэтому мы предлагаем данную формулу для разделения приоритетов.

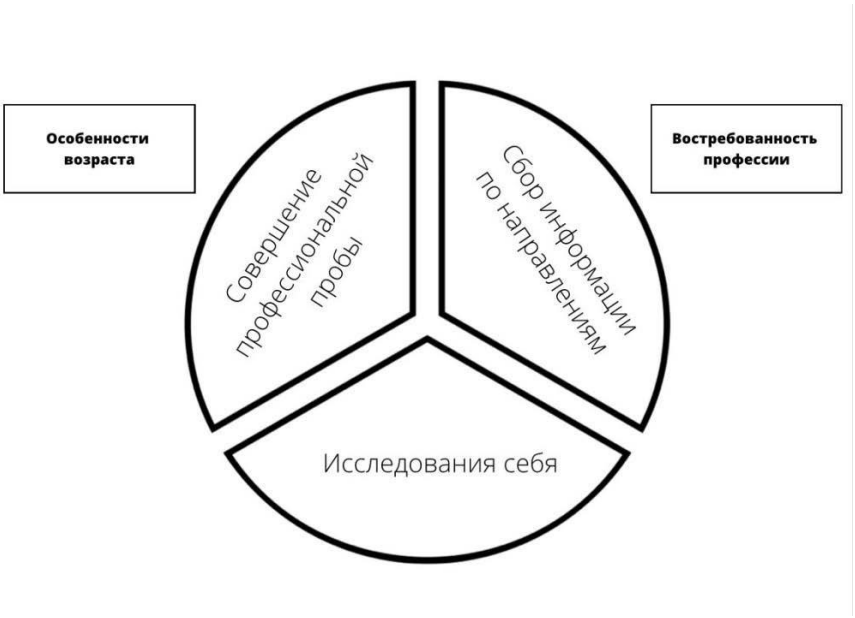


Рисунок 2. - Модель профессионального самоопределения

Примечание – составлено авторами на основании проведенного исследования

Критерии выбора профессии:

- Способности и наклонности каждого человека начиная с детства.
- Приоритеты и поставленные цели. Данные направления должны удовлетворять душу человека.
- Давление окружающих. При выборе важного момента в жизни каждый человек сталкивается с критикой. В этот самый момент родителю лучше оказаться рядом и быть тем самым человеком, к которому можно будет обратиться в качестве опоры или же советчика.

Выбор следующей ступени образования очень важный момент, поскольку он может определить вашу профессиональную карьеру и будущие возможности для роста и развития. Кроме того, получение высшего образования открывает больше возможностей для получения высокооплачиваемых и престижных должностей.

Важно также понимать, если вы решите продолжить обучение на полный рабочий день, то это может потребовать от вас больше времени, ресурсов и может оказать влияние на ваше личное время и личную жизнь.

Рисунок 3. – Ступени образования

Примечание – составлено авторами на основании проведенного исследования

На данном рисунке обозначены все ступени образования в нашей жизни с которыми мы можем столкнуться. На каждой из этих ступеней мы делаем самостоятельный выбор, но зачастую мы этого даже не замечаем так как ступени в целом не такие большие. Начинаем мы задумываться лишь только при выборе высшего образования. Так какие же пункты должны рассматриваться при выборе данной ступени в своей жизни.

Методы

Для исследования был выбран количественный метод исследования среди старшеклассников, которые на данный момент обучаются в 10–11 классе. Тема: «Факторы влияющие на выбор профессии старшеклассников».

Анонимное анкетирование, состоящее из открытых и закрытых вопросов, было проведено в онлайн формате и составлена на платформе «Google Forms». В научной статье промежуточный результат. Исследование было проведено на русском языке.

Результаты

Согласно результатам опроса, проведенного среди старшеклассников, которые на данный момент обучаются в 10–11 классах, в нем приняли участие 50 респондентов.

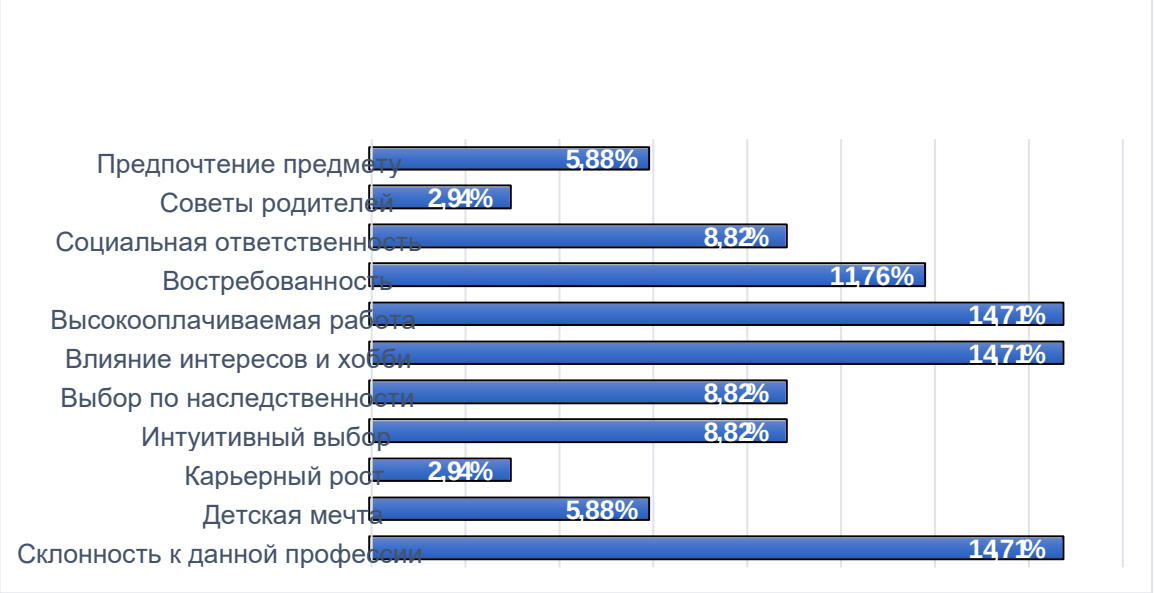


Рисунок 4 – Почему ваш выбор пал именно на данную профессии?
Примечание – составлено авторами на основании проведенного исследования

В открытом вопросе (58%) уже определивших респондентов написали причины, внешние и внутренние факторы, которые повлияли на их выбор специальности. Мы поделили их по группам, определенных типов и согласно ответам на данный вопрос (14.71%) идентично составляли факторы, такие как «Влияние интересов и увлечений», «Высокооплачиваемая работа», профессия в которой есть возможность иметь финансовую обеспеченность и «Склонность к определенной профессии». Дальше по очередности высокого процента составляет ответ на (11,76%) «Востребованность профессии».

Рисунок 5 – Почему для вас важно сдать ЕНТ на высокий балл?
Примечание – составлено авторами на основании проведенного исследования

Респонденты также ответили на вопрос «Почему для них важно сдать ЕНТ на высокие показатели?», где можно было выбрать несколько вариантов сразу (37,5%) составляющих, выбрали ответ грантовых мест в государственных или частных учреждениях и хорошие показатели как (30%) ответили оправдать свой труд, вложенный во время подготовки и годовых знаний, полученных в школе. Также хотим отметить, что (20%) учеников считают важным

оправдать надежду родителей.

Выводы и обсуждение

После проведения опроса среди учащихся наша команда получила результаты и ответы, что выявило факторы влияния, их важность и насколько значимую роль играет при выборе профессии в будущей сфере деятельности.

Научное исследование на тему «Факторы влияющие на выбор профессии старшеклассников» может привести к следующим выводам:

1) Интересы и предпочтения старшеклассников имеют большое значение при выборе профессии. Так как по результатам анкетирования (14.71%) составляющих отметили именно этот фактор влияния на их выбор. Многие ученики склонны выбирать профессию, связанную с их увлечениями и хобби.
2) Противоположно нашей гипотезе, родители и близкие люди не являются наиболее значимым источником влияния на выбор профессии старшеклассников. Их мнение и советы важны для принятия решения о будущей профессиональной деятельности, но это является только косвенным фактором, так как в опроснике многие респонденты на вопрос оценки влияния родительского мнения по 5-балльной шкале выбрали(3), что составляет (34,15%) , а на открытый вопрос всего (2,94%) ответили важность совета родителей и (8,82%) опираются на выбор по наследственности, что является таким же фактором влияния от прямого и косвенного воздействия родителей.
3) Уровень дохода и статус профессии также влияют на выбор профессии старшеклассниками. Многие студенты стремятся выбрать профессию, которая обеспечит им хорошую зарплату и престижный статус. Это часто было упомянуто в открытом вопросе, что составляет значимый показатель (14,71%) выбранного ответа «Высокооплачиваемая работа», профессия в которой есть возможность иметь финансовую обеспеченность.
4) Один из самых удивительных факторов влияние оказалось «Склонность к профессии», что также является лидирующим ответов в опроснике с процентами (14,71%). Для учеников важно примечать свои личные качества и способности к той или иной профессии.
5) Почти больше половины респондентов (56%) сдают ЕНТ. Высокие баллы по ЕНТ являются одним из факторов влияния, а также ее успешная сдача, особенно обеспечение грантовыми местами (37,5%) дает возможность помочь студентам поступить в престижные и востребованные специальности, что может повлиять на выбор будущей профессии. Наиболее частым выбором предметов, являются физика и математика (21%), что дает возможность ученикам, получившие высокие баллы, в поступлении на инженерные или технические специальности, то есть обеспечение разнообразия выбора профессии, что показали результаты опросника (44,12%).

В целом, выбор профессии старшеклассниками зависит от множества факторов, и понимание этих факторов может помочь школьникам принять более обоснованное и осознанное решение о своей будущей профессиональной деятельности.

Рекомендации

По результатам опроса и нашей научной работы, нами была разработана программа, которую мы предлагаем внедрить в образовательные организации как курс. Данная программа помогает специалистам определить готовности школьников к полноценному выбору и правильно направлять их. Курс называется «Upgrade».

Цель данного проекта является – снизить уровень студентов, которые не работают по

профессии, внедрять уверенность школьникам и в целом помочь с самоопределением.

Курс разделен на несколько частей:

1) Вводная часть – введение и вводные информации,
2) Диагностическая часть – проведение различных мероприятии на выявление склонностей и интересов,
3) Консультационная часть – оказание помощи и советы по разным видам деятельности,
4) Итоговая часть или же аналитическая часть – проработать со школьником последние часы в виде «вопрос-ответ» секции и заключение курса.

Список использованных источников:

1. Шныпко В.С. Выбор профессии старшеклассника через личность реального человека. // Автономная некоммерческая организация «Издательский дом «Народное образование», 2020.
2. Антонов И. Л. Не учили меня лицемерить. - Москва, «Мир новостей», 2005.
3. Сваридова Н. В. Воспитание терпимости у курсантов учебных заведений МЧС России // Материалы международной научно-методической конференции «Гуманитарная образовательная среда технического вуза» 11–13 мая 2016 года. - СПб, 2016 - С. 118.
4. Дьяченко Н. В. Шныпко В.С. Воспитание обучающихся как практический процесс // Научно-методический журнал Педагогическиий поиск. 2019. - № 3. - С. 41–44.
5. Липский В.Н., Шныпко В.С., Федосеев А. А. Образование - воспитание - искусство и формирование личности специалиста пожарной охраны // Пожары и чрезвычайные ситуации: предотвращение и ликвидации. - 2017. - № 1. - С. 71–75.
6. Резапкина Г. В. Психология и выбор профессии (программа предпрофильноӣ подготовки) // Генезис. Москва. – 2014. - No 8. – С. 69–73
7. Зеер Э.Ф., Павлова А. М., Садовникова Н. О., Профориентология. – Москва: «Деловая книга», 2004. – 54–55 с.
8. Павлова Т. Л. Профориентация старшеклассников. Диагностика и развитие профессиональноӣ зрелости. – Москва. - 2006. – С. 83
9. Тутубалина Н. В. Твоя будущая профессия: сборник тестов по профессиональноӣ ориентации // Феникс. Ростов-на-дону. – 2005. С. 158
10. Бедарева Т., Грецов А. 100 популярных профессий. Психология успешной карьеры для старшеклассников и студентов. - Спб, 2008.
11. Безус Ж.Н., Жукова Ю. П., Кузнецова И. В. Путь к профессии: основы активной позиции на рынке труда. - Ярославль: Центр «Ресурс», 2003. 152 с.
12. Бендюков М. А. Ступени карьеры: азбука профориентации. - Санкт-Петербург: Речь, 2006. – 236 с.

ПРОЕКТНЫЙ ПОДХОД КАК СРЕДСТВО ДОСТИЖЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ КОМПАНИИ: ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ И МЕТОДЫ

Мукашева Камилла
Almaty Management University, г. Алматы

Аннотация. Жобалық тәсіл компанияның стратегиялық мақсаттарына жетудің маңызды құралы болып табылады. Бұл жұмысты ұйымдастыруға және стратегияны жүзеге асыру үшін қажетті нақты нәтижелерге қол жеткізуге мүмкіндік береді. Жобалық тәсіл күрделі процестерді басқаруға, көптеген қатысушылардың жұмысын үйлестіруге және тапсырмалардың орындалуын бақылауды қамтамасыз етуге мүмкіндік береді. Сонымен қатар, жобалық тәсіл компанияның тиімділігін арттыруға, тәуекелдерді азайтуға және өнім немесе қызмет сапасын жақсартуға көмектеседі. Жобалық тәсілді қолдану компанияларға сыртқы орта мен нарықтардың өзгеруіне икемді және бейімделгіш болуға мүмкіндік береді. Жалпы, жобалық тәсіл компаниялардың қазіргі бизнестегі табысының маңызды факторы болып табылады.

Зерттеудің мақсаты-Компанияның стратегиялық мақсаттарына жетудегі жобалық тәсілдің рөлі мен маңыздылығын зерттеу және осы процесте қолданылатын негізгі принциптер мен әдістерді анықтау. Зерттеу нәтижелері бойынша мақсаттарға талдау жүргізу қажеттілігін, жоба жоспарларын әзірлеуді, жобаларды басқарудың оңтайлы әдістерін таңдауды, нақты байланыс арналарын құруды және нәтижелерді үнемі бақылау мен бағалауды қамтитын жобалық тәсілді қолдану бойынша ұсыныстар тұжырымдалған. Зерттеу нәтижелерін стратегиялық жоспарлаудың тиімділігін арттыру және әртүрлі салалардағы компанияларда жобаларды жүзеге асыру үшін пайдалануға болады.
Кілт сөздер: жобалау әдісі, стратегия, басқару.

Аннотация. Проектный подход является важным инструментом в достижении стратегических целей компании. Он позволяет организовывать работу и достигать конкретных результатов, необходимых для реализации стратегии. Проектный подход позволяет управлять сложными процессами, координировать работу многих участников и обеспечивать контроль за выполнением задач. Кроме того, проектный подход помогает повысить эффективность деятельности компании, снизить риски и улучшить качество продукции или услуг. Применение проектного подхода позволяет компаниям быть более гибкими и адаптивными к изменениям внешней среды и рынков. В целом, проектный подход является важным фактором успеха компаний в современном бизнесе.

Цель исследования - изучить роль и значимость проектного подхода в достижении стратегических целей компании и выявить основные принципы и методы, используемые в этом процессе. По результатам исследования сформулированы рекомендации по применению проектного подхода, которые включают в себя необходимость проведения анализа целей, разработку планов проектов, выбор оптимальных методов управления проектами, установление ясных коммуникационных каналов и регулярный мониторинг и оценку результатов. Результаты исследования могут быть использованы для повышения эффективности стратегического планирования и реализации проектов в компаниях различных отраслей.
Ключевые слова: проектный подход, стратегия, управление.

Annotation. The project approach is an important tool in achieving the company's strategic goals. It allows you to organize work and achieve concrete results necessary for the implementation of the strategy. The project approach allows you to manage complex processes, coordinate the work of many participants and ensure control over the implementation of tasks. In addition, the project approach helps to increase the efficiency of the company, reduce risks and improve the quality of products or services. The application of the project approach allows companies to be more flexible and adaptive to changes in the external environment and markets. In general, the project approach is an important factor in the success of companies in modern business.

The purpose of the study is to study the role and significance of the project approach in achieving the company's strategic goals and to identify the basic principles and methods used in this process. Based on the results of the study, recommendations on the application of the project approach are

formulated, which include the need for an analysis of goals, the development of project plans, the choice of optimal project management methods, the establishment of clear communication channels and regular monitoring and evaluation of results. The results of the study can be used to improve the effectiveness of strategic planning and project implementation in companies of various industries.
Key words: project approach, strategy, control.

Введение

Актуальность данной темы обусловлена необходимостью постоянного развития и совершенствования стратегических планов компаний, а также повышения эффективности их реализации. Проектный подход является эффективным инструментом для достижения стратегических целей, позволяющим организовывать работу команды по реализации конкретных проектов, которые направлены на достижение общих целей компании. Таким образом, данная тема представляет актуальный научный и практический интерес для исследования методов и принципов применения проектного подхода в современных компаниях.

Цель исследования заключается в том, чтобы изучить роль и значимость проектного подхода в достижении стратегических целей компании и выявить основные принципы и методы, используемые в этом процессе.

Новизна данной работы заключается в том, что она представляет собой комплексное исследование проектного подхода в контексте достижения стратегических целей компании. В работе рассматриваются не только основные принципы и методы проектного подхода, но и их применение в рамках стратегического управления организацией. Кроме того, в работе проводится анализ успешных и неудачных примеров использования проектного подхода для достижения стратегических целей, что позволяет выделить ключевые факторы успеха и риски при применении данного подхода.

Гипотеза исследования - применение проектного подхода в управлении компанией позволяет достигать стратегических целей более эффективно, поскольку это способствует более четкому определению целей, ресурсов и сроков их достижения, а также обеспечивает управление рисками и контроль за процессом реализации проектов.

Теоретическая значимость исследования заключается в раскрытии основных принципов и методов применения проектного подхода для достижения стратегических целей компании. Результаты исследования могут быть использованы как основа для развития теоретических концепций и подходов к проектной деятельности.

Практическая значимость исследования заключается в том, что результаты исследования могут быть использованы для повышения эффективности стратегического планирования и реализации проектов в компаниях различных отраслей. Рекомендации, вынесенные на основе исследования, могут быть использованы в качестве практического руководства для менеджеров и руководителей проектов, которые стремятся повысить эффективность проектной деятельности в своей компании.

Литературный обзор

Проектный подход – это способ организации деятельности, который позволяет достичь определенных целей и задач за счет выполнения проектов. Проектный подход применяется во многих областях, включая бизнес, науку, образование и государственное управление.

В литературе можно найти множество работ, посвященных проектному подходу и его применению в различных областях. Одной из наиболее авторитетных книг на эту тему является «Управление проектами» автора Харолда Керзнера [1]. В этой книге автор рассматривает основные принципы управления проектами и дает рекомендации по их применению в практике. Еще одной важной работой является «Проектное управление» авторов Кэти Шеннон и Джеффа Льюиса [2]. В этой книге подробно описываются ключевые аспекты проектного подхода, включая планирование, управление рисками, управление коммуникациями и другие.

Одной из ранних работ по проектному подходу является книга Генри Ганта «Организация и выполнение работ» [3]. Автор в своей работе предложил методику разработки проекта, которая стала основой для дальнейшего развития проектного подхода в управлении предприятием.

Среди современных исследований на тему проектного подхода можно выделить работу В. Ю. Короткова «Проектное управление: монография» [4], в которой автор рассматривает основные принципы и методы проектного управления. Также следует упомянуть работу А. В.

Аверина, В. В. Жидикова, И. В. Корневой [5], в которой авторы дают практические рекомендации по реализации проектов на предприятии.

М. Керзнер определяет проектный подход как планирование, координацию и контроль работ, организованных таким образом, чтобы достичь определенных целей в рамках заданных временных, бюджетных и качественных ограничений [6].

По мнению Х. Книппер, проектный подход — это применение систематического и структурированного подхода к планированию и управлению задачами, который обеспечивает организацию и контроль, необходимые для достижения определенных результатов в рамках определенных временных, бюджетных и качественных параметров [7].

А. Линден указывает, что проектный подход — это способ организации работ, заключающийся в разбиении больших задач на более мелкие, определении целей и сроков их выполнения, а также координации и контроле за ходом выполнения работ [8].

Из представленного литературного обзора можно сделать вывод, что проектный подход является широко используемым способом организации деятельности в различных областях, включая бизнес, науку, образование и государственное управление. Он позволяет достигать определенных целей и задач за счет выполнения проектов, которые рассматриваются как систематический и структурированный подход к планированию и управлению задачами. Ключевыми принципами проектного подхода являются планирование, координация, контроль и организация работ с целью достижения определенных результатов в рамках заданных временных, бюджетных и качественных ограничений. Важной ролью в этом процессе является управление рисками, коммуникациями и другими аспектами проектного подхода, которые подробно рассматриваются в различных исследованиях и публикациях.

Методы

Для исследования использовались следующие методы исследования:

- Анализ литературы: необходимо провести обзор существующих научных и практических работ на тему проектного подхода в управлении компанией, выделить основные принципы и методы проектного подхода, а также оценить его эффективность при достижении стратегических целей.

- Сравнительный анализ: сравнить различные подходы к управлению проектами в компаниях, выявить их преимущества и недостатки, а также определить, какой подход наиболее эффективен для достижения стратегических целей.

- Сопоставление: сопоставить опыт успешных компаний в применении проектного подхода для достижения своих стратегических целей, выделить общие факторы успеха и определить ключевые принципы, которые могут быть использованы и в других компаниях.

- Систематизация: на основе проведенного анализа литературы, сравнительного анализа и сопоставления выделить основные принципы и методы проектного подхода, которые могут быть использованы для достижения стратегических целей компании, и систематизировать их.

Таким образом, для исследования использовался комплексный подход, включающий в себя анализ литературы, сравнительный анализ, сопоставление и систематизацию. Этот подход позволит выделить наиболее эффективные принципы и методы проектного подхода для достижения стратегических целей компании и определить, как их можно применить в практике управления.

Результаты

Проектный подход является способом организации деятельности, который позволяет достигать поставленных целей и задач путем выполнения проектов. Он основан на ряде принципов, которые обеспечивают эффективность и успешность реализации проекта. Одним из основных принципов является установление четкой цели проекта и определение конкретных задач, которые необходимо выполнить для ее достижения. Также важным принципом является разработка детального плана проекта с учетом всех необходимых ресурсов и ограничений [9, с.107]. Важным элементом проектного подхода является управление рисками и принятие мер по их минимизации. Другим важным принципом является управление коммуникациями и взаимодействием между участниками проекта. Важно также обеспечить контроль и оценку результатов проекта для корректировки плана и улучшения эффективности. Проектный подход также предполагает использование современных технологий и методов для улучшения

процессов проектной деятельности.

Методы проектного подхода включают в себя набор инструментов и приемов, которые используются для планирования, организации, выполнения и контроля проектов. Ключевыми методами проектного подхода являются:

1. Разработка проектного плана: создание документа, который определяет цели, задачи, ресурсы и сроки выполнения проекта;
2. Управление рисками: определение и анализ возможных рисков, разработка плана их управления;
3. Управление стейкхолдерами: определение заинтересованных сторон и учет их потребностей и ожиданий при планировании и выполнении проекта;
4. Управление коммуникациями: обеспечение эффективного обмена информацией между участниками проекта;
5. Управление качеством: разработка и реализация мероприятий по контролю и улучшению качества продуктов или услуг, создаваемых в рамках проекта;
6. Управление бюджетом: определение и контроль расходов на проект, принятие мер для снижения издержек и повышения эффективности использования ресурсов [10, с.52].

Кроме того, существуют и другие методы проектного подхода, такие как методы управления временем, методы управления изменениями, методы управления кадрами и другие. Каждый из методов имеет свои особенности и может быть эффективным в разных ситуациях, в зависимости от типа проекта, его целей и ресурсов.

Применение проектного подхода в управлении компанией предполагает организацию деятельности компании через реализацию проектов, которые направлены на достижение конкретных целей и задач. Для успешной реализации проектов в компании необходимо применять определенные методы и инструменты проектного управления, которые помогут контролировать выполнение работ и достигать поставленных целей в заданные сроки и бюджетные ограничения. Проектный подход в управлении компанией позволяет реализовать стратегические цели компании через реализацию конкретных проектов. Для этого необходимо определить цели проектов, разработать планы работ, определить ресурсы и бюджет, провести контроль за выполнением работ и оценить результаты.

Проектный подход позволяет управлять рисками, которые могут возникнуть в процессе реализации проектов, путем проведения анализа рисков и разработки мер по их управлению. Кроме того, проектный подход способствует улучшению коммуникации и взаимодействия между участниками проекта, что обеспечивает более эффективную работу и достижение поставленных целей. Важным элементом проектного подхода является управление качеством выполнения работ. Для этого необходимо проводить контроль качества работ на всех этапах проекта и разрабатывать меры по улучшению качества, если это необходимо.

Применение проектного подхода в управлении компанией позволяет достигать более эффективных результатов, оптимизировать использование ресурсов и улучшать качество продукции или услуг, что способствует укреплению конкурентных позиций компании на рынке [11, с.87].

Кейс-стадии компаний, которые применяют проектный подход представлены в таблице 1.

Таблица 1. Кейс-стадии компаний, которые применяют проектный подход

Компания	Описание проекта	Результат
Google	Разработка поисковой системы	Создание самой популярной поисковой системы в мире
Tesla	Разработка электромобилей	Создание новой отрасли на рынке автомобилей и внедрение инновационных технологий в производство
Apple	Разработка iPhone	Создание революционного устройства, которое изменило рынок мобильных устройств
SpaceX	Разработка ракет для космических полетов	Создание первой частной компании, осуществившей запуск ракеты на

		орбиту Земли
Amazon	Разработка онлайн-магазина	Создание крупнейшей в мире платформы для онлайн-торговли

Применение проектного подхода в этих компаниях позволило им создать инновационные продукты и услуги, которые привели к успеху их бизнеса. Они использовали проектный подход для разработки и внедрения новых идей, обеспечения высокого уровня координации и управления процессами, а также для достижения стратегических целей компании. В результате эти компании стали лидерами своих отраслей, обеспечивая себе высокую конкурентоспособность и стабильный рост [12, с.67].

Применение проектного подхода в управлении компанией может быть ограничено несколькими факторами. Во-первых, недостаточная квалификация и опыт управленческого персонала может стать препятствием для успешного внедрения проектного подхода. Если сотрудники компании не обладают достаточными знаниями и навыками в области управления проектами, то вероятность неудачи проектов может возрасти [13, с.96]. Во-вторых, отсутствие ясной стратегии и плана действий может препятствовать эффективному применению проектного подхода. Если компания не имеет четко определенных целей и планов действий, то принятие решений и реализация проектов может быть затруднена. В-третьих, недостаточное финансирование проектов может снизить качество их выполнения и ограничить возможности компании для внедрения проектного подхода в управлении. В-четвертых, организационная культура и структура компании могут стать препятствием для успешного внедрения проектного подхода. Если сотрудники компании не готовы к изменениям и не принимают новые методы управления, то применение проектного подхода может стать сложной задачей. В-пятых, внешние факторы, такие как экономическая ситуация, изменения законодательства и конкуренция на рынке, также могут повлиять на применение проектного подхода в управлении компанией. Таким образом, для успешного применения проектного подхода в управлении компанией необходимо учитывать и устранять вышеуказанные ограничения и препятствия.

Применение проектного подхода в реализации стратегических целей компании может быть эффективным, если учитывать следующие рекомендации:

1. Определение целей и задач проекта. Важно четко определить, какие цели и задачи должны быть достигнуты в результате реализации проекта, чтобы его результаты были соответствующими стратегическим целям компании.
2. Определение ресурсов. Необходимо определить, какие ресурсы будут необходимы для реализации проекта, включая бюджет, персонал и время.
3. Выбор команды проекта. Команда проекта должна быть подобрана таким образом, чтобы каждый член команды имел соответствующие навыки и опыт, необходимые для достижения целей проекта.
4. Определение ключевых моментов проекта. Необходимо определить ключевые моменты проекта, которые требуют особого внимания и контроля, чтобы минимизировать риски и гарантировать достижение целей проекта.
5. Регулярный мониторинг и контроль за проектом. Важно регулярно отслеживать прогресс проекта и контролировать его выполнение в соответствии с планом.
6. Проведение оценки проекта. По завершению проекта необходимо провести оценку его результатов, чтобы определить, насколько успешно были достигнуты цели проекта и какие уроки могут быть извлечены для будущих проектов.
7. Развитие культуры проектного управления в компании. Важно развивать культуру проектного управления в компании и улучшать навыки и знания персонала по управлению проектами, чтобы повысить эффективность реализации стратегических целей компании.

Применение проектного подхода в реализации стратегических целей компании может существенно повысить эффективность деятельности компании и способствовать ее росту и развитию. Однако, для этого необходимо учитывать ряд факторов и следовать определенным рекомендациям, чтобы достичь максимальных результатов.

Выводы и обсуждение

Проектный подход является эффективным инструментом для достижения стратегических целей компании. Основными принципами проектного подхода являются системность,

структурированность, ориентация на результат, командная работа, управление рисками и ограничениями. Методы проектного подхода включают в себя планирование, управление ресурсами, управление временем, управление бюджетом, управление рисками, управление коммуникациями и другие.

Несмотря на эффективность проектного подхода, существуют факторы, которые могут ограничивать его применение, такие как отсутствие опыта у сотрудников, нехватка ресурсов, недостаточная поддержка руководства и др. Рекомендации по применению проектного подхода включают в себя необходимость проведения анализа целей, разработку планов проектов, выбор оптимальных методов управления проектами, установление ясных коммуникационных каналов и регулярный мониторинг и оценку результатов.

Таким образом, проектный подход может стать эффективным средством для достижения стратегических целей компании при условии правильного применения основных принципов и методов, а также учета факторов, которые могут ограничивать его применение.

Список использованных источников:

1. Kerzner, H. (2020). Project management: a systems approach to planning, scheduling, and controlling. John Wiley & Sons.
2. Shannon, K., & Lewis, J. P. (2019). Managing engineering and technology. Prentice Hall PTR.
3. Gantt, H. (2003). Organizatsiya i vypolnenie rabot. Moskva: Ekonomika.
4. Коротков, Э. М. Антикризисное управление : учебник для вузов / Э. М. Коротков. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 406 с.
5. Основы управления проектами / А. В. Аверин, В. В. Жидиков, И. В. Корнева [и др.] ; Под ред. С.А. Полевого. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью «Издательство «КноРус», 2020. – 258 с.
6. Керзнер, М. Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling. - John Wiley & Sons, 2017.
7. Книппер, Х. Project Management Handbook. - Springer International Publishing, 2018.
8. Линден, А. Project Management: A Practical Guide to Planning and Managing Projects. - Wiley, 2019.
9. Разин, С. А. Управление рисками инвестиционных проектов / С. А. Разин // Colloquium-journal. – 2020. – № 2-11(54). – С. 107-112.
10. Романова, М. В. Управление проектами: учебное пособие / М.В. Романова. – Москва : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2020. — 256 с.
11. Толстых, Т. О. Управление проектами : Учебник / Т. О. Толстых, Д. Ю. Савон. – Москва : Изд. Дом НИТУ «МИСиС», 2020. – 142 с.
12. Управление инновационными проектами: учебное пособие / В.Л. Попов, Н.Д. Кремлев, В.С. Ковшов; под ред. В.Л. Попова. — Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2020. — 336 с.
13. Управление проектами в современной организации : учебно-методическое пособие / Г. Л. Ципес, А. С. Товб, М. И. Нежурина, М. Г. Коротких. — Москва : Изд. Дом НИТУ «МИСиС», 2019. — 264 с.

INSTALLATION OF A PHASE-ROTATING TRANSFORMER IN ZHITIKARA – ULKE

Myrzatay Alikhan[1], scientific supervisor Uteshkalieva Lyazzat[2], Bazaralinov Yerasyla[3].
[123]Almaty university of power engineering and telecommunications

Annotation. The capacity of these lines is limited, and as demand for electricity increases, there is a need to increase their capacity. This paper presents a study on the feasibility of increasing the capacity of the 500 Kv line "Zhitikara - Ulke". The study includes a techno-economic analysis of different measures that can be applied to increase the capacity of the line. The results of the analysis show that the most effective measure is to install a series capacitor on the line. This measure will increase the capacity of the line by 30%, and the cost of the installation will be recovered in less than 5 years. The study also shows that the installation of a shunt reactor or a static VAR compensator is not economically feasible. The study concludes that the installation of a series capacitor is the most effective and economically feasible measure to increase the capacity of the 500 Kv line "Zhitikara - Ulke".
Keywords: substation, voltage, phase rotary transformer.

Аннотация Для увеличения пропускной способности линии 500 кВ "Житикара - Улке" было предложено установить компенсационное устройство - серию компенсаторов ёмкости. Это позволит увеличить передаваемую мощность на линии, снизить потери электроэнергии и улучшить качество электроснабжения потребителей.
Технико-экономическое обоснование показало, что установка компенсаторов ёмкости на линии 500 кВ "Житикара - Улке" является эффективным мероприятием с технической и экономической точек зрения. Стоимость устройства окупится за несколько лет благодаря увеличению передаваемой мощности и снижению потерь электроэнергии.
Таким образом, установка компенсаторов ёмкости на линии 500 кВ "Житикара - Улке" является эффективным способом увеличения пропускной способности линии и улучшения качества электроснабжения потребителей.
Ключевые слова: подстанция, напряжение, фазный поворотный трансформатор.

Аннотация. Электр желісінің өткізу қабілетін арттырудың көптеген жолдары бар. Электр беру желісінің өткізу қабілетін арттыру бойынша шараларды қолданбас бұрын, техникалық-экономикалық талдау жүргізіледі, бұл өз кезегінде олардың техникалық және экономикалық жағынан қаншалықты тиімді екенін көрсетеді.
Сондықтан "Жітіқара - үлке" 500 кВ желісінің өткізу қабілетін арттыру жөніндегі іс-шара қаралды, сәйкесінше таңдалады және осы құрылғының техникалық-экономикалық негіздемесі жүргізіледі. 220 кВ жоғары кернеу класындағы қосалқы станцияда электр энергиясы жоғары вольтты желілерден келеді.
Түйінді сөздер: қосалқы станция, кернеу, фазалық айналмалы трансформатор.

Introduction.

Discusses the constant increase in electricity consumption worldwide, which leads to the need for more powerful electrical equipment. To address the issue of increasing load on different objects, there are several solutions available. For instance, if the load on a substation increases, it can be designed to handle and distribute an increased flow of electricity. This can be achieved by replacing transformers with more powerful ones, adding more distributive devices, or replacing equipment with those that can control the increased flow of current.

It's important to note that before the substation, electricity passes through transmission lines. The capacity of 500 kV lines is no longer limited by the thermal capacity of the line. The carrying capacity of high-voltage transmission lines depends on the wavelength of the cataract transmission, the balance of reactive power, and static and dynamic stability. However, there are still issues related to electromagnetic radiation and transmission of electrical energy that need to be addressed before the heat generated by the wires reaches an acceptable level.

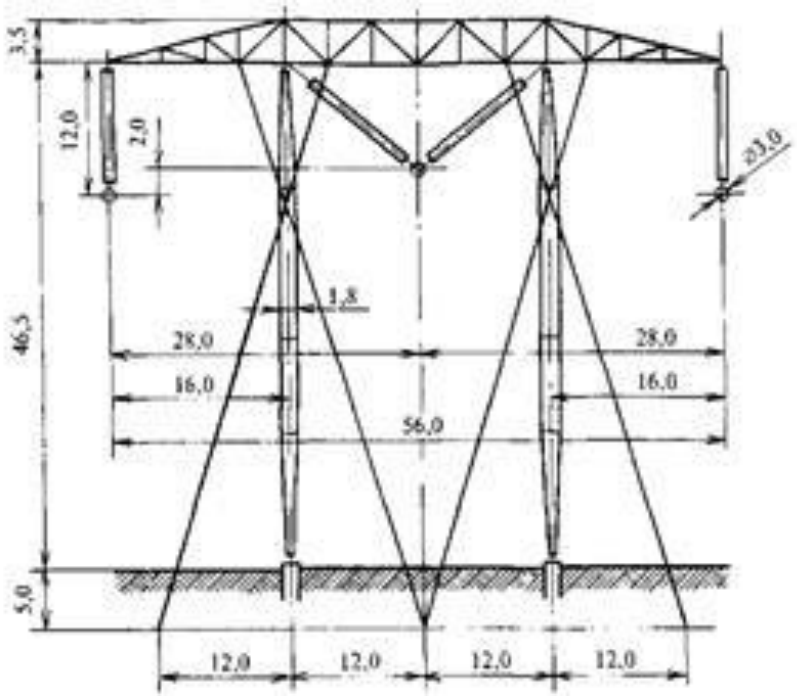
Literature review

Explains that the transmission line capacity refers to the maximum effective power that can be transferred to the transmission line, taking into account all technical limitations. The transmission

capacity of the transmission line is determined by the voltage, current, and reactance of the transmission line. The maximum transmission power is calculated based on the wave resistance of the line, which is approximately 400 ohms for one phase and 270 ohms for three and four phases.

The transmission capacity of transmission lines is limited by certain characteristics, and it's important to note that power lines transmit full power by turning on the reactive power. While reactive power does not produce useful work, it's necessary for the creation of magnetic fields in equipment such as transformers and motors. Reactive power is a certain part of the total power that the transmission line transmits, but what's more important is how much active power the transmission line can transmit. From an economic point of view, AC lines are more efficient.

The capacity of super-high voltage lines has been limited by the electromagnetic properties of capacitance and inductance, which depend on the design and length of the line. The limitations of the electromagnetic properties of electrical transmission lines are weaker than those of the heating limit for an electrical transmission line up to 330 kV. The transmission capacity of the line is not allowed to be heated, and the limitations of the electromagnetic properties and stability of the transmission line are mainly related to the 330K bandwidth limitations.



Methodology

This is because the compensator in the middle of the line helps to balance the reactive power between the two sections, ensuring that the voltage remains stable and the power can be transmitted efficiently. However, it is important to ensure that the compensator is properly designed and installed to avoid any potential issues or failures.

To understand this scenario, we need to know that compensators are devices used to regulate voltage and reactive power in power systems. They can operate in both consumption mode and reactive power generation mode. When compensators are connected in parallel at intermediate points, they can stabilize the voltage at the switching point in all operating modes of the line.

Now, let's consider the case when the compensator is in the middle of the line and the transmitted power is more naturally. In this case, we assume that the voltage at both ends of the line is constant and equal to U1=U2=U3.

Since the compensator is in the middle of the line, we can divide the line into two sections: the first section from the source to the compensator and the second section from the compensator to the load. Let's assume that the reactive power of the first section is Q1 and the reactive power of the second section is Q2.

According to the statement, the reactive power of the first section and the second section are equal. Therefore, we can write:

Q1 = Q2

Now, let's consider the case of over-compensation. In this case, the natural length of the line is reduced by the length of the longest stage. The shear angle between the stresses at the two ends of the line is equal to the sum of the stress shear angles at the two ends of each section.

However, since we are assuming that the voltage at both ends of the line is constant, we can conclude that the stresses at both ends of the line are not changeable. Therefore, the shear angle between the stresses at the two ends of the line is zero.

In summary, when the compensator is in the middle of the line and the transmitted power is more naturally, the reactive power of the first section and the second section are equal, and the shear angle between the stresses at the two ends of the line is zero.

When the compensator is switched on, it operates in reactive power generation mode. As a result, the reactive power supplied to the first section is reduced by Q/2 and the reactive power supplied to the second section is increased by Q/2. Therefore, the total reactive power supplied to the line remains constant.

At the same time, the compensator also acts as a voltage stabilizer, ensuring that the voltage at the switching point remains constant in all operating modes of the line. This is particularly important in high-voltage transmission systems, where voltage fluctuations can lead to equipment damage or even blackouts.

Overall, the use of compensators in transmission lines can lead to more efficient and stable operation, reducing the risk of equipment failure and improving overall system reliability.

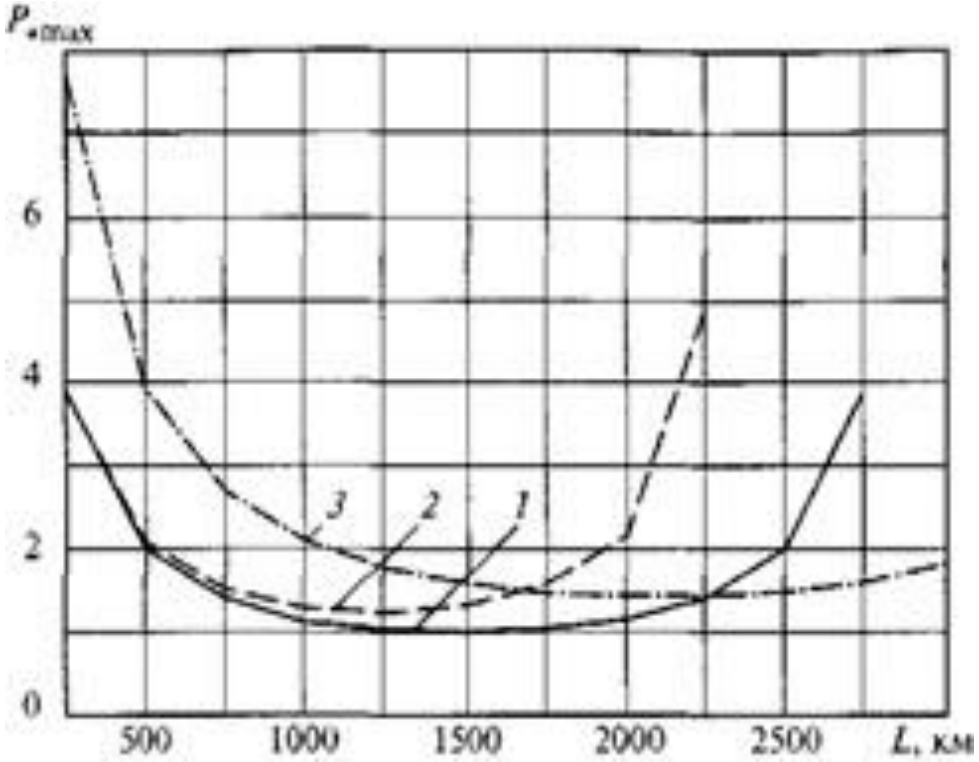


Figure 2 -Dependence of the maximum transmission power on the line length for uncompensated lines(curve 1) parallel to the power compensation line(curve 2)and sequential power compensation lines(curve 3)

Results

On the other hand, the use of phase-shifting devices and longitudinal compensation devices can be a more cost-effective solution. Phase-shifting devices can help to optimize the power flow and reduce the load on certain sections of the line, while longitudinal compensation devices can help to stabilize the voltage and reduce losses.

It is important to note that the choice of measures to increase the capacity of a power transmission line should be based on a comprehensive analysis of the technical, economic, and

environmental factors. Factors such as the distance of the line, the load demand, the availability of resources, and the impact on the environment should all be taken into consideration when making a decision.

Based on the study, the most effective measures to increase the capacity of the Zhitikara-Ulke transmission line are the use of phase-shifting devices and longitudinal compensation devices. These measures can help regulate voltage and reactive power, which can increase the capacity of the line without the need for reconstruction or changes in technical characteristics and design.

It is important to note that the reconstruction of the line itself and changes in the technical characteristics and design of lines operating in direct current can be associated with large financial costs. Therefore, the use of phase-shifting devices and longitudinal compensation devices can be a more cost-effective solution to increase the capacity of the Zhitikara-Ulke transmission line.

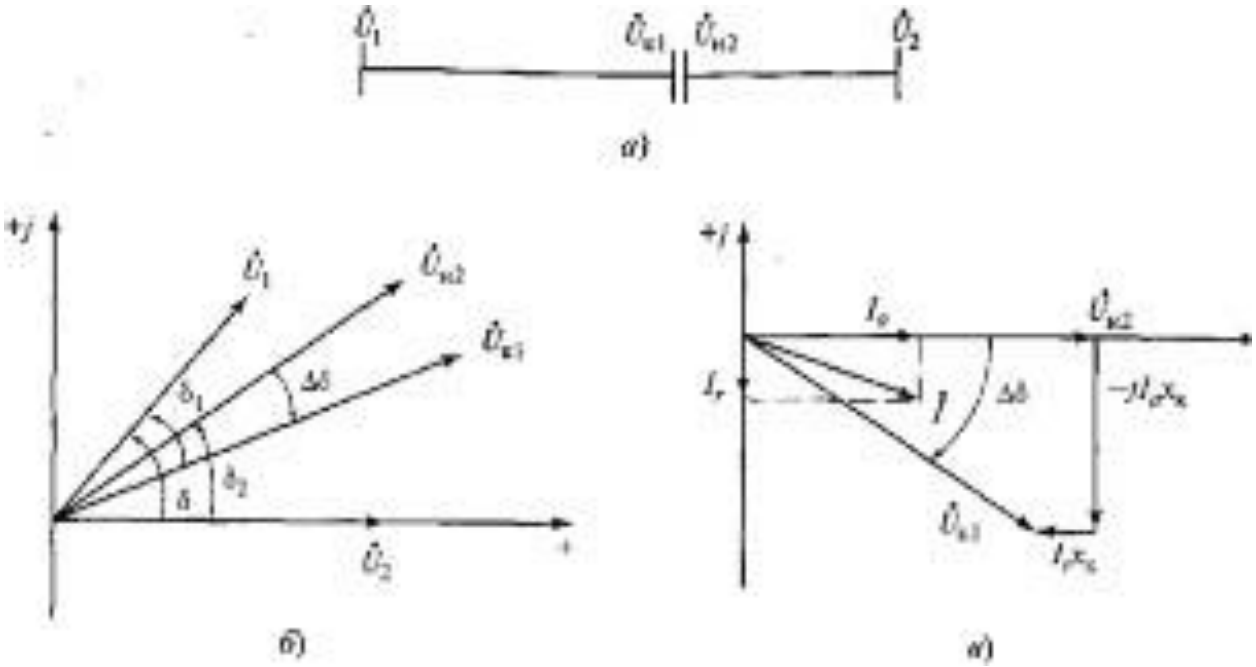


Figure 3– Vector diagrams of the line with the UPC, a) line diagram, b) vector diagram of the line voltage, c) vector diagram of currents and voltages of the UPC

Therefore, the recommended measure to increase the capacity of the Zhitikara-Ulke transmission line is the installation of longitudinal compensators. This measure will effectively remove the reasons for the reduction of transmission capacity and increase the line's capacity without incurring significant financial costs associated with reconstruction or changes in technical characteristics and design. Based on the study, it was found that the parallel operation of 220 kV lines in the south of Russia connected to the buses of the Ulke substation limits the capacity of the 500 kV line. To increase the capacity of the 500 kV transmission line, studies and calculations were carried out using FPT iCTC.

The calculation results showed that the most effective measure to increase the capacity of the line is a longitudinal compensator. This compensator can remove the reasons for the reduction of the transmission capacity of the infected impedance lines of 1500 kV or 220 kV RF and increase the capacity of the line.

It is important to note that the most effective longitudinal compensator is the one that eliminates the reasons for the decrease in throughput due to the difference in the induced impedances of the 500 kV line and the 220 kV line and increases the line's capacity. On the other hand, phase reduction transformers only reduce the line throughput of 500 kV and increase the overhead voltage of 220 kV, as shown by modal calculations.

In summary, the study suggests that the use of a longitudinal compensator can be an effective measure to increase the capacity of the 500 kV transmission line in the south of Russia connected to the buses of the Ulke substation.

Figure 4– Longitudinal compensation device at the substation

The technical and economic justification for the application of the CPC in the region of 1500KVKAZAKHSTAN was carried out, and the results showed that although the installation of the CPC would cost a significant amount of money, it would pay off in three to four years. The revenue part is determined by approximately doubling the power transmitted by the 500 kV line compared to the existing power transmitted by the purchase.

The introduction of the CPC on the line "Jichkala-Ulke" will allow achieving the main goal of energy independence of the Aktobe Power plant. The installation of the 500 kV line will increase the electricity supply of the Kazakhstan line, and the 220 kV overhead line from Russia can serve as a reserve transmission source for the 500 kV line on the Kazakh side.

In summary, the application of the CPC in the region of 1500KVKAZAKHSTAN can be a cost-effective solution to increase the power transmission capacity of the 500 kV line and achieve energy independence for the Aktobe Power plant. The installation of the 500 kV line will also increase the electricity supply of the Kazakhstan line, and the 220 kV overhead line from Russia can serve as a backup transmission source for the 500 kV line.

Conclusion

Based on the technical and economic analysis, it was found that the CPC on the Zhitikara-Ulke line can pay off in about 2.21 years in the mode of maximum power transmission, and in almost 5 years if the power is transferred along the line to 350 MW. Despite the high cost of implementing the CPC, it pays off in less than 8.5 years and brings a tangible profit of several million or even billions of tenge per year due to its high efficiency.

The high profitability of the CPC is due to its high technical efficiency, which increases the throughput of the line almost twice. It is also worth noting that the cost of the CPC includes delivery, installation, and installation, and the cost of the CPC may be lower, which will result in earlier payback and more profit.

In summary, the technical and economic analysis showed that the introduction of the CPC on the Zhitikara-Ulke line is highly technically and economically efficient. Despite the high initial cost, it pays off in a relatively short period and brings significant profits in the long run.

References:

1) https://broycecontrol.com/what-is-a-phase-reversal-fault/
2) 1 Rozhkov L.D., Kozulin V.S. Electrical equipment of stations and substations. Moscow, Energoatomizdat, 3rd edition, 1987.

3) Magazine "News of Electrical Engineering". Journal No. 6 (48) 2008.
4) Article "Trends in the use of phase-reversal transformers in the electric power industry". Dobrusin L.A., Doctor of Technical Sciences.
5) V.N. Sazhin, N.A. Genbach. Electrical networks and systems: lecture notes. Almaty, AIES, 2007.
6) P.A. Dolin. Fundamentals of safety in electrical installations. Second edition revised and expanded. Moscow, Energoatomizdat, 1984.
7) PUE. Sixth edition revised and expanded. Moscow, energoatomizdat, 1986.
8) V.A. Venikov. Transient electromechanical processes in electrical systems. Moscow, Higher School, 1985.
9) V.I. Idelchik. Electrical systems and networks. Moscow, Energoatomizdat, 1989.
10) 7 Article "Devices of longitudinal compensation". Source: http://www.inteco - electro.ru/upk/inf1.htm
11) S.E. Sokolov, V.N. Sazhin. Operation and repair of power transformers: a textbook. AIES 2005.
12) Catalog of capacitors for longitudinal compensation installations. Website: http://www.kondensator.su/kosinusnye-kondensatory/kondensatory-dlya-ustanovok - prodolnoj-kompensatsii.html

НЕЙРОМАРКЕТИНГ И ЕГО ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

Нуртазин Д.Н. Магистрант
Almaty Management University, г. Алматы, Республика Казахстан
dastan.nurtazin@gmail.com

Аннотация. В настоящей статье представлен обзор феномена нейромаркетинга, который охватывает широкий спектр как прикладной, так и научной деятельности. Автор проводит всесторонний литературный обзор по теме, анализируя особенности развития нейромаркетинга, его роль в современном маркетинге, его преимущества и недостатки, а также его развитие на территории Казахстана.

Одной из основных проблем, с которыми сталкиваются исследователи в этой области, является ограниченная доступность надежной литературы и справочных материалов. Распространенность многочисленных компиляций и незавершенных работ представляет собой серьезную проблему для понимания текущего состояния знаний по этой теме. Следовательно, академическое сообщество сталкивается со значительным препятствием на пути эффективной разработки и применения нейромаркетинговых исследований для решения практических маркетинговых задач.

Использование методов нейромаркетинга дает ряд преимуществ, в том числе возможность получить доступ к неявным и подсознательным аспектам потребительского поведения, которые трудно измерить с помощью традиционных методов маркетинговых исследований. Нейромаркетинговые исследования также позволяют оптимизировать маркетинговые стратегии, предоставляя информацию о предпочтениях потребителей, процессах принятия решений и реакциях на маркетинговые сообщения.

Несмотря на преимущества нейромаркетинга, у этого подхода также есть несколько ограничений. Одним из наиболее существенных недостатков является высокая стоимость, связанная с проведением нейромаркетинговых исследований, что может ограничить их доступность для малого бизнеса и организаций. Кроме того, использование методов нейромаркетинга вызывает этические опасения, связанные с конфиденциальностью и автономией потребителей, а также вопросы, связанные с точностью и достоверностью полученных данных.

Развитие исследований в области нейромаркетинга в Казахстане является новой областью интереса. Хотя использование методов нейромаркетинга пока не получило широкого распространения, оно продемонстрировало значительный потенциал, позволяющий компаниям лучше понимать предпочтения и поведение своей целевой аудитории. Однако ограниченная доступность надежной литературы и справочных материалов представляет собой проблему для эффективного внедрения и продвижения исследований в области нейромаркетинга в Казахстане.

В заключение, нейромаркетинг - это быстро развивающаяся область исследований, которая предлагает значительный потенциал для улучшения маркетинговых стратегий и получения информации о поведении потребителей. Несмотря на то, что у этого подхода есть ограничения, преимущества значительны. Однако отсутствие надежной литературы и ссылок представляет собой серьезную проблему для эффективной разработки и внедрения нейромаркетинговых исследований как в академическом, так и в практическом контекстах.
Ключевые слова: Нейромаркетинг, органы чувств, Функциональная магнитно-резонансная томография, Eye tracker, Face tracker.

Аннотация. Бұл мақалада қолданбалы және ғылыми қызметтің кең ауқымын қамтитын нейромаркетинг құбылысына шолу берілген. Автор нейромаркетингтің даму ерекшеліктерін, оның қазіргі маркетингтегі рөлін, оның артықшылықтары мен кемшіліктерін, сондай-ақ Қазақстан аумағында дамуын талқылай отырып, тақырып бойынша жан-жақты әдеби шолу жүргізеді.

Осы саладағы зерттеушілердің алдында тұрған негізгі мәселелердің бірі-сенімді әдебиеттер мен анықтамалық материалдардың шектеулі болуы. Көптеген жинақтар мен аяқталмаған жұмыстардың таралуы осы тақырып бойынша білімнің қазіргі жағдайын түсіну үшін үлкен қиындық тудырады. Демек, академиялық қауымдастық практикалық маркетингтік мәселелерді шешу үшін нейромаркетингтік зерттеулерді тиімді әзірлеу және қолдану жолында айтарлықтай кедергіге тап болады.

Нейромаркетинг әдістерін қолдану бірқатар артықшылықтар береді, соның ішінде дәстүрлі маркетингтік зерттеу әдістерімен өлшеу қиын тұтынушылық мінез-құлықтың жасырын және бейсаналық аспектілеріне қол жеткізу мүмкіндігі. Нейромаркетингтік зерттеулер сонымен қатар тұтынушылардың қалауы, шешім қабылдау процестері және маркетингтік хабарламаларға реакциялар туралы ақпарат беру арқылы маркетингтік стратегияларды оңтайландыруға мүмкіндік береді.

Нейромаркетингтің артықшылықтарына қарамастан, бұл тәсілдің бірнеше шектеулері бар. Ең маңызды кемшіліктердің бірі-нейромаркетингтік зерттеулерге байланысты жоғары шығындар, бұл олардың шағын бизнес пен ұйымдарға қолжетімділігін шектеуі мүмкін. Сонымен қатар, нейромаркетинг әдістерін қолдану тұтынушылардың жеке өмірі мен автономиясына қатысты этикалық алаңдаушылықты, сондай-ақ алынған деректердің дәлдігі мен сенімділігіне қатысты сұрақтарды тудырады.

Қазақстанда нейромаркетинг саласындағы зерттеулерді дамыту қызығушылықтың жаңа саласы болып табылады. Нейромаркетинг әдістерін қолдану әлі кең таралмағанымен, бұл компанияларға мақсатты аудиторияның қалауы мен мінез-құлқын жақсырақ түсінуге мүмкіндік беретін айтарлықтай әлеуетті көрсетті. Алайда сенімді әдебиеттер мен анықтамалық материалдардың шектеулі қолжетімділігі Қазақстанда нейромаркетинг саласындағы зерттеулерді тиімді енгізу және ілгерілету үшін проблема болып табылады.

Қорытындылай келе, нейромаркетинг-бұл маркетингтік стратегияларды жақсарту және тұтынушылардың мінез-құлқы туралы ақпарат алу үшін айтарлықтай әлеуетті ұсынатын қарқынды дамып келе жатқан зерттеу саласы. Бұл тәсілдің шектеулері болса да, артықшылықтары айтарлықтай. Дегенмен, сенімді әдебиеттер мен сілтемелердің болмауы академиялық және практикалық контексттерде нейромаркетингтік зерттеулерді тиімді әзірлеу және енгізу үшін маңызды мәселе болып табылады.
Түйін сөздер: Нейромаркетинг, сезім мүшелері, функционалды магниттік-резонанстық томография, Eye tracker, Face tracker.

Annotation. The present article provides an overview of the phenomenon of neuromarketing, which encompasses a wide range of both applied and scientific activities. The author conducts a comprehensive literary review on the topic, discussing the features of the development of neuromarketing, its role in modern marketing, its advantages and disadvantages, and its development in the territory of Kazakhstan.

One of the primary issues faced by researchers in this area is the limited availability of reliable literature and references. The prevalence of numerous compilations and incomplete works presents a significant challenge to understanding the current state of knowledge on this topic. Consequently, the academic community faces a considerable obstacle to effectively developing and applying neuromarketing research to practical marketing challenges.

The utilization of neuromarketing techniques presents several advantages, including the ability to access implicit and subconscious aspects of consumer behavior that are difficult to measure using traditional marketing research methods. Neuromarketing research also provides a way to optimize marketing strategies by providing insights into consumer preferences, decision-making processes, and responses to marketing messages.

Despite the advantages of neuromarketing, there are also several limitations to this approach. One of the most significant drawbacks is the high cost associated with conducting neuromarketing research, which can limit its accessibility to small businesses and organizations. Additionally, the use of neuromarketing techniques raises ethical concerns related to the privacy and autonomy of consumers, as well as issues related to the accuracy and reliability of the obtained data.

The development of neuromarketing research in Kazakhstan is an emerging area of interest. Although the use of neuromarketing techniques is not yet widespread, it has shown significant potential to help businesses better understand the preferences and behaviors of their target audiences. However, the limited availability of reliable literature and references presents a challenge to the effective implementation and advancement of neuromarketing research in Kazakhstan.

In conclusion, neuromarketing is a rapidly growing area of research that offers significant potential for improving marketing strategies and gaining insights into consumer behavior. While there are limitations to this approach, the advantages are considerable. However, the lack of reliable literature and references presents a significant challenge to the effective development and implementation of

neuromarketing research in both academic and practical contexts.

Keywords: Neuromarketing, sensory organs, Functional magnetic resonance imaging, Eye tracker, Face tracker.

Введение.

Нейромаркетинг - это относительно новая область исследований, которая сочетает в себе неврологию и маркетинг, чтобы лучше понять поведение и предпочтения потребителей. Используя различные инструменты, такие как функциональная магнитно-резонансная томография (ФМРТ) и электроэнцефалография (ЭЭГ), исследователи могут исследовать, как мозг реагирует на различные маркетинговые стимулы, такие как реклама, упаковка и дизайн продукта. Впоследствии эта информация может быть использована для создания более эффективных маркетинговых стратегий и продуктов. Однако, как и в любой развивающейся области, существуют этические проблемы, которые необходимо решать.

В Казахстане недавно были предприняты попытки использовать нейромаркетинг как в практической, так и в научной деятельности. Учитывая многонациональный характер страны, у нейромаркетинговых исследований есть потенциал пролить свет на то, как формируются потребительские предпочтения среди различных этнических групп. Например, в исследовании можно было бы выяснить, существуют ли различия в том, как казахстанские и российские потребители реагируют на одни и те же маркетинговые стимулы. Эта информация могла бы быть ценной для компаний, работающих в Казахстане, поскольку она позволила бы им создавать более целенаправленные и эффективные маркетинговые кампании.

Одним из главных преимуществ нейромаркетинговых исследований является то, что они могут предоставить более надежную и объективную информацию, чем традиционные методы маркетинговых исследований. Например, на опросы с самоотчетом могут влиять такие факторы, как предвзятость социальной желательности, когда респонденты дают ответы, которые, по их мнению, будут восприняты благосклонно. С другой стороны, исследования нейромаркетинга могут дать представление о бессознательных реакциях потребителей, о которых они, возможно, даже сами не подозревают.

Кроме того, нейромаркетинговые исследования могут помочь выявить специфические особенности продукта или рекламы, которые наиболее эффективно влияют на поведение потребителей. Например, исследование с помощью ФМРТ может выявить, какие области мозга наиболее активны, когда потребитель просматривает конкретную рекламу. Затем эта информация может быть использована для создания более эффективной рекламы в будущем.

Несмотря на потенциальные преимущества нейромаркетинговых исследований, существуют также этические проблемы, которые необходимо решить. Одна из главных проблем заключается в том, что компании могут использовать нейромаркетинговые исследования для манипулирования потребителями, заставляя их совершать покупки, которые они, возможно, не совершили бы в противном случае. Например, если компания обнаружит, что определенный цвет или изображение особенно эффективно влияют на поведение потребителей, они могут использовать эту информацию для создания более убедительной рекламы или дизайна продукта.

Еще одна проблема заключается в том, что исследования нейромаркетинга могут нарушить права потребителей на неприкосновенность частной жизни. Если бы компания использовала технологию сканирования мозга для сбора данных о потребителях без их ведома или согласия, это могло бы рассматриваться как нарушение их конфиденциальности.

Цель статьи: определить возможности применения нейромаркетинга, рассмотреть его основные инструменты, преимущества и недостатки, проанализировать литературу. Охарактеризовать проблемы присущие данному виду исследования.

Актуальность данной статьи заключается в том, что в области нейромаркетинга ограничено количество достоверных и релевантных источников литературы. В связи с этим происходит стагнация в сфере исследований нейромаркетинга.

Литературный обзор

Существует несколько версий происхождения нейромаркетинга. Первый из них представлен как ZMET (метод выявления метафор Залтмана), который был разработан Джерри Залтманом в 1990-х годах в Гарвардском университете. Он был использован для определения положительных стимулов, которые могут повлиять на поведение потребителя по отношению к покупке [1]. Вторая версия гласит, что слово “нейромаркетинг” впервые было использовано Элем Смидтсом в 2002 году [2]. Несмотря на то, что мы не знаем конкретной даты появления нейромаркетинга, мы можем дать ему исчерпывающее определение. Нейромаркетинг — это слияние маркетинга, нейробиологии, психологии, нейроэкономики [3]. Цель нейромаркетинга - найти аспекты продукта, которые могут непосредственно влиять на мозг потребителя. Обычно под этим подразумевается стимуляция всех органов чувств (глаз, носа, кожи и ушей) [4]. Существуют разные стратегии воздействия на разные органы чувств. Обоняние, пожалуй, является наиболее эффективным инструментом в пробуждении желания попробовать духи или уличную еду. Известен метод Starbucks собирать гостей в своих кофейнях, воздействуя на них с помощью запаха обжаренных кофейных зёрен [2].

Одним из основных примеров нейромаркетина можно назвать сети ресторанов быстрого питания, когда даже осозновая вредность подобной пищи, люди все равно потребляют вредные продукты питания. Так нейромаркетинг управляет поведением человека без его ведома [5].

Рид Монтаг—исследователь в области нейронауки, провел одно из самых первых исследований в области нейромаркетинга. Оно было проведено под игидой The Pepsi challenge в 1976 году, где испытуемым давали попробовать два напитка—Pepsi и Coca Cola. Основной вопрос исследования состоял в том, могут ли эмоции пробуждаемые брендом быть более сильным триггером для покупателей, нежели эффект от самого продукта. Используя ФМРТ Монта, выявил: 1) когда покупатели не имели представления о том, что они пьют, 75% утверждали, что им симпатизирует Pepsi, нежели Coca Cola; 2) когда же им было известно какой напиток они употребляют, результаты стали обратно пропорциональными (75% выбрали Coca Cola) [6].

В силу эволюции покупателя и изменения рынка — традиционные маркетинговые инструменты выявления предпочтений становятся менее актуальными и точными [7]. Поэтому нейромаркетинг является более предпочтительным методом сбора информации, на которые могут опираться иследователи [7]. Для выявления препочтений проводятся исследования, которые включают в себя такие факторы как окружающая среда, общество, культура и политическая ситуация. Все это влияет на то, как мозг реагирует на тот или иной стимул. Также стоит учитывать индивидуальные особенности каждого отдельного мозга, поскольку его развитие представляет собой сложный процесс, в котором необходимо учитывать множество факторов, таких как психологическая травма, механическое повреждение мозга и т.д. Основываясь на полученных данных, можно сделать вывод о конкретных людях, в конкретной среде, что дает возможность выстроить стратегию построения успешного позиционирования [2].

Нейромаркетинг опирается на такие инструменты сбора информации как ФМРТ, Eye Tracking Device, фейс—ревью, замеры темпуратуры, дыхания и серцебиения и т.д [7].

Функциональная магнитно-резонансная томография—является вариацией магнитно резистентной томографии, с помощью которой опряделяется активность определенного участка мозга при его раздражении. То есть ФМРТ дает нам своего рода карту мозга, которая позволяет увидеть, какая часть мозга возбуждается при стимуляции [8].

Eye Tracking Device – это неинвазивный инструмент, который позволяет исследователям отслеживать движения глаз во время предъявления визуальных стимулов. Этот инструмент весьма актуален в исследованиях нейромаркетинга, поскольку позволяет исследователю выявить скрытые мотивы потребителей при выборе конкретного продукта. Отслеживание взгляда особенно полезно при анализе дизайна веб-сайта, где исследователи могут определить, какие элементы на странице привлекают наибольшее внимание и концентрацию.

Отслеживая взгляд потребителя, исследователи могут лучше понять его когнитивные процессы и стратегии принятия решений. Отслеживание глаз использовалось для исследования различных аспектов потребительского поведения, таких как эффективность упаковки продукта, влияние размещения рекламы на внимание и влияние дизайна веб-сайта на вовлеченность пользователей [3].

Электроэнцефалография (ЭЭГ) - это неинвазивный метод, который измеряет

электрическую активность мозга с помощью электродов, размещенных на волосистой части головы [9]. Этот инструмент очень важен в исследованиях нейромаркетинга, поскольку он дает представление о нейронных коррелятах когнитивных и эмоциональных реакций на маркетинговые стимулы.

ЭЭГ использовалась для исследования различных аспектов потребительского поведения, таких как влияние знакомства с брендом на принятие потребительских решений, влияние дизайна продукта на эмоциональные реакции и эффективность рекламных сообщений в стимулировании желаемых реакций [9].

Метод ЭЭГ имеет ряд преимуществ перед другими методами нейровизуализации. Во-первых, он относительно недорог и широко доступен, что делает его доступным для исследователей в различных областях. Во-вторых, ЭЭГ обладает высоким временным разрешением, что позволяет исследователям фиксировать временную динамику нейронной активности в ответ на стимулы. В-третьих, ЭЭГ неинвазивна, что делает ее безопасной и комфортной для участников [9].

Так же не маловажным аспектом продвижение и позиционирования продуктов или услуг явлется цветовая гамма. Человек на подсознательном уровне воспринимает цвет как информационный поток, что влияет на его выбор. Так синий цвет вызывает доверие, поэтому часто применяется в сфере финансов. Зеленый в основном утилизируется медицинскими и фармакологическими компании, в силу того что этот цвет ассоциируется с исцелением и умиротворением. Красный цвет, который может справоцировать на импульсивные покупки. Желтый символизирует интеллект. Используется при продаже компьютерной техники. Розовый вызывает чувства нежности. Белый используется для того, чтобы передать простую информацию [10].

Как было упомянуто выше, запах является одним из самых важных частей любого бренда. Каждый бренд должен стремиться иметь свой уникальный запах, с которым будет ассоциироваться у потребителя. Он может привлечь внимание потенциального клиента, но может и отпугнуть его. В этом и заключается его важность. Аромат—это прямой и самый быстрый способ повлиять на мозг человека. Так рестораны и кофейни привлекают просителей приятными ароматами и атмосферой [1].

Одним из преимуществ нейромаркетинга является возможность работать с данными полученными из исследований на прямую, минуя неправдивую информацию, которую мог предоставить испытуемый. Так же можно упомянуть возможность исследования деликатных тем и высокую скорость сбора и оработки данных [11].

Есть три основные причины, указывающие на необходимость исследований неосознанных процессов сознания в роли принятия решений потенциального потребителя, а именно, решения часто основываются на неосознанных процессах и влияниях; эмоции влияют на решения даже после осторожного и рациаонального рассмотрения возможностей. Решения не принимаются про полном владении информацией, они принимаются почти сразу после того как в мозг поступает частичная информация доступаняя для принятия решений [12].

Несмотря на безграничные возможности нейромаркетинга, как инструмента, позволяющего нам больше узнать о природе наших желаний и потребностей, у него есть свои недостатки. Например, используя полученную компанией информацию для культивирования желаний и навязывания идеи о том, что именно этот продукт необходим человеку в его жизни. Второй аспект, который необходимо упомянуть, - это этика нейромаркетинговых исследований. На каком профессиональном уровне проводилось исследование, какая у него была методология, какая выборка, были ли результаты исследования открыты для общего ознакомления. Что ж, стоит также упомянуть, что компании могут наделять продукт свойствами, которые к нему неприменимы [8]. Отсюда возникает вопрос: где заканчивается влияние и начинается манипуляция? Есть основания полагать, что результаты нейромаркетинговых исследований можно использовать для таргетирования уязвимых групп людей с зависимостями, такими как курение, алкоголизм и ожирение [6].

Основными ограничениями нейромаркетинга являются высокая цена на оборудование. Так же из-за недоверия перед манипулятивными методами сбора и обработки информации об покупателях, ассоциции потрибетелй стараются сократить сферу влияния компаний в области исследований конечного пользователя [6].

Еще одним недостатком нейромаркетинга является небольшое количество литературы

по данной тематике, что вызывает недоверие, и повышает порог входа в эту науку для новых исследователей [5].

В Казахстане нейромаркетинг только начинает свой путь становления. В настоящее время в Казахстане практически не проводятся нейромаркетинговые исследования. Казахстанские исследователи довольствуются информацией из открытых источников или работают с ограниченным оборудованием, которое у них уже есть. На данный вид исследований влияют такие факторы, как недостаточное финансирование фундаментальных наук, а так же не самый быстрый переход на новое оборудование. Однако с приобретением нужного оборудования и внедрением новейших технологий, нейромаркетинг сможет успешно развиваться на территроии Казахстана [1].

Также стоит помнить об особенностях казахстанского рынка — о таких особенностях, как двуязычие народа, религиозность в светской стране, гендерные стереотипы, патриархальная семья и т.д. Все это является трамплином для уточнения профиля потенциального покупателя конкретного товара [2].

Стоить отметить, что на территории Алматы Менеджмент Университета присутствует нейромаркетинговая лаборатория. Она представляет собой симуляцию гипермаркета Magnum. С помощью Eye—Tracking Device отслеживается движение глаз во время прохода определенного маршрута по макету гипермаркета.

Так же используется программа Face Reading, которая считывает эмоции с лиц респондентов, которые смотрят на изображение или видео. Однако её можно использовать при дегустации того или иного продукта. Программа позволяет увидеть разнообразную палитру эмоций людей, что помогает точно определить сегмент для продукта. К примеру, люди разных возрастов отреагируют на один и тот же видеоролик по-разному.

Пробелом в знаниях по нейромаркетингу является отсутствие частных кейсов компаний, которые проводили нейромаркетиноговые исследования, в которых были задействованы те или иные методы сбора данных. Так же отсутствуют исследования по влиянию современных социальных сетей и их влияние на восприятие контента. В силу ограниченности инструментов и их большой стоимости развитие нейромаркетинга протекает очень медленно.

Методы

Основным методом исследования, использованным в этом обзоре литературы, был критический анализ существующих научных исследований по теме нейромаркетинга. Данные были собраны из научно-электронной библиотеки Elibrary. В общей сложности было отобрано двенадцать статей на основе их соответствия общей теме нейромаркетинга.

Статьи были проанализированы на предмет их содержания, включая способы применения нейромаркетинга, инструменты, используемые для сбора данных, преимущества и недостатки нейромаркетинговых исследований и развитие нейромаркетинга в Казахстане. Каждая статья была тщательно изучена на предмет ее качества, актуальности и вклада в область нейромаркетинга.

Критический анализ включал тщательное прочтение каждой статьи, выявление ключевых идей и аргументов, представленных в ней, и оценку доказательств и методов исследования, использованных в поддержку этих идей. Анализ также включал выявление любых пробелов в литературе и определение областей, в которых могут потребоваться дальнейшие исследования.

В целом, метод критического анализа, использованный в этом обзоре литературы, позволил провести тщательное изучение существующих научных исследований по теме нейромаркетинга. Этот метод гарантировал, что обзор был основан на надежных и высококачественных источниках информации, и позволял всесторонне оценить сильные и слабые стороны нейромаркетинговых исследований.

Результаты

Рассматривая необходимую литературу для данной статьи, автор заметил, что количество обзорных статей, посвящённых нейромаркетингу очень велико. Они в большинстве своем редко привносят нечто новое для рецензента, потому что они цитируют друг друга. Очень часто упоминаются одни и те же методы и инструменты. В силу того, что пока что инструменты нейромаркетинга не разнообразны, методы воздействия на органы чувств ограничены. Из этого вытекает, что результаты очень легко подменить или фальсифицировать. Кроме того, в

зачастую у определённой демографии часто сходятся полученные данные по тому или иному виду исследования.

Ниже представлена таблица с базовой информацией об основных инструментах используемых в нейромаркетинге и их преимущствах и недостатках

Таблица 1. Основные инструменты нейромаркетинговых исследований

Инструменты	Характеристика	Преимущества	Недостатки
ФМРТ	Инструмент, с помощью которого определяют, какие участки головного мозга будут задействованы, при определенных раздражителях	Точность в определении активности участков мозга.	Ограниченность, дороговизна, сложность в использовании
EYE TRACKER	устройство, способное обнаруживать и измерять движения глаз человека, используется в исследованиях, медицине, маркетинге и дизайне пользовательского интерфейса для лучшего понимания поведения и улучшения продуктов.	Простота в пользовании	Настройка и калибровка, цена
FACE READER	Программа, которая позволяет считывать эмоции с лиц людей при демонстрации им видеороликов или фото. Так же может использоваться для дегустации того или иного продукта.	Простота в пользовании	Чувствительность к третьим лицам, точность определения эмоций, дороговизна.

Выводы и обсуждение

В заключение можно отметить, что, несмотря на растущий интерес к нейромаркетингу в странах СНГ, ограниченная доступность и высокая стоимость инструментов, а также отсутствие оригинальных исследований препятствовали его развитию. В результате многие статьи по нейромаркетингу не в полном объеме раскрывают поставленную проблему и не вносят существенного вклада в эту область.

Чтобы преодолеть эту проблему, необходимо переосмыслить подход к написанию статей по нейромаркетингу. Вместо того чтобы сосредотачиваться исключительно на методах и инструментах нейромаркетинга, исследователям следует рассмотреть возможность выявления конкретных проблем, которые можно решить с помощью нейромаркетинга. Например, определение потребительских предпочтений для конкретной компании может быть областью, где нейромаркетинг может быть эффективно использован.

Таким образом, можно внести свой вклад в развитие области нейромаркетинга, проводя оригинальные исследования, которые восполняют пробел в знаниях в конкретных областях, где нейромаркетинг может быть использован в качестве исследовательского инструмента. Ожидается, что этот сдвиг в подходе не только повысит оригинальность статей, но и позволит внести более значимый вклад в эту область.

В дополнение к необходимости выявления конкретных проблем, которые могут быть решены с помощью нейромаркетинга, еще одним способом ускорить развитие этой области является сосредоточение внимания на сотрудничестве и обмене знаниями. Из-за ограниченной доступности и высокой стоимости инструментов отдельным исследователям может быть сложно проводить комплексные исследования. Таким образом, установление партнерских отношений и

совместное использование ресурсов может помочь преодолеть эти барьеры и способствовать росту нейромаркетинга в странах СНГ.

Более того, исследователи также могут изучить потенциал сочетания нейромаркетинга с другими методами исследования, такими как опросы или фокус-группы. Поступая таким образом, они могут получить более полное представление о поведении и предпочтениях потребителей, что может оказаться ценным для бизнеса при принятии стратегических решений.

Наконец, важно продвигать этические соображения при использовании нейромаркетинга. Поскольку эта область включает в себя изучение мозга и нервной системы, крайне важно обеспечить конфиденциальность, чтобы проводимые исследования носили уважительный характер и не нарушали частную жизнь и права отдельных лиц. Установление этических принципов и стандартов может помочь укрепить доверие к сфере нейромаркетинга и способствовать его развитию в странах СНГ.

Список литературы

1. А.А. Акынова Нейромаркетинг и его развитие в Казахстане // Евразийский национальный университет. — 2020. – 4 страницы.
2. Л. В. Левина Возможности использования нейромаркетинга в условиях Казахстанского рынка. // Вестник Казахстанско-Американского Свободного Университета. –2011.
-155-159.
3. А.М. Казыбаева, М.Р. Смыкова, Н.П. Сохатская Методы нейромаркетинговых исследований и прикладные возможности применения. // Central *Asian Economic Review*. — 2021.—6.—102-115.
4. Т.Н. Джарбулов Роль нейромаркетинга во время перехода общества к цифровому потреблению // Финансово-экономические и институциональные условия развития инновационных процессов в регионах : сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. : г. Самара, 6 нояб. 2020 г. / Самар. ун-т, Каф. экономики инноваций; под общ. ред. Н. М. Тюкавкина. - Самара, 2020. - С. 162-167.
5. А.К. Құдайбергенова Нейромаркетинг как новый способ воздействия на потребителей—Norwegian Journal of development of the International Science—2021—76—12-14
6. L. Dragolea, D. Cotîrlea Neuromarketing – between Influence and Manipulation // Polish journal of management studies—2011.—3.—79—89.
7. Т.А. Ярунина Теоретические основы нейромаркетинга // Актуальные исследования // –2020. —53–55.
8. В. Дершень Инструменты нейромаркетинга: проблемы и перспективы // Наука и Инновации. –2018. – 6(184). –18—22.
9. M. Sripathi Neuromarketing: Inside the mind of the consumers // Conference: Emerging Trends in Business, Commerce & Management. —2022—53-58
10. K.V Gimaletdinov, ZH.A. Beisakhmetova, W.K. Gimaletdinov // Management of neuromarketing for increase in sales—Bulletin of KazATC—2019.—1(108)—295-299.
11. А.Ю. Неделько Возможности и ограничения использования методов нейромаркетинга // Управление маркетингом. —2018.—79-83.
12. A. Ismajli, B. Ziberi, A. Metushi The Impact of Neuromarketing on Consumer Behaviour // Corporate Governance and Organizational Behavior Review. —2022.—6(2). —95—103.

ANALYZING THE LABOR MARKET CONDITIONS IN KAZAKHSTAN THROUGH THE LENS OF THE COVID-19 PANDEMIC

Accomplished by: Arman Olzhabayev[1]
Research Project Coordinator: Saule Kemelbayeva[2], PhD

Abstract This paper provides an up-to-date analysis of the labor market conditions in Kazakhstan and tries to understand how the labor resources will be reshaped due to the influence of the coronavirus pandemic. Based on the evidence, it is believed that the employment growth in Kazakhstan should not be impeded significantly by the pandemic in the long-term due to the government measures of support and the growing availability of the vaccines. On the other hand, it is clear that the global pandemic is going to alter the labor market structure by increasing the share of the jobs and services provided online, including those in science, education, technology, transportation, warehousing, and other areas. At the same time, the restrictions due to COVID-19 will reduce the profitability and therefore employment potential of tourism, restaurant industry, transportation and other services that require real life interaction. Therefore, ability of businesses to adapt to the new norms will become a requirement for success in the post-pandemic World.

As of the second quarter of 2021, the main challenge is in mitigating negative effects that the global crisis has brought to various sectors of Kazakhstani economy. Firstly, the government will continue supporting the people that lost their jobs by providing minimum income benefits until the end of the quarantine restrictions. Secondly, this study highlights importance of the state initiatives that help the affected population to find new jobs and receive training. It was also revealed that hundreds of thousands of self-employed workers with low-skill jobs and unstable income will be highly dependent on the state employment programs. Since the post-pandemic society will have higher demand for a skilled labor, it is important that the government will increase number of upskilling programs as a way to ensure higher level of social well-being and economic stability in the future.

This study also analyzed the effective strategies developed by national and international experts in response to the global pandemic. Some of the best measures include reactivating the supply chains, introducing job retention schemes, providing income protection, and ensuring healthy and safe working conditions in corporate sector. All of these recommended procedures are set to optimize strategies for economic recovery and can be implemented to speed up the process of adaption to the new norms of economic conditions and labor market. As of today, governments and international organizations around the World work actively to create contingency plans that can minimize negative effects in case the new waves of the global pandemic will arise. Therefore, it important that the government of Kazakhstan will also learn the lessons from this pandemic and develop their own set of mitigation strategies based on the country's first-hand experience and recommended international practices.
Keywords: labor market, labor resources, pandemic

Аннотация. Бұл мақалада Қазақстандағы еңбек нарығының жай-күйіне өзекті талдау ұсынылып, коронавирус пандемиясының әсеріне байланысты еңбек ресурстарының қалай өзгеретінін түсінуге әрекет жасалды. Нақты деректерге сүйене отырып, пандемия үкіметтің қолдау шаралары мен вакциналардың қолжетімділігінің артуы арқасында Қазақстанда ұзақ мерзімді перспективада Жұмыспен қамтудың өсуіне айтарлықтай кедергі келтірмеуі тиіс деп есептеледі. Екінші жағынан, жаһандық пандемия еңбек нарығының құрылымын ғылым, білім, технология, көлік, қойма және басқа салалардағы жұмыс орындары мен қызметтердің үлесін арттыру арқылы өзгертетіні анық. Сонымен қатар, COVID-19-ға қатысты шектеулер туризм, мейрамхана индустриясы, көлік және нақты өмірде өзара әрекеттесуді қажет ететін басқа да қызметтер саласындағы табыстылықты, демек, жұмысқа орналасу әлеуетін төмендетеді. Осылайша, бизнестің жаңа нормаларға бейімделу қабілеті пандемиядан кейінгі әлемде табысқа жетудің қажетті шарты болады.

2021 жылдың екінші тоқсанындағы жағдай бойынша негізгі міндет жаһандық дағдарыстың Қазақстан экономикасының түрлі секторларына тигізген жағымсыз салдарын жұмсарту болып табылады. Біріншіден, үкімет карантиндік шектеулер аяқталғанға дейін ең төменгі табыс бойынша жәрдемақы беру арқылы жұмысынан айырылған адамдарға қолдау көрсетуді жалғастырады. Екіншіден, бұл зерттеу зардап шеккен халыққа жаңа жұмыс табуға және оқудан өтуге көмектесетін мемлекеттік бастамалардың маңыздылығын көрсетеді. Сондай-ақ, біліктілігі

төмен және табысы тұрақсыз жүздеген мың өзін-өзі жұмыспен қамтыған жұмысшылар мемлекеттік Жұмыспен қамту бағдарламаларына қатты тәуелді болатыны анықталды. Пандемиядан кейінгі қоғамда білікті жұмыс күшіне сұраныс жоғары болатындықтан, Үкіметтің болашақта әлеуметтік әл-ауқат пен экономикалық тұрақтылықтың жоғары деңгейін қамтамасыз ету тәсілі ретінде біліктілікті арттыру бағдарламаларының санын көбейтуі маңызды.

Бұл зерттеу сонымен қатар жаһандық пандемияға жауап ретінде ұлттық және халықаралық сарапшылар әзірлеген тиімді стратегияларды талдады. Ең жақсы шаралардың кейбірі жеткізу тізбегін жандандыруды, жұмыс орындарын сақтау схемаларын енгізуді, кірістерді қорғауды қамтамасыз етуді және корпоративтік секторда салауатты және қауіпсіз еңбек жағдайларын қамтамасыз етуді қамтиды. Осы ұсынылған процедуралардың барлығы экономиканы қалпына келтіру стратегияларын оңтайландыруға арналған және экономикалық жағдайлар мен еңбек нарығының жаңа нормаларына бейімделу процесін жеделдету үшін енгізілуі мүмкін. Бүгінгі таңда бүкіл әлем бойынша үкіметтер мен халықаралық ұйымдар жаһандық пандемияның жаңа толқындары туындаған жағдайда жағымсыз салдарды азайтуы мүмкін төтенше жағдайлар жоспарларын құру үшін белсенді жұмыс істеуде. Сондықтан Қазақстан үкіметінің де осы пандемиядан сабақ алуы және елдің жеке тәжірибесі мен ұсынылатын халықаралық тәжірибеге негізделген салдарларды азайту стратегияларының өзіндік жиынтығын әзірлеуі маңызды.
Түйінді сөздер: еңбек нарығы, еңбек ресурстары, пандемия

Аннотация В данной статье представлен актуальный анализ состояния рынка труда в Казахстане и предпринята попытка понять, как будут изменены трудовые ресурсы в связи с влиянием пандемии коронавируса. Основываясь на фактических данных, считается, что пандемия не должна существенно препятствовать росту занятости в Казахстане в долгосрочной перспективе благодаря правительственным мерам поддержки и растущей доступности вакцин. С другой стороны, очевидно, что глобальная пандемия изменит структуру рынка труда за счет увеличения доли рабочих мест и услуг, предоставляемых онлайн, в том числе в науке, образовании, технологиях, транспорте, складировании и других областях. В то же время ограничения, связанные с COVID-19, снизят прибыльность и, следовательно, потенциал трудоустройства в сфере туризма, ресторанной индустрии, транспорта и других услуг, требующих взаимодействия в реальной жизни. Таким образом, способность бизнеса адаптироваться к новым нормам станет необходимым условием успеха в постпандемическом мире.

По состоянию на второй квартал 2021 года основная задача заключается в смягчении негативных последствий, которые глобальный кризис оказал на различные секторы казахстанской экономики. Во-первых, правительство продолжит поддерживать людей, потерявших работу, предоставляя пособия по минимальному доходу до окончания карантинных ограничений. Во-вторых, это исследование подчеркивает важность государственных инициатив, которые помогают пострадавшему населению найти новую работу и пройти обучение. Также выяснилось, что сотни тысяч самозанятых работников с низкоквалифицированной работой и нестабильным доходом будут сильно зависеть от государственных программ занятости. Поскольку в постпандемическом обществе будет более высокий спрос на квалифицированную рабочую силу, важно, чтобы правительство увеличило количество программ повышения квалификации как способ обеспечить более высокий уровень социального благополучия и экономической стабильности в будущем.

В этом исследовании также анализировались эффективные стратегии, разработанные национальными и международными экспертами в ответ на глобальную пандемию. Некоторые из наилучших мер включают в себя активизацию цепочек поставок, внедрение схем сохранения рабочих мест, обеспечение защиты доходов и обеспечение здоровых и безопасных условий труда в корпоративном секторе. Все эти рекомендуемые процедуры предназначены для оптимизации стратегий восстановления экономики и могут быть внедрены для ускорения процесса адаптации к новым нормам экономических условий и рынка труда. На сегодняшний день правительства и международные организации по всему миру активно работают над созданием планов действий в чрезвычайных ситуациях, которые могут свести к минимуму негативные последствия в случае возникновения новых волн глобальной пандемии. Поэтому важно, чтобы правительство Казахстана также извлекло уроки из этой пандемии и разработало

свой собственный набор стратегий смягчения последствий, основанный на личном опыте страны и рекомендуемой международной практике.

Ключевые слова: рынок труда, трудовые ресурсы, пандемия

Introduction

Present State of the Labor Market of Kazakhstan

According to the Workforce Development Center of Kazakhstan by the end of 2020, the occupied population of Kazakhstan amounted to 8.7 million. This number is a component of the larger value, which is the economically active population or labor force that composed 9.16 million of people (WDF, 2020a). Thus, the number of unemployed totaled at 455 thousands, which equates to the unemployment of 5 percent (WDF, 2020b). Such a figure on unemployment has been typical for Kazakhstan in the last five years. Perhaps, this result might seem surprising considering the devastating effects of the global pandemic on the global economy. However, this study will try to figure out the actions that allowed Kazakhstan to rebound its economic activity during the year and restore the employment levels back to the normal values.

It worth noting that the number of self-employed citizens in Kazakhstan is relatively high and amounts to 25 percent. For comparison, in the well-developed countries, like the US, France, Germany, Australia and the Great Britain, the share of self-employed population ranges between 7.1 – 13.6 percent (Dolgy & Ivanova, 2016, p. 26). While such a situation in Kazakhstan is not unique for the post-Soviet economies, Khamzin et al. (2016) believe that in order to achieve the competitive numbers on the share of self-employed population, the government needs to diversify the economic development and invest into industrial manufacturing of high value products that in turn would create more jobs.

In this regard, Mussurov & Arabsheibani (2015) believe that the self-employment in Kazakhstan is necessity-driven, and the significant portion of the self-employed workers operate informally, i.e., choose not to register with local tax authorities. It fact, the self-employment may be a popular choice because it allows for the flexible working schedule, requires less skill to generate income and might be favorable for workers of informal sectors, especially when the cost of social protection exceeds the potential benefits. Mussurov & Arabsheibani (2015, p. 16) also suggest that in order to decrease the level of informal self-employment, the government should implement educational initiatives and support programs that would enhance productivity and earnings of such workers.

The Complex Effects of the Global Health Crisis on the Labor Market

While the economic growth of any country is associated with growth of employment opportunities, it is not uncommon that the global recessions interfere in country's economic stability. Starting from 2020, the global community has been experiencing the strongest healthcare crisis, as the COVID-19 pandemic resulted in the prolonged lockdowns, social distancing and different restrictions in many countries (Kissler et al., 2020). According to the economic analysis conducted by the United Nations, the global outbreak harmed millions of employees around the world. Since almost 40% of the global workforce are employed in trade, tourism, manufacturing, transportation and other service sectors, the slump of demand in these areas already caused a major fall in revenue, resulting in a dramatic increase in global unemployment (UN, 2020, p. 6).

Primarily, the lockdowns affected those people that work in proximity with clients or require real life interaction with them. Around the world, more than 600 million of workers in restaurant, accommodation and retail trade have been exposed to income losses (UN, 2020). This condition is also true to Kazakhstan, where the employees with low qualifications or insecure job positions were subjected to large-scale layoffs. As an example, such jobs as waiters, kitchen workers, loaders, cleaning workers, store assistants, salesmen and many others experienced a sharp drop in demand during the first few months of the pandemic (WDF, 2020, p. 10).

During the course of the pandemic, it became clear that both in developed and developing countries, the lockdowns affected significantly the low-skilled and low-wage jobs that are largely performed by minorities, immigrants, and other disadvantaged groups. On the other hand, the high-skilled jobs in such areas as education, finance, management, science, and technology remained less affected by the lockdown regimes (UN 2020, p. 6). While the long-term effects of the pandemic are yet to be investigated, it is most likely that the global health crisis will exacerbate income inequality and will change labor market structures significantly. Thus, the ability for companies to adapt their business strategies to the new norms as well as the possibility for people to work online will be crucial for

continuing business operations.

Importance of the Labor Market Analysis

Understanding the strengths and weaknesses of labor market as well as factors that explain the nature of demand and supply of labor serves many purposes. For example, clear understanding of the labor market tendencies facilitate public policies that foster training of the qualified specialists according to the specific needs of the country's economic strategy (Aimurzina & Sadvakasova, 2015, p. 452). Furthermore, it can allow the government to upgrade the educational programs at colleges and universities according to the needs of different industries. Otherwise, understanding the specifics of the labor market of a country can help to balance its economic development.

The purpose of this research is to understand the current situation of the labor market of Kazakhstan and analyze the impact of the coronavirus pandemic on the Kazakhstani economy and labor market. In order to gain the broader perspective, this study will analyze the effects of the COVID-19 pandemic on the global economy and will also review some of the prominent strategies aimed to counteract harmful economic and social effects. Afterwards, this paper will gain insight on the statistics of employment to realize how the jobs in the key sectors of the Kazakhstani economy are distributed. Following that, the impact of the coronavirus pandemic will be evaluated with regards to the economic conditions and job opportunities in Kazakhstan. In addition, this work will analyze the state programs and policies aimed to stabilize labor market and assist in reducing unemployment. Consequently, the practical applications of the analytical findings will be discussed.

Analysis of the Effects of the COVID-19 Pandemic

Impact of the Coronavirus Pandemic on the Global Economy and Labor Market

According to the World Health Organization (WHO), there have been more than 126 million official cases of the COVID-19 registered around the globe as of April 2021. Even though only one year passed since the global pandemic was officially declared by the WHO, more than 2.7 million deaths were reported already (WHO, 2021). Despite the unnerving statistics, more than 460 million vaccine doses were already distributed globally, which provides the hope that spread of the disease will decelerate eventually.

After the pandemic was declared in March 2020, many countries responded promptly by putting a range of strict measures to reduce load on health care systems and diminish number of casualties due to the spreading disease (ILO, 2020, p. 6). Those measures had drastic economic effects for many countries: the non-essential businesses had to shut down, while the majority of the office workers started operating from their homes. Furthermore, global supply chains were disrupted, which reduced scales of production and decreased revenues for thousands of companies. Unsurprisingly, the economic activities around the globe slowed down dramatically, while millions of people were left without an opportunity to go to work. As the result, the reduction in global employment led to the significant income loss, transforming the health crisis into the global economic crisis (Khamis et al., 2021, p. 27).

According to study by the International Labor Organization (ILO, 2020, p. 11), the number of employed persons reduced by 20% on average in G20 countries just in one month after the pandemic was declared. In these countries, the areas that lost the highest number of workers were services and industry, as they required more face-to-face interactions (Khamis et al., 2021, p. 21). As the result, millions of workers suffered major income losses, which prompted governments of G20 to take steps to support their citizens financially. Luckily, the introduction of minimum income benefits for those affected by the lockdowns was not unique for G20 economies, as similar support measured were initiated in many other countries.

The global crisis had notable consequences for informal economy workers, as their jobs are usually dependent on the face-to-face interactions. According to the ILO estimates, up to 850 million informal workers suffered notable income losses due to the global pandemic (ILO, 2020, p. 15). On the other hand, many of the frontline workers had to face higher workloads and put their health at risk in order to support the essential industries. Those include medical workers, cashiers, food production employees, maintenance workers, drivers, agriculture workers and others. On the global scale, the containment measures led to significant job loss in such areas as retail trade; food and restaurant industry; hotel and leisure industries as well as public transportation (Lund et al., 2021).

Furthermore, the COVID-19 pandemic also became cause of the negative economic and social effects on women around the world. While millions of women have been on the frontlines to provide essential services, the majority of them also faced heavier workloads associated with family care,

supervision, and schooling during the lockdowns. In fact, the majority of healthcare workers are represented by women in all of the G20 economies, which put millions of them at considerable risk of exposure to the coronavirus. It was also estimated that women tend to be more concentrated in informal sectors of economy even in the developed countries and they also face higher risk of job loss compared to their male colleagues. Because of that, it is possible that the COVID-19 crisis will notably impede the gender equality progress, especially achieved in the well-developed G20 countries (ILO, 2020, p. 18). Therefore, it is important to ensure that women can have improved access to health care services as well as receive child and family care benefits and competitive salaries during the course of the pandemic. More importantly, the women's managerial and leadership positions should be embraced to optimize effectiveness of the recovery phase from the global health crisis (ILO, 2020, p. 40).

According to study by the McKinsey global institute (MGI), the pandemic accelerated three major disruptions in the business models. Those include dramatic increase in number of employees working remotely, more intense use of e-commerce services for trade and interaction with clients, and implementation of automation and IT technologies to optimize business operations. Since up to 25% of workers can operate from home in the developed countries, it is expected that jobs in cleaning services, restaurant industry, retail trade, civil airlines will face lower demand compared to the pre-pandemic conditions. At the same time, MGI argues that there will be more jobs in sectors that support the delivery economy, including transportation and warehousing. In other words, it is likely that the global economy will face a markedly different mix of occupations after the COVID-19 crisis will be mitigated (Lund et al., 2021).

Currently, the global community is focused on restoring the global economy. Therefore, the countries that implemented containment measures need to optimize economic and social activities through policies that will address public needs, especially on the labor market. In this regard, policy makers of G20 countries believe that the following measures should be considered in mitigating the negative consequences of the economic crisis (ILO, 2020, p. 4):

1) Extending health and safety measures to ensure that people can work safely. This policy includes sickness benefits, child-care benefits and bonuses that would prevent long-term exit from labor market.
2) Implement job retentions schemes to preserve jobs and reduce operating costs for the firms that were most affected by the health crisis. This measure includes financial support in terms of subsidies, tax benefits and loan restructuring that would ease financial obligations of the affected firms.
3) Support people who lost their jobs with minimum-income benefits until they can have a chance to enroll to jobs again. This policy includes support in finding jobs for the unemployed through the state-supported employment initiatives.
4) Develop rapid response plans aimed to diminish negative effects of the shocks caused by the future possible pandemics. Such plans should keep in mind the three measures described above.

While the suggested set of measures should not be considered as universal solution, there is no doubt that each country that suffered the negative effects due the global pandemic will need to come up with their own unique mitigation strategy.

Impact of the Global Pandemic on the Economy and Labor Market in Kazakhstan

As of April 2021, there have been more than 243 thousand cases of the COVID-19 officially registered and more than 3.6 thousand fatalities confirmed in Kazakhstan. In addition more than 100 thousand vaccine doses were administered as of March 2021 (WHO, 2021a). According to the official source on the coronavirus situation in Kazakhstan (KazInform, 2021), there are five regions that lead by the number of registered cases. Those include Almaty (33.5 thousand cases), Nur-Sultan (30.2 thousand), East Kazakhstan region (22.8 thousand), Pavlodar region (19.1 thousand) and Atyrau region (18.5 thousands).

While the impact of the coronavirus has been dramatic for the economy of Kazakhstan and its people, it is also true that the vaccines are becoming more available in the country. In March 2021, the Kazakhstani government made an agreement to import 3 million doses of Sinovac Biotech vaccine from China. Considering the inventories that health care facilities already have, as well as the fact that Kazakhstan started local production of the vaccines in the beginning of 2021, it is expected that up to

6 million of citizens will receive the vaccine shots by the end of the year (Forbes Kazakhstan, 2021). According to the recent study by PwC Kazakhstan (2020), the growing availability of the vaccines should allow to initiate slow, but steady process of restoration of the Kazakhstani economy. Nevertheless, the global pandemic took heavy toll on businesses and society in the country. Due to the containment measures, the number of people who temporarily quit their jobs in Kazakhstan skyrocketed to 4 million people in March and April of 2020. In addition, by the end of 2020, the trade deficit composed $5.9 billion, which resulted from the fact that import and dividend payments considerably outweighed the export production for the year. While the import reduced by 4.3%, the level of export diminished by 20% by the end of 2020 (Kapital News Agency, 2021). In addition, the case of Kazakhstan was not unique in terms of the lockdown effects on labor market, as the restrictions prompted many companies to massively transition to telework, given the sufficient technical capacities. According to the PwC study, it is difficult to forecast the rate of economic recovery in Kazakhstan, as it is possible that the new spikes of the epidemic will occur, leading to more slowdown in economic activities. Furthermore, there is some risk that massive vaccination will not produce desirable effects, which might also jeopardize the recovery process (PWC Kazakhstan, 2020).

Similar to the rest of the World, many industries in Kazakhstan were affected unevenly. In this way, the study by KPMG Kazakhstan (2020) designates three broad categories of industries with high, medium and low risks of default due to the coronavirus restrictions. While the business areas with the highest risk are represented by aviation, non-food retail trade, fitness and restaurant industry, the areas that face medium default risks are agriculture and finance. Following that, the lowest default risks are associated with food retail (supermarkets), telecom and pharmacological companies. During the first year of the pandemic, there was a spike in the demand for employees in IT services, marketing consultants, online instructors, construction workers and delivery workers across the country (Mamyrkhanova, 2020).

In order to address the increased demand for these and other occupations during the pandemic, the Workforce Development Center (WDF) of Kazakhstan provided thousands of scholarships and free training courses to assist unemployed citizens in finding new job opportunities. More specifically, almost 400 thousand people received vocational training, while 110 thousand entrepreneurs received concessional loans. As the measure to reduce the job loss due to the coronavirus impact, the government launched several employment initiatives. In this regard, the state-supported “Enbek” job search platform created 740 thousand of job opportunities, among which 153 thousands were regular jobs (WDF, 2020).

Other programs include the “Nurly Zher” program, the Digital Kazakhstan, the Development Program for Agriculture and Manufacturing Industries and others. Combined, these three initiatives helped to create more than 4.3 thousand regular jobs in 2020, despite the economic slowdown. During the course of these initiatives, the government introduced professional training programs that allowed up to 100 thousand people to obtain new skills and adapt to the changing labor conditions (OISPMRK, 2020).

During the first wave of the lockdowns occurred in 2020, the industries that suffered the highest economic losses in Kazakhstan included restaurants, hotels, entertainment, tourism and other non-essential sectors (WDF, 2020b). Understanding that, the government set a goal to preserve small and medium-scale enterprises (SME), as it was believed that the SME should help to alleviate economic well-being and facilitate growth of labor resources. In order to prevent a massive shutdown of businesses in the private sector, the government initiated the economic incentives, including tax breaks and debt restructuring opportunities aimed to save thousands of SME from bankruptcy. More specifically, the government allocated $1.6 billion to support 23 thousand small and medium-size businesses across the country. In addition, more than six thousand entrepreneurs received loans with low-to-zero interest rates to support their business operations during the pandemic (OISPMRK, 2020).

Despite the government efforts, the new wave of quarantine restrictions that occurred during March and April of 2021 became the cause of restaurant industry crisis in the country, which strongly affected the cities of Almaty and Nur-Sultan. As these cities combine the highest share of the food and catering businesses, thousands of people were left without jobs and income as the daily turnover in restaurant industry decreased by up to 90 percent. Across the country, the number of operating restaurants decreased by three times since the March of 2020, dropping from 95 down to 27 thousands (Serikpayev, 2021). In order to assist the affected businesses, the government is considering such measures as providing tax holidays, payment of minimum wages for the affected workers as well as

allowing for debt restructuring measures. While the specific set of actions will be implemented later during the year, the suggested measures largely coincide with support measures implemented by the G20 countries in response to the crisis.

During the first year of the pandemic, the companies with low and medium levels of business risks, especially those in corporate segment, had to optimize their strategies and ensure safer labor conditions for their employees. In this way, the study by PWC Kazakhstan (2020) revealed that procedures aimed to improve mental and physical health of workers in corporate segment is one of the widely supported practices for numerous Kazakhstani companies during the pandemic. Another study by KPMG Kazakhstan (2020) states that in order to restore the pre-pandemic level of business activities in corporate segment, specific measures should be initiated. Those include flexible sick leave systems for workers; providing the employees with higher flexibility of the working schedule; investing in the businesses that can prosper in spite of the containment measures; adapting the supply of services to the client needs and receiving more of the customer feedback to ensure better quality of the provided services.

Due to the government stabilization measures and gradual reduction of the quarantine restrictions, the amount of the unemployed decreased from 4.2 million down to 700 thousand people by June 2020 (WDF, 2020). As for the 3rd quarter of 2020, the unemployment level in Kazakhstan dropped further to the 4.9 percent, which is considered a normal value. While the economic growth is expected to rebound by the end of 2021, it is yet unclear what amount of time will be needed to end the quarantine restrictions and restore normal operation of all the economic sectors (WDF, 2020b). However, it is certain that there will be structural changes on the labor market. In this way, because the mix of occupations is likely to turn out different compared to the pre-pandemic conditions, the labor market in Kazakhstan will be reshaped. Currently, governments around the globe are preparing contingency plans for the future possible health crises based on the experience of coronavirus pandemic. Clearly, it is also in the best interest of Kazakhstan to develop their own set of measures in case the similar crisis occurs in some form in the future.

Conclusion & Discussion

The purpose of this study was to provide analytical review of the labor market in Kazakhstan amidst the global outbreak of the coronavirus pandemic and understand the factors that will shape the labor resources in the near future. This study provided brief statistics on the employed population in Kazakhstan and identified the challenge of the self-employed population. As of today, the share of self-employed population is significantly higher compared to corresponding values in the developed countries. One of the major reasons for that is lack of economic diversification, and shortage of effective policies that would push the manufacturing of high-value products and develop new supply chains.

With that in mind, it seems that the government should implement more incentives, training programs and attract foreign investment that would in turn provide new jobs opportunities. On the other hand, the implementation of the effective state initiatives assumes a certain level of economic stability in the country. Usually, it is difficult to account for the exogenous factors beforehand, which has been exactly the case with the global crisis due to the COVID-19 pandemic. In order to address the issue, this paper studied the latest reports to uncover the possible changes to the labor market due to the impact of the global crisis.

While the economic shock caused by the outbreak altered the labor market structure in the first half of 2020, and significantly increased the number of unemployed, the timely state measures allowed to restore the level of employment by the end of the third quarter. As the spread of vaccines began in the first quarter of the 2021, it is most likely that the quarantine restrictions will end at some point, so the economic growth should be rebound by the end of the same year as well. On the other hand, it is expected that the Covid-19 pandemic will result in structural changes on the labor market, where the survival of businesses and prosperity of entrepreneurs will depend on their ability to adapt to the new norms. Companies will have to adapt to the fact that there will be more people that are willing to purchase goods and services online, just as there will be more employees willing to work remotely.

Nevertheless, the main challenge of today is in mitigating negative effects that the global outbreak brought to various sectors of Kazakhstani economy. Firstly, the people who lost jobs or were severely affected by the containment measures should continue receiving minimum income benefits until the restrictions will be over. Secondly, the government will need to continue supporting affected population by assisting them in finding new jobs and providing training opportunities through the

employment programs. In Kazakhstan, there are hundreds of thousands of self-employed workers operating in the informal areas of economy, with many jobs requiring face-to-face interactions. In many cases, such jobs are occupied by low-skilled labor and do not necessarily serve as source of stable income. Therefore, the state programs like “Enbek” that provide free training and upskilling opportunities can be especially useful for the self-employed people. Since the post-pandemic society will have higher demand for a skilled labor, the government should be ready to provide even more training programs soon.

Furthermore, to recover the small and medium-scale companies affected by the coronavirus, the government should be willing to provide well-timed support in terms of concessionary loans, tax holidays, debt restructuring and other measures that would allow companies and entrepreneurs to get through the crisis. On the other side, there are medium and large-scale enterprises (MLE) that comprise the majority of the corporate sector. While the MLE in Kazakhstan are less vulnerable to the economic shocks compared to small and medium-scale companies, their well-being is important for millions of workers in the corporate segment.

Thus, the MLE need to act according to the recommended national and international practices in order to stabilize operations. Such measures include reactivating the supply chains, implementing job retention schemes, providing income protection, and ensuring safety of the employees in corporate segment. In addition, this paper reviewed some of the notable mitigation procedures developed by the local corporate leaders and studied international practices suggested by the International Labor Organization, G20 and others. All of these recommended procedures are set to optimize strategies for economic recovery and should be implemented to speed up the process of adaption to the new norms of economic conditions and labor market.

As this research identified the trends that influence the labor market of Kazakhstan, it is reasonable to consider these findings in order to make forecast on the growth of the employed population, as the further potential step in this study. This can be accomplished by conducting a regression analysis using the time-series data on the set of specified dependent variables. All in all, this detailed and up-to-date review of the labor market brings to attention the fact that the growth of employment in Kazakhstan can only be achieved via development of different areas of economy and set of regulations that address specific needs of the country. Since the shaping of labor resources depends on many interlinked factors and is also influenced by the global economic conditions, it is important to investigate the changes and novelties on the labor market in Kazakhstan on the timely basis, as understanding these aspects helps to implement more effective economic policies.

References:

1) Aimurzina, B., & Sadvakasova, K. (2015). Rynok truda kak obyekt prognozirovaniya: Zarubezhnyy opyt i vozmozhnosti yego primeneniya v Kazakhstane [Labor Market As A Subject For Forecasting: Foreign Experience And Its Application In Kazakhstan]. *Contemporary Challenges of Economics*, *5*, 444–453.

2) Dolgy, V., & Ivanova, N. (2016). Osobennosti formirovaniya trudovykh resursov Respubliki Kazakhstan na sovremennom etape [Features of the formation of labor resources in Kazakhstan at the present stage]. *Bulletin of the Saratov State Social and Economic University*, *1 (60)*, Article 1 (60). https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-trudovyh-resursov-respubliki-kazahstan-na-sovremennom-etape

3) ILO. (2020). *The impact of the COVID-19 pandemic on jobs and incomes in G20 economies*. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---cabinet/documents/publication/wcms_756331.pdf

4) Lund, S., Madgavkar, A., Manyika, J., Smit, S., Ellingrud, K., Meaney, M., & Robinson, O. (2021, February). *The future of work after COVID-19*. McKinsey Global Institute. https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/the-future-of-work-after-covid-19#

5) Forbes Kazakhstan. (2021, March 27). *Kazakhstan dogovorilsya o postavke 3 mln doz kitayskoy vaktsiny Sinovac Biotech [Kazakhstan agrees to supply 3 million doses of Chinese vaccine Sinovac Biotech]*. Forbes Kazakhstan. https://forbes.kz/process/medicine/kazahstan_dogovorilsya_o_postavke_3_mln_doz_kitayskoy_vaktsinyi_sinovac_biotech/?utm_source=forbes&utm_medium=trend

6) KazInform. (2021, April 1). *Situatsiya s koronavirusom ofitsial'no v Kazahstane [The official statistics on the coronavirus situation in Kazakhstan]*. Corona Virus 2020. https://www.coronavirus2020.kz/ru

7) Kissler, S. M., Tedijanto, C., Goldstein, E., Grad, Y. H., & Lipsitch, M. (2020). Projecting the transmission dynamics of SARS-CoV-2 through the postpandemic period. *Science*, *368*(6493), 860–868. https://doi.org/10.1126/science.abb5793

8) Khamis, M., Prinz, D., Newhouse, D., Palacios-Lopez, A., Pape, U., & Weber, M. (2021). *The early labor market impacts of Covid-19 in developing countries: Evidence from high-frequency phone surveys*. https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/35044

9) Khamzin, A. S., Aldashev, S., Tileubergenov, Y. M., Kussainova, A. K., Khamzina, Z., & Buribaev, E. (2016). *Legal regulation of employment in Kazakhstan*. *11*(18), 11907–11916.

10) KPMG Kazakhstan. (2020, May 18). *Vliyaniye COVID-19 na klyuchevyye sektora ekonomiki Kazakhstana [Impact of COVID-19 on key sectors of the economy of Kazakhstan]*. KPMG. https://home.kpmg/kz/ru/home/insights/2020/05/covid-key-economy-sectors.html

11) Kapital News Agency. (2021, March 15). *Natsbank obnovil prognozy ekonomiki Kazakhstana na 2021-2022 gody [National Bank has updated forecasts of the economy of Kazakhstan for 2021-2022]*. Kapital Kazakhstan News Agency. https://kapital.kz/finance/94139/natsbank-obnovil-prognozy-ekonomiki-kazakhstana-na-2021-2022-gody.html

12) Mamyrkhanova, M. (2020, December 15). Nazvany samyye vostrebovannyye professii goda v Kazakhstane [The most demanded jobs for the year in Kazakhstan]. *Liter.kz*. https://liter.kz/nazvany-samye-vostrebovannye-professii-goda-v-kazahstane/

13) Mussurov, A., & Arabsheibani, G. R. (2015). Informal self-employment in Kazakhstan. *IZA Journal of Labor & Development*, *4*(1). https://doi.org/10.1186/s40175-015-0031-9

14) OISPMRK. (2020, June 2). *Employment measures planned to reach 1 million 220 thousand people in 2020*. Official Information Source of the Prime Minister of the Republic of Kazakhstan. https://primeminister.kz/en/news/v-2020-godu-merami-sodeystviya-zanyatosti-planiruetsya-ohvatit-1-mln-220-tys-chelovek-mintruda-25396

15) PWC Kazakhstan. (2020). *Quarterly Macroeconomic Survey*. PwC. https://www.pwc.kz/en/macrocconomic-survey-q4.html

16) Serikpayev, D. (2021, March 29). *Vyzhivayte kak khotite—Biznes Almaty prosit o pomoshchi ["Survive as You Wish."—Restaurant Industry in Almaty requests the support from the government]*. Forbes Kazakhstan. https://forbes.kz//process/businessmen/karantinnyie_ogranicheniya_v_almatyi_unichtojayut_biznes/

17) UN. (2020, May 13). *World Economic Situation and Prospects as of mid-2020*. United Nations. https://www.un.org/development/desa/dpad/publication/world-economic-situation-and-prospects-as-of-mid-2020/

18) WDF. (2020, June). *Rynok truda Respubliki Kazakhstan na fone pandemii covid-19 [Labor market of the Republic of Kazakhstan amid the Covid-19 pandemic]*. Workforce Development Center of Kazakhstan. https://iac.enbek.kz/ru/node/930

19) WDF. (2020a, December 9). *Workforce Development Center—Main Page*. Workforce Development Center of Kazakhstan. https://iac.enbek.kz/

20) WDF. (2020b). *Analiz demografiyi i rynka truda za 3 kvartal 2020 goda [Analysis of demography and labor market for the 3rd quarter of 2020]*. iac.enbek.kz. https://iac.enbek.kz/ru/node/997

21) WHO. (2021, March). *World Health Organization Coronavirus (COVID-19) Dashboard*. https://covid19.who.int

22) WHO. (2021a, April 1). *Kazakhstan: WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard*. https://covid19.who.int

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ПРОЕКТНОГО ПОДХОДА НА МАЛОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Павлов С.
Almaty Management University, г. Алматы

Аннотация. Рассматривается значение малого бизнеса для казахстанской экономики. Отмечаются проблемы его развития, и для их преодоления используется внедрение проектного подхода. Произведено сравнение нескольких мнений о проектном подходе, в чем заключается проблема самого подхода. Для выявления текущих проблем с данным подходом был использован метод опроса, респондентами являлись владельцы малого бизнеса и сотрудники. Указываются основные проблемы и недостатки в использовании проектного метода в малом бизнесе, а также принимаются во внимание теоретические компоненты управления проектами. Вносятся предложения по совершенствованию системы управления проектами малого бизнеса.
Ключевые слова: Проектный подход, малое предприятие, управление проектами, проблемы внедрения.

Abstract. The importance of small business for the Kazakh economy is considered. The problems of its development are noted, and the implementation of a project approach is used to overcome them. A comparison of several opinions about the project approach is made, what is the problem of the approach itself. To identify current problems with this approach, a survey method was used, the respondents were small business owners and employees. The main problems and shortcomings in the use of the project method in small business are indicated, and the theoretical components of project management are also taken into account. Proposals are being made to improve the small business project management system.
Keywords: Project approach, small enterprise, project management, implementation problems.

Аннотация. Шағын бизнестің Қазақстан экономикасы үшін маңызы қарастырылуда. Оның даму проблемалары атап өтіледі және оларды жеңу үшін жобалық тәсілді енгізу қолданылады. Жобалық тәсіл туралы бірнеше пікірлер салыстырылды, бұл тәсілдің өзі. Осы тәсілмен ағымдағы проблемаларды анықтау үшін сауалнама әдісі қолданылды, респонденттер шағын бизнес иелері мен қызметкерлер болды. Шағын бизнесте жобалық әдісті қолданудағы негізгі проблемалар мен кемшіліктер көрсетіледі, сондай-ақ жобаларды басқарудың теориялық компоненттері ескеріледі. Шағын бизнес жобаларын басқару жүйесін жетілдіру бойынша ұсыныстар енгізілуде.
Түйін сөздер: жобалық тәсіл, шағын кәсіпорын, жобаларды басқару, іске асыру мәселелері.

Введение

Под управлением проектом подразумевается деятельность, разработанная для выполнения проекта с максимально возможной эффективностью при соблюдении заранее определенных временных, денежных (и ресурсных) ограничений (документированных, например, в техническом задании). Кроме того, проектный подход полезен на всех стадиях жизненного цикла: как на стадии зарождения идеи, так и на этапе развития организации. Более того, предприниматели не всегда понимают, что при планировании и проектировании своей деятельности уже выполняют некоторую часть процессов управления проектами. [1]

Опираясь на официальную статистику по структуре ВВП стран мира, на долю малого бизнеса приходится большая часть темпов роста национальной экономики. Кроме того, малые предприятия являются не только важными производителями товаров и услуг, но и основными потребителями сырья, интеллектуальной собственности, средств банковской системы и центром повышения качества человеческих ресурсов. Роль малого и среднего бизнеса в росте ВВП Казахстана в 1кв 2022 года составила 32.5%. Даже при таких показателях страна отстает от других стран, где доля МСБ намного больше. Для Казахстана внедрение современных методов и средств управления проектами имеет особое стратегическое значение. Только научившись эффективно использовать свои ресурсы, можно стать конкурентоспособными на мировом рынке, войти в число 50 наиболее конкурентоспособных стран мира. [2]

Низкие темпы роста и возникновение структуры свободного рынка являются основными последствиями недооценки малых компаний и их вклада в рост национальной экономики. Кроме того, правительственные организации в настоящее время уделяют недостаточное внимание

тому факту, что государственная защита в виде снижения налоговой нагрузки и стоимости кредитных ресурсов посредством денежно-кредитной политики Центрального банка является наиболее важным фактором поддержки малого бизнеса, а не финансирования в форме инвестиций или займов. Также малые бизнесы были освобождены с 1 января 2020 года до 1 января 2023[3]. В связи с этим малые предприятия ищут инструменты, которые могут быть использованы для создания фирмы, демонстрирующей стратегическое развитие и увеличение финансовых показателей (выручка, прибыль и т.д.). Эти методы включают проектный подход к организации малого бизнеса, изучение которого служит актуальной областью научных исследований.

Литературный обзор

Исследования проблем внедрения проектного подхода на малом предприятии на данный момент все больше внедряется в экономическую стратегию страны. С одной стороны, очень мало информации, научных работ, исследований, анализа на эту тему, но с другой стороны это большой плюс для тех, кто хочет раскрыть эту проблему, разобраться в ней, донести до более широкого круга владельцев малых предприятий, и возможно даже за счет исследований, научных работ можно проявить себя. [4]

Внедрение методов управления проектами малыми предприятиями имеет большое значение и создает вектор развития для экономики Казахстана. Следующие факторы помогают объяснить важность этих вопросов: малые предприятия могут внести значительный вклад в экономический рост любого государства, позволяют проводить процедуры реструктуризации бизнеса, имеют более низкие экономические издержки, чем более крупные представители, в дополнение к значительному увеличению занятости среди экономически активного населения, они также способны быстро и ловко реагировать на быстро меняющиеся рыночные условия и изменения в потребительском спросе, которые оказывают влияние на расширение бизнеса.
Несомненно, рост малого бизнеса является важнейшим процессом для государства; тем не менее, в настоящее время вклад малого бизнеса в ВВП Казахстана относительно низок.

Сейчас малые предприятия начинают переходить на методы управления проектами. Однако из-за своих уникальных характеристик небольшие организации не могут в полной мере использовать традиционные процедуры водопадного проекта, изложенные в руководстве PMBOK (Свод знаний по управлению проектами, разработанный Институтом управления проектами США - Project Management Body of Knowledge). [5]

В реальности очень мало исследований, научных работ по данной теме не только в отечественных, казахстанских источников, можно сказать даже, что их практически нет. Эта тема, как «неисследованные земли. Проблема в том, что внедрить современные методы управления проектами или проектный менеджмент в Казахстане очень сложно. Это влияет не только на нехватку квалифицированных сотрудников, но и часто на сопротивление менеджеров внедрению необходимых корректировок. Чтобы управлять проектом, необходимо разрушить жесткие иерархические организационные структуры и адаптировать методы управления, которые разрушают старые традиции и создают новые.

Таблица 1. Сравнительный анализ статей

Авторы	**Лукина А.**	**Мудунов А.С, Цахаева К.Н**	**Шитикова К.А.**	**Брабус Б.**

Точка зрения	«Однако до сих пор существует мнение, что управление проектами предназначено для крупных промышленных компаний, а организациям малого бизнеса оно не по карману».	«В настоящее время не существует такой крупной компании, которая, будучи известной во всем мире, осуществляла бы свою деятельность без использования технологий проектного управления».	На современном этапе жизни проектный подход в управлении бизнесом является, несомненно, аспектом, который улучшает многие показатели деятельности организации.	Последние несколько лет практики проектного управления активно продвигаются в Казахстане, в том числе благодаря деятельности неправительственных организаций.
Проблемы	Весьма высока вероятность того, что количество работы будет увеличено и процесс станет затратным.	Нечеткое распределение функциональных обязанностей, в том числе и по причине бурного развития (роста) предприятия, недостаточная теоретическая подготовка управляющего персонала, отсутствие формализации процессов проектного управления.	Внедрение системы проектного управления является весьма затратным.	В Казахстане, наоборот, зачастую оказывалась целесообразной замена машинного труда более дешевым ручным, а оборудование не обновлялось из-за высокой рыночной цены. Однако и у данных мер были свои ограничения: при дальнейшем увеличении использования одного ресурса снижалась рентабельность.
Примечание – составлено автором на основании источников [6,7,8,9]				

Опираясь на таблицу, можно сказать, что общее в этих данных это то, что все акцентируют, что управление проектами хорошо внедрено в крупные промышленные предприятия и что для малого бизнеса оно тоже имеет хороший ресурс для развития, но еще полностью не внедрено. Также много общего именно в проблемах внедрения проектного подхода на малом предприятии.

Можно выделить следующие особенности и проблемы:

1. Высокая вероятность дополнительной работы, не предусмотренной планом;
2. Трудности с распределением сотрудников по разным проектам из-за узкой специализации и небольшой базы сотрудников;
3. Нехватка временных ресурсов для углубленного планирования работы в проектах;
4. Трудности с дифференциацией проектов, требующих проектного подхода, от тех, которые этого не делают;
5. Трудности с определением проектов, которые не требуется проектный подход;
6. Внешние географические и экономические переменные.

В Казахстане управление проектами все еще находится в плачевном состоянии. Основная причина заключается в том, что правительственные организации не уделяют должного внимания этой проблеме, вопросы кредитования, финансирования. Рассматривая последние двадцать лет, преобразование происходит под контролем и поддержки государства, не имея поддержку новшество обрекают на неудачу или вялотекущее развитие. [10]

Методы

Цель исследования состоит в том, чтобы выявить, на сколько внедрение проектного подхода актуального и проблемно для малых предприятий Республики Казахстан.

Основной метод получения информации – применением количественного метода на базе малых предприятий Казахстана.

Анкетирование, электронное индивидуальное с предложением многовариотивных ответов и одним открытым вопросом, в котором требуется ответить на наличие проблемы или же указание недостатка данного подхода для предприятия, в котором работаете. Опрос был проведен с целью выявления текущего мнения о состояние внедрения проектного подхода на малых предприятиях. Источниками исследования были ответы респондентов.

Результаты

Для выявления актуальности внедрения проектного подхода были созданы вопросы, направленные на само понимание респондентом сути подхода, и как оно влияет на цикл жизни предприятия. В опроснике приняли участие 45 респондентов, а именно предприниматели и сотрудники компаний малого бизнеса.

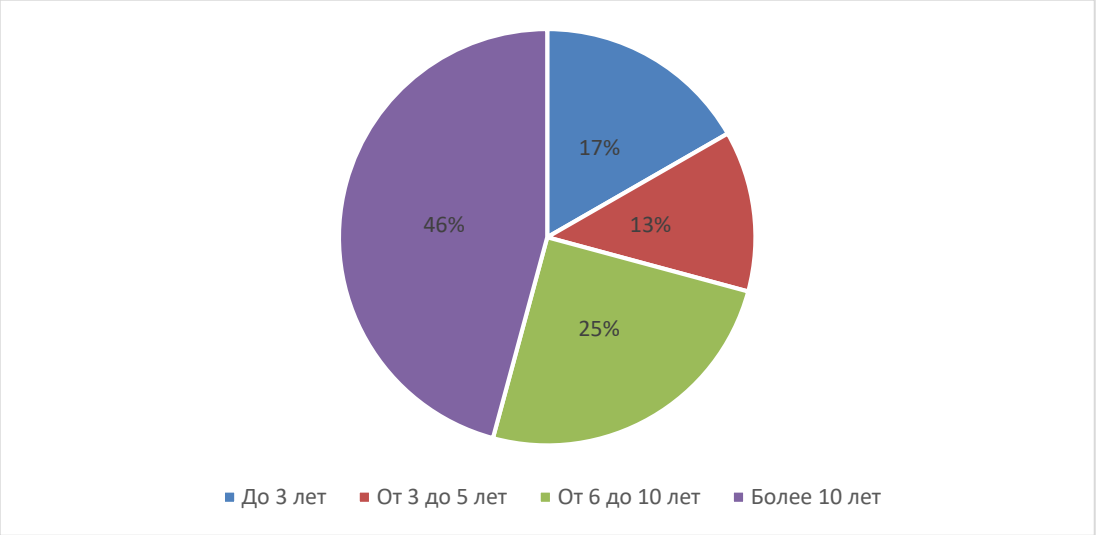


Рисунок 1. Сколько лет существует компания на рынке

Самой высокой долей являются компании, существующие более 10 лет (46%). Далее от 6 до 10 (25%), и до 3 лет (17%).

Рисунок 3. Количество компаний, использующих данный метод

Выявлено, что 59% опрошенных используют или, используется в их компании. Далее 27% отметили “Нет” и 14% не знают понятия.

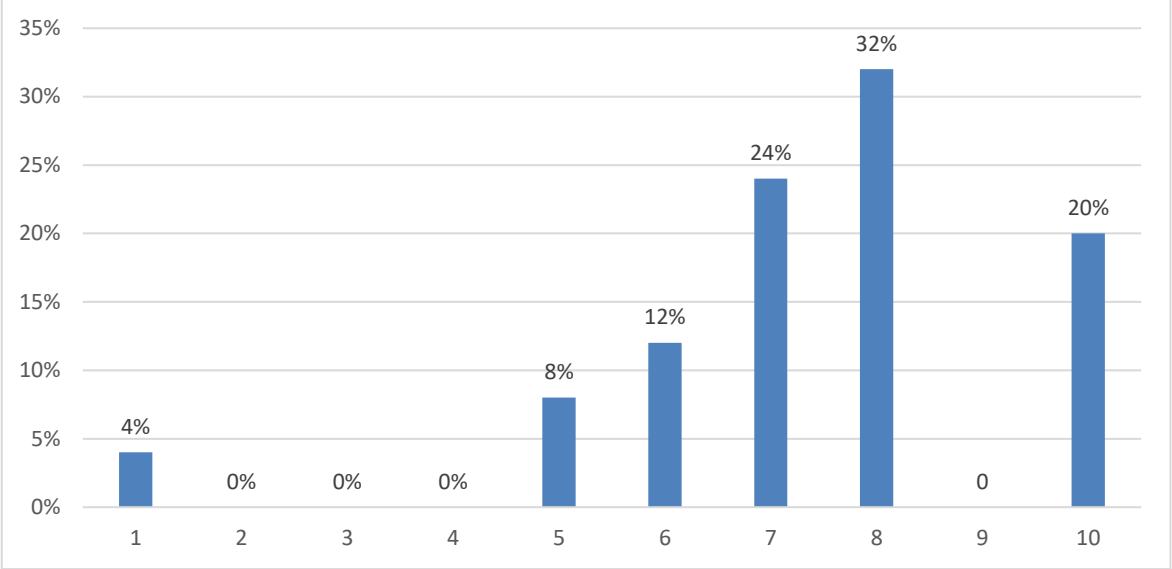


Рисунок 4. Мнение респондентов на вопрос “ Насколько необходимо каждому предприятию внедрять проектный подход?”

Основная часть респондентов варьировалось между 7(24%) и 8(32%).

В анкете присутствовал вопрос о том с какими проблемами сталкивался деятель при внедрении проектного подхода. Часто отмечаемым ответом было “затратность/расходы”. Также не менее частым было “увеличение потока работы”,” сжатые сроки выполнения проекта” и “нету квалификации”.
Стоит выделить и узконаправленные ответы – “Мы дизайн бюро. Мы можем предлагать свои услуги только по запросу клиентов - проектный подход. К сожалению, решение клиентов работать с нами основывается только на прошлых работах. Мы не можем предложить готовый продукт, чтобы привлечь новые заказы, ведь требования клиента варьируется и угадать получается только тренды и моду”.
Также были предоставлены ответы в виде: “Основная задача при организации управления проектами в бизнесе заключается в объединении всех видов деятельности в единое информационное пространство, получении всестороннего понимания ситуации, выявлении областей с ограничениями в ресурсах, деньгах или времени и оценке потенциальных решений узких мест.”, “Наиболее удобен так как продукт компании - курсы, которые имеют периодичность. То есть каждый поток курса - как отдельный проект”, “Наиболее удобен так как продукт компании - курсы, которые имеют периодичность. То есть каждый поток курса - как отдельный проект”.

Выводы и обсуждение

Как показало исследование некоторые люди считают, что управление проектами подходит только для крупных промышленных корпораций и что малый бизнес не может себе этого позволить. Многие владельцы бизнеса, которые не знакомы с управлением проектами, считают, что эта техника сложна в освоении, отнимает много времени и денег и является слишком сложной.
Основными проблемами, выявленными при опросе, стали:

- существует очень высокая вероятность того, что объем работы увеличится и процесс станет дорогостоящим;
- организации малого бизнеса часто выступают в качестве подрядчиков в проектной работе крупных компаний;
- из-за нехватки времени тщательное планирование проекта часто является сложной задачей;

- трудно провести различие между потенциальными проектами и оперативными задачами предприятия;
- проекты со строгими сроками выполнения часто требуют, чтобы менеджеры и другие сотрудники сосредоточились исключительно на них, что практически невозможно.

Важно точно определить элементы, которые делают этот процесс неэффективным, чтобы лучше понять вышеупомянутые проблемы, возникающие при использовании проектного подхода в малом бизнесе:

- отсутствие образования по управлению проектами для руководителей и сотрудников предприятия;
- потребность в специализированных навыках;
- нехватка ресурсов (специалистов, оборудования, средств и т.д.);
- консультация по управлению проектами финансово не посильна;
- неправильное распределение обязанностей внутри предприятия.

Для решения этих проблем необходимо предпринять следующие шаги по улучшению внедрения проектного подхода в малом бизнесе:

- создать и принять необходимые внутренние нормативные документы для установления процесса реализации проекта;
- овладеть теоретическими основами в области управления проектами;
- разработать стандарты управления проектами для бизнеса в крайнем случае проконсультироваться с экспертами;

С этими мерами можно снизить до минимума сложность освоения проектного подхода на малом предприятии, что будет способствовать расширению и конкурентоспособности предприятия.
Если говорить о внедрении проектного подхода в Казахстане, то можно подчеркнуть, что частыми трудностями являются недостаток в трудовых, информационных и финансовых ресурсов. Помимо трудностей с ресурсами, есть предприятия, деятельность которых не совместима с данным подходом. Тем не менее, при проработке вышеупомянутых факторах, вы обеспечите себе конкурентоспособностью на высшем уровне.

Список использованных источников:

1. KPMA Homepage, https://kpma.kz/about.
2. Адилова А.М. Проектное управление в сфере телекоммуникаций Республики Казахстан. // Казахский национальный исследовательский технический университет им. К.И. Сатпаева. – 2017. – С. 6-7.
3. АТАМЕКЕН, https://atameken.kz/ru/news/48255-bol-she-ne-smogut-rabotat-po-uproshenke
4. Halykfinance, https://halykfinance.kz/download/files/analytics/sme_082022.pdf
5. Лукина А.О. Проблемы внедрения проектного подхода на малом предприятии // «Научно-практический электронный журнал Аллея Науки» – 2018 – №6(22) – С. 1-6.
6. Мудунов А.С., Цахаева К.Н. Основные проблемы внедрения технологий проектного управления в Российскую практику // Фундаментальные исследования – 2018 – №11(7)
7. Брабус Б. Развитие проектного менеджмента в Республике Казахстан // Rel.kz – 2018
8. В.Бирюков, В.Дрожжинов. Проектный подход в современном бизнесе // Консалтинговая компания iTeam – 2018.
9. Шитикова, К. А. Проектный подход в управлении бизнесом // Молодой ученый. — 2019. — № 39 (277). — С. 62-65.
10. Рабига Н. В чем заключается инновационный подход к реализации нацпроектов // Strategy 2050 – 2021.
11. Success.kz, https://success.kz/archive/223-kultura-upravleniya-kazahstan-na-mezhdunarodnom-puti-k-proektnomu-i-innovacionnomu-menedzhmentu.html
12. Суетина Т. А., Рахимова Г. С. Проектный менеджмент в малом бизнесе: проблемы и перспективы // Региональная экономика: теория и практика. – 2014. – № 31. – С. 40–46.
13. Развитие проектного менеджмента в Республике Казахстан // https://rel.kz/razvitie-proektnogo-menedzhmenta-v-respublike-kazahstan/

SOCIAL MEDIA'S EFFECT ON PUBLIC PERCEPTION ON TODAY'S RESEARCH

Turar Rakhimbayev[1], Anton Parshin[2].
Specialty: "Finance", bachelor, 2 course
turar.rakhimbayev@gmail.com
[12]Almaty Management University, c. Almaty.

Annotation

Today's world shows a duality of incredible advancement and lingering difficulties. Public discussion is one of the cornerstones of a functioning, forward-thinking society in the face of such profound dilemmas. Interactions in the public sphere may frequently result in disinformation, affect-driven predisposition, and homophily based interactions, all of which are reminiscent of polarization, despite the fact that their relevance is still undeniable. While polarization is still a global concern, structural developments, most notably the development and rapid growth of social media, have further changed the nature, scope, and distribution of knowledge. As a result, the value and extent of social media's impact on polarization are always under discussion. We provide a systematic evaluation of the existing literature as a step-by-step approach to tackling the complexity and pinpoint the variables and mechanisms influencing social media's connection to polarization.

We also offer a conceptual framework that takes these nuances into account while highlighting the necessity of seeing this association within a larger context. Our study makes a theoretical contribution because it is one of the few to link social media to polarization and to provide a synthesis of confounding variables and underlying mechanisms. We provide a framework for future research in order to direct policy as well as practice.

Keywords: Polarization, social media, Systematic review, Contingencies, Mechanisms, Conceptual framework.

Аннотация

Сегодняшний мир демонстрирует двойственность невероятного прогресса и сохраняющихся трудностей. Публичное обсуждение является одним из краеугольных камней функционирующего, дальновидного общества перед лицом таких глубоких дилемм. Взаимодействия в публичной сфере часто могут приводить к дезинформации, аффективной предрасположенности и взаимодействиям на основе гомофилии, которые напоминают поляризацию несмотря на то, что их актуальность по-прежнему неоспорима. Хотя поляризация по-прежнему является глобальной проблемой, структурные изменения, в первую очередь развитие и быстрый рост социальных сетей, еще больше изменили характер, объем и распространение знаний. В результате значение и степень влияния социальных сетей на поляризацию всегда обсуждаются. Мы проводим систематическую оценку существующей литературы в качестве пошагового подхода к преодолению сложности и выявляем переменные и механизмы, влияющие на связь социальных сетей с поляризацией.

Мы также предлагаем концептуальную основу, учитывающую эти нюансы и подчеркивающую необходимость рассматривать эту ассоциацию в более широком контексте. Наше исследование вносит теоретический вклад, потому что оно одно из немногих связывает социальные сети с поляризацией и обеспечивает синтез смешанных переменных и лежащих в их основе механизмов. Мы предоставляем основу для будущих исследований, чтобы направлять политику, а также практику.

Ключевые слова: поляризация, социальные сети, систематический обзор, непредвиденные обстоятельства, механизмы, концептуальные рамки.

Аннотация

Бүгінгі әлем керемет прогресс пен жалғасып келе жатқан қиындықтардың екіжақтылығын көрсетеді. Қоғамдық талқылау - осындай терең дилеммалар жағдайында жұмыс істейтін, көреген қоғамның іргетастарының бірі. Қоғамдық сферадағы өзара әрекеттесулер көбінесе жалған ақпаратқа, аффективті бейімділікке және поляризацияға ұқсайтын гомофильдік негізіндегі өзара әрекеттесулерге әкелуі мүмкін, дегенмен олардың өзектілігі әлі де даусыз. Поляризация әлі де жаһандық проблема болғанымен, құрылымдық өзгерістер, әсіресе әлеуметтік желілердің дамуы мен қарқынды өсуі білімнің сипатын, көлемін және таралуын одан әрі өзгертті. Нәтижесінде,

әлеуметтік медианың поляризацияға ықпалының маңыздылығы мен дәрежесі әрқашан талқыланады. Біз күрделілікпен күресудің кезеңді тәсілі ретінде бар әдебиеттерге жүйелі баға береміз және әлеуметтік желілердің поляризациямен байланысына әсер ететін айнымалылар мен механизмдерді анықтаймыз.

Біз сондай-ақ осы нюанстарды ескеретін және бұл қауымдастықты кеңірек контексте қарастыру қажеттілігін көрсететін тұжырымдамалық негізді ұсынамыз. Біздің зерттеуіміз теориялық үлес қосады, өйткені ол әлеуметтік желілерді поляризациямен байланыстыратын және шатастыратын айнымалылар мен олардың негізгі тетіктерінің синтезін қамтамасыз ететін санаулылардың бірі болып табылады. Біз саясат пен тәжірибені басшылыққа алу үшін болашақ зерттеулерге негіз береміз.
Түйінді сөздер: поляризация, әлеуметтік желілер, жүйелі шолу, күтпеген жағдайлар, механизмдер, тұжырымдамалық негіз.

Introduction

One of the key principles of societal transformation and development initiatives is public discussion (Carpini et al., 2004). A free interchange of ideas and information results in a logical evaluation of the potential solutions to the social problem(s) at hand as well as the problem(s) itself, with all of its facets and complexities (Furman and Tunç, 2020). Although these concepts seem sensible, the reality that is seen beyond national boundaries frequently paints a different picture. Public spaces are becoming more and more reminiscent of emotive extremism, rudeness, false information, and violence rather than a participative culture. Most modern democracies serve as case studies for the growth of populism and demonstrate considerable division on a variety of grounds, including immigration, class, religion, and ethnicity (Boulianne et al., 2020; Gonawela et al., 2018; Yu et al., 2019). Real-world incidents such as the Red Fort violence in India (Waghre, 2021), the storming of the US Capitol (Munn, 2021), and the anti-vaxxer movement (Lovari et al., 2021) highlight the growing gap in public discourse as well as the significant consequences it causes (Arayankalam and Krishnan, 2021). Notably, the corruption spans the entire spectrum, regardless of whether it is a social, economic, scientific, political, or cultural issue (Barberá et al., 2015).

Although it takes many different forms, polarization is fundamentally the completely opposite result of deliberation (Bhatia, 2019). It essentially represents resistance to a different perspective as a mental state. This resistance takes the form of a person clinging to their current position or viewpoint, preventing social connections with individuals who they consider holding opposite viewpoints, and frequently having unpleasant feelings against the outsider (Yarchi et al., 2021). Nation-to-nation socio-political systems are thought to be becoming increasingly polarized over time, despite clearly rising opportunities and aptitudes to influence public opinion creation (Lee and Littles, 2020).

One of the most notable structural shifts in the information environment in recent years is the use of social media (SM) (Shi et al., 2018). Such media include an array of digital platforms that are usually web-based (Web 2.0), and they enable new connections between users while enabling the production, modification, and sharing of user-generated content (Spagnoletti et al., 2015). Professional networking, company marketing, consumer interaction, workplace management, political campaigning, government administration, and the expression of public discourse have all been revolutionized by social media (Kapoor et al., 2018). The final factor has a significant impact on people's decisions and interactions with others, giving the conventional concepts of the public sphere and participative synergy a new life. On the one hand, its features allow for revolutionary simplicity and reach, aside from the potential for exposing people to new and varied sources. The fundamental principles of public discourse are, however, called into question by some features, such as the use of algorithms to propose and selectively expose users to content, which prompts academics to claim that we live in a post-truth period (Lee et al., 2018b). As a result, there is ongoing discussion about how it influences the development of deliberative public spaces (Hensmans, 2021).

The goals of this study are as follows:
1. A comprehensive analysis of scholarly research connecting polarization and social media.
2. A description of the underlying conditions and influencing factors in this connection.
3. Creation of a conceptual framework that combines many theories in order to comprehend the existing

state of knowledge and recommend future research directions.

Literature review

The concept of the "public sphere," which can be seen as a place where all citizens are allowed to participate and discuss matters that meaningful to them without any restrictions or biases of any kind, and where their collective opinion develops into decisions reflecting the common good, is frequently used to conceptualize communication on public issues (Habermas, 1985; Pickard, 2008). Historically, places like coffee shops and town halls served as offline gathering places (Fung et al., 2013). Yet, the Internet, especially social media, has radically changed deliberative opportunities in a number of ways, including increased reach and virality, lower costs, asynchronicity, and the possibility to overcome relationships based on homophily (Heatherly et al., 2017; Kapoor et al., 2018).

There are many different theoretical perspectives on the concept of the public sphere, its deliberative potential, impact on democratic ethos, and the role of technology therein (Dahlberg, 2007). The conventional understanding of democracy is aggregative, where the majority's opinion is respected and justified whether or not it was reached after careful consideration (Fung et al., 2013). With his theory of communicative action, which promotes aggregative reason that must necessarily be preceded by a dialogical exchange, Habermas argued for the transformation of this viewpoint. Here, language and speech serve as the method of communicating reason and as a way to come to an agreement, which is frequently operationalized through intersubjective consensus and human interactions (Habermas, 1985). Any bias, whether internal or external to the communicative process, is excluded by such a viewpoint. Ultimately, the more convincing argument is the one that emerges from a group of people (Habermas, 2000). In addition, the deliberative viewpoint, which is largely founded on the notion of communicative action, is more in line with actual democratic practice. While both democratic deliberation and deliberative democracy represent the deliberative approach, the former is more extensive, picturing a system in which everyone has a chance to participate and takes advantage of it (Chambers, 2009). Instead, the latter seeks to achieve the same purposes through representation-based discourse between tiny citizen groups, sometimes known as mini-publics (Fishkin, 2009). It is thought that such carefully regulated discourse under traditional democratic institutions will enhance decision-making and governance (Parvin, 2018). The agnostic theory of the public sphere presented most strongly by Mouffe is a third relevant theory (1999). Its main contention is that political unification is an impossibility, and that conflict characterizes both the methods and results of human interactions. While the aggregative and deliberative viewpoints assert that its suppression produces consensual solutions, the end consequence is frequently an adversarial population of sub-groups that have been suffocated by the perceived mass. Instead, the agnostic viewpoint acknowledges that others, those who were excluded from the process or from the outcome, will eventually come to pass (Bond, 2011). The goal of discussion should be to prevent enmity and lessen antagonism, not to eradicate them as they are perceived to be. In other words, various interest groups see each other as rivals who have valid, sometimes even persistent disagreements while accepting and acknowledging the right of the other group to hold its beliefs (Mouffe, 2009).

The aim of this review is not to reify or disprove any of the aforementioned theoretical threads, despite the fact that we briefly explain them. We limit ourselves to the concept of polarization, which is a very limited conceptualization (and a possible outcome) of public discourse. Furthermore, we restrict our attention to social media's part in it.

Methods

Beyond the fundamental principles it defines and upholds, a body of knowledge is instructive in many other ways. Given the variety of existing literature that connects SM and polarization, a systematic identification method was deemed necessary to define its bounds. In order to find important trait, we decided to search three comprehensive databases: ABI/Inform, EBSCO, and Web of Science. The approach for selection is shown in Fig. 1. In accordance with the scope of our study, we applied a logical AND operation to the search terms "social media" and "polarization". Titles, abstracts, and keywords were the only fields that could be searched. While numerous highly cited publications on polarization were excluded by the selected selection criteria, such as McPherson et al. (2001) and Stroud (2010), these exclusions were justified because they looked at polarization from a broader perspective and were unrelated to SM. Also, other works were manually disqualified due to their lack of relation to the subject matter under study (Fig. 1 - Not fit with scope of review).

In Appendix A, we go into more detail on the inclusion and exclusion standards.

The various language used for the same or related phenomenon is an important factor to take into account in systematic reviews, especially in the social science fields. But, in this situation, both of these expressions are particularly common and accepted, which makes our job easier. But we made sure to broaden our search results by incorporating terms like partisan and partisanship. Further results analysis did not show any meaningful improvements or enhancements. As a result, the alternative widely used approach of ancestry mapping, which involves checking the references of chosen texts to locate more pertinent articles, was adopted (Cooper, 1982). We ultimately settled on 264 papers, which are shown in Fig. 1.

Before diving into the individual research findings that link social media and polarization, it is beneficial to consider the overall scope of this line of research. In order to achieve this, we classified the 264 papers based on a variety of factors, such as the chronology, publication, research design, geography, scope, intensity of connection, underlying theories, particular SM platforms explored, character of actor(s), and debated problem. Existing research's temporal analysis reveals a consistent increase (Fig. 2). Conceptual research is few (N = 39), however observational data gathered from social network websites predominates empirical investigations (N = 225).

The small number of cross-country studies (N = 25) is another oddity. With around half of the sample studying it exclusively or in collaboration with other countries, the United States of America dominates the research domain. Many works (N = 89) present a broader picture of the information, i.e., they evaluate social media's position in relation to a wider range of traditional and online media.

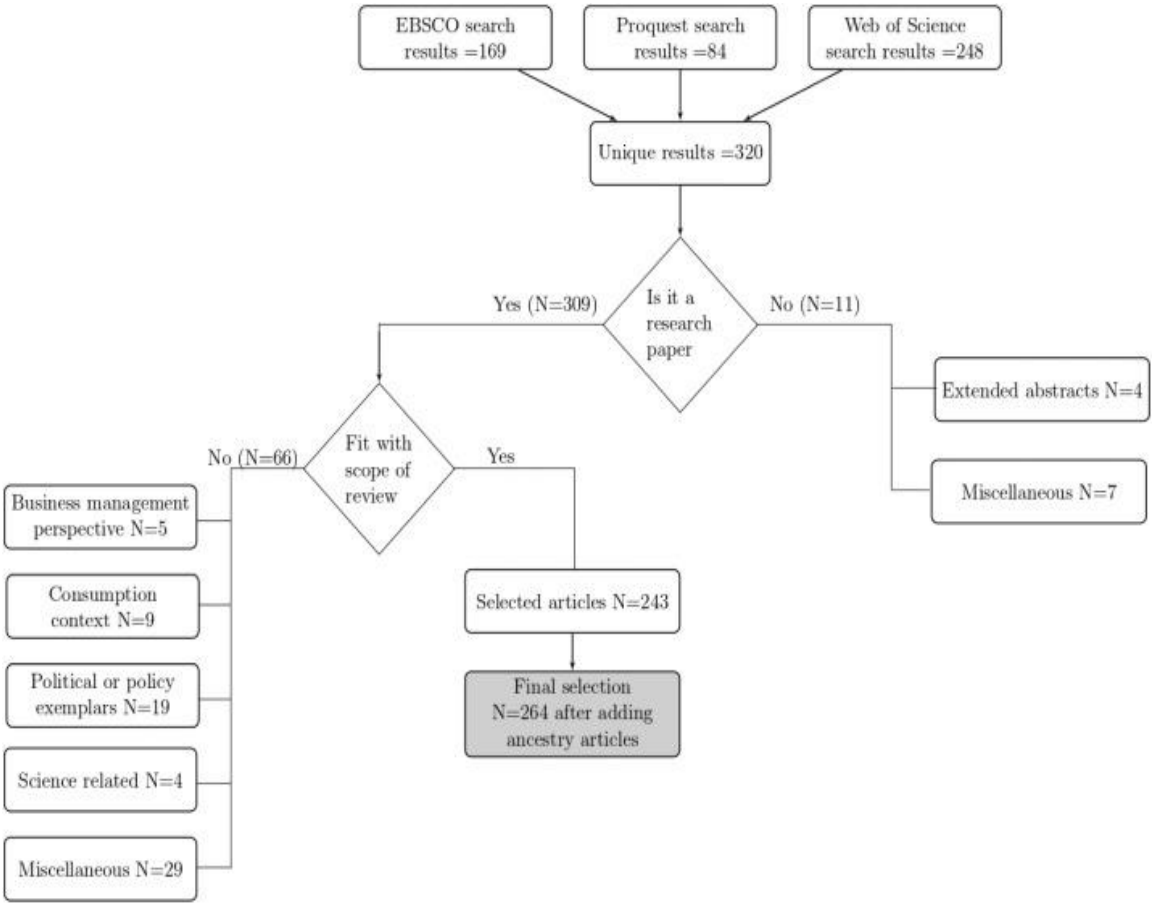


Fig. 1. Article selection process.
Note: compiled by the authors.

Given that our selection approach is biased against the inclusion of traditional media, this is remarkable. By emphasizing how SM contributes to polarization, the majority of studies (N = 155) argue against SM's deliberative and democratizing effects. It's significant that about one-third of the studies (N = 90) acknowledge the duality of the relationship between SM and polarization, leaving the actual

valence to be determined by a number of confounding variables and how polarization is perceived. Few articles use country- or region-specific sites like Weibo (China) and Vkontakte (Russia), with the majority of articles exploring Twitter and Facebook in that order. Given the different capabilities of various platforms, more studies evaluating more than one SM platform are needed. The person being referred to as exceptional or common is another contrast that should be mentioned. When political leaders are considered to have polarized over time, polarization literature is more in agreement than when the masses are taken into account (Prior, 2013). Few studies, either alone or in combination with the masses, have objectively evaluated elite-level polarization. The majority of the articles (N = 234) examine the general public's viewpoint. The majority of the studies also discuss political polarization. This is not surprising considering that politics is viewed as a profession dedicated to promoting and advancing a better society—a goal that is consistent with the purpose of public discourse. Additionally, politics covers a wide range of issues on its own, hiding the explicit identification of other subjects.

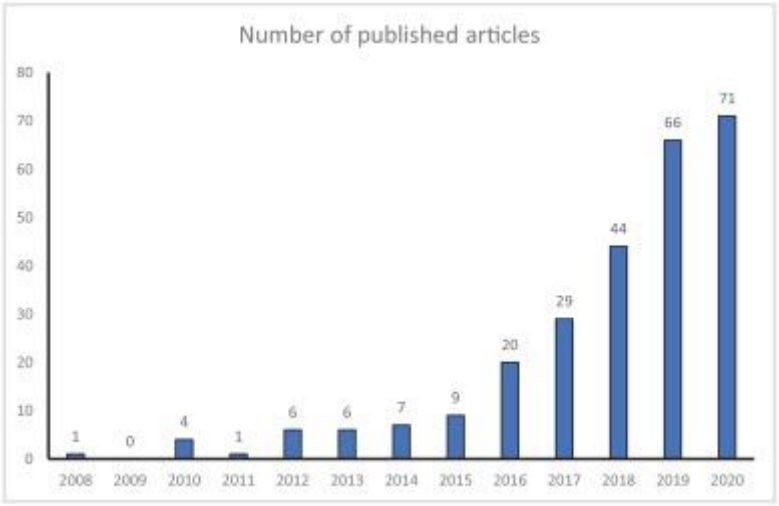


Fig. 2. Chronology of research linking social media and polarization.
Note: compiled by the authors.

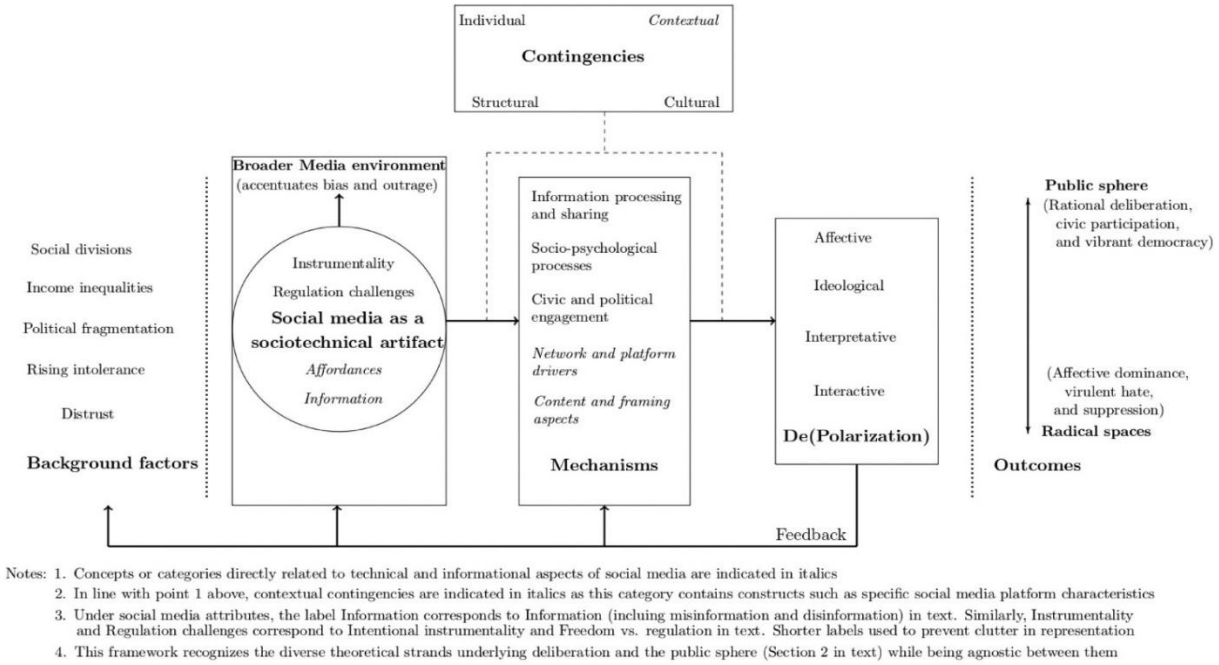
Results

Polarization is not a notion that is very widely agreed upon, like most concepts in the social sciences. In addition to the already divisive discussion over whether the world or our national environment as a whole is becoming more or less polarized, conceptualizing and measuring polarization is characterized by basic distinctions. Several people use terminology like ideology, opinion, or positional polarization and frame it in terms of cognitive views (Yarchi et al., 2021). Although connected to one's point of view, interpretive polarization is a different aspect that emphasizes how beliefs are contextualized and framed rather than the viewpoint itself (Kligler-Vilenchik et al., 2020). A belief-based polarization can be regarded as the convergence within in-groups and the divergence between distinct groups, regardless of whether one's perspective is positional or interpretative. Identity-driven ideology and constraint, or an overarching connection on a variety of topics, are combined in the first aspect of ideological consistency (Lelkes, 2016). The second view of ideological divergence is based on the division of groups, i.e., how widely apart the beliefs are and how distributions change over time (Fiorina et al., 2008).

Polarization is not always a sign of a social void, even if it is typically regressive. In various social systems that normatively seek to serve the interests of everybody, disagreement is frequently a virtue necessity. In other words, the goal is to reach a mutually agreeable resolution following unrestricted discussion, not a straightforward compromise (Wilson et al., 2020). Also, it is advantageous in circumstances where a movement in the group's perspective toward an extreme one is normatively good, such as group therapy for quitting smoking, alcoholism, and charitable giving (El-Shinnawy and Vinze, 1998). Furthermore, access disparities and inequities are created, emphasized, and maintained by socioeconomic and political institutions. People from such marginalized groups must be polarized to some extent in order for them to support one another (Hoffman et al., 2016). Under these circumstances, the degree to which polarization is beneficial or harmful depends on the context.

The integrative conceptual framework

The discussion we just had is an accurate representation of the variety of levels at which SM affects debate and polarization. These viewpoints are incorporated into a conceptual framework by us (Fig. 3). When we note that SM characteristics cover the entire conceptual space, the complexity of the SM-polarization association seems unsurprising. According to our theory of the relationship between SM and polarization, technical and informational factors play multiple roles, including antecedent (offerings; information, including misinformation and disinformation); mechanism (network and platform drivers; content and framing factors); contextual moderator (specific SM platform characteristics; issue salience); and even polarization manifestation (Network homogeneity as Interactive polarization).



Notes: 1. Concepts or categories directly related to technical and informational aspects of social media are indicated in italics
2. In line with point 1 above, contextual contingencies are indicated in italics as this category contains constructs such as specific social media platform characteristics
3. Under social media attributes, the label Information corresponds to Information (incluing misinformation and disinformation) in text. Similarly, Instrumentality and Regulation challenges correspond to Intentional instrumentality and Freedom vs. regulation in text. Shorter labels used to prevent clutter in representation
4. This framework recognizes the diverse theoretical strands underlying deliberation and the public sphere (Section 2 in text) while being agnostic between them

Fig. 3. Conceptual framework of social media and polarization.
Note: compiled by the authors.

Conclusions and discussion

Knowledge-seeking is a perpetual exercise. Few real-world problems illustrate this pragmatism better than the interjectory challenges of new-age media and polarization. Understandably then, our preceding analysis reveals a plethora of unresolved issues. We organize the aforementioned elements in Fig. 4 as a general framework for future development. The two anchors of the three motions are theoretical depth and methodological development. It is crucial to remember that standalone studies are not expected to achieve all of the suggested goals, especially given that each dimension is a collection of goals rather than a single concept. Yet, we advocate for and work toward an aggregate transition in which the literature's overall sense shifts to
the upper-right quadrant (Fig. 4).

As a conclusion, we would reaffirm the need for "socio-technical solutions" to address the information ecosystem's vulnerabilities because views that are exclusively technological, psychological, or sociological present an incomplete picture (Treen et al., 2020). We agree with Kaligotla et al. (2020) that civic society and regulation are interjecting elements that must work together to address the threat of polarization, along with platforms and underlying technologies.

Although while regulation is essential, few people think it is sufficient. Social norms need to change, technology architecture needs to be more open, and commercial logic needs to take societal issues into account. Each of these areas has room for academic research to make a contribution. Few issues demand as much interdisciplinary investigation as these ones do.

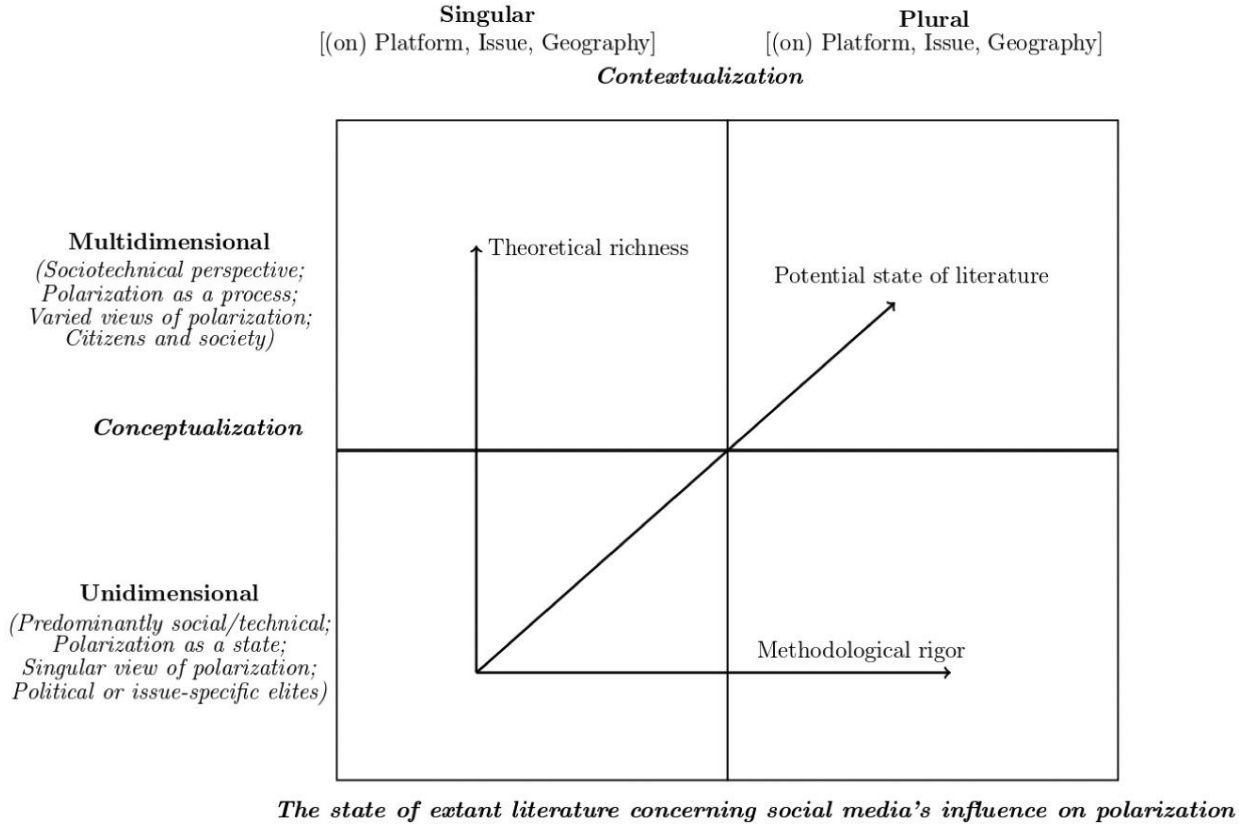


Fig. 4. A possibility-matrix for future research linking social media and polarization. Note: compiled by the authors.

References:

1. Mapping the scholarship of fake news research: a systematic review Journal. Pract., 1–31 (2020), 10.1080/17512786.2020.1805791

2. The welfare effects of social media Am. Econ. Rev., 110 (3) (2020), pp. 629-676

3. Social media in Saudi Arabia: exploring its use during two natural disasters Technol. Forecast. Soc. Chang., 95 (2015), pp. 3-15

4. Relating foreign disinformation through social media, domestic online media fractionalization, government's control over cyberspace, and social media-induced offline violence: insights from the agenda-building theoretical perspective Technol. Forecast. Soc. Chang., 166 (2021), 10.1016/j.techfore.2021.120661

5. Legitimate and illegitimate consumer complaining behavior: a review and taxonomy J. Serv. Mark., 34 (7) (2020), pp. 921-937

6. Intentional social action in virtual communities J. Interact. Mark., 16 (2) (2002), pp. 2-21

7. Social capital, double embeddedness, and mechanisms of stability and change Am. Behav. Sci., 52 (11) (2009), pp. 1531-1555

8. # PolarizedFeeds: three experiments on polarization, framing, and social media Int.J.Press/Polit., 26 (3) (2021), pp. 609-634

9. Children in cyberspace L. Shyles (Ed.), Deciphering Cyberspace: Making the Most of Digital Communication Technology, SAGE, Thousand Oaks, CA (2003), pp. 159-199

10. Tweeting from left to right: is online political communication more than an echo chamber? Psychol. Sci., 26 (10) (2015), pp. 1531-1542

11. Modeling echo chambers and polarization dynamics in social networks Phys. Rev. Lett., 124 (4) (2020), 10.1103/PhysRevLett.124.048301

12. Facebook news and (de) polarization: reinforcing spirals in the 2016 US election Inf. Commun. Soc., 21 (7) (2018), pp. 940-958

13. Are we exposed to the same “news” in the news feed? An empirical analysis of filter bubbles as information similarity for Danish Facebook users Digit. Journal., 6 (8) (2018), pp. 990-1002

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ УЛУЧШЕНИЯ УСЛУГ МЕДИЦИНСКИХ УЧРЕЖДЕНИЙ

Рахымберген А.Н., Магистрант
Алматы Менеджмент Университет, г. Алматы.
aidanarkhm@gmail.com

Аннотация. Маркетинг в здравоохранении - одна из сложных форм маркетинга. Это связано с множеством причин. Данная сфера является специфичной и имеет харакетрные особенности и факторы, которые могут влиять на развитие рынка. Так как медицинская помощь предполагает сохранение ценности человека - его жизни и здоровья.

В статье рассматривается стратегия маркетинга в сфере медицинских услуг. Изучение маркетинговой стратегии улучшения медицинских услуг в нынешнее время является значимым фактором, а также способствующим построению конкурентоспособного учреждения на данном рынке.

Цель заключается в определении эффективной маркетинговой стратегии услуг медицинских учреждений в условиях цифровизации на рынке Казахстана. В связи с глобализацией использование интернет-технологий является «упрощенным» действием для получения услуг в медицинских учреждениях.

В результате проведения исследования на рынке в сфере медицинских организации был проведен анализ целевой аудитории (потребители медицинских услуг в клинике «Х», находящийся в городе Алматы), были выявлены основные претензии клинике «Х», разработан пример плана мероприятий для использования рекомендованных маркетинговых стратегии для улучшения в условиях интернет-технологии, с помощью которого будет возможность поддержания и повышения качества оказываемых медицинских услуг.

Практическая значимость состоит в возможности применения стратегий для улучшения услуг медицинских учреждений на рынке Казахстана.
Ключевые слова: маркетинг, маркетинговая стратегия, медицинские услуги, медицинские учреждения.

Аннотация. Денсаулық сақтау жүйесіндегі маркетинг - маркетингтің күрделі түрлерінің бірі болып табылады. Бұл көптеген себептерге байланысты. Бұл сала спецификалық болып табылады және нарықтың дамуына әсер ете алатын өзіне тән белгілері мен факторларына ие. Өйткені медициналық көмек адамның құндылығын – оның өмірі мен денсаулығын сақтауды көздейді.

Мақалада медициналық қызмет көрсету саласындағы маркетингтік стратегия қарастырылады. Қазіргі уақытта медициналық қызметтерді жетілдірудің маркетингтік стратегиясын зерттеу маңызды фактор болып табылады, сонымен қатар осы нарықта бәсекеге қабілетті мекеменің құрылысына ықпал етеді.

Мақсат – Қазақстан нарығындағы цифрландыру жағдайында медициналық мекемелер қызметінің тиімді маркетингтік стратегиясын анықтау. Жаһанануға байланысты интернет-технологияларды пайдалану медициналық мекемелерде қызмет алудың «жеңілдетілген» әрекеті болып табылады.

Медициналық ұйымдар саласындағы нарықты зерттеу нәтижесінде мақсатты аудиторияға талдау жүргізілді (Алматы қаласында орналасқан «Х» емханасындағы медициналық қызметтерді тұтынушылар), емхананың негізгі талаптары « Х» анықталды, интернет-технологиялар жағдайын жақсарту бойынша ұсынылатын маркетингтік стратегияларды пайдалану бойынша іс-шаралар жоспарының үлгісі әзірленді, оның көмегімен көрсетілетін медициналық қызметтердің сапасын қолдау және жақсарту мүмкін болады.

Тәжірибелік маңыздылығы Қазақстан нарығында медициналық мекемелердің қызметтерін жақсарту стратегияларын қолдану мүмкіндігінде.
Түйінді сөздер: маркетинг, маркетингтік стратегия, медициналық қызметтер, денсаулық сақтау мекемелері.

Annotation. Healthcare marketing is one of the complex forms of marketing. This is due to many reasons. This area is specific and has characteristic features and factors that can influence the

development of the market. Since medical care involves the preservation of the value of a person - his life and health.

The article deals with the marketing strategy in the field of medical services. The study of a marketing strategy for improving medical services at the present time is a significant factor, as well as contributing to the construction of a competitive institution in this market.

The goal is to determine an effective marketing strategy for the services of medical institutions in the context of digitalization in the Kazakhstan market. Due to globalization, the use of Internet technologies is a "simplified" action for obtaining services in medical institutions.

As a result of a market research in the field of medical organizations, an analysis of the target audience was carried out (consumers of medical services in the clinic "X", located in the city of Almaty), the main claims of the clinic "X" were identified, an example of an action plan was developed to use the recommended marketing strategies for improvements in the conditions of Internet technology, with the help of which it will be possible to maintain and improve the quality of medical services provided.

The practical significance lies in the possibility of applying strategies to improve the services of medical institutions in the market of Kazakhstan.
Keywords: marketing,marketing strategy, medical services, medical institutions.

Введение

Сфера здравоохранения за последний десяток получила большой скачок в развитии. Обусловлено тем, что увеличилось количество населения, появились новые типы заболеваний, к примеру, Ковид-19 - оказалось одним из крупных, с которым мы столкнулись впервые в 2019 году, в результате, она превратилась в глобальную пандемию и ударила по экономике всех стран мира. В связи с пандемией в стране резко вырос спрос на медицинские услуги. Сейчас на рынке бок о бок динамично растут государственные так же частные учреждения.

Во время последнего послания народу (от 1 сентября 2022 года) президента РК Касым - Жомарт Кемелевич Токаева, были озвучены реформы на ближайшие 3 года. Как упомянул наш президент: «Люди – главная ценность нашей страны. … Несмотря на реформы в сфере здравоохранения, состояние данной отрасли оставляет желать лучшего. … Особое внимание следует уделить комплексному улучшению медицинской инфраструктуры, в том числе посредством государственно-частного партнерства. Медицина – инвестиционное привлекательная отрасль, нужно только создать правильные условия.»

В связи с этой реформой системы здравоохранения, его главной задачей можно обозначить адаптацию сферы к условиям рынка, а он со свою очередь развивается во всех направлениях общества. Медицинские услуги хоть и связаны со здоровьем и жизнью человека, но мало финансируемая область. В результате постепенного приспособления к рынку этой сферы получаем высокий спрос на платную помощь. А это в свою очередь создает потребность к концепции маркетинга и ее стратегии.

В нынешнее время компании понимают маркетинговую стратегию, как неотъемлемую часть работы бизнеса. Эффективно разработанная стратегия помогает продвигать и определяет успех компании в будущем. Стратегия для определенного учреждения необходимо, так как дает возможность организовать деятельность и единство действий. При внедрении стратегии, учитываются факторы внешней и внутренней среды.

Актуальность исследования заключается в том, что в связи с реформой в системе здравоохранения (послание народу президента РК от 1 сентября 2022 года), учитывая специфичность сферы и условия сильной конкуренции, эффективная маркетинговая стратегия, подходящая актуальным тенденциям и последним новшествам цифровых технологий, имеет первостепенное значение.

Цель исследования заключается в разработке рекомендаций для использования эффективных маркетинговых стратегии улучшающей услуги в медицинских учреждениях на рынке Казахстана.

Новизна заключается в разработке плана маркетинговых мероприятий для повышения уровня удовлетворенности цифровыми услугами в медицинского учреждения: клиники «Х».

Гипотеза научной работы заключается в том, что разработанные рекомендации для использования маркетинговых стратегии и план мероприятии поможет клинике «Х» повысит продвижение компании и количество клиентов, что в результате повысит ее узнаваемость и

приведет к прибыли.

Практическая значимость состоит в возможности применения разработанной маркетинговой стратегии в одной из клиник города Алматы, что поможет улучшению услуг медицинских учреждений.

Литературный обзор

Сфера здравоохранения отрасль со спецификой, с особенностями оказываемых услуг и потребителей. Медицинские услуги от повышения качества жизни до действия по сохранению и спасению жизни незаменимы, что делает эту сферу одним из основных аспектов любого сообщества. Являясь важным условием благополучия человечества, здравоохранение существенно оказывает влияние на соответствующие рынки. В результате, в последние годы можно наблюдать развитие спроса на концепцию маркетинга в этой сфере [1-4].

В связи с реформой системы здравоохранения, его главной задачей можно обозначить адаптацию сферы к условиям рынка, а он в свою очередь развивается во всех направлениях общества. В результате постепенного приспособления к рынку этой сферы получаем высокий спрос на платную помощь. Население воспринимает медицинскую помощь как услугу и, следовательно, у граждан появляется выбор, где и кто будет ее оказывать.

Медицинский маркетинг можно интерпретировать как действия, благодаря которым изучается спрос, информация об учреждениях и образование различных ситуации для удовлетворения потребностей населения в разных видах медицинских товаров и услуг.
В целом основной целью маркетинга в этой области является повышение удовлетворенности населения спроса на получение медицинской помощи [5-8].

При разработке маркетинговых стратегии, а также при подборе методов и инструментов привлечения и удержания пациентов нужно учитывать широту спектра оказываемых услуг и сложность подбора единого подхода, в связи с чем авторы опираются и ставят главную задачу определение наиболее подходящих сегментов, анализируя ресурсы и конкурентов [9,10].

В нынешнее время труднее привлекать и удерживать потребителей медицинской помощи, поэтому для маркетинга используют ряд инструментов, таких как социальные сети, онлайн рекламы, продвижение сайта самого учреждения. Благодаря таким инструментам сегодня можно не только привлечь потребителей, но и поддерживать их интерес [7,10,11].

Прудников Ю. и Назаренко А. [1], также Буднікевич І. М., Коломицева О. В, Шпаюк О. І. [12] показали в своей работе обновленные инструменты медицинского маркетинга и их роль в этой сфере. В работе показывают смену приоритетов с «медицины болезной» к «медицине здоровья». Теоретический рассматриваются влияние трендов маркетинговых тенденции, влияние пандемии COVID-19. В последние годы идет активный рост цифровой медицины. Упомянутое выше исследование показывает основные инструменты глобального маркетинга, маркетинг управления на основании данных, мобильный маркетинг, «уберизацию потребления», инновации маркетинга, контент – маркетинг, онлайн запись и телемедицина.

Калибеков А. отметил в своем исследовании основные предпосылки возникновения маркетинга именно в этой сфере. По его мнению, на это оказывает свое влияние финансирование (методы и источники), образование учреждений, объем затрат. В своем исследовании автор показывает в виде блок-схемы этапы формирования стратегии маркетинга в сфере медицинских услуг, проведен анализ инструментов: модель STEP и взаимодополняющий SWOT анализы [12].

В исследовании отечественных ученых Суханбердина Б.Б., Курманова Г.К., Шайхиев Ж.Ж.., Уразова Б.А. и эксперта SES B. Widmann, пишут о нашем рынке медицинских услуг и оценивают его как демонополизированный. Важной задачей выявили качество и доступность услуг для населения и доход для самого учреждения, учитывание интересов общества. В своей работе указывают как решение - применение маркетинга и подчеркивая социальную нацеленность современного маркетинга, свои задачи превратили в цель. Используя объект «Городскую поликлинику №6», где оказывают услуги в рамках гарантированного объема бесплатной помощи (далее «ГОБМП») и на платной основе, проанализировали аспекты маркетинга МУ и оценки ее деятельности и показали в своей работе, что с помощью совершенствования маркетинговой деятельности такие организации готовы конкурировать на рынке наравне с частными учреждениями. В исследовании авторы использовали данные за

2016-2018 гг., отталкиваясь от статистики посещаемости клиники. Планируемая мощность посещений за смену составляла - 250, но было зарегистрировано 732 посещения, что превышает вместимость в 2,9 раза. В связи с этим в настоящее время у клиники появились новые задачи, такие как привлечение новых кадров и расширение площади, улучшение качества услуг. Их исследование показало, что в рамках ГОБМП компания не сталкивается с конкуренцией, но у оказываемых услуг на платной основе, ситуация другая. Были сделаны следующие выводы: у компании имеются маркетинговые деятельности, но многие из них выполняются бессистемно, маркетинговые планы (стратегические и текущие) не составляются. Авторы выявили недостатки маркетинга, к ним относятся: малый бюджет на маркетинговые мероприятия, неправильное использование рекламы, недостаточное продвижение платных услуг, нехватка кадров, отсутствие специалиста маркетолога, не проводится работа с внутренним маркетингом, в результате чего это приводит к плохим отзывам, малой эффективности деятельности. Для спасения ситуации, в следствии социального характера подобрали маркетинговую модель Ф. Котлера «Треугольник обслуживания». В своей работе Суханбердина Б.Б., Курманова Г.К., Шайхиев Ж.Ж.., Уразова Б.А. и эксперта SES B. Widmann показали важность позиции «маркетолога», выбора маркетинговой стратегии, также анализ по финансам [13].

Уровень развития рынка медицинских услуг напрямую связан с показателями объема и структуры потребления медицинских услуг, значения которых зависят от ряда факторов, наиболее сильно влияющих на них:

- демографический показатель, как численность населения
- половые и возрастные особенности
- бонитет потребителя
- заболеваемость населения: уровень, структура
- снабженность медицинскими организациями
- развитость рынка услуг
- возможность получения социальных гарантий.

Услуга в медицине — это продукт и главный объект медицинского маркетинга, который представляет ценность для человека благодаря его способности удовлетворять его личные потребности в области здравоохранения и является средством решения проблем, связанных с неудовлетворительным состоянием здоровья.

Основными причины для появления маркетинга медицинских услуг были:

- развитие уровня показателей здоровья населения;
-низкая обращаемость граждан за медицинской помощью
- требование качественной услуги, повышение предложений над спросом
- формирование коммерческих медицинских организации
- методы финансирования услуг и организации и ее изменения, повышение затрат на услуги, появление новых источников финансирования, не связанных государством [14,15].

В завершении литературного обзора можно сделать вывод, что по теме «Маркетинговая стратегия улучшения услуг медицинских учреждений» и данной тематике существует большое количество зарубежных статей, но в отечественной науке в контексте данной темы наблюдается значительный дефицит знаний. Из этого следует, что требуются дополнительные исследования и кейс-стади для восполнения существующего пробела.

Методы

Цель исследования заключается в изучении разработки эффективной маркетинговой стратегии улучшающей услуги в медицинских учреждениях на рынке Казахстана. Для этого были применены следующие шаги: исследование принципа разработки стратегии, разработка этапов формирования стратегии, выполнены: анализ мнении уровня удовлетворенности целевой аудитории о цифровизации медицинских услуг с помощью опроса. Теоретической основой данной статьи являются исследования, проведенные отечественными и зарубежными авторами и специалистами в области маркетинга медицинских услуг.

Методы исследования: индивидуальное анкетирования с применением платформы «Google Forms».

Содержание опроса:

- количество вопросов: 18 вопросов
- типы вопросов: закрытые (поливариантные) и открытые вопросы, шкала Лайкерта.

- содержание вопросов: половозрастные, о типе обслуживания в клинике, способах записей на прием, удовлетворенность потребителей по: обслуживанию на линии, в клинике, информация о сайте, обратная связь с «отзывами и предложениями».

- количество респондентов: 60, являются посетителями клиники (первичное обращение, постоянные потребители услуг в клинике «Х»)

Результаты

В целях общего понимания состояния работы объекта – клиники «Х», был проведен опрос потребителей услуг.

В опросе участвовало 32 женщин (53,3%) и 28 мужчин (46,7%). По виду обслуживания 31 респондентов (50,8%) получили услугу на платной основе, 29 респондентов (49,2%) по программе «Гарантированного объема бесплатной медицинской помощи» - ГОБМП.

Возрастная категория: преобладали возрастные периоды от 18 -30 лет – 21 чел. (34,4%), 31-40 лет – 13 чел. (21,3%); затем идет возраст 41-50 лет – 10 чел. (16,4%), 51-60 лет – 9 чел. (14,8%), затем возрасты от 60 и старше – 5 чел. (8,2%) (рисунок – 1).

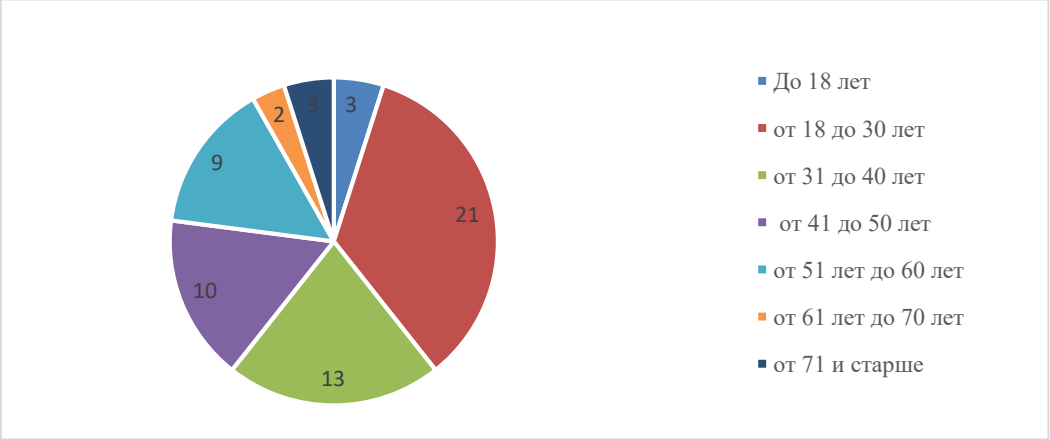


Рисунок – 1. Возрастная категория потребителей услуг в клинике «Х».

56,7 % опрошенных респондентов выбрали клинику «Х» - самостоятельно, 38, 3% - посоветовали (по направлению) лечащие врачи, остальные – по рекомендациям знакомых.

Респонденты дали оценку скорости предоставления обслуживания, в основном ответы содержат категории «краткое» (ср. знач. – 27,8) и «очень краткое» (ср. знач. - 24,8) - означает, работу беспрерывную, без задержек приемов, кроме единичных случаев (рисунок - 2).

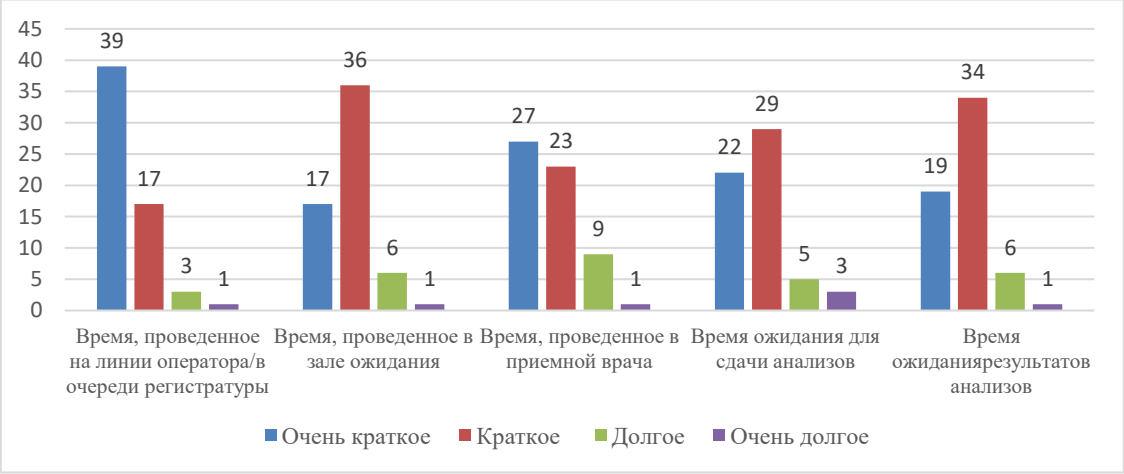


Рисунок – 2.Скорость обслуживания в клинике «Х».

Оценка возможностей получения услуг, респонденты оценивают на «отлично и хорошо» - возможность назначения приемов, удобные приемные часы клиники, геолокация, реакцию на звонки (рисунок - 3).

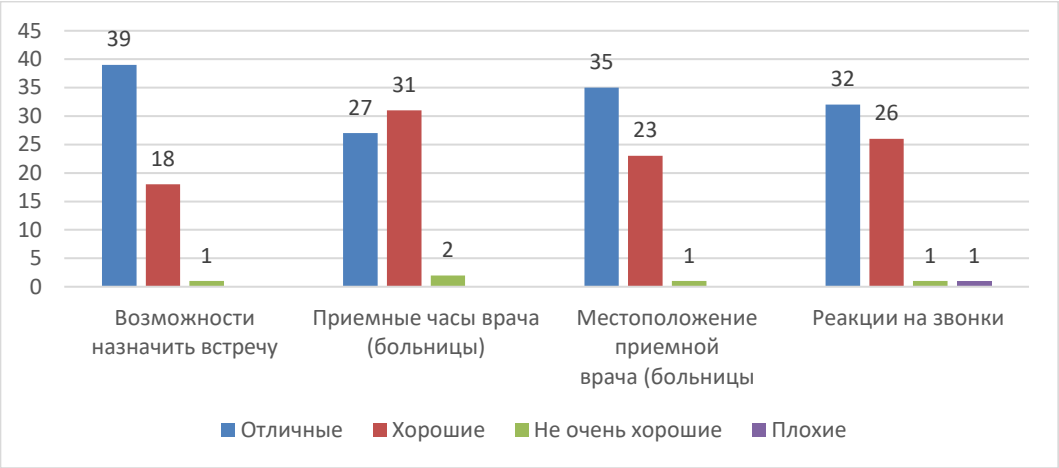


Рисунок – 3. Оценка возможностей обслуживания в клинике «Х».

Респонденты также ответили на опрос, для определения наиболее используемого способа записи на услуги, в результате: преобладают записи по телефону – 50,8%, затем через Интернет (соц. сети, сайт) – 27,1%, при личном обращении (через стойку регистрации) – 18,6%, записывают лечащие врачи – 3,4%.

На вопрос об удовлетворённости респонденты ответили следующим образом:

Таблица №1 – Удовлетворенность респондентов

	Да	Нет	Затрудняются ответить
Отношение персонала	69%	29,3%	1,7%
Условия организации	62,7%	35,6%	1,7%

Перед посещением клиники «Х» заходили на официальный сайт – 33 чел. (55,9%), не посещали сайт – 26 чел. (44,1%). Респонденты, которые заходили на сайт, оценили доступность информации в нем по шкале от 1 до 10 (рисунок - 4).

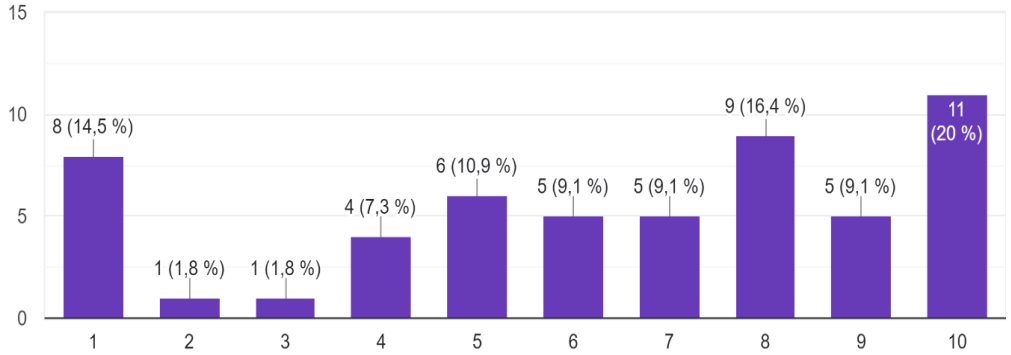
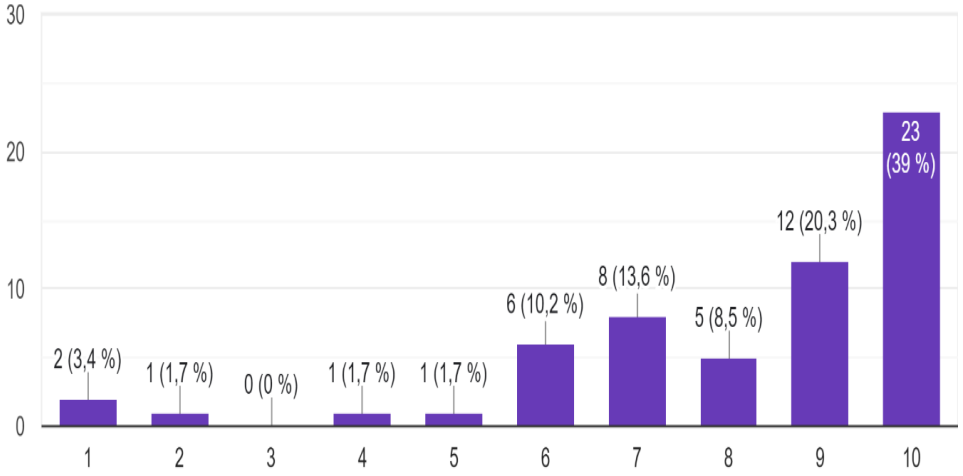


Рисунок – 4. Посещение клиентов официального сайта и ее информативность.

Как показывают результаты опроса по способу записи, наибольшему количеству респондентов удобно через телефон. В центре функционирует работа операторов Call-центра, работа которых была оценена от 1 до 10. По результатам опроса многих удовлетворяет их работа, но так е есть и отрицательные оценки (рисунок - 5).



,

Рисунок – 5. Оценка удовлетворенности работой операторов Call- центра клиники «Х».

По результатам оценки медицинского персонала, преобладают ответы «согласия», но по критериям выслушивания, объяснения, обращения, ответов на вопросы и дружественности имеют низкую оценку (рисунок – 6).

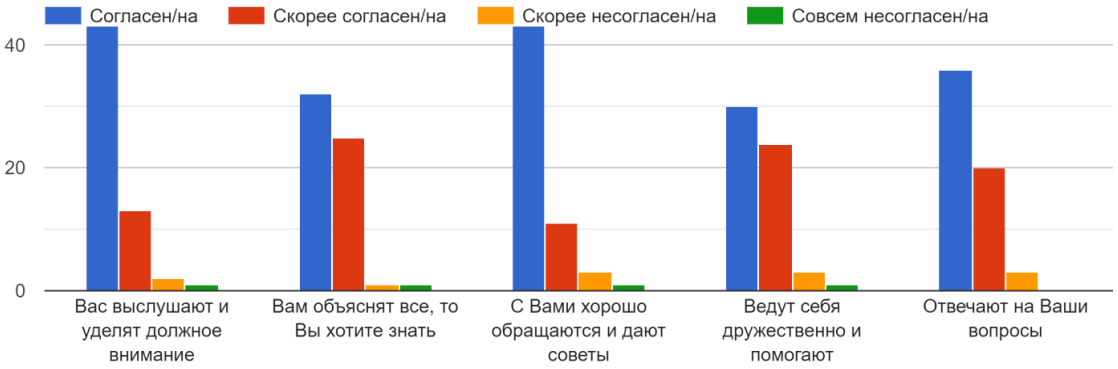


Рисунок – 6. Отношение персонала к клиенту в клинике «Х».

Оснащенность клиники «Х» респонденты оценили на «отлично и хорошо», но есть и «плохие» ответы, лишь в единичном случае (рисунок -7).

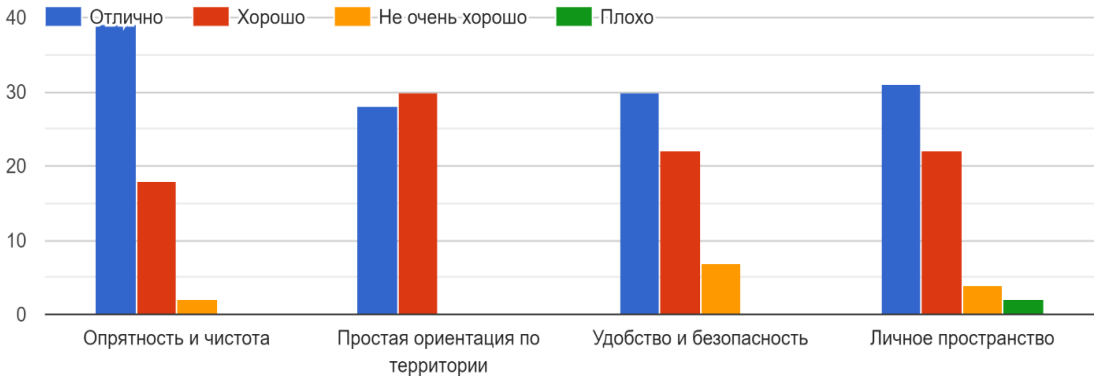


Рисунок – 7. Оснащенность клиники «Х».

В опросе об оценке стоимости услуг клиники «Х», в основном ответили, как

«неприемлемая и дорого» - 58,9%, другая часть «приемлемая и дешево» - 41,1% (рисунок - 8).

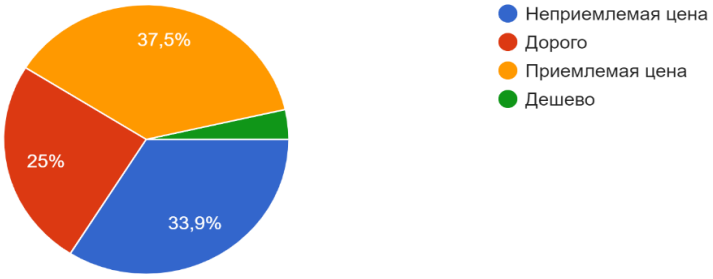


Рисунок – 8. Оценка цены за услуги в клинике «Х».

57,6% опрошенных респондентов готовы нас рекомендовать своей семье или знакомым, 42,4% не будут нас рекомендовать другим. По открытым вопросам были выявлены следующие проблемы клиники:

- цена
- грубость со стороны персонала
- возможности записей (несвоевременное попадание на прием, ожидание своего приема от 3-х недель)
- состояние клиники «Х» (ремонт)
-информация на сайте (недостоверность, отсутствие своевременного обновления изменении).

Низкий уровень удовлетворенности цифровыми услугами в медицинском учреждении связан с отсутствием стратегии. Главные цели маркетинга:

1. Повышение количества повторных посещений
2. Увеличение среднего чека за коммерческие услуги
3. Внедрение акции и бонусов, которые могут стимулировать платные услуги
4. Продвижение услуг: комплексных и профилактических
5. Проработать среду предоставления услуги

Одним из видов маркетинговой стратегии в современном здравоохранении является – социальный маркетинг. Этот вид маркетинга использует инструменты маркетинга для улучшения жизни, как отдельных личностей, так и общества. Маркетинг предполагает собой ведение лечебно-профилактической деятельности, оказание услуг потребителям специальных групп (людям старшего поколения, ветеранам, людям с ограниченными возможностями, социально уязвимому слою и т.д.). В организации нужно предусмотреть программы спонсорства, ценовую политику, благотворительность, этическую направленность. Эти программы создадут благоприятный имидж – «человекоориентированности», в результате возникнет психологическое доверие. Отсюда вытекает стратегия маркетинга отношении. Как видим из результатов проведенного опроса, учреждению нужно сосредоточиться на построении хороших отношений со своими клиентами. Потребители, которым не всегда пытаются продать услугу, а относятся доброжелательно и пытаются помочь с их ситуациями, в результате полюбят организацию за человечность и искренность, что даст толчок на «сарафанное радио».

Также в связи с нынешними условиями цифровизации есть возможность использования стратегии PR и онлайн маркетинга. Работа со средствами массовой информации повышают информативность о предприятии. Эти стратегии являются молодыми, но пользуются большим спросом и взаимодействуют с аудиторией напрямую.

С целью решения вышеперечисленных проблем по результатам опроса и для применения маркетинговых стратегии в таблице №2 приведен план мероприятий.

Таблица №2 – План мероприятий для повышения уровня удовлетворенности потребителей услугами учреждения

Маркетинговые мероприятия	Ответственные лица
Внутрикорпоративные мероприятия	
1) Психологические тренинги, например о конфликтных ситуациях	Директор, психолог, спикер
2) Обучение персонала, периодически отправлять на курсы	Директор, администрация

3) Открытие отдела маркетинга, введение должность «маркетолог», найм сотрудника	Директор
Реклама и PR мероприятия	
1) Интернет (обновление официального сайта, обеспечение хорошей навигации, официальных личных кабинетов на популярных обзорных сайтах и медицинских порталах, внедрение новых методов в области управления репутацией в социальных сетях)	Отдел маркетинга, маркетолог
2) Радио, ТВ (телепередачи)	Отдел маркетинга, маркетолог
3) Публикации о клинике, о новшествах (методы лечения, изменения кадров и т.д.) периодическое обновление	Отдел маркетинга, маркетолог, директор
4) Полиграфия (рекламные брошюры и буклеты, визитная карточка, плакаты) 5) Брендированная продукция (ручки, флешки, блокноты с логотипом)	Отдел маркетинга, маркетолог, финансист
Продвижение товара - продажа	
6) Рассмотреть прайс-лист	Маркетолог, финансист, директор
7) Работа с партнерами, составление соглашении (аптеки, санатории, фитнес центры)	Отдел маркетинга, маркетолог, финансист, директор
8) Бонусная программа, система скидок, акции	Отдел маркетинга, маркетолог, финансист, директор
9) Обработка телефонных звонков (приглашение на повторный прием, акции, бонусы)	Администрация, регистраторы
10) Рассылка	Отдел маркетинга

Приведенная выше маркетинговая стратегии включают в себя несколько видов работы с потенциальной аудиторией. В нынешнее время предлагается активно использовать Интернет, социальные сети – Instagram, TikTok, Facebook - которые способствуют созданию имиджа и параллельно с этим поможет прорекламировать клинику «Х». Социальные сети являются действенными PR инструментами в современном мире. Ведь по опыту частных учреждений, Интернет является эффективной платформой для распространения информации о клинике. В нынешнее время государственные клиники не являются активными пользователями Интернета, их деятельность связанное с Интернетом ограничиваются веб-сайтом.

В качестве нового маркетингового хода предлагается производство брендированной продукции для постоянных и VIP пациентов. В связи с четкой ассоциацией продукции с клиникой этот метод является эффективной, в то же время простой и дешевый способ популяризации клиники. Пример самых простых продукций: ручки, блокноты, магниты. Партнерские программы с организациями как: аптека, фитнес, сфера красоты – является новшеством для клиники, которая способствует повышению продаж. Следует внедрение звонков пациентам с базы данных и предложением пройти повторный прием, медосмотр, делиться с новостями клиники: скидки, бонусы и акции.

Выводы

Основываясь на результатах, проведенных анализов, можно сделать следующие выводы:

1. Маркетинг в сфере здравоохранения – относительно новое направление и сложный процесс, в котором одинаково важное значение имеют как внешняя, так и внутренняя среда. Он включает в себя планирование, управление персоналом, продвижение услуг с применением маркетинговых стратегии, экономическая целесообразность и ценообразование. В нынешнее время понимание маркетинга, социальная направленность, не извлечение прибыли, а обеспечение доступности и удовлетворение потребностей населения. В связи с чем, четко определяется 3 главных целей:
   - принимать во внимание интересы общества
   - удовлетворение потребности потребителей медицинских услуг
   - максимизация прибыли.
2. Миссия клиники «Х»: «Предоставление высококачественной медицинской услуги». Учитывая

специфику данной клиники, выделяются маркетинговые компоненты: потребители, персонал и администрация и был представлен пример маркетинговой стратегии в условиях цифровизации. С учетом результатов опроса и потребностей клиентов, разработан пример маркетинговой стратегии. Данная стратегия может быть полезна для учреждения, способствуя росту ее рынка и повышения качества услуг.

3. По результатам проведенного опроса с помощью платформы «Google Forms», выявлены основные проблемы клиники «Х», такие как:

- Отношение персонала к пациентам
- Нерациональное распределение приемов
- Цена
- Недостоверность, недостаточность информации на сайте, некачественное ведение социальных сетей
- состояние клиники «Х».

Исходя из результатов исследования следует сделать акцент на важности маркетингового отдела в организации и эффективности в используемой маркетинговой стратегии. Следует отметить, что маркетинговая стратегия компании является крайне значимой, так как без нее компания будет принимать решения интуитивно, возможно исходя из сложившихся ситуации. Хотелось бы заметить, что в нынешнее время, с помощью маркетинговой стратегии, есть современные способы продвижения компании, повышения продаж, в основном, в связи с глобализацией, хорошими инструментами можно выделить: Интернет, социальные сети (Instagram, TikTok, Facebook). Маркетинговая стратегия позволит, в соответствии с миссией компании, вывить нужды потребителей, проработает внутренную и внешнюю среду организации, поможет в максимизации прибыли, но и комлпексно будет влиять на ее повышение.

Список использованных источников:

1. Prudnikov Yu, A., Nazarenko. The Role of Content Marketing in the Promotion of Medical Goods and Services // Health Economics and Management Review, 2021, Issue 1
2. Elrod JK, Fortenberry JL Jr. Formulating productive marketing communications strategy: a major health system's experience. BMC Health Serv Res. 2018;18(Suppl 3):926.
3. Elrod and Fortenberry BMC Health Services Research 2020, 20(Suppl 1):817
4. Калибеков А. Особенности маркетинга в сфере платных медицинских услуг казахстана// Вестник КазНМУ. - 2020
5. Федулова Н.Н. Внешний и внутренний маркетинг. Нужен ли он государственной медицинской организации? // ОРГЗДРАВ: новости, мнения, обучение. Вестник ВШОУЗ. 2019. Т. 5, № 3. С. 15–23. doi: 10.24411/2411-8621-2019-13002.
6. Накенова А. А., Айдаралиев А. А., Аль-Шавабке Лайт Джума Оде Теоретические основы маркетинга в системе здравоохранения // Бюллетень науки и практики. 2021. Т. 7. №5. С. 248-256. https://doi.org/10.33619/2414-2948/66/23
7. Aksyonova E.I., Zudin A.B. Marketing meditsinskikh organizatsiy: instrumenty privlecheniya i uderzhaniya patsientov [Marketing of healthcare organizations: tools for attracting and retaining patients]. Vestnik Avitsenny [Avicenna Bulletin]. 2020;22(4):548-52. Available from: https://doi. org/10.25005/2074-0581-2020-22-4-548-552
8. Абдрахманова С.А., Көккөз Л.Ж., Кажибаев А.Э. Внутренний маркетинг в организации здравоохранения. Анализ удовлетворенности персонала // Коллоквиум Almaty Management University. – 2021. – 4с.
9. Нотман, О. В., Антонова, Н. Л., Пименова, О. И., & Новгородцева, А. Н. (2017). *Маркетинг в социальной сфере: учебное пособие.* Издательство Уральского университета. http://elar.urfu.ru/handle/10995/46993
10. https://www.1cbit.kz/blog/meditsinskiy-marketing-2021-kak-privlekat-patsientov-v-novykh-usloviyakh/
11. https://belberry.net/blog/9-luchshikh-strategiy-marketinga-v-meditsine-2021/
12. БУДНІКЕВИЧ І. М., КОЛОМИЦЕВА О. В, ШПАЮК О. І. Вісник Хмельницького національного університету 2021, № 6, Том 2

ЮРИДИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ РАБОТНИКА ЗА ПРАВОНАРУШЕНИЯ В СФЕРЕ ТРУДА

Рузиева Айгуль Муратовна
Специальность: Юриспруденция, 1 курс магистратуры
Almaty Management University, г. Алматы

Аннотация. Данная научная статья посвящена анализу юридической ответственности работника за правонарушения в сфере труда. На основе нормативно-правовых актов трудового права Республики Казахстан, а также судебной практики, доктринальных источников изложены пробелы в законодательстве и их пути решения. Определены основания для применения всех видов юридической ответственности. Исходя из судебной практики выявлено, что в исках работодателя к работнику, истец не всегда соблюдает правила применения дисциплинарной ответственности, что приводит к отказу в удовлетворении иска. Отмечено, что наибольшее количество административных правонарушений происходит в сфере здравоохранения.
Ключевые слова: Трудовое право, материальная ответственность, дисциплинарная ответственность, административная ответственность, уголовная ответственность.
Annotation. This scientific article is devoted to the analysis of the legal responsibility of an employee for offenses in the field of labor. Based on normative legal acts of labor law of the Republic of Kazakhstan, as well as judicial practice, doctrinal sources the gaps in the legislation, as well as ways to solve them are stated. The grounds for the application of all types of legal responsibility are defined. Based on judicial practice, it has been revealed that in lawsuits by employers against employees, the plaintiff does not always comply with the rules of disciplinary responsibility, which leads to the rejection of the claim. It is noted that the largest number of administrative offenses occurs in the field of health care.
Keywords: labor law, material responsibility, disciplinary responsibility, administrative responsibility, criminal responsibility.
Аннотация. Бұл ғылыми мақала қызметкердің еңбек саласындағы құқық бұзушылықтар үшін заңды жауапкершілігін талдауға арналған. Қазақстан Республикасының еңбек құқығының нормативтік құқықтық актілері, сондай-ақ сот тәжірибесі, доктриналық дереккөздер негізінде заңнамадағы олқылықтар, сондай-ақ оларды шешу жолдары көрсетілген. Заңды жауапкершіліктің барлық түрлерін қолдану негіздері анықталған. Сот практикасына сүйене отырып, жұмыс берушінің қызметкерге қатысты талаптарында талапкер тәртіптік жауапкершілікті қолдану ережелерін әрдайым сақтай бермейтіні анықталды, бұл талапты қанағаттандырудан бас тартуға әкеледі. Әкімшілік құқық бұзушылықтардың ең көп саны Денсаулық сақтау саласында орын алатыны атап өтілді.
Түйін сөздер: еңбек құқығы, материалдық жауапкершілік, тәртіптік жауапкершілік, әкімшілік жауапкершілік, қылмыстық жауапкершілік.

Введение

На данный момент одной из актуальных тем для рассмотрения являются трудовые правоотношения, а также наступающая в связи с невыполнением трудовых обязательств юридическая ответственность работника. Под трудовыми правоотношениями нам следует понимать отношения, которые возникают между работодателем и субъектом при приеме на работу и заключении трудового договора. В современном мире, где практически каждый совершеннолетний гражданин сталкивается с трудовыми правоотношениями есть необходимость в наличии совершенной нормативной правовой базы регулирования данных правоотношений, наличие эффективности правового регулирования таких частей, как правопорядок или правонарушение. В связи с этим исследование особенностей юридической ответственности работника, как субъекта трудового права, представляется в настоящее время достаточно актуальным.

Главные принципы организации трудовых правоотношений в Республике Казахстан закрепляет Конституция РК, а именно статья 24. [1] Также помимо данного правового акта существует отдельная нормативно-правовая база включая трудовой кодекс, где закреплены виды юридических правонарушений, а также прописана ответственность за недобросовестное выполнение трудовых обязанностей. При нарушении прав и неисполнения условий, вследствие нарушения законодательства о труде и возникает юридическая ответственность в области трудовых

отношений, под которой подразумевается обязанность работника, нарушившего трудовое законодательство, нести ответственность перед работодателем либо в судебном порядке.

Целью настоящего исследования является выявление особенностей юридической ответственности работника, как субъекта трудового права. Анализ судебных актов и законодательства.

Для достижения поставленной цели необходимо разрешение следующих задач:

– выявить виды правонарушений при материальной ответственности работника;

– обозначить виды дисциплинарной ответственности работника, как в общем, так и для отдельных категорий работников;

– определить особенности административной и уголовной ответственности работника за нарушения в сфере труда.

Литературный обзор

Понятие юридической ответственности рассматривается многочисленными правоведами. Например, Ю. П. Степанова отмечает, что «…юридическую ответственность, как одну из фундаментальных категорий юриспруденции, необходимо определять как целостное правовое явление, включающее единство позитивного и негативного аспектов, различающиеся формой реализации…» [2, с.182].

Исследователь А. В. Зуев, в свою очередь, указывает на то, что «…юридическая ответственность представляет собой специфическую обязанность соблюдения установленных норм, а также исполнение требований, перечень которых закреплен законом…» [3, с.493]. Специалист Е. Н. Старкова подчеркивает, что «…юридическая ответственность – это применение мер государственного принуждения к лицу, виновному в совершении правонарушения. Юридическая ответственность представляет собой правоотношение, в которое вступает государство, в лице его уполномоченных органов, и лицо, нарушившее норму права, на которого за это возлагается обязанность претерпевать соответствующие негативные последствия за совершенное правонарушение…» [4]. Из приведенных выше подходов прослеживается неоднообразный подход к пониманию юридической ответственности. Так, данная категория понимается в качестве правового явления, в качестве обязанности и принуждения, исходящего от государства. Обозначенное направлено на лиц, допустивших нарушение закона, поскольку ответственность нельзя обозначить в качестве явления или обязанности.

В действующем законодательстве предусматриваются такие виды ответственности, как материальная, дисциплинарная, административная и уголовная. Материальная ответственность работника – мера принуждения, которая применяется к работнику в случае причинения им работодателю материального ущерба. [5] Анализируя материальную ответственность обратимся к трудовому кодексу Республики Казахстан, а именно к статье 123, где закреплен перечень оснований по которым работник несет материальную ответственность.[6] Сравним с законодательством Российской федерации на примере работ А.О. Яценко и К.А. Рустемова отмечают, что «…трудовое законодательство выделяет пределы материальной ответственности работника, определяя их в ст. 241 ТК РФ, откуда следует, что за причиненный ущерб работник несет материальную ответственность в пределах своего среднего месячного заработка. Наряду с этим данная статья содержит конкретизацию: если иное не предусмотрено Трудовым кодексом Российской Федерации или иными федеральными законами…» [7,8]. Авторы указывают именно на ограниченную материальную ответственность, установление которой направлено исключительно на защиту интересов работников.

Наиболее распространенным видом является дисциплинарная ответственность работника, наступающая за совершение дисциплинарного проступка, выражающегося в ненадлежащем исполнении возложенных на него трудовых обязанностей, за совершение которого могут применены такие меры взыскания как замечание, выговор, строгий выговор и расторжение трудового договора (ст.64 Трудовой кодекс Республики Казахстан).[6] С.Е. Чаннов отмечает, что «…дисциплинарная ответственность рассматривается в правовой науке как одна из форм принуждения, применяемого уполномоченными должностными лицами (органами) к лицам, совершившим дисциплинарное правонарушение, и влекущего неблагоприятные последствия для нарушителя. В отличие от других видов юридической ответственности, дисциплинарная ответственность направлена на обеспечение дисциплины, в основном, в рамках служебного подчинения…» [9]. Наиболее приемлемой для практического и теоретического применения

является точка зрения А. С. Попывановой, которая под дисциплинарной ответственностью понимает «…разновидность юридической ответственности, которая состоит из мер дисциплинарного взыскания, применяемые администрацией учреждения, предприятия к сотруднику в связи с совершением им дисциплинарного проступка…» [10]. Трудовым кодексом четко определены сроки наложения дисциплинарного взыскания, в частности, не позднее одного месяца со дня обнаружения дисциплинарного проступка и не позднее шести месяцев со дня его совершения. Дисциплинарное взыскание за совершение дисциплинарных проступков, дискредитирующих государственную службу, налагается не позднее трех месяцев со дня обнаружения проступка и не может быть наложено позднее одного года со дня совершения проступка. [6,11]

Рассмотрим административную юридическую ответственность. В работе Кругликова В. Д. «Понятие и сущность административной ответственности как вида юридической ответственности» анализируются проблемы и особенности определения правового положения субъектов административной ответственности. Согласно действующему административному законодательству Казахстана выделено два субъекта административной ответственности - физическое вменяемое лицо, достигшее к моменту окончания или пресечения административного правонарушения шестнадцатилетнего возраста и юридическое лицо. Рассмотрен общий и специальный субъект административной ответственности. Определена проблема недостаточного теоретического исследования особенностей административной ответственности особых субъектов административного правонарушения, что создает определенные трудности в практической деятельности. [12,13] Важно подчеркнуть, что административная ответственность чаще применяется к работодателю за совершение правонарушений в сфере труда, которые существенно нарушают права его сотрудников. Вместе с тем работники также могут быть привлечены к административной ответственности. В качестве примера можно привести нарушение финансового и налогового законодательства, несоблюдение правил техники безопасности и охраны труда или противопожарной и экологической безопасности и т. д. [14].

Далее рассмотрим особенности привлечения работников к уголовной ответственности. Уголовная ответственность работников возникает, если его деяние повлекло по неосторожности причинение тяжкого и средней тяжести вреда здоровью человека, а также смерть человека или иные тяжкие последствия при авариях, пожарах и т. д. В частности, уголовная ответственность наступает за нарушение требований охраны труда (ст. 156 Уголовный кодекс Республики Казахстан).[15] Статья 156 Уголовного кодекса Республики Казахстан (далее — УК РК) предусматривает ответственность за нарушение правил техники безопасности, промышленной санитарии или иных правил охраны труда, совершенное лицом, на котором лежали обязанности по организации или обеспечению соблюдения этих правил. В процессе правовой реформы законодатель отказался от состава конкретной опасности, установил ответственность за причинение средней тяжести и тяжкого вреда здоровью в разных частях статьи, дополнил ее частью четвертой об ответственности за причинение по неосторожности смерти двум или более лицам, ужесточил сроки наказания.[16]

Рассматривая административную и уголовную ответственность работников, следует подчеркнуть, что в современной доктрине права отсутствуют научные исследования, которые бы рассматривали данный вопрос. В большинстве своем научные труды посвящены общему вопросу ответственности в трудовой сфере, где не производится разграничение административной и уголовной ответственности работников от аналогичной ответственности работодателя. Вместе с тем существуют и иные основания для привлечения к административной и уголовной ответственности. Например, для медицинских работников установлены отдельные нормы в законе Республики Казахстан ««О здоровье народа и системе здравоохранения»», которые применяются в случае нарушения требований законодательства в сфере охраны здоровья.[17] Также, существует вопрос о привлечении к дисциплинарной ответственности дистанционных работников. Следует на уровне Трудового кодекса Республики Казахстан установить обязательным требование об определении точного рабочего времени в трудовом договоре с дистанционными работниками, что позволит привлекать данную категорию работников к соответствующей ответственности.

Методология

В данном исследовании был использован метод анализа, посредством которого исследуются нормативные и правовые положения и судебная практика действующего

законодательства Республики Казахстан. Нормативная основа исследования включает в себя нормы действующего казахстанского законодательства. К ним относятся: Конституция РК, Трудовой кодекс РК, Гражданский процессуальный кодекс РК, Гражданский кодекс РК, Уголовный кодекс РК и т.д. Метод синтеза, который позволяет определить основные правовые положения и их сущность по вопросу регламентации юридической ответственности работника как субъекта трудового права; метод индукции, при помощи которой формулируются определенные выводы по данному исследованию.

Результаты

Юридическая ответственность в сфере труда закреплена не только в трудовом кодексе, но также и в других отраслях права. Выявлены определенные проблемы, например отсутствие законодательного закрепления юридической ответственности работников частного агентства занятости, отсутствие правового регулирования правового статуса отдельных категорий работников и их юридической ответственности, отсутствие закрепления медицинских работников и фармацевтов в трудовом кодексе республики Казахстан и пробелы в законе «О здоровье народа и системе здравоохранения» от 7 июля 2020 года.[17]

На основании проанализированных судебных актов часто встречаются ситуации неправомерного привлечения работников к дисциплинарной ответственности. При таких обстоятельствах работник имеет право обратиться в суд за защитой своих нарушенных прав. Рассмотрим пример, где гражданка П. обратилась в суд с иском к организации о признании ее увольнения неправомерным. Гражданка П. пояснила, что была принята в организацию на должность менеджера. Впоследствии директор издал приказ о расторжении трудового договора по причине совершения гражданкой П. виновных действий, послуживших основанием для утраты доверия к работнику со стороны работодателя. В соответствии с заключением служебной проверки, гражданке П. вменялось нанесение материального ущерба организации в размере 960 000 тенге Гражданка П. с увольнением не согласна на том основании, что дисциплинарного проступка не совершала, с ней не был заключен договор о материальной ответственности, работодатель не потребовал от нее объяснений по данной ситуации, с приказом о расторжении трудового договора работодатель также гражданку П. не ознакомил, все документы по распоряжению денежными средствами подписывались временно исполняющим обязанности генерального директора – гражданином С. На основании указанных сведений гражданки П., а также в силу того, что представители организации не предъявили суду доказательств совершения гражданкой П. дисциплинарного проступка, исковые требования суд удовлетворил.

В результате исследования разработаны пути решения существующих проблем: необходимо на законодательном уровне ответственности работников частного агентства занятости, а также ответственность за правонарушения и правовой статус отдельных категорий работников, в Трудовом кодексе Республики Казахстан следует закрепить минимальный возраст, с которого гражданин имеет право осуществлять трудовую деятельность, в трудовом кодексе Республики Казахстан установить обязательным требование об определении точного рабочего времени в трудовом договоре с дистанционными работниками. Закрепить на законодательном уровне правовой статус медицинских работников и фармацевтов. При рассмотрении вышеупомянутого закона «О здоровье народа и системе здравоохранения» стоит выделить, что отсутствует разграничение между правами медицинского работника и его обязанностями.

Эффективность предложенных путей решения прослеживается в том, что указанные изменения в действующем законодательстве позволят сформировать действенный механизм регулирования юридической ответственности работников.

Выводы и обсуждение

Завершая настоящее исследование, необходимо обозначить главные его выводы. За совершение противоправных деяний (бездействий) работники могут привлекаться к соответствующей ответственности. В действующем законодательстве предусматриваются такие виды ответственности, как материальная, дисциплинарная, административная и уголовная. Материальная ответственность работника – мера принуждения, которая применяется к работнику в случае причинения им работодателю материального ущерба. Важно подчеркнуть значение досудебного разрешения материального спора между работником и работодателем. Исходя из анализа судебной практики, можно отметит, что работник, который самостоятельно не возместил

причиненный ущерб работодателю, после удовлетворения исковых заявлений последнего также вынужден оплачивать дополнительные расходы, связанные с обращением в суд.

Дисциплинарная ответственность – юридическая ответственность, применяемая к сотруднику в случае совершения им дисциплинарного проступка. На основании проанализированных примеров из судебной практики можно сделать вывод, что суды удовлетворяют исковые требования работников и отменяют примененные к ним дисциплинарные взыскания по причине несоблюдения работодателем порядка привлечения к дисциплинарной ответственности.

Административная и уголовная ответственность предусмотрена за существенные нарушения норм действующего законодательства, которые повлекли за собой серьезные последствия. В настоящее время наибольшее количество административных правонарушений встречается при реализации трудовых функций сотрудниками здравоохранения. Так, медработники подвергаются административному наказанию за нарушения административных предписаний, то есть правил осуществления медицинской деятельности, правил оказания медицинских услуг. Ответственность в данном случае последует только после того, как будет доказана противоправность действий виновного лица.

Список использованных источников

1. Конституция Республики Казахстан от 30 августа 1995 года - Режим доступа: https://adilet.zan.kz/rus/docs/K950001000_
2. Степанова, Ю.П. К вопросу о понятии юридической ответственности / Ю. П. Степанова // Теория государства и права. – 2019. – № 4 (16). – С. 173–183.
3. Зуев, А.В. Характеристика понятия юридической ответственности / А. В. Зуев // Заметки ученого. – 2021. – № 13. – С. 492–494.
4. Старкова, Е.Н. Юридическая ответственность: понятие и виды / Е. Н. Старкова // Актуальные научные исследования в современном мире. – 2021. – № 12–5 (80). – С. 174–176.
5. Черсков, Ю.А. Материальная ответственность работника: понятие и отличительные признаки / Ю.А. Черсков // Социогуманитарные и правовые проблемы современного общества. – 2019. – С. 142–149.
6. Трудовой кодекс Республики Казахстан о 15 мая 2007 года №251- III (с изменениями и дополнениями по состоянию на 21.07.2015 г.) – Режим доступа: http://online.zakon.kz/ Document/?doc_id=30103567
7. Яценко, А.О. К вопросу о материальной ответственности работника за ущерб, причиненный работодателю / А. О. Яценко, К. А. Рустемова // Аллея науки. – 2018. – Т. 2. – № 6 (22). – С. 727–732.
8. Трудовой кодекс Российской Федерации» от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 28.06.2021, с изм. от 06.10.2021) // «Российская газета», № 256, 31.12.2001.
9. Чаннов, С.Е. Трудовое право / С.Е. Чаннов: учебник для вузов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 473 с.
10. Попыванова, А.С. Понятие дисциплинарной ответственности и ее признаки / А. С. Попыванова // Апробация. – 2019. – № 4 (67). – С. 31–35.
11. Феткулов А.Х., Дуброва Н.Б., Джантасова А. Д. Некоторые вопросы о нарушении законодательства о труде в Республике Казахстан: виды ответственности / Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2016. – С. 2–4.
12. Бухаева А. А., Жамбаев А.А., Сагадиев А.Н. Проблемы правового положения субъектов административной ответственности. / Е.Ю. Белянина // Наука и реальность. – 2020. – № 4. – С. 1–6.
13. Кругликов, В.Д. Понятие и сущность административной ответственности как вида юридической ответственности / В. Д. Кругликов // Актуальные проблемы борьбы с преступлениями и иными правонарушениями. – 2021. – № 21–1. – С. 132–133.
14. Чернова, И.Г. Трудовая и административная ответственность педагогических работников / И. Г. Чернова // Вестник Московского гуманитарно-экономического института. – 2020. – № 2. – С. 349–363.
15. Уголовный кодекс Республики Казахстан от 3 июля 2014 года № 226-V – Режим доступа: http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31575252

ЖОБАЛАРДЫ БАСҚАРУДЫҢ ЗАМАНАУИ ӘДІСТЕРІНЕ ШОЛУ

Сагындык Мадина[1], Кариева Айгерим[2]
[12]Almaty Management University, г. Алматы

Аңдатпа. Бұл мақалада жобаларды басқарудың дәстүрлі түрлері мен заманауи қолданыстағы және сұранысқа ие әдістер мен тәсілдері, олардың айырмашылықтары мен ерекшеліктері көрсетілген. Авторлар икемді әдістерді қолданудағы Қазақстандық кәсіпорнындағы көрініс тің мысалын келтіріп, талдады. Мақалада тек әдістер ғана қарастырылмай, әлем бойынша жобаларды басқарудың түрлі тәсілдері мен құралдарын пайдалануы жайлы түрлі дереккөздерден жиналған статистикалық ақпарат берілген. Мақала мақсаты бүгінгі таңда қолданылатын жобаларды басқарудың әдістемелерін қарастырып, шолу жасау және нәтижесінде заманауи кәсіпорындардағы тәсілдер және олардың нәтижелілігі жайында түйін қалыптастыру болып табылады. Авторлармен екінші реттік ақпарат қарастырылып, өңделді.
Түйін сөздер: Жобаларды басқару процессі, басқару тәсілдері, икемді әдістер.

Аннотация. В данной статье представлены традиционные формы и современные существующие и востребованные методы и приемы управления проектами, их отличия и особенности. Авторы привели пример и проанализировали видение казахстанского предприятия в применении гибких методов. В статье представлена статистическая информация из различных источников об использовании различных подходов и инструментов управления проектами по всему миру, а не только методов. Целью статьи является рассмотрение и обзор применяемых сегодня методик управления проектами и, как следствие, формирование представления о подходах и их результативности на современных предприятиях. Авторами рассмотрена и обработана вторичная информация.
Ключевые слова: процесс управления проектами, подходы к управлению, гибкие методы.

Annotation. This article presents the traditional types of Project Management and modern existing and in-demand methods and approaches, their differences, and features. The authors gave and analyzed an example of the vision of the Kazakhstan enterprise in the use of flexible methods. The article discusses not only methods, but also provides statistical information collected from various sources about the use of various approaches and tools for project management around the world. The purpose of the article: to review and review the project management methods used today and, as a result, to form a summary of approaches and their effectiveness in modern enterprises. Secondary information was considered and processed by the authors.
Keywords: project management process, management approaches, flexible methods.

Кіріспе

Ресурстардың шектеулілігі, белгісіздік пен тәуекелдің жоғары деңгейі жағдайында мәселелерді шешу үшін басқарушылық қызметтің ерекше түрі қолданылады, ол жобаға бағытталған кәсіпорындарда жұмысты ұйымдастыруға ғана емес, сонымен бірге әдіснаманы немесе олардың жекелеген құралдарын пайдалану өнімділікті арттыратын және нәтижелерді жақсартатын қызмет салаларында да қолданылады. Бұл, қазір танымал болып келе жатқан және сұранысқа ие тәсілге айналып келе жатқан, жобаларды басқару.

Жобаларды басқару үшін түрлі әдістемелер мен құралдар пайдаланылады. Ұйымдарда жобаларды басқару бағдарламалық жасақтамасын енгізу дәрежесі қандай деген сұраққа жауап беру үшін статистикаға жүгінейік.

- PMI талдаулары бойынша, компаниялардың 58%-ы ғана жобаларды басқарудың құндылығын толық түсінеді. Ал, ұйымдардың 93% - ы жобаларды басқарудың стандартталған әдістерін қолданғаны туралы хабарлайды.
- Жыл сайынғы PMI сауалнамасына қатысқан ұйымдардың 68% – 2/3 – тен астамы 2018 жылы үшінші тарап немесе мердігерлік жоба менеджерлерінің көмегіне жүгінгендігі жайлы айтты.
- Capterra талдауларына назар аударсақ, уақыт трекингі, файлдарды тарату, электрондық поштаны біріктіру, Гант диаграммалары және бюджетті басқару – жобаны басқару бағдарламалық жасақтамасының ең танымал және сұранысқа ие бес мүмкіндігі екендігі анықталады.

- Веллингтон сауалнамасына сәйкес, компаниялардың тек 22% - ы жобаны басқару үшін бағдарламалық құралдарды пайдаланады. Кездейсоқ ұйымдардың 55%-ы нақты уақыт режимінде KPI-ге қол жеткізе алмайды. Нәтижесінде, респонденттердің 50%-ы жобаларды басқару бағдарламалық құралын пайдалану арқылы өнімділіктің үлкен пайдасын көрсете отырып, жоба есептерін қолмен таңдауға бір-бірнеше күн жұмсайтынын айтты.
- 2017-2018 жылдар аралығында икемді жобаларды басқару үшін электрондық кестелерді пайдаланатын ұйымдардың үлесі 74%-дан 67%-ға дейін төмендеді. Оның орнына олар жобаны басқарудың арнайы құралдарына көшті (VersionOne) [1].

Нәтижелер

Жобаларды басқару әдістері

Соңғы уақытта жобаларды басқару танымал болып келе жатыр. Шын мәнінде, бұл мақсатқа жетудің жобалық тәсілі. Осы тәсілдің аясында әртүрлі бизнес салаларында жұмыс істейтін әртүрлі көлемдегі компаниялар белгілі бір мәселелерді шешу үшін жобалық топтар құрады (жобаны жүзеге асыру үшін). Осы тапсырмалар бойынша жұмыс істейтін қызметкерлердің әрекеттерін үйлестіру үшін жобаны басқарудың әртүрлі әдістері қолданылады. Мақалада осы әдістердің ең танымалдары атап өтіледі, сонымен қатар олардың ерекшеліктері туралы сөз қозғалады.

Жобаны басқару әдістері туралы түсінік

Терминдердің не екенін түсіну үшін оның анықтамасын және басқа да байланысты ұғымдардың анықтамаларын білу қажет:

- әдіс – қандай да бір қызмет түрін жүзеге асырудың принциптері мен тәсілдерінің жиынтығы, яғни ол қандай да бір жұмыс түрін орындаудың жолы немесе тәсілі;
- әдістеме – мақсатына жету үшін әртүрлі әдістерді қолдану алгоритмі, оны фреймворк деп те атайды;
- әдіснама – нақты тапсырмаларды шешу үшін қолданылатын әдістер жиынтығы, оны модель деп те атайды.

Жобаларды басқарудың көптеген әдістері бар, бірақ іс жүзінде олардың ешқайсысы компанияның жаһандық мақсаттарын шешуге мүмкіндік бермейді (тек міндеттер), сондықтан менеджер олардың ішінен әртүрлі жағдайларға қолайлысын таңдау мүмкіндігіне ие болу үшін кем дегенде негізгілерін білуі керек.

Жобаны басқарудың қысқаша тарихы.

Жобаны басқару Египет пирамидаларын салу кезінде қолданылған, дегенмен сол кезде қолданылған әдістер немесе басқару жүйелері туралы деректер сақталмаған. Сондықтан, жобалық менеджмент XX ғасырдың 50-жылдарында АҚШ-та «Полярис» зымыран жобасы бойынша жұмыс аясында желіні жоспарлау әдістері әзірленген кезде дүниеге келгені жалпы қабылданған. Жоба ядролық сүңгуір қайықтар үшін аттас баллистикалық зымырандар жасауды қамтыды және алдымен ғылыми зерттеулер жүргізу, содан кейін өндірісті бастау қажет болды.

Барлығы 3800-ден астам мердігерлер жұмыс атқарды, бірақ олар тапсырмаларды мерзімінен бұрын орындаған. Оларды басқару және олардың жұмысын үйлестіру тәжірибесін кейіннен құбылмалы нарықта бәсекеге қабілетті болып қалу үшін ірі корпорациялар негізге алды. Осылайша жобалық менеджмент дами бастады. «Поларис» зымыран жобасында қолданылатын желіні жоспарлау әдістері жобаны басқару әдістерін әзірлеуге негіз болды.

Шамамен сол уақытта жобаны басқару үшбұрышының тұжырымдамасы пайда болды, ол жұмыс көлемі, құны және уақыт арасындағы балансты көрсетеді (үшбұрыш ішінде - сапа). Үшбұрыштың қабырғалары тең, бірақ олардың кем дегенде біреуі өзгерсе, басқалары да өзгереді. Мысалы, бюджет қысқартылса, өндіріс ауқымы қысқарады немесе мерзімдер артады, ал мерзімдер қысқарса, шығындар көбейеді, т.б. Осы тармақтарды түсіне отырып, менеджерлер белгілі бір жағдайларда өз жұмыстарын жоспарлай алады.

Бүгінгі таңда әртүрлі компаниялар мақсаттарына жету үшін бірнеше мамандардың жұмысын жеделдету, бақылау және үйлестіру үшін қолданатын жобаларды басқару жүйелері бар. Жобаларды басқарудың танымал тәсілдері мен әдістерін қарастырайық.

Ең алдымен, сарқырама үлгісін сипаттау керек, өйткені бұл басқарудың ең қарапайым тәсілі. Бұйымдағы жұмыс кезеңдерге бөлінеді және олар ретімен орындалады. Каскадты модель негізгі тәсіл болып табылады, бірақ бүгінгі күні ол аз және негізінен инженерлік жүйелерді құру мен дамытуда қолданылады, өйткені бұл жобаға қойылатын талаптарды өзгертуге мүмкіндік бермейді (егер олар өзгерсе, барлығын қайтадан бастау керек). Ал одан мүлдем өзгеше әдістеме - Agile [2].

Agile - жобаны қадамдарға (кіші жобаларға) бөлуге және олармен жұмыс істеуге мүмкіндік беретін жобаны басқару әдістемесі. Қажет болса, өнім тұтынушының талаптарына сәйкес келетіндей өзгерістер енгізілуі мүмкін. Agile инновациялық өнімдерді әзірлеуде кеңінен қолданылады, себебі ол өзгермелі талаптарға бейімделуге мүмкіндік береді. Оның негізінде бірқатар икемді әдістер, фреймворктар, соның ішінде Scrum әзірленді [3].
Scrum - бұл ынтымақтастықты ұйымдастыруға көмектесетін жобаны басқару әдістемесі. Ол кез келген жағдайларға бейімделгенімен, IT өнімдерін жасауда жиі қолданылады. Ол, Agile сияқты, жобаны бөліктерге бөлуді және бірінші кезекте жұмыс жүргізілетін ең маңызды бөліктерді анықтауды қамтиды. Оның спринттері бар - жұмысты аяқтауға арналған уақыт кезеңдері. Олардың әрқайсысының алдында талаптарды тағы бір рет талқылап, қажет болған жағдайда өзгертулер енгізуге болады. Сондай-ақ, топ мүшелерінің тапсырмаларды күнделікті талқылауы бар [4].
Lean - бұл жобаларды басқару әдісі және ресурстарды үнемдеуге және ең жақсы нәтижеге қол жеткізуге арналған философиялық тұжырымдама. Ол сондай-ақ жобаны қосалқы жобаларға бөлуді қамтиды, бірақ ол Scrum-қа қарағанда икемді және жоспардың барлық кезеңдерін сапалы түрде жүзеге асыру маңызды болған жерде қолданылады. Бұған сонымен қатар бұл әдісте барлық тапсырмаларды мұқият орындауға мүмкіндік беретін нақты уақыт кезеңдері жоқ болғандықтан қол жеткізіледі [3].
Канбан - жұмысты бағандарда көрсетілетін кезеңдерге бөлуді қамтитын әдіс. Тапсырмалар карточкаларға жазылады және олар кезеңдер бойынша ауыстырылады. Бұл жағдайда уақыт шектеулері жоқ, процесті жай ғана аяқтау маңызды. Қажет болған жағдайда тапсырмалардың санын басымдық принципі бойынша орындай отырып өзгертуге болады. Канбан - әртүрлі компанияларда кеңінен қолданылатын жобаларды басқарудың негізгі әдістерінің бірі. Бірақ оның айтарлықтай кемшілігі бар - қатаң мерзімдердің болмауы, ол кейбір командалар үшін жарамсыз болуы мүмкін [3].
Егер жобаны басқару әдісін қалай таңдауға болатыны жайлы сұрақ туындаса, әмбебап әдістеме жоқ екенін атап өткен жөн, ол әрбір жоба үшін жеке таңдалуы керек. Таңдау кезінде мақсаттарға, жоба ауқымына, күрделілігіне, мерзімдеріне назар аударылуы керек, өйткені кейбір әдістемелер жұмысты жылдамдатуға мүмкіндік береді, ал басқалары оны мұқият етеді, ақаулар, ақаулар қаупін жояды. Сала да маңызды болуы мүмкін, өйткені тек бағдарламалауда қолданылатын әдістемелер бар. Тағы бір жайт – ұжымның кәсібилігі мен тәртібі.

Жобаларды басқарудың дәстүрлі және икемді әдістерінің ерекшеліктері

Бұл жылдам дамып келе жатқан технологиялық дәуір жобаларды басқаруға жаңа тыныс берді. Нәтижесінде, кәсіпорындар өз жобаларын тиімдірек орындаудың жаңа және жетілдірілген жолдарын іздейді. Бұл көптеген жаңа жобаларды басқару стильдерінің дамуына әкелді, олардың бірі - Agile.
Жобаны басқарудың барлық осы стильдерінің негізгі мақсаты - клиентке пайданы тезірек жеткізе білу [5]. Ол бейімделген жоспарлауға, эволюциялық дамуға және ерте жеткізуге ықпал етеді және үздіксіз жетілдіруді ынталандырады. Екінші жағынан, көптеген ұйымдар әлі де жобаны басқарудың дәстүрлі тәсілін қалайды. Бұл Agile-мен салыстырғанда неғұрлым дәйекті және қатаң тәсіл.
Сарқырама моделі, жобаны басқарудың сызықтық тәсілі, жобаны басқарудың ең көне және танымал әдістемелерінің бірі болып табылады. Бұл әдістеме икемділіктің қажеті жоқ нақты талаптары бар жобалар үшін ең қолайлы. Сарқырама тәсілі – жобаны басқарудың жүйелі және дәйекті тәсілі. Ол келесі қадамдарды қамтиды:

1. Жоспарлау/Бастау
2. Талдау
3. Дизайн
4. Іске асыру/Орындау
5. Тестілеу/сапаны қамтамасыз ету
6. Орналастыру/жобаны өткізу

Бұл қадамдар келесі қакезеңге өтпес бұрын аяқталуы керек. Өкінішке орай, бұл сарқырама үлгісін өте сызықты және икемсіз етеді. Әрбір жобаны басқару әдістемесінің өзіндік артықшылықтары мен кемшіліктері бар. Дәстүрлі жобаларды басқарудың кейбір артықшылықтары мен кемшіліктерін қарастырайық [6]:
Жобаларды басқарудың дәстүрлі әдістемесінің артықшылықтары:

- түсіну және пайдалану оңай;
- нақты талаптары бар шағын жобалар үшін өте қолайлы;

- жобаны аяқтаудың тиімді жолы;
- жобаның орындалу барысын қадағалау оңай;
- тәуекелдерді басқару үшін пайдалы;
- жобаны максималды бақылау;
- жоба менеджері жобаны нақты түсінеді;
- толық құжаттама бар.

Жобаларды басқарудың дәстүрлі әдістемесінің кемшіліктері:

- үлкен және күрделі жобалар үшін жарамсыз;
- икемді емес және өзгерістерге оңай бейімделе алмайды;
- жобаны аяқтау үшін көп уақыт қажет;
- талаптары тез өзгеретін жобалар үшін жарамсыз;
- топ мүшелерінен жоғары деңгейдегі тәртіпті талап етеді;
- топ мүшелері өзін микро-басқаруды сезінуі мүмкін;
- құжаттама өте ұзақ болуы мүмкін.

Жобаларды басқарудың дәстүрлі моделін және жоғарыда аталған икемді әдіснама түрлерінің бірі - Scrum-ды салыстырайық. Салыстырмалы сипаттамалар 1 кестеде көрсетілген.

1-кесте. Жобаларды басқарудың дәстүрлі моделі мен Scrum икемді әдіснамасының салыстырмалы сипаттамалары

Салыстырмалы сипаттамалар	Жобаларды басқару әдіснамалары	
	Дәстүрлі кезеңдік әдіс	Scrum
Жобаның кезеңдерін жобалау процесі	Қатты құрылымдалған	Икемді, алдыңғы итерация нәтижелеріне негізделген
Жоспарлау	Бекітілген жоспар	Тек бірінші итерация сатысында; одан әрі – алынған нәтижелер бойынша әрекеттер тізбегін әзірлеу
Жобаны әзірлеу кезіндегі міндеттердің басымдылығы	Қажетінше	Міндетті түрде әр кезеңде анықталады
Сыртқы ортаның өзгеруіне негізделген өзгерістердің мүмкіндігі (жаңа технологиялардың, бәсекеге қабілетті өнімнің пайда болуы және т.б.)	Соңғы нәтижені алғаннан кейін ғана	Жобаны жүзеге асыру кезінде кез келген уақытта
Тұтынушының талаптары негізінде өзгертулер енгізу мүмкіндігі	Дайын өнімді сынау сатысында	Жобаны жүзеге асыру кезінде кез келген уақытта
Жоба командасын құру	Функционалдық міндеттерді бөлумен бастапқы кезеңде қалыптасады	Жұмыс процесінде функционалдық міндеттерді қайта бөлуге болады
Операциялық шешім қабылдау процесі	Мақұлдау хаттамасын міндетті түрде ресімдей отырып, тапсырыс берушінің өкілдерімен және бірлесіп орындаушылардың қатысуымен жұмыс кездесулері	Нәтижелерді және алдағы жұмыс жоспарларын күнделікті қысқаша талқылау Барлық топ мүшелерінің есебімен нәтижелерді ай сайын егжей-тегжейлі талқылау, туындаған мәселелерді ұжымдық шешу
Жұмыс процесінде оқыту	Қажетінше	Scrum-топ мүшелерін басқа Scrum-топтардың жұмыс процестеріне өзара оқыту; өздігінен білім алудың басымдылығы

1-кестеден жобаны басқарудың дәстүрлі әдістемесімен салыстырғанда, Scrum-икемді әдістемесінің ыңғайлырақ және қазіргі өте құбылмалы әлемдегі көптеген кәсіпорындардың жұмысына қолайлырақ екендігін көруге болады [4].

Жоғары салыстырмадағы ақпаратты жалғастыра отырып, жобаларды басқарудың заманауи икемді әдістерін талдайық.

"Сапа-уақыт-бюджет" үшбұрышын пайдалану әлемдік және кеңінен қолданылатын PMBOK стандартында, дәстүрлі жобаларды басқаруда негізгі әдістемелік құрал ретінде көрініс тапқан [7]. Сонымен қатар, Ұлыбританияның жобаларды басқару қауымдастығының мүшесі Дженнер Стивен зерттеулеріне сәйкес, жобалар мен бағдарламалардың шамамен 50-70% - ы қызмет бағыты мен жобалардың ерекшеліктеріне байланысты сәтсіздікке ұшырайтыны анықталды [8].

Экономиканың барлық дерлік салаларында осындай статистиканың кең таралуы мен көрінісін байқауға болады. Ұлыбританияның Есеп палатасының (UK National Audit Office, NAO) есебіне сәйкес, мерзімдердің бұзылуы, қажетті нәтижелерге қол жеткізбеу, сондай-ақ жобаға бөлінген бюджет шегінен асып кету мемлекеттік секторда жүзеге асырылатын үш жобаның екеуінде байқалатынын байқауға болады. Сонымен қатар, мұндай көрініс жеке кәсіпорындардың секторында дамиды.

Б. Фливбьерг өзінің "мегажобалар мен тәуекелдер: амбициялардың анатомиясы" материалдарының бірінде, сондай-ақ басқа авторлар: "бүкіл әлемде инфрақұрылымдық жобалар жоспарлануда және жүзеге асырылуда, олардың ауқымы да артып келеді, сонымен бірге мұндай жобалардың орындалуын есепке алу таңқаларлық қанағаттанарлықсыз" деген қорытындыға келді. Әлемнің белгісіздігі мен тұрақсыздығының жоғары деңгейіне, сондай-ақ елдердің реактивті экономикалық өсуімен және жеделдетілген технологиялық процеспен қамтамасыз етілген бәсекелестер мен нарыққа байланысты тәуекел факторларының артуы аясында жобаларды басқару әдістері өзгерістер мен жақсартуларды қажет етті. Жобаларды басқарудың дәстүрлі әдісін ұзақ уақыт қолдану мұндай әдісті жалғыз дұрыс және іс жүзінде өзгермейтін етіп жасауға әкелді, бұл парадигманы ауыстыру - қиын және уақытты қажет ететін процесс болды.

Кез-келген жобаның мақсаты компанияның құндылықтарын сақтай отырып, ұйымның миссиясын ескере отырып, бірегей құру болғандықтан, ұйымдар нарықтың сұранысы мен қажеттіліктерін қанағаттандыра алатын жобаны басқару форматын қолдануы керек, оны сәтті жүзеге асыра отырып, компанияның әл-ауқатын жақсартуға және арттыруға болады [9, 10].

2001 жылдың ақпанында Agile Alliance құрамына кіретін бағдарламалық жасақтаманы әзірлеудегі 17 тәуелсіз тәжірибеші Agile Manifesto - жобаларды басқарудың икемді манифесті әзірледі және қабылдады. "Жылдамдық-құндылық-тиімділік" - бұл қазіргі заманғы парадигманың жаңа үш аспектісі. Енді жобаның мерзімдері емес, құнды нәтижелер-алдымен "минималды өміршең өнім" (minimum viable product-MVP), содан кейін-бәсекеге қабілетті нұсқалар немесе түпкілікті нәтиженің жекелеген бөліктері, пысықталған Тапсырыс берушінің тілектері мен мағыналы пікірлерін ескере отырып, тапсырыс берушіге тестілеу, сондай - ақ кері байланыс беру үшін жасалатын және берілетін жылдамдық маңызды.

Дәл осылай, жобаларды басқарудың "икемді" тәсілі команда ішінде коммуникацияны барынша тиімді құруға, оны барлығына түсінікті және жеңілдетуге, жобаның кез-келген сатысында, тіпті соңғысында да өзгерістерге дайын болуға, сондай-ақ пайдаланушыны жобада жұмыс істеу процесіне қосуға және бизнестің өз алдына белгілейтін құндылықтарға мүмкіндігінше және тиімдірек қол жеткізуге мүмкіндік береді

Agile бүгінде жалпы қабылданған жобалық менеджмент стандарттарының кеңінен қолданылатын бөлігіне айналуда [11, 12]. Дәстүрлі жобалық менеджмент мектептері өз стандарттарына agile тәсілін қолдануды, таралуы мен ыңғайлылығын, ал ең бастысы осы жобалық басқару әдістерінің тиімділігін мойындауды және компанияларға өз міндеттерін шешу үшін құралдарды өз бетінше таңдауды ұсынады. 2015 жылы негізгі стандартқа қосымшада Британдық AXELOS институты "Prince2 Agile" нұсқаулығын шығарды (AXELOS, 2015). 2017 жылы PMBOK стандартының жаңа алтыншы басылымына Agile Practice Guide (PMI, 2017) енгізілген.

Сонымен қатар, кез-келген әдістеме сияқты, икемді әдістердің де артықшылықтары мен кемшіліктері бар. Артықшылықтарға қоршаған әлемдегі өзгерістерге үздіксіз бейімделу және Тапсырыс берушінің талаптары және одан туындайтын соңғы өнімдегі қателер мен ақаулар санын азайту, қайта құру және түзету шығындарын азайту жатады. Бұл әдістеме пайдаланушыларға нәтижені (өнімнің Жұмыс нұсқасы) көруге мүмкіндік береді, бұл өнімнің нарыққа шығуын тездетеді және тегіс етеді. Сонымен қатар, артықшылықтар күрделене түсуі мүмкін, әрі қарай кемшіліктерге айналуы мүмкін - үнемі кері байланыс алу және беру, жобаның тұрақсыз жағдайларына құжаттаманы өзгерту қажеттілігі және процестердің дұрыс құрылмауы кезінде Тапсырыс берушінің тұрақты негізде болуы жобаның мерзімін кешіктіреді. Егер жоба командасы икемді Әдістемеде

рұқсат етілген әртүрлі жерлерде орналасса, онда жобаны жалпы жоспарлау және жүргізу қиынға соғады. Сонымен қатар, жоба командасы ұсынуға және талдауға құзыреттілікке ие болу үшін белгілі бір білім мен тәжірибеге ие болуы керек өз жұмысының өнімділігін жақсарту жолдары, өзін-өзі ұйымдастыру және клиентке бағдарлану. Сонымен қатар, жоба құнының өзгермелі мәні жұмыстың жиынтық сомасын есептеудің күрделілігіне әкеледі (бөлшек, қысқа циклдар, өнімді үнемі жетілдіру). Қазақстандық компаниялардағы Agile - жобаларды басқару әдістемесін қолдану тәжірибесі жайлы “Қазақтелеком” АҚ АКТ қызметтері бойынша басқарушы директоры Бикеш Курмангалиева айтқан болатын, оның сөзі бойынша Agile іс жүзінде өз жемісін береді. Оның мысалы ретінде іске асырылған "Қазақтелеком" АҚ клиенттері үшін электрондық құжат айналымы жүйесі — Ismet.kz әзірлеуді атауға болады. ЭҚЖ құру идеясы жобаны іске асыру барысында пайда болды, одан кейін MVP іске асырылды және клиенттерге бір жарым ай ішінде ұсынылды. “Біз мұны дәстүрлі тәсілмен жасай алмас едік” - дейді Курмангалиева. Оның пікірі бойынша, жобаны басқару әдістерін қарастыруда, Agile-ді пайдаланудың өзін мақсатқа айналдыруға болмайды, әр жобаға сәйкес келетін ақылға қонымды тәсілді іздеу керек. Ерекшеліктерді ескермей ойсыз көшіру нәтиже бермейді [13].

Қорытынды

Сонымен, зерттеу нәтижелері бойынша қай тәсіл жақсы екенін нақты айту мүмкін емес екендігі анықталды, себебі, әр кәсіпорынға сәйкес келетін және нәтижелілікті бірдей арттыратын жобаларды басқару тәсілін табу мүмкін емес. Әр жобаның ерекшелігіне сүйену керек. Дәстүрлі модель нақты анықталған мақсаттары, нәтижелері және оларға қойылатын талаптары бар күрделі жобалар үшін, Agile - түсініксіз нәтижелері мен талаптары бар жобалар үшін таңдалады. Жоғарыда аталған тәсілдердің ішінен жоба үшін ең ыңғайлысын және сәйкесін анықтау арқылы өзіндік басқару әдістемесін пайдалану арқылы гибридті модель танымалдылық пен сұранысқа ие. Осылайша, жобаларды басқару жөніндегі кәсіби қауымдастықтар соңғы 3 жылда Agile тәсілдерімен олардың стандарттары құрылған дәстүрлі модельдерді интеграциялау саласында белсенді түрде қозғала бастады. Сонымен қатар, бүгінде стандартты жобалық басқару тәсілдері мен икемді әдістердің араласып ерекше түрге енгендігін байқауға болады. Нәтижесінде, шағын және орта бизнес өзінің бәсекеге қабілеттілігін арттырады (басқару шешімдеріне енгізілген озық тәжірибелер арқылы), ал ірі бизнес тиімдірек болады (стандарттармен жұмыс істеу кезінде икемділік арқылы).

Қолданылған әдебиеттер

1. Тавризян К. Статистика проектного менеджмента, которую нельзя игнорировать URL: https://www.advanta-group.ru/blog/statistika-proektnogo-menedzmenta-kotoruu-nelza-ignorirovat/
2. Заславский А.А. Средства и инструменты управления проектами // МГПУ, 2020.
3. Топ 4 Методологии управления проектами URL: http://www.pmservices.ru/project-management-news/top-4-metodologii-upravleniya-proektami/
4. Scrum - методология управления проектом URL: http://improve-me.ru/3679/
5. ГОСТ Р ИСО 21500 - 2014 Руководство по проектному менеджменту. - Москва: Стандартинформ, 2015
6. Популярные Методы Управления Проектами URL: https://davtyan.pro/populyarnye-metody-upravleniya- proektami/
7. Руководство к своду знаний по управлению проектами (Руководство PMBOK). 7-е изд., 2021
8. Дженнер С. Почему проекты терпят неудачу и как с этим бороться? Доводы в пользу упорядоченного, быстрого и экономичного принятия решений // Управление проектами и программами, 2015
9. The Scrum Guide. The definitive Guide to Scrum: The Rules of the Game by Ken Kchwaber, Jeff Sutherland URL: https://www.scrumguides.org/arcs/scrumguide/vi/scrum-guide-us.pdf.
10. Локтионов Д. А., Масловский В. П. Критерии применения Agile-методологии для управления проектом // Креативная экономика, 2018
11. Agile and Lean Applied to Construction by A. Smith URL: http://ennova.com.au/blog/2011/09/agile-lean-compared-applied-construction
12. Agile Ways on "Projectified" by Lauri Bingham. URL: https://www.pmi.org/learning/training-development/projectified-podcast/agile-journey

13. Бикеш Курмангалиева, Казахтелеком: гибкий подход — основа при выборе методик управления проектами, 2020 URL: https://profit.kz/articles/14569/Bikesh-Kurmangalieva-Kazahtelekom-gibkij-podhod-osnova-pri-vibore-metodik-upravleniya-proektami/

ОСОБЕННОСТИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И МЕТОДЫ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Сахиев Казыбек
Almaty Management University, г. Алматы

Аннотация. Данная статья описывает особенности корпоративного управления организации, а также методы его совершенствования. Целью данной работы является создание эффективной системы корпоративного управления, задачи: исследование становления и развития понятия "корпоративное управление"; анализ соблюдения основных прав участников корпоративных отношений; подготовка рекомендаций по совершенствованию организации управления правами собственности; организационно-экономическая подготовка рекомендаций по определению готовности к развитию акционерных обществ. Практическая значимость. На основе изучения международного опыта рассматривается основная ошибка топ-менеджеров в управлении крупными предприятиями – субъективные управленческие решения с неадекватными результатами – и совершенствуются объективные модели оценки и организационные формы, построенные на основе взаимосогласованного использования современных информационных и коллективных методов и механизмов управления, которые ограничивают возможности неоправданного управленческого субъективизма. Для данной статьи были использованы такие методы как: фундаментальные положения экономической теории, работы ученых-экономистов. Для решения поставленных задач применены следующие методы: логический анализ, метод полного сравнения, статистический метод.
Ключевые слова. Методы корпоративного управления, постановление, планирование, приказ, план.

Аннотация. Бұл мақалада ұйымның корпоративтік басқару ерекшеліктері, сондай-ақ оны жетілдіру әдістері сипатталған. Бұл жұмыстың мақсаты корпоративтік басқарудың тиімді жүйесін құру болып табылады. міндеттері: "корпоративтік басқару" ұғымының қалыптасуы мен дамуын зерттеу; корпоративтік қатынастарға қатысушылардың негізгі құқықтарының сақталуын талдау; меншік құқықтарын басқаруды ұйымдастыруды жетілдіру бойынша ұсынымдар дайындау; акционерлік қоғамдардың дамуына дайындықты анықтау бойынша ұсынымдарды ұйымдастырушылық-экономикалық дайындау. Практикалық маңыздылығы. Халықаралық тәжірибені зерделеу негізінде ірі кәсіпорындарды басқарудағы топ-менеджерлердің негізгі қателігі – жеткіліксіз нәтижелері бар субъективті басқару шешімдері қарастырылады және негізсіз басқарушылық субъективизмнің мүмкіндіктерін шектейтін заманауи ақпараттық және ұжымдық басқару әдістері мен тетіктерін өзара келісіп пайдалану негізінде құрылған бағалаудың объективті модельдері мен ұйымдастырушылық формалары жетілдіріледі. Бұл жұмыс үшін экономикалық теорияның іргелі ережелері, ғалым-экономистердің жұмыстары сияқты әдістер қолданылды. Қойылған міндеттерді шешу үшін келесі әдістер қолданылады: логикалық талдау, толық салыстыру әдісі, статистикалық әдіс.
Кілт сөздер. Корпоративтік басқару әдістері, қаулы, жоспарлау, бұйрық, жоспар.

Annotation. This article describes the features of corporate governance of the organization, as well as methods of its improvement. The purpose of this work is to create an effective corporate governance system. tasks: study of the formation and development of the concept of "corporate governance"; analysis of compliance with the basic rights of participants in corporate relations; preparation of recommendations for improving the organization of property rights management; organizational and economic preparation of recommendations for determining the readiness for the development of joint-stock companies. Practical significance. Based on the study of international experience, the main mistake of top managers in the management of large enterprises is considered - subjective managerial decisions with inadequate results – and objective evaluation models and organizational forms based on the mutually coordinated use of modern information and collective management methods and mechanisms that limit the possibilities of unjustified managerial subjectivism are improved. For this work, such methods were used as: the fundamental provisions of economic theory, the work of economists. The following methods are used to solve the tasks: logical analysis, the method of complete comparison, the statistical method.

Keywords. Corporate governance methods, resolution, planning, order, plan.

Введение

Актуальность темы исследования. В период перехода к рыночной экономике было создано множество открытых акционерных обществ, которые функционировали на основе корпоративного управления. Многие акционеры стали владельцами собственности. Система корпоративного управления, которой инвесторы и кредиторы могли доверить свои деньги, дала возможность убедить общественность в том, что крупные корпорации являются хорошо управляемыми институтами. Анализ создания и функционирования отечественных компаний показывает, что на данном этапе эффективность этой излюбленной формы управления финансами недостаточна. Система корпоративных отношений функционирует таким образом, что мелкие акционеры, составляющие большинство, недостаточно эффективно вовлечены в корпоративное управление. Как следствие, их интересы игнорируются при управлении компаниями и распределении доходов. Основное противоречие заключается в несовпадении интересов руководства компании и акционеров, в частности, мелких акционеров [1]. Из-за несовершенства законодательства в области корпоративного управления многие аспекты корпоративных отношений не освещаются в правовом поле, а интересы и права акционеров нарушаются прямыми нарушениями. Это касается основных прав компании, а именно: управление компанией, дивиденды (доля прибыли), распределение активов в случае ликвидации АО и доступ к информации. Обеспечение прав акционеров напрямую влияет на эффективность деятельности компании, так как способствует привлечению инвестиционных ресурсов, которые значительно дешевле заемных, стимулирует активное участие всех участников в процессах компании, мотивирует сотрудников и регулирует отношения в компании в целом [2]. Проблема защиты прав акционеров является серьезной проблемой для многих стран мира (в том числе развитых), и для ее решения ведутся научные исследования и разработки. Недавно, с появлением первой публичной компании с ограниченной ответственностью, начались исследования в области корпоративного управления. Наряду с огромным опытом, накопленным в деятельности компаний, возникла необходимость в более глубоком исследовании вопросов, связанных с их деятельностью. Распространение исследований показало необходимость систематизации и всестороннего раскрытия вопросов. Одним словом, создание систем корпоративного управления – это не только инструмент выживания в современном обществе, но и путь к процветанию [3].

Целью данной работы является создание эффективной системы корпоративного управления. Для достижения указанной цели необходимо решить следующие **задачи**:

– исследование становления и развития понятия "корпоративное управление";

– анализ соблюдения основных прав участников корпоративных отношений;

– подготовка рекомендаций по совершенствованию организации управления правами собственности;

– организационно-экономическая подготовка рекомендаций по определению готовности к развитию акционерных обществ.

Практическая значимость.

На основе изучения международного опыта рассматривается основная ошибка топ-менеджеров в управлении крупными предприятиями – субъективные управленческие решения с неадекватными результатами – и совершенствуются объективные модели оценки и организационные формы, построенные на основе взаимосогласованного использования современных информационных и коллективных методов и механизмов управления, которые ограничивают возможности неоправданного управленческого субъективизма.

Литературный обзор.

В современной экономической литературе широко рассмотрена тема корпоративного управления, изучены его модели и методы, обобщен национальный и международный опыт становления и развития корпоративных отношений, разработаны общие теоретические основы формирования механизмов корпоративного управления. Хотя основоположниками корпоративного управления считаются выдающиеся зарубежные экономисты А. Берли и Г. Минза, ряд классиков экономической науки придавали большое значение данному аспекту, такие как Друкер П. и Кейнс Дж. М. Основными результатами исследований по проблеме развития корпоративных отношений являются работы российских экономистов, в частности С. Румянцева, В. Астаповага, А. Амоши, М.

Прокопенко, Е. Иванова и других. Однако для дальнейших исследований необходимо совершенствование стратегий корпоративного управления, условий их формирования и методов оценки их экономической эффективности. Корпоративное управление сектор акционерных обществ. Труды данных выдающихся людей не учитывают главной проблемы экономики, которая заключается в том, что экономические ресурсы конечны, а человеческие потребности в своей относительности безграничны [4].

Методы.

Для данной работы были использованы такие методы как: фундаментальные положения экономической теории, работы ученых-экономистов. Для решения поставленных задач применены следующие методы: логический анализ, метод полного сравнения, статистический метод.

Результаты.

“Классическими” объектами анализа в теории корпоративного управления обычно являются крупные компании, характеризующиеся распределением акций среди большого числа акционеров. Например, в Великобритании в конце 1995 года только две из 20 крупнейших компаний имели прямой или косвенный контроль над более чем 10% акций со стороны крупнейшего акционера, и ни одна из них не имела более 20% прав голоса. Однако исследования распределения акционерной собственности показывают, что такой тип крупной корпоративной структуры встречается лишь в небольшом числе стран.

Практика корпоративного управления существует уже несколько веков. Однако лишь в 80-х годах XX века появилась всеобъемлющая теория корпоративного управления. Учитывая особенности нынешнего и двух предыдущих периодов, ученые пришли к выводу, что в XIX веке двигателем экономического развития было предпринимательство, в XX веке – менеджмент, а в XXI веке эта функция перешла к корпоративному управлению. Такая система создается для достижения трех ключевых корпоративных целей: максимизации эффективности, привлечения инвестиций и выполнения правовых и социальных обязательств [5].

В апреле 1999 года в специальном документе, принятом Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), было сформулировано определение корпоративного управления, согласно которому "под корпоративным управлением понимаются внутренние меры, обеспечивающие деятельность компании и контроль за этой деятельностью". Одним из ключевых элементов экономической эффективности является корпоративное управление, которое охватывает совокупность отношений между советом директоров компании (руководством и директорами), советом директоров (наблюдательным советом), акционерами и другими заинтересованными сторонами. Корпоративное управление - это система управления компанией, которая включает в себя установление целей и стратегий, организацию структуры управления, распределение полномочий и ответственности между руководящими должностными лицами, установление процедур управления рисками и контроля, а также обеспечение прозрачности в принятии решений и учета интересов всех заинтересованных сторон компании, включая акционеров, работников, клиентов и общество в целом [6].

Целью корпоративного управления является создание условий для максимизации стоимости компании и обеспечение ее долгосрочной устойчивости и успешности. Он также направлен на предотвращение конфликтов интересов между различными заинтересованными сторонами и обеспечение соблюдения законодательства и нормативных требований [7].

Основными элементами корпоративного управления являются совет директоров, исполнительное руководство, аудиторская служба, системы управления рисками и внутренний контроль, а также система информационного дискурса с акционерами и заинтересованными сторонами.

Основными принципами корпоративного управления являются:

Прозрачность: компания должна предоставлять акционерам и заинтересованным сторонам достоверную и своевременную информацию о своей деятельности, финансовом положении и рисках.

Ответственность: руководство компании должно нести ответственность перед акционерами за свои решения и действия, а также за результаты деятельности компании.

Справедливость: компания должна обеспечивать равные права и возможности для всех акционеров и заинтересованных сторон, а также соблюдать законодательство и нормативные

требования.

Независимость: совет директоров и аудиторская служба должны действовать независимо от руководства компании, чтобы обеспечить принятие решений в интересах всех заинтересованных сторон [8].

Эффективность: корпоративное управление должно обеспечивать максимальную эффективность и эффективность деятельности компании, максимизируя стоимость акций и удовлетворяя потребности заинтересованных сторон.

Уважение к правам акционеров: компания должна уважать права акционеров на участие в принятии решений и получение информации о деятельности компании, а также содействовать их защите и реализации этих прав.

Социальная ответственность: компания должна учитывать социальные и экологические аспекты своей деятельности и содействовать устойчивому развитию общества в целом [9].

В практике управления обычно одновременно применяется несколько методов или их комбинаций. Следует отметить, что в экономической литературе нет единой трактовки содержания, сферы влияния и классификации методов управления.

Организационно-управленческие методы – это методы, которые направляют, связывают и влияют непосредственно на основе дисциплины, ответственности, власти и принуждения. К организационно-управленческим методам относятся:

– организационное проектирование;
– регламентирование;
– нормирование.

Организационно-управленческие методы обычно применяются следующим образом:

– приказ;
– постановление;
– распоряжения;
– инструкции;
– команды;
– программы действий и мероприятий;
– рекомендации.

Финансовые методы управления – это системы приемов и методов, которые воздействуют на результаты работы через определенные сопоставления затрат и результатов (материальные стимулы и санкции, финансирование и кредит, заработная плата, издержки производства, прибыль и цены) [10].

Основным методом управления здесь является система заработной платы и премий, которые должны быть максимально увязаны с результатами деятельности исполнителя. Вознаграждение руководителей должно быть связано с результатами их деятельности в зоне ответственности или с результатами работы предприятия в целом.

Конкретный набор и содержание экономического воздействия определяется спецификой системы (предприятия), которой оно управляет. Поэтому в практике управления методы экономического управления принимают в основном следующие формы:

– планирование;
– анализ;
– хозрасчет;
– ценообразование;
– финансирование [11].

Социально-психологические методы – это методы исследования и воздействия на человеческое поведение, основанные на психологических и социальных факторах. Они используются в различных областях, таких как психология, социология, менеджмент, маркетинг, политика, образование и другие.

Доказано, что эффективность работы в значительной степени зависит от различных психологических факторов. Если эти факторы можно учесть и использовать для оказания реального влияния на отдельных сотрудников, менеджеры смогут лучше формировать команды с общими целями и задачами. Социологические исследования показывают, что 15% успеха бизнес-менеджера обусловлено его навыками, а 85% – его умением общаться с другими людьми [12].

Выводы.

Действительно, Тема корпоративного управления остается актуальной в современном мире из-за нескольких причин:

Растущая роль корпораций в экономике: корпорации становятся все более влиятельными участниками экономической жизни и могут иметь значительное влияние на общество в целом. Это подчеркивает важность эффективного и ответственного управления корпорацией.

Увеличение объемов международных инвестиций: многие корпорации действуют на международном уровне и зависят от инвестиций из разных стран. Это делает корпоративное управление важным для обеспечения доверия со стороны инвесторов и заинтересованных сторон.

Необходимость соблюдения законодательства и нормативных требований: корпорации должны соблюдать законодательство и нормативные требования, связанные с корпоративным управлением, чтобы избежать рисков и штрафов.

Рост интереса со стороны общественности и СМИ: общественность и СМИ все более внимательно следят за деятельностью корпораций и их социальной ответственностью. Недостатки в корпоративном управлении могут привести к публичным скандалам и негативному имиджу компании.

Необходимость устойчивого развития: устойчивое развитие становится все более важным для компаний и общества в целом. Корпоративное управление может быть инструментом для достижения устойчивого развития через учет социальных и экологических аспектов деятельности компании.

В целом, корпоративное управление является важной темой, которая остается актуальной в современном мире в связи с быстро меняющейся экономической, социальной и экологической средой.

Однако, как показывает практика, этот метод зачастую ограничивается оперативным управлением дочерними и ассоциированными компаниями и не отличается эффективностью и надежностью. Все больше и больше компаний обращаются ко второй системе управления. Так же как выяснилось для эффективного управления и развития любой компании следует и использовать пять основных методов корпоративного управления, которые в свою очередь прошли проверку временем и тем самым не нуждаются в серьезных доработках. Для большей эффективности рекомендуется применять одновременно несколько методов управления.

Список использованных источников:

1. Совершенствование системы корпоративного управления https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=880645 [Дата обращения 20.03.23];

2. Системное корпоративного управления https://science-education.ru/ru/article/view?id=498 [Дата обращения 20.03.23];

3. Корпоративное управление https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnoe-upravlenie-mirovoy-opyt-i-perspektivy-sovershenstvovaniya [Дата обращения 20.03.23];

4. Методы корпоративного управления https://psyera.ru/3023/metody-korporativnogo-upravleniya [Дата обращения 20.03.23];

5. Е. Дубовицкая, Е. Шульц новое в снижении рисков корпоративного управления //Акционерное общество – 2019;

6. Корпоративное управление https://ru.wikipedia.org/wiki/ [Дата обращения 20.03.23];

7. Аспекты корпоративного управления https://kpmg.com/kz/ru/home/services/advisory/risk-consulting/corporate-governance.html [Дата обращения 20.03.23];

8. Понятие принципов корпоративного управления http://www.gmconsulting.kz/about/ku/14-korporativnoe-upravlenie.html [Дата обращения 20.03.23];

9. “Атамекен” совету по корпоративному управлению https://atameken.kz/ru/pages/957-o-sovete-po-korporativnomu-upravleniyu [Дата обращения 20.03.23];

10. Иссык Т. “Что такое корпоративное управление” – 2020;

11. Копытин А. “Права акционеров”– 2021;

12. Кокбасарова Г. “Проблемы корпоративного управления” – 2020.

КАДРОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ В ОРГАНАХ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Сисенов Алимжан Уракулы[1] Магистрант 1 курса
ОП «Государственное и местное управление»
Бактымбет С.С.[2] к.э.н. Научный руководитель
[12]Казахский университет технологии и бизнеса, г. Астана
a.sissenov@mail.ru

Аннотация. В данной научной статье рассматривается кадровый потенциал органов государственного управления Республики Казахстан, особое внимание уделяется проблемам и перспективам его развития. Эффективное функционирование государственной администрации имеет важное значение для устойчивого развития и эффективного управления любой нацией. Человеческие ресурсы играют ключевую роль в этом процессе, выступая в качестве движущей силы реализации политики и принятия решений.

В данном исследовании мы используем методологию качественного исследования для анализа текущего состояния кадрового потенциала в органах государственного управления Казахстана. Благодаря всестороннему обзору литературы и интервью с ключевыми заинтересованными сторонами мы выявляем основные проблемы, с которыми сталкивается сектор государственного управления с точки зрения людских ресурсов. Эти проблемы включают ограниченный доступ к качественному образованию и возможностям профессионального развития, неадекватные процессы найма и отбора, бюрократическую неэффективность и низкую мотивацию сотрудников.

Несмотря на эти проблемы, Республика Казахстан признала важность развития людских ресурсов и предприняла значительные шаги для решения существующих проблем. Правительство осуществило различные реформы, направленные на повышение качества образования и программ подготовки специалистов в области государственного управления. Были предприняты усилия по модернизации процедур найма и отбора персонала, совершенствованию систем оценки эффективности работы сотрудников и внедрению конкурентоспособных пакетов вознаграждения для привлечения и удержания талантливых людей.

Кроме того, в статье освещаются перспективы дальнейшего развития кадрового потенциала в органах государственного управления Казахстана. Эти перспективы включают продвижение меритократии, внедрение систем, основанных на результатах деятельности, повышение организационной культуры и создание условий для обучения и инноваций.

Результаты этого исследования дают ценную информацию для политиков и практиков, участвующих в реформировании государственного управления в Республике Казахстан. В заключение статьи подчеркивается важность продолжения инвестиций в развитие людских ресурсов для обеспечения эффективности, прозрачности и результативности органов государственного управления в стране.

Ключевые слова: кадровый потенциал, органы государственного управления, Республика Казахстан, проблемы, перспективы, развитие, устойчивое развитие, эффективное управление, реализация политики, принятие решений, качественные исследования, вызовы, образование, повышение квалификации, подбор персонала.

Аннотация. Бұл ғылыми мақалада Қазақстан Республикасының Мемлекеттік басқару органдарының кадрлық әлеуеті қарастырылады, оның даму мәселелері мен перспективаларына ерекше назар аударылады. Мемлекеттік әкімшіліктің тиімді жұмыс істеуі кез келген ұлтты орнықты дамыту және тиімді басқару үшін маңызды. Адами ресурстар бұл процесте шешуші рөл атқарады, саясатты жүзеге асыру мен шешім қабылдаудың қозғаушы күші ретінде әрекет етеді.

Бұл зерттеуде біз Қазақстанның мемлекеттік басқару органдарындағы кадрлық әлеуеттің ағымдағы жай-күйін талдау үшін сапалы зерттеу әдіснамасын қолданамыз. Әдебиеттерді жан-жақты шолу және негізгі мүдделі тараптармен сұхбат арқылы біз мемлекеттік басқару секторының адами ресурстар тұрғысынан кездесетін негізгі мәселелерін анықтаймыз. Бұл мәселелерге сапалы білім мен кәсіби даму мүмкіндіктеріне қол жетімділіктің шектелуі, жалдау және іріктеу процестерінің жеткіліксіздігі, бюрократиялық тиімсіздік және қызметкерлердің мотивациясының төмендігі жатады.

Осы проблемаларға қарамастан, Қазақстан Республикасы адами ресурстарды дамытудың

маңыздылығын мойындады және қазіргі проблемаларды шешу үшін елеулі қадамдар жасады. Үкімет білім беру сапасын арттыруға және мемлекеттік басқару саласында мамандар даярлау бағдарламаларына бағытталған түрлі реформаларды жүзеге асырды. Қызметкерлерді жалдау және іріктеу рәсімдерін жаңғырту, қызметкерлер жұмысының тиімділігін бағалау жүйесін жетілдіру және талантты адамдарды тарту және ұстап қалу үшін бәсекеге қабілетті сыйақы пакеттерін енгізу бойынша күш-жігер жұмсалды.

Сонымен қатар, мақалада Қазақстанның мемлекеттік басқару органдарында кадрлық әлеуетті одан әрі дамыту перспективалары баяндалады. Бұл перспективаларға меритократияны ілгерілету, қызмет нәтижелеріне негізделген жүйелерді енгізу, ұйымдық мәдениетті арттыру және оқыту мен инновацияға жағдай жасау кіреді.

Осы зерттеудің нәтижелері Қазақстан Республикасында мемлекеттік басқаруды реформалауға қатысатын саясаткерлер мен практиктер үшін құнды ақпарат береді. Мақаланың қорытындысында елдегі мемлекеттік басқару органдарының тиімділігін, ашықтығы мен нәтижелілігін қамтамасыз ету үшін адам ресурстарын дамытуға инвестицияларды жалғастырудың маңыздылығы атап өтілді.
Түйінді сөздер: кадрлық әлеует, мемлекеттік басқару органдары, Қазақстан Республикасы, проблемалар, перспективалар, даму, орнықты даму, тиімді басқару, саясатты іске асыру, шешімдер қабылдау, сапалы зерттеулер, сын-тегеуріндер, білім беру, Біліктілікті арттыру, персоналды іріктеу.

Annotation. This scientific article examines the personnel potential of the public administration bodies of the Republic of Kazakhstan, special attention is paid to the problems and prospects of its development. The effective functioning of public administration is essential for the sustainable development and effective governance of any nation. Human resources play a key role in this process, acting as a driving force for policy implementation and decision-making.

In this study, we use the methodology of qualitative research to analyze the current state of human resources in the public administration of Kazakhstan. Through a comprehensive literature review and interviews with key stakeholders, we identify the main challenges facing the public administration sector in terms of human resources. These problems include limited access to quality education and professional development opportunities, inadequate recruitment and selection processes, bureaucratic inefficiency and low employee motivation.

Despite these problems, the Republic of Kazakhstan has recognized the importance of human resource development and has taken significant steps to address existing problems. The Government has implemented various reforms aimed at improving the quality of education and training programs for specialists in the field of public administration. Efforts have been made to modernize recruitment and selection procedures, improve employee performance assessment systems and introduce competitive remuneration packages to attract and retain talented people.

In addition, the article highlights the prospects for further development of human resources in the public administration of Kazakhstan. These prospects include the promotion of meritocracy, the introduction of performance-based systems, the improvement of organizational culture and the creation of conditions for learning and innovation.

The results of this study provide valuable information for politicians and practitioners involved in public administration reform in the Republic of Kazakhstan. In conclusion, the article emphasizes the importance of continuing investments in human resources development to ensure the efficiency, transparency, and effectiveness of public administration in the country.
Keywords: human resources, public administration bodies, Republic of Kazakhstan, problems, prospects, development, sustainable development, effective management, policy implementation, decision-making, qualitative research, challenges, education, advanced training, personnel selection.

Введение

Государственное управление играет решающую роль в формировании развития и управления страной. Она охватывает различные правительственные органы, ответственные за реализацию политики, предоставление государственных услуг и обеспечение эффективного принятия решений. Успех государственного управления в значительной степени зависит от качества и потенциала его людских ресурсов. В Республике Казахстан, стране, известной своим быстрым экономическим ростом и политическими реформами, кадровый потенциал органов государственного управления имеет большое значение.

Целью данной научной статьи является изучение проблем и перспектив развития кадрового потенциала в органах государственного управления Республики Казахстан. Понимая и решая эти проблемы, страна может повысить эффективность, прозрачность и результативность своего государственного управления, в конечном счете внося вклад в устойчивое развитие.

Одной из основных проблем, с которой сталкиваются органы государственного управления в Казахстане, является ограниченный доступ к качественному образованию и возможностям профессионального развития для своих сотрудников. Это приводит к нехватке квалифицированных специалистов, обладающих необходимыми знаниями и экспертным опытом для эффективного решения сложных политических задач. Кроме того, процессы найма и отбора в сфере государственного управления часто страдают от неэффективности, что затрудняет выявление и назначение талантливых людей [1].

Бюрократическая неэффективность еще больше усугубляет проблемы, с которыми сталкиваются органы государственного управления. Громоздкие административные процедуры, чрезмерная волокита и отсутствие гибкости препятствуют привлечению и удержанию компетентных специалистов. Более того, низкая мотивация сотрудников и удовлетворенность работой могут препятствовать предоставлению эффективных государственных услуг и процессам принятия решений.

В данной статье будет проведен всесторонний анализ проблем и перспектив развития кадрового потенциала в органах государственного управления Республики Казахстан. Используя качественный исследовательский подход, включая обзор литературы и интервью с заинтересованными сторонами, мы определим ключевые проблемы, с которыми сталкивается сектор, и изучим реформы и стратегии, которые обещают будущее развитие.

Цель данной статьи, проливающей свет на эти проблемы и потенциальные решения, - предоставить ценную информацию политикам, исследователям и практикам, участвующим в реформировании государственного управления в Республике Казахстан. В конечном счете, полученные результаты будут способствовать укреплению кадрового потенциала и повышению общей эффективности работы органов государственного управления, обеспечивая более эффективную систему управления в стране.

Литературный обзор

В разделе обзора литературы данной научной статьи рассматриваются существующие исследования и научные работы на тему кадрового потенциала в органах государственного управления Республики Казахстан. Исследуя текущее состояние знаний, теоретические основы и эмпирические результаты, в этом разделе дается всесторонний обзор ключевых тем и концепций, связанных с проблемами и перспективами развития в этом контексте.

Республика Казахстан стала свидетелем значительных политических, экономических и социальных изменений с момента обретения независимости в 1991 году. В результате система государственного управления страны претерпела преобразования, направленные на приведение в соответствие с международными стандартами и передовой практикой. Понимание кадрового потенциала в этом секторе имеет решающее значение для выявления проблем, с которыми он сталкивается, и разработки стратегий их эффективного решения [2].

Ученые осветили различные вопросы и вызовы, связанные с человеческими ресурсами в государственном управлении в Казахстане. Доступ к качественному образованию и возможностям профессионального развития был определен как серьезная проблема, приводящая к нехватке квалифицированных специалистов, способных удовлетворить сложные потребности сектора. В исследованиях также обсуждалась необходимость совершенствования процессов найма и отбора персонала для привлечения и удержания талантливых людей в органах государственного управления.

Бюрократическая неэффективность в системе государственного управления была повторяющейся темой в литературе. Ученые изучили влияние административной волокиты, громоздких процедур и ограниченной гибкости на мотивацию и производительность сотрудников государственного управления. Эти факторы могут препятствовать эффективному предоставлению государственных услуг и процессам принятия решений.

В литературе также подчеркивается важность реформ и стратегий для решения проблем и улучшения перспектив развития людских ресурсов в государственном управлении. Исследователи предложили различные решения, включая модернизацию процессов подбора персонала,

внедрение систем оценки эффективности и предоставление конкурентоспособных пакетов вознаграждения для привлечения и удержания квалифицированных специалистов. Более того, продвижение системы, основанной на заслугах, и культивирование поддерживающей организационной культуры были выделены в качестве жизненно важных факторов для повышения потенциала людских ресурсов в этом контексте.

Методы

В данной научной статье использовалась методология качественного исследования для изучения проблем и перспектив развития кадрового потенциала в органах государственного управления Республики Казахстан. Исследовательский подход включал проведение всестороннего обзора литературы по соответствующим научным статьям, отчетам и программным документам. Собранные данные из обзора литературы и интервью были проанализированы с использованием тематического анализа, чтобы выявить повторяющиеся темы и получить представление о проблемах и потенциальных стратегиях развития людских ресурсов в секторе.

Результаты

Проблемы в области развития людских ресурсов

Анализ проблем и перспектив развития кадрового потенциала в органах государственного управления Республики Казахстан выявил несколько ключевых проблем, с которыми сталкивается данный сектор.

1. Ограниченный доступ к качественному образованию и профессиональному развитию: Одной из основных проблем является ограниченный доступ к качественному образованию и возможностям профессионального развития для специалистов государственного управления в Казахстане. Исследование высветило необходимость значительных инвестиций в образование и учебные программы для преодоления разрыва в знаниях и навыках. Повышение качества и доступности образовательных ресурсов, развитие партнерских отношений между учебными заведениями и органами государственного управления, а также реализация целевых учебных программ имеют важное значение для решения этой задачи.

2. Неэффективные процессы найма и отбора: Исследование выявило, что неэффективные процессы найма и отбора являются существенным препятствием на пути привлечения и удержания квалифицированных специалистов. Громоздкие процедуры, отсутствие прозрачности и отсутствие отбора, основанного на заслугах, препятствуют выявлению и назначению талантливых людей. Рационализация и модернизация этих процессов, внедрение стандартизированных критериев отбора и обеспечение прозрачности и справедливости при наборе персонала могут способствовать повышению качества рабочей силы [3].

Бюрократическая неэффективность и мотивация сотрудников

Анализ также выявил бюрократическую неэффективность и низкую мотивацию сотрудников в качестве критических факторов, влияющих на результативность государственного управления в Казахстане.

1. Административная волокита и громоздкие процедуры: Бюрократическая неэффективность, включая чрезмерную волокиту и сложные административные процедуры, препятствует предоставлению эффективных государственных услуг. Исследование показало, что наличие ненужных бюрократических барьеров задерживает процессы принятия решений и вызывает разочарование у сотрудников. Рационализация административных процедур, упрощение требований к документации и внедрение решений для электронного управления могут повысить оперативную эффективность и повысить эффективность работы органов государственного управления в целом.

2. Мотивация сотрудников и удовлетворенность работой: Результаты исследования показали, что низкая мотивация и удовлетворенность работой среди сотрудников государственного управления являются серьезной проблемой. Такие факторы, как ограниченные возможности карьерного роста, неадекватное признание и вознаграждение, а также отсутствие процессов принятия решений на основе широкого участия, способствуют низкому уровню мотивации. Создание благоприятной рабочей среды, предоставление возможностей для развития навыков и карьерного роста, а также внедрение стимулов, основанных на результатах работы, могут значительно повысить мотивацию сотрудников и удовлетворенность работой [4].

Перспективы развития людских ресурсов

Несмотря на трудности, анализ также выявил несколько перспектив и стратегий развития кадрового потенциала в сфере государственного управления.

Акцент на образовании и профессиональной подготовке: Содействие обучению на протяжении всей жизни, повышение качества образовательных программ и расширение возможностей для профессионального развития имеют решающее значение для воспитания квалифицированных и компетентных кадров государственного управления. Укрепление сотрудничества между учебными заведениями, государственными учреждениями и международными партнерами может способствовать обмену знаниями, передовой практикой и инновационными подходами в развитии людских ресурсов.

Внедрение систем, основанных на заслугах: Внедрение систем, основанных на заслугах, при приеме на работу, оценке эффективности и продвижении по службе может привлечь и удержать квалифицированных специалистов. Меритократия способствует формированию культуры превосходства, прозрачности и подотчетности в органах государственного управления, гарантируя, что должности заполняются на основе квалификации и способностей.

Организационная культура и лидерство: Культивирование организационной культуры, в которой ценятся инновации, профессионализм и постоянное совершенствование, имеет жизненно важное значение. Сильное лидерство на всех уровнях государственного управления имеет решающее значение для установления позитивного тона, поощрения вовлеченности сотрудников и стимулирования организационных изменений.

В заключение, результаты и заключения демонстрируют критическую важность решения проблем и использования перспектив развития кадрового потенциала в органах государственного управления Республики Казахстан. Инвестируя в образование и профессиональную подготовку, оптимизируя процессы подбора персонала, устраняя бюрократическую неэффективность, повышая мотивацию сотрудников и продвигая благоприятную организационную культуру, Казахстан может полностью раскрыть потенциал своих человеческих ресурсов, обеспечивая эффективное управление и устойчивое развитие [5].

Выводы и обсуждение

Анализ проблем и перспектив развития кадрового потенциала в органах государственного управления Республики Казахстан подчеркивает исключительную важность решения задач, стоящих перед сектором. Выводы подчеркивают необходимость целенаправленных стратегий и реформ для раскрытия всего потенциала людских ресурсов в сфере государственного управления и содействия эффективному управлению в стране.

Ограниченный доступ к качественному образованию и возможностям профессионального развития был определен в качестве серьезной проблемы. Инвестиции в образование и учебные программы, наряду с усилиями по повышению качества возможностей профессионального развития, имеют решающее значение для формирования квалифицированной и компетентной рабочей силы.

Неэффективные процессы найма и отбора препятствуют выявлению и назначению талантливых людей. Внедрение систем, основанных на заслугах, и прозрачных критериев отбора может привлечь и удержать квалифицированных специалистов.

Бюрократическая неэффективность и низкая мотивация сотрудников влияют на результативность государственного управления. Рационализация административных процедур, сокращение ненужной бюрократии и формирование гибкой и инновационной организационной культуры могут повысить мотивацию сотрудников и улучшить общую производительность.

Перспективы развития заключаются в проводимых реформах, которые делают упор на модернизацию процессов подбора персонала, внедрение систем оценки эффективности и предоставление конкурентоспособных пакетов вознаграждения. Кроме того, поощрение меритократии, формирование благоприятной организационной культуры и создание благоприятной среды для обучения имеют важное значение для укрепления кадрового потенциала в сфере государственного управления.

В заключение, решение проблем и использование перспектив развития кадрового потенциала в органах государственного управления Республики Казахстан имеет жизненно важное значение для устойчивого развития и эффективного управления. Инвестируя в образование,

совершенствуя процессы подбора персонала, повышая организационную эффективность и развивая культуру поддержки, Казахстан может вырастить квалифицированную и мотивированную рабочую силу государственного управления, способную решать сложные задачи будущего.

Список использованных источников:

1. Казахстан Республикасының басқару саласындағы кадрлар жетістіктері мен олардың дамуыны қарастыру / Ж. Жұмаш, Ж. Әбілғалиқызы // Наука, технология, образование. - 2019. - № 3 (26). - Б. 174-179.
2. Публичная служба в Казахстане: проблемы и перспективы развития / А. Айтмухамедова, А. Нурмаганбетова // Вестник Международного института управления. - 2020. - Т. 1. - № 2. - С. 85-92.
3. Развитие кадрового потенциала государственной службы в Республике Казахстан: проблемы и перспективы / Б. К. Жумабеков, Е. Р. Нурпеисов, Ж. Б. Даулетова // Вестник Назарбаев Университета. Серия: Экономика и бизнес. - 2018. - Т. 5. - № 1. - С. 28-36.
4. Формирование кадрового потенциала государственной службы Республики Казахстан: тенденции и проблемы / А. Е. Колпакова, К. К. Жандосов, М. Ж. Айнабекова // Вестник Алматинского университета. Серия "Экономика". - 2019. - Т. 7. - № 2. - С. 219-224.
5. Sharipova, A., Shalabekova, S., Mussabekova, G., & Temirgaliyeva, M. (2021). Challenges of Human Resource Development in Public Administration of Kazakhstan. Journal of Open Innovation: Technology, Market.
6. Статья «Тенденции применения фазоповоротных трансформаторовэлектроэнергетике». Добрусин Л.А., доктор технических наук.
7. Статья «Устройства продольной компенсации». Источник: http://www.inteco-electro.ru/upk/inf1.htm
8. Статья: Управляемый шунтирующий реактор трансформаторного типа. Сайт: http://www.ansaldovei.ru/rus/25/
9. В.Н. Сажин. Электрические системы и сети: конспект лекций для студентовспециальности «Электроэнергетика». —Алматы: АИЭС, 2004. - 70 с.
10. С.Е. Соколов, В.Н. Сажин. Эксплуатацияи ремонт силовых трансформаторов: учебное пособие. АИЭС 2005.
11. В.Н. Сажин, Г.Х. Хожин. Расчёт и проектирование электрических сетей и систем: методические указания и задание к курсовой работе для студентов всех форм обучения специальности 5В071800 – Электроэнергетика. Алматы, 2008.
12. В.Н. Сажин, Н.А. Генбач. Электрические сети и системы: конспект лекций. Алматы, АИЭС, 2007.
13. В.Н. Сажин, Г.Х. Хожин, Ж.К. Оржанова. Расчёт и проектирование электрических сетей и систем: конспект лекций для специальности 5В071800 – Электроэнергетика АИЭС, 2008

ALUMNI ASSOCIATION AS A TOOL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE UNIVERSITY

Author: Yekaterina S. Smolyakova

Abstract: The importance of an alumni association in achieving sustainable development of a university cannot be overstated. An effective alumni association can be a powerful tool for engaging with and mobilizing the current alumni base, as well as providing support for the university in a variety of ways. This article will explore the benefits of an alumni association for sustainable development of the university, examine the challenges involved in maintaining a viable alumni association, and discuss the strategies and initiatives needed to strengthen the alumni association for sustainable development of the university.
Key words: alumni association, sustainable development, university.

Аннотация: Значение объединения выпускников в достижении устойчивого развития вуза невозможно переоценить. Эффективная ассоциация выпускников может быть мощным инструментом для привлечения и мобилизации текущей базы выпускников, а также для поддержки университета различными способами. В этой статье будут рассмотрены преимущества ассоциации выпускников для устойчивости университета, рассмотрены проблемы, связанные с поддержанием жизнеспособной ассоциации выпускников, а также обсуждены стратегии и инициативы, необходимые для укрепления ассоциации выпускников для обеспечения устойчивости университета.
Ключевые слова: ассоциация выпускников, устойчивое развитие, университет

Аннотация: университеттің тұрақты дамуына қол жеткізудегі түлектерді біріктірудің маңыздылығын асыра бағалау мүмкін емес. Тиімді түлектер қауымдастығы қазіргі түлектер базасын тарту мен жұмылдырудың, сондай-ақ университетті түрлі тәсілдермен қолдаудың қуатты құралы бола алады. Бұл мақалада университеттің тұрақты дамуы турасында түлектер қауымдастығының артықшылықтары, түлектер қауымдастығын дамытуға қатысты мәселелер қарастырылады және университеттің тұрақты дамуын қамтамасыз ету мақсатында түлектер қауымдастығын одан әрі нығайтуға қажетті стратегиялар мен бастамалар талқыланады.
Түйінді сөздер: түлектер қауымдастығы, тұрақты даму, университет

Introduction

The Alumni Association has come a long way since its inception. According to C McGrath (1999), the first organized alumni association was established in 1789 at the College of William and Mary. Since then, alumni associations have grown in size and scope, with a focus on connecting alumni and strengthening their relationship with their alma mater. The development of alumni associations has had a significant impact on the development of higher education institutions as a whole. Alumni associations have become a major source of fundraising for universities, providing increased opportunities for students to pursue their educational goals. As alumni associations have become more organized, they have also become more involved in the life of their alma mater, providing students with advice and mentorship that helps them to succeed. Additionally, alumni associations have become increasingly involved in university governance, providing alumni with a greater voice in the decision-making process. As a result, alumni associations have become an integral part of the university experience, providing students with a sense of community and a connection to their alma mater throughout their lives.

The Alumni Association helps former and current students to stay connected with their alma mater. According to OB Appau in The International Journal of Business, “Alumni associations are a vital part of the educational experience in many countries, providing benefits to both former and current students” (2022). The connections that alumni associations bring can be beneficial both to former students who have graduated and to current students who are enrolled in the institution. For former students, alumni associations can provide a great way to network and stay in touch with fellow students, as well as a great way to provide mentoring and advice to current students. Alumni associations can also help current students identify and take advantage of internship, job, and scholarship opportunities.

Furthermore, alumni associations can provide current students with a variety of resources, such as career guidance, and even offer support to those who may be struggling in their studies. Ultimately, alumni associations provide an invaluable resource for former and current students, helping to build lasting connections that can have a lasting and positive impact on their futures.

Literature Review

The role of Alumni Associations in promoting school pride and community engagement is an important one. According to research conducted by Jones, Willness, and Madey (2014), these associations can "create a sense of belonging among alumni and other stakeholders" (p. 8). Through their activities, Alumni Associations can strengthen ties between the school and the community, creating a sense of pride in the school and its history. This sense of pride and connection to the school can lead to alumni engaging in a variety of activities to benefit the school, such as volunteering, donating, and networking with other alumni. At the same time, the Alumni Association can also provide a platform for alumni and other school stakeholders to engage in conversations and activities that benefit the community.

The role of universities in fostering sustainable development is an issue that is gaining traction globally. In this regard, AC Campbell and AR Baxter conducted a study in 2019 that examined the role of alumni associations in sustainable development of universities. The authors used both quantitative and qualitative approaches to analyze the data collected from the survey. Their results indicated that alumni associations play an important role in the sustainable development of universities. Specifically, they found that alumni associations can help universities to raise funds for development projects, provide mentorship opportunities for students, and establish linkages with industry, can also help to promote the reputation of universities and provide opportunities for alumni to engage in continued learning. According to Campbell and Baxter, "the alumni association is an important and dynamic resource for universities in terms of its potential to contribute to sustainable development" (2019, p.415).

Thus, universities should recognize the importance of alumni associations and take steps to ensure their effective functioning.

Maintaining a viable alumni association not only involves increasing membership and participation, but also adapting to the ever-changing needs of alumni (R Bridgstock 2009). As alumni move on from their college or university, their needs and wants change. It is essential for the alumni association to keep up with the changes in order to remain relevant and thus, viable. Furthermore, maintaining a viable alumni association is not limited to just keeping up with the needs of alumni. It is also important for the association to build relationships between alumni and the institution. This includes fostering a sense of connection between the alumni and the institution, as well as encouraging alumni to support the institution financially (R Bridgstock 2009).

Methodology

This article examines the importance of alumni associations in the sustainable development of universities. The article highlights three main stages of the study: literature review and research questions, methodology and data collection, as well as data analysis and justification of the selected methods. During the study, a combined approach was used, including both quantitative and qualitative research methods.

Results

The importance of alumni associations in the sustainable development of a university cannot be overstated. According to Campbell and Baxter's 2019 study, which was published in the Journal of Educational Development, alumni associations are a valuable source of resources, knowledge, and support for universities. To strengthen an alumni association, it is important to analyze the strategies and initiatives needed.

1) universities must increase communication and engagement with alumni, both through physical and digital platforms. This will help to maintain a strong relationship between the alumni and the university and will also help to increase alumni involvement.

2) universities must focus on attracting new members and creating activities that engage alumni, such as networking events, alumni awards, and mentoring programs.

3) universities must develop a comprehensive alumni database and use it to track alumni engagement and support. By implementing these strategies and initiatives, universities can create and maintain a strong alumni association that contributes to the sustainable development of the university.

Alumni associations have many benefits for colleges and universities. According to SE Gaier (2001), alumni associations have the potential to increase student enrollment, alumni engagement and involvement, and alumni contributions.

1) Alumni associations can help to create a sense of community and belonging among alumni, which can be beneficial for the university's reputation.

2) Alumni associations also have the potential to help universities create a sense of loyalty that can result in donations and other financial contributions.

3) Alumni associations can help to create a more effective outreach program for the school by connecting alumni to current students and helping to create mentoring opportunities.

4) Alumni associations can also provide a platform for alumni to participate in activities and events that promote the school's mission and values.

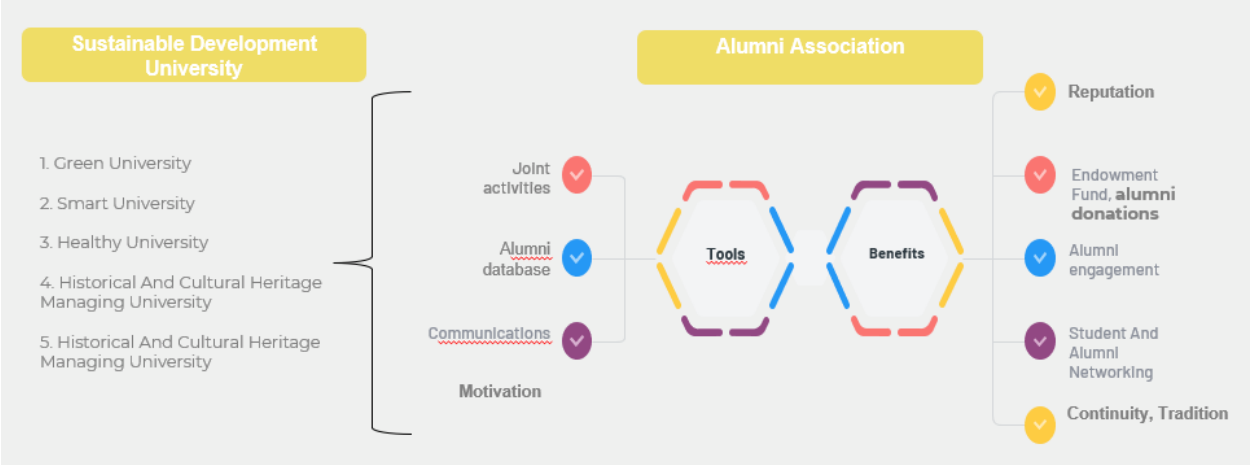
5) Alumni associations can help to create stronger relationships between alumni and the school, which can result in more engagement and involvement from alumni.

6) Alumni can also help students make connections to potential employers, internships, and other opportunities that can benefit their educational and career goals.

7) Alumni members are often in a position to provide students with advice, guidance, and mentorship, which can be invaluable in helping them stay on track in their college experience.

8) Alumni associations provide universities with access to a wealth of knowledge and experience through the alumni network. This knowledge can be used to help the university in areas such as research and fundraising.

All of these benefits demonstrate why universities should consider creating alumni associations.



In their study, Campbell and Baxter (2019) examined strategies for maximizing engagement within an alumni association. Through their research, the authors identified four approaches that could be used to increase involvement with alumni.

The first strategy is to identify the needs and interests of alumni, as this can inform the types of activities, events, and services that should be offered.

The second strategy is to create a sense of ownership among alumni, which can be done through offering opportunities to participate in decision making and planning.

The third strategy is to leverage technology to increase communication and engagement. This could include providing a platform for alumni to interact with each other and with the association.

The fourth strategy is to provide recognition and incentives to those who are actively involved in the alumni association.

Another strategy for effective alumni engagement is to offer educational opportunities to alumni. This can be done through webinars, online courses, and other educational resources.

By utilizing these strategies, alumni associations can increase engagement and build stronger relationships with their alumni.

Alumni associations have long been viewed as an integral part of a university's sense of community and support. In a recent study by SA Raza, W Qazi, and B Umer (2020), the authors sought to analyze the impact of alumni associations on student engagement and retention. To do so, they conducted a survey of alumni members and current students at a large university. The results of the study showed that alumni associations had a significant impact on student engagement, with the majority of students who belonged to the alumni association feeling more engaged with the university. Moreover, the study also found that alumni associations had a positive impact on student retention, with students who belonged to the alumni association being significantly more likely to remain enrolled in the university for a longer period. These results suggest that alumni associations can play an important role in promoting student engagement and retention. Thus, universities should consider investing in alumni associations to ensure higher levels of student engagement and retention.

The sustainability of an alumni association model over time is a crucial factor in the success of any organization. VM Iyer, EM Bamber, and RM Barefield (1997) explored methods for sustaining an alumni association model over time in their book, Accounting, Organizations, and Society. They present a multi-dimensional framework consisting of four key elements:

- organizational capacity;
- commitment;
- resources;
- relationships.

The authors suggest that the most effective ways to maintain an alumni association model over time is to ensure that each element is addressed in order to cultivate a viable and sustainable organization.

Conclusion

Organizational capacity refers to the ability of the organization to develop and manage the necessary activities for the model to be successful. This includes having the right people in the right positions with the right skills, as well as having the right technology and resources available. Commitment is an important factor in the longevity of the model, because it reflects the dedication of the organization to the model. It is important to ensure that members of the organization are committed to the mission and goals of the model. In addition, resources are a vital factor in sustaining the model, and it is essential to have adequate resources to support the model and its activities over time. Finally, relationships are important in order to build trust and to foster commitment to the model. Iyer, Bamber, and Barefield (1997) suggest that these four elements—organizational capacity, commitment, resources, and relationships—must be addressed in order to sustain an alumni association model over time.

The alumni association model offers many advantages to education institutions. It provides a platform to bring together alumni, staff and students, allowing all parties to benefit from the examples and advice of those who have been in the same situations. It provides networking and outreach opportunities, as well as a structure for higher education institutes to facilitate understanding and discussion between all involved. Moreover, alumni association models promote long-term relationships with alumni, creating a stronger, more positive association between alumni and the institution. These models are increasingly becoming an essential part of the student experience and should be implemented for the mutual benefit of all parties.

REFERENCES

1. Ackerman R., Schibrowsky J. A business marketing strategy applied to student retention: A higher education initiative //Journal of College Student Retention: Research, Theory & Practice. – 2007. – Т. 9. – №. 3. – С. 307-336.

2. Appau O. B. An Appraisal of the Benefits of Vibrant Alumni Relations at the University of Education, Winneba, Ghana //The International Journal of Business & Management. – 2022. – Т. 10. – №. 5.

3. Boyd M. S., Williams M. R., Pennington K. Successful community college alumni programs //Community College Enterprise. – 2009. – Т. 15. – №. 1.

4. Bridgstock R. The graduate attributes we've overlooked: Enhancing graduate employability through career management skills //Higher Education Research & Development. – 2009. – Т. 28. – №. 1. – С. 31-44.

5. Campbell A. C., Baxter A. R. Exploring the attributes and practices of alumni associations that advance social change //International Journal of Educational Development. – 2019. – Т. 66. – С. 164-172.

6. Gaier S. E. Increasing Alumni Involvement and Alumni Financial Support through a Student Alumni Association. – 2001.

7. Gray B. J., Shyan Fam K., Llanes V. A. Branding universities in Asian markets //Journal of product & brand management. – 2003. – Т. 12. – №. 2. – С. 108-120.

8. Hardy T. Developing the Metropolia Alumni Relations Program. – 2015.

9. Jones D. A., Willness C. R., Madey S. Why are job seekers attracted by corporate social performance? Experimental and field tests of three signal-based mechanisms //Academy of Management Journal. – 2014. – Т. 57. – №. 2. – С. 383-404.

10. Iyer V. M., Bamber E. M., Barefield R. M. Identification of accounting firm alumni with their former firm: Antecedents and outcomes //Accounting, organizations and society. – 1997. – Т. 22. – №. 3-4. – С. 315-336.

11. McGrath C. The evolution of an alumni association's web site: decisions, mistakes, and successes. – 1999.

12. Newman M. D. Does membership matter? Examining the relationship between alumni association membership and alumni giving //International Journal of Educational Advancement. – 2011. – Т. 10. – С. 163-179.

13. Newman M. D., Petrosko J. M. Predictors of alumni association membership //Research in Higher Education. – 2011. – Т. 52. – С. 738-759.

14. Raza S. A., Qazi W., Umer B. Examining the impact of case-based learning on student engagement, learning motivation and learning performance among university students //Journal of Applied Research in Higher Education. – 2020. – Т. 12. – №. 3. – С. 517-533.

ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА НА КИБЕРСПОРТИВНОМ РЫНКЕ

Табеев А.Ж.Магистрант
Алматы Менеджмент Университет, г. Алматы
adikakex@gmail.com

Аннотация.

Киберспортивный рынок быстро развивающаяся индустрия, которая в скором будущем может составить конкуренцию традиционным видам спорта. Продвижение бренда на киберспортивном рынке является важной час

тью развития развлекательной отрасли. Цель исследования заключается в изучении способов продвижения бренда на казахстанском киберспортивном рынке.

В результатах исследования приводится сравнение традиционного и киберспорта, а каждом из которых приводятся факторы, обуславливающие сходство данных отраслей. Также приводятся причины, по которым киберспортивный рынок слабо развит на территории Казахстана.

Ключевые слова: киберспортивный рынок, киберспорт, продвижение бренда, развлекательная индустрия

Аннотация

Киберспор рын-сы, жылдызды жетіп жататын индустрия, жақындағы күндерде традициялық спорттың кез келген түрлерімен жарнамалар арасында конкуренттік түсінікті. Бренддік өнімдерді киберспорт рын-сында жариялау, тәнсіздіктің дамуына көмектесуінің маңызды бөлігін құрайды. Зерттеу мақсаты - Қазақстандағы киберспорт рын-сында бренддік өнімдерді жариялау способтарын талдау.

Зерттеудің нәтижелерінде, традициялық спортпен киберспортты салыстыру жасалады, әрбіріне айналдыруға себеп болатын факторлар көрсетіледі. Сондықтан да, Қазақстанда киберспорт рын-сы елімізде кем дамушылықтық себептері көрсетіледі.

Түйін сөздер: киберспорт нарығы, киберспорт, брендті жылжыту, ойын-сауық индустриясы

Abstract

The esports market is a rapidly developing industry that may soon compete with traditional sports. Brand promotion in the esports market is an important part of the entertainment industry's development. The aim of the research is to study ways to promote a brand in the Kazakhstani esports market. The results of the study provide a comparison of traditional and esports, each of which presents factors that determine the similarities of these industries. Also, the reasons why the esports market is weakly developed in Kazakhstan are presented.

Key words: esports market, esports, brand promotion, entertainment industry

Введение

Актуальность исследовательской работы заключается в важности развития развлекательной индустрии, особенно в последние годы, когда вводились ограничения на посещение общественных мест из-за карантинных мер. При правильном подходе во времена геймификации киберспорт может быть не только способом времяпровождения, но и возможностью развития логического, стратегического мышления и других способностей.

Цель заключается в исследовании способов продвижения бренда на казахстанском киберспортивном рынке.

Новизна исследования состоит в том, что ранее продвижение бренда на киберспортивном рынке в Казахстане не рассматривалось ввиду слабого развития данной отрасли.

Гипотеза заключается в том, что способы продвижения бренда традиционных видов спорта подходят и для киберспортивного рынка.

Теоретическая значимость подразумевает внесение вклада в изучение способов продвижения бренда на киберспортивном рынке. Данная отрасль начала развиваться и обрела популярность относительно недавно, в связи с чем требует дальнейшего изучения способов ее продвижения.

Практическая значимость заключается в развитии киберспортивного рынка на территории Казахстана.

Литературный обзор

Киберспортивный рынок – это быстроразвивающаяся отрасль развлекательной индустрии, где большую часть целевой аудитории составляет молодое поколение пользователей. Данная индустрия является относительно новой, развиваются ее направления, а также способы продвижения – киберспортивные турниры, стриминговые площадки [1].

В статье И. В. Солнцева киберспорт рассматривается в качестве экономического явления [2]. Автор анализирует структуру киберспорта, целевую аудиторию и источники дохода данной индустрии. Была приведена оценка киберспортивного рынка и его целевой аудитории в мире и в России, в основание которой легли отчеты консалтинговых компаний, отчетные и аналитические материалы, сайты данных структур, существующие исследования зарубежных авторов. Основной доход киберспортивному рынку приносит реклама, спонсорство, продажа медиа прав, поступления от продажи билетов, отчисления производителей игр.

Н. И. Николаев рассмотрел краткую историю видеоигровой индустрии в своей статье, определив роль, место и особенности отрасли. Совместно с этим был проведен анализ игровой индустрии, рассмотрены вопросы экономической и инвестиционной привлекательности данного экономического сегмента и изложены перспективы развития отрасли [3].

Д. О. Гаврилов, А. Г. Родионова выявили в своей работе основные проблемы киберспортивной индустрии и привели ряд альтернативных решений. Также была проведена сравнительная оценка киберспорта с традиционным видами спорта [4].

Особое внимание уделяется отнесению киберспорта к спорту в классическом понимании. Для киберспортивного рынка также применимы стратегии и маркетинговые инструменты продвижения спортивного рынка: создание и продвижение бренда, позиционирование, которые могут использоваться для формирования конкурентных преимуществ. Уже в наше время киберспортивный рынок составляет конкуренцию профессиональному спорту [1, 2].

О. Гребнева рассмотрела в статье основную цель создания бренда, которая является достижением конкурентных преимуществ на долгосрочной основе в продвижении товара или услуг на рынке. Автор заявляет, что более сильным влиянием на потребителей обладают компании с эффективным брендингом [5]. Раскрыты ключевые особенности маркетинговых стратегий при продвижении продукции на рынке [6].

В статье были отражены четкие идентификационные характеристики отечественных товаров, которые имели бы ценность не только на казахстанском рынке, но и на международном, поскольку учитывает мировые тренды, что принесло бы пользу внутри страны. Национальная идентичность помогает бренду показать уникальность продукта и выделиться среди конкурентов в условиях глобализации [7].

Рассмотрены локальные, региональные и глобальные аспекты при формировании молодежной культуры в Казахстане. По итогам исследования было выявлено, что в предпочтении социальных сетей доминируют российские сети, казахстанский контент возрос на телевидении в предпочтениях молодого поколения Казахстана [8].

Был проведен анализ экономической деятельности крупных мировых компаний на киберспортивном рынке, выявлены главные тенденции индустрии. В наше время технологические возможности на пике своего развития, из-за чего требования потребителей увеличиваются с каждым годом. Разработчики постоянно работают над совершенствованием своего продукта для удовлетворения потребностей целевой аудитории. Авторы заявляют о влиянии уровня технического оснащения на успех бренда на киберспортивном рынке [9].

Ж.Б. Рахметулиной, А. О. Сулейменовой и М. А. Ордабаевой рассмотрены основные факторы, обуславливающие медленное внедрение инноваций, передовых технологических разработок в Казахстане. Правительство РК играет далеко немаловажную роль в вопросах развития технологий и инноваций. Изложено, что в стране были приняты стратегии и программы развития НТИ [10].

Рассматриваются многочисленные вопросы, связанные с популяризацией киберспорта. В российских СМИ выходит большое количество материалов, посвященных этой теме, в которых очень часто рассматривают киберспорт с позиции культурной, спортивной и даже политической [11].

Е. Ю. Коваленко, Н. В. Тыдыкова и А. К. Кусаинова рассмотрели киберспортивный рынок как правовое явление. Россия стала первой страной в мире, которая признала киберспорт

официальным видом спорта. Анализ российского законодательства показал, что наиболее часто используемым в текстах нормативных актов является термин «компьютерный спорт». Авторы пришли к выводу, что киберспортивные отношения являются недостаточно изученной областью [12].

В Казахстане киберспортивный рынок не столь сильно развит как в России или других зарубежных странах. По этой причине аспекты правильного позиционирования и построения сильного бренда на киберспортивном рынке в нашей стране мало изучены. Поэтому на основании работ упомянутых авторов в данной статье будет проведен анализ киберспортивного рынка, будет изучена психология восприятия формы и цвета в брендинге, будут изучены способы продвижения бренда в данной отрасли, используя маркетинговые инструменты, будет приведен анализ экономических, социальных, технологических и политических факторов, которые прямым образом влияют на построение конкурентоспособного бренда на киберспортивном рынке в Казахстане.

Методы

Цель исследования подразумевает изучение способов продвижения бренда на казахстанском киберспортивном рынке.

Исследование продвижения бренда на киберспортивном рынке состоит из следующих этапов: анализ литературы, изучение экономических, социальных, технологических и политических факторов, влияющих на построение конкурентоспособного бренда в Казахстане.

Методы исследования: наблюдение, синтез. Данные методы необходимы для описания факторов, влияющих на конкурентоспособность киберспортивного бренда в Казахстане.

Результаты

Киберспортивный рынок бурно развивается во всем мире и обретает все большую популярность на стыке спортивной и развлекательной индустрий. Киберспорт, который ранее даже не относили к отдельному рынку, сегодня является самостоятельной отраслью экономики и формирует новые направления. На сегодняшний день киберспорт воспринимается не в качестве составляющей индустрии спорта, а как самостоятельное направление сферы развлечений.

Киберспорт обрел официальный статус и признание в качестве вида спорта в Казахстане и был включен в реестр видов спорта в 2018 г. Раскрывая тему регулирования и признания киберспорта в качестве спорта, следует упомянуть определение Дж. Боксилла, согласно которому спорт является физически сложной и свободно выбранной деятельностью, которая осуществляется по определенным правилам и предполагает соревновательных дух и конкуренцию для достижения превосходства.

К сожалению, из-за отсутствия должного инвестирования данной отрасли со стороны государственных органов киберспорт на территории Казахстана не развивается должным образом. Это объясняется отсутствием гарантий, что киберспортивный проект станет прибыльным и окупится в определённые сроки.

Киберспортивный рынок обрел коммерческий успех для инвесторов в результате роста стоимости прав телетрансляций, привлекательности спортивных клубов и крупных соревнований. Объяснение этому простое: структура рынка. Организация турниров формирует всю индустрию киберспорта. Для спонсоров, инвесторов, а также для рекламодателей будет более выгодно вложиться в клуб, который уже имеет имиджевый бренд, а также узнаваем на рынке. Основанием данной причины является уже имеющаяся определенная аудитория для более выгодной рекламы в целях охвата. Обратной стороной является тот факт, что при потоке инвестиционных средств создается благоприятная среда для сильного скачка в развитии и привлечения более способных игроков. А также, появляются условия для создания собственного успешного имиджа в целях продвижения по рейтинговой карьере клуба, что говорит о том, что для успешной и прогрессивной деятельности клуба и для достижения профессионального статуса имеет значимую роль создание личного, а главное узнаваемого бренда.

Основным фактором составляющей структуры в социальном плане является рейтинг спортивного клуба. Составлением данного рейтинга занимаются специализированные на спорт консалтинговые компании. Основные показатели для составления рейтинга следующие: конкурентоспособность, индивидуальность, а также привязанность и лояльность фанатов конкретной команды. Данный факт показывает наличие дополнительной стоимости имиджа и брендов популярных клубов. Высокая популярность и непосредственно ценность бренда может

приносить хорошую прибыль.

Фундаментом для узнаваемости на рынке и для финансовой составляющей даже при том, что клуб не имеет значительных успехов, является бренд клуба. В связи с этим, значимую роль играет продвижение бренда на «спортивной арене», что в свою очередь осуществляется клубами, благодаря развитию маркетинговых коммуникаций и нетворкинга.

Маркетинговые коммуникации выступают в качестве промоутера в продвижении имиджа спортивного клуба, поскольку они дают возможность иметь нетворкинг и обратную связь, а также взаимодействие между целевой аудитории и самим клубом.

Маркетинговые коммуникации клубов подразумевают коммуникативно-управленческий процесс, в результате которого создается диалог между аудиторией и клубом. Среди перечня всех инструментов маркетинговых коммуникаций для владельцев клуба и для самого профессионального клуба наиболее значимыми являются PR и реклама, которые базируется на привлечении внимания потребителя, создании высокого уровня заинтересованности потребителя, финансовом контакте с клубом (атрибутика, покупка продукции и билетов, вступление в клуб фанатов и т. д.) и на поддержки лояльности.

Основы продвижения имиджа киберспортивного клуба заключаются в коммуникации и взаимодействии с основными группами, с которыми осуществляется контакт. Для каждой из групп предусмотрены различные методы и подходы для продвижения:

1. Болельщики и фанаты. Данная группа является важной аудиторией и непосредственно одним из методов распространения информации о клубе. Методами продвижения имиджа и бренда среди данной группы, являются: организация мероприятий, в которых фанаты и члены клуба взаимодействуют; проведение различных видов конкурсов, соревнований, а также акций для фанатов.
2. Средства массовой информации. Взаимодействия киберспортивного клуба со СМИ происходит с целью распространения и освещения вида деятельности клуба. Инструментами являются: различные брифинги, пресс-релизы, пост-релизы, а также пресс-конференции.
3. Спонсоры и рекламодатели также играют значимую роль.

Маркетинговые коммуникации в понятии инструмента для продвижения имиджа киберспортивного клуба подразумевают осуществление огромного числа разнообразных рекламных, а также PR мероприятий. Которые, в свою очередь, направлены на налаживание долгосрочного и положительного контакта с целевыми группами, основывая их лояльность и преданность.

Киберспортивный рынок тесно взаимосвязан с индустрией видеоигр. Видеоигры являются частью крупной индустрии развлечений. Видеоигровая индустрия, по сути, является огромным коммерческим рынком. На видеоигры приходится большая часть доходов от всей индустрии развлечения в целом.

Выводы и обсуждение

Киберспортивный рынок плохо развит на территории Казахстана по ряду причин:

1. Нехватка и отсутствие инвестиций. В нашей стране на данный момент нет примеров и доказательств, что рынок киберспорта может быть окупаемым и доходным проектом. Данный фактор сильно стопорит данный вид заработка.
2. Нехватка или отсутствие кадров. В Казахстане нехватка менеджеров и маркетологов, которые специализируются на киберспортивном бизнесе.
3. Проблемы со СМИ. Недостаточный уровень развития специализированных сайтов, которые вещают о киберспорте. Также отсутствие аналитики киберспорта которая оценивала бы состояние индустрии, отсутствие авторов, которые обрели популярность в данной сфере.
4. Целевая аудитория. Узкий круг аудитории.

Для увеличения популяризации киберспортивного рынка на территории Казахстана предлагаются следующие рекомендации:

1. Активное участие СМИ в продвижении киберспорта, что повлечёт в свою очередь более привлекательный климат для инвестиций с обеих сторон: со стороны государства и со стороны частных инвесторов.
2. Внедрение политических законов касательно киберспорта в целях его непосредственного развития и улучшения.
3. Создание команд по различным дисциплинам (видеоиграм) в университетах страны и проведение ежегодных соревнований.

Следует отметить, что киберспортивная индустрия является достаточно молодой. Однако в развитиях странах данная отрасль уже обрела огромную популярность, что является подтверждением ее перспективности на долгосрочной основе.

Список использованных источников

1. В.А. Горельников. Маркетинговые продукты в киберспорте - как основные возможности для роста рынка // Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодёжи и туризма (ГЦОЛИФК)". – 2020. – С. 37–43.

2. И. В. Солнцев. Экономика киберспорта // Инновации. – 2018. – № 2 (256). – С. 62–67.

3. Н. И. Николаев. Видеоигровая индустрия: краткая история, перспективы развития и влияние на экономику. // E-Scio. – 2019. – № 8 (71). – С. 15–30.

4. Д. О. Гаврилов, А. Г. Родионова. Системные проблемы развития и обеспечения конкурентоспособности киберспортивной индустрии. // СИЛА систем. – 2018. – № 1 (14). – С. 13–16.

5. О. Гребнева О. Роль брендинга в Казахстане // Международная научно-практическая конференция посвященная 70-летию академика Ж. Т. Сейфуллина «Приобретенные задачи и стратегии развития экономики, менеджмента и маркетинга». – 2018. – С. 189–192.

6. М. И. Шеденова. О маркетинговой стратегии продвижения продукции на рынках Казахстана // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2018. – № 9. – С. 33–38.

7. Балгабаева, А. Еримпашева. Национальная идентичность казахстанских брендов в условиях глобализации // Вестник КазНУ. – 2018. – № 3 (4) – С. 97–105.

8. Н. Мингишева. Молодежная культура в Казахстане: глобальный, региональный и локальный уровни // Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук. – 2019. – С. 128–130.

9. М. В. Черняев, А.И. Баглей. Видеоигровая индустрия сквозь призму экономической и инвестиционной привлекательности в современных условиях. // Инновации и инвестиции. – 2018. – № 8. – С. 33–37.

10. Ж.Б. Рахметулина, А. О. Сулейменова, М. А. Ордабаева. Проблемы инновационного развития Казахстана // Вестник университета «Туран». – 2021. – № 2. – С. 29–37.

11. И. А. Мальцева. Популяризация киберспорта как спортивной дисциплины: медийный аспект // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. – 2022. – № 2 (101). – С. 89–96.

12. Е. Ю. Коваленко, Н. В. Тыдыкова, А. К. Кусаинова. Правовое регулирование киберспорта в России и некоторых странах Азии // Российско-азиатский правовой журнал. – 2021. – № 2. – С. 51–55.

13. М. К. Тулеубаева, Р. М. Рахимбаева, М. Т. Баймуханова, Г. У. Макенова. Влияние пандемии на лучшие бренды мира // Вестник университета «Туран». – 2022. – № 1. – С. 129–137.

14. М.Ж. Конырбеков, И. Кетебаев, А.Б. Имашев, Г. И. Абаева. Мировой опыт применения маркетинговых стратегий // Вестник университета «Туран». – 2021. – № 2. – С. 64–72.

15. Д.И. Лепешев, В.А. Дулик, Е.В. Жолнерчик. Возможности и перспективы использования киберспорта в маркетинговых коммуникациях. // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2021. – № 8 (58). – С. 77–83.

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В КВАЗИГОСУДАРСТВЕННОМ И ЧАСТНОМ СЕКТОРАХ КАЗАХСТАНА

Тұрсынова Б.Е.
Специальность: Менеджмент, магистрант 1 курса
Almaty Management University, г. Алматы
Ballymtt@gmail.com

Аннотация. В статье исследуются факторы мотивации сотрудников в компаниях квазигосударственного и частного секторов Казахстана. Целью исследования является сравнение факторов и механизмов мотивации в двух компаниях, формирование выводов и рекомендации по разработке мотивационного механизма, который является одним из важнейших звеньев в цепи достижения высоких результатов деятельности современных субъектов хозяйствования. Анализ и сравнение систем и механизмов мотивации сотрудников компаний квазигосударственного и частного секторов были проведены с использованием количественного метода сбора первичных данных с применением онлайн-опросов. В работе также проанализировано влияние мотивации сотрудников на эффективность организации, рассмотрены внешние и внутренние факторы, влияющие на мотивацию сотрудников и восприятие ими работы. На основании полученных данных сформулированы выводы, определены сходства и различия факторов и механизмов мотивации в двух компаниях.

Полученные результаты позволили сделать вывод о том, что взаимодействие мотивов и стимулов является тем инструментом, который позволяет удовлетворить потребности работника наиболее подходящим для него способом – в результате реализации его способностей. Изучение текущего состояния и механизмов мотивации в двух компаниях свидетельствует о том, что ключевой проблемой для обеих компаний был высокий уровень текучести кадров, вероятно связанный с высокой дополнительной рабочей нагрузкой и отсутствием признания со стороны руководства. Практическая значимость статьи заключается в том, что выявленные в ходе исследования факторы повышения мотивации, могут быть использованы с целью совершенствования системы стимулирования персонала.
Ключевые слова: мотивация сотрудников, факторы мотивации, производительность труда.

Аннотация. Мақалада Қазақстанның квазимемлекеттік және жеке секторындағы компаниялардағы қызметкерлерді мотивациялау факторлары қарастырылды. Зерттеудің мақсаты – екі кәсіпорындағы мотивациялау факторлары мен механизмдерін салыстыру, заманауи кәсіпкерлік субъектілеріндегі мотивациялық механизмдер бойынша қорытындылар мен ұсыныстар қалыптастырылды. Квазимемлекеттік және жеке сектордағы компаниялардың қызметкерлерін ынталандыру жүйелері мен механизмдерін талдау және салыстыру, онлайн сауалнамалар арқылы бастапқы деректерді жинаудың сандық әдісімен жүзеге асырылды. Алынған мәліметтер негізінде қорытындылар тұжырымдалды, екі кәсіпорындағы мотивация факторлары мен механизмдеріндегі ұқсастықтар мен айырмашылықтар анықталды. Мақалада қызметкерлердің мотивациясының компанияға әсері талданып, қызметкерлердің мотивациясына әсер ететін сыртқы және ішкі факторлар қарастырылды.

Екі кәсіпорындағы мотивацияның қазіргі жағдайы мен механизмдерін зерттеу екі компания үшін де негізгі мәселе ретінде кадрлардың тұрақсыздығы жоғары болғанын көрсетті. Мұны екі компанияда қызметкерлердің шамадан тыс жұмыс істеуін атап өтуге болады. Мақаланың практикалық маңыздылығы, қызметкерлердің мотивациясын арттыру үшін зерттеу барысында анықталған факторларды болашақта компанияларда қолдануға болатынында.
Түйін сөздер: қызметкерлерді ынталандыру, мотивация факторлары, еңбек өнімділігі.

Abstract. The article examines the factors of motivation of employees in companies of the quasi-public and private sectors of Kazakhstan. The aim of the study is to compare the factors and mechanisms of motivation in two companies, to form conclusions and recommendations for the development of a motivational mechanism, which is one of the most important links in the chain of achieving high performance of modern business entities. Analysis and comparison of the employee motivation systems and mechanisms of companies in the quasi-public and private sectors were carried out using a quantitative method of collecting primary data using online surveys. Based on the data obtained,

conclusions are formulated, similarities and differences in the factors and mechanisms of motivation in the two companies are identified. The article also analyzed the impact of employee motivation on the efficiency of the organization, considered external and internal factors affecting the motivation of employees.

A study of the employee motivation mechanisms in two companies indicates that a key problem for both companies was a high level of staff turnover. Employees indicated over working and lack of recognition as key problems for both companies.
Key words: employee motivation, motivation factors, labour productivity.

Введение

Мотивация стала важным движущим фактором эффективности сотрудников и организации. Действительно, западные исследователи бизнеса и менеджмента посвятили немало работ анализу мотивации и ее взаимосвязи с результативностью сотрудников. Обеспечение высокого уровня мотивации сотрудников является обязательным аспектом управления, поскольку высоко мотивированные сотрудники готовы вносить больший вклад в организацию за счет повышения производительности, творчества, вовлеченности и участия, а также лидерства [1]. Такие авторы, как Кульчманов и Калианнан [2], исследовали взаимосвязь между деньгами и мотивацией в организациях государственного и частного секторов Казахстана; результаты показали, что иерархия потребностей Маслоу и теория Герцберга [3] актуальны для обоих секторов Казахстана.

Важность мотивации стала очевидной, поскольку Казахстан стал важным деловым и финансовым центром в Центральной Азии и домом для многих региональных и международных компаний. С увеличением разнообразия рабочей силы (местные жители, иностранцы) демографические, технологические и экономические сдвиги влияют как на компании, так и на сотрудников. Более того, современный бизнес в Казахстане зачастую характеризуется высокой конкуренцией, которая имеет место не только на рынках потребителей, но и на рынках труда. Таким образом, обеспечение высокого уровня мотивации среди сотрудников окажет положительное влияние на намерения текучести кадров, сохранение и развитие талантов, поскольку компании начали осознавать важность человеческих ресурсов как потенциального источника конкурентного преимущества и потенциальных инноваций. Мотивация персонала являются объектом изучения со стороны отечественных и зарубежных авторов и специалистов. Большая часть исследований в области мотивации сотрудников посвящены исследованиям мотивации в отдельных компаниях. На данный момент очень мало исследований, посвященных сравнению различных мотивационных практик. Учитывая важность мотивации в организации, в данной статье основное внимание будет уделено мотивационным инструментам и факторам, влияющим на компании квазигосударственного и частного секторов Казахстана. Исследование было проведено посредством электронного индивидуального опроса.

Литературный обзор

Этот раздел исследовательской работы посвящен критической оценке научных знаний, связанных с мотивацией сотрудников, путем обращения к основным факторам и теориям, объясняющим поведение сотрудников на рабочем месте.

Факторы мотивации сотрудников

На отношение сотрудников к своей работе могут влиять как внешние, так и внутренние факторы. По мнению Чинар и др. [7], данные факторы оказывают влияние не только на восприятие работы сотрудниками, но и на их мотивированность. При сравнении внешних и внутренних факторов можно отметить большее влияние внутренних. Куваас и др. [8] исследовали следующие факторы: выполнение задания, конфликт между личной жизнью и работой, эмоциональное выгорание, желание сменить место работы, а также приверженность работе. В результате такого сравнения внешних и внутренних факторов можно было сделать выводы о том, что внутренние факторы позитивно влияли на уровень мотивации и производительности работников, в то время как внутренние показали негативный эффект. По результатам двух научных работ можно отметить незначительно влияние внешних показателей на уровень мотивации работников. Внешние и внутренние факторы мотивации сотрудников определяют намерения обмена знаниями [9]. В Тайване было проведено исследование, которое

базировалось на опросе 173 респондентов из пятидесяти различных компаний. В ходе исследования было определено, что удовольствие и взаимная выгода от помощи коллегам были важными факторами, которые определяли готовность работника поделиться знаниями. Это в свою очередь показывает, что мотивация оказывает влияние на социальные коммуникации в виде обмена знаниями, что также положительно влияет на компанию.

Гаутама и др. [10] исследовали воздействие на уровень мотивации таких факторов как коммуникация и культура внутри компании. Для проведения исследования были собраны опросники от более трехсот работников, на базе данных СМИ. В результате было определено, что организационная культура не имеет значительного влияния на уровень мотивации среди работников. Вместе с тем исследование показало, что общение в компании позитивно влияет на мотивацию.

Ярмохаммадян и Рэд [11], определяя связь между стилями управления руководителей и уровнем удовлетворенности работников, установили, что чаще всего упоминался партисипативный стиль управления. Кроме того, респонденты отметили низкую удовлетворенность уровнем заработной платы, условиями работы, социальными пакетами, а также возможностями карьерного роста и коммуникациями. Также было установлено, что такие показатели как отношения в коллективе, надзор со стороны руководителя позитивно влияли на удовлетворенность сотрудников. Стиль управления руководителя имеет положительную связь с уровнем удовлетворенности работников, так как он осуществляет посредническую функцию в компании.

Чжан и Бартол [12] изучали взаимосвязь внутренней мотивации, психологического расширения прав и возможностей сотрудников и вовлеченности работников в творческий процесс. По результатам исследования можно сделать выводы о том, что на психологическое расширение возможностей работников оказывает позитивное влияние наделение лидерскими полномочиями. Также было установлено, что при поощрении руководителями творчества, увеличиваются психологические возможности и вовлеченность со стороны сотрудников.

Кингир и Меши [13] провели анализ факторов, которые оказывали влияние на уровень мотивации работников сферы гостеприимства в Бодруме (Турция). Исследование выделяет следующие факторы, которые были чаще других отмечены сотрудниками: нематериальные стимулы, социальные возможности, командная работа, признание и ответственность. Можно отметить, что данные факторы в основном относятся к внутренним факторам мотивации, а также то, что все данные факторы имеют положительную связь с мотивацией сотрудников. Самый высокий уровень взаимосвязи показали такие факторы как нематериальные стимулы, признание и ответственность.

Мотивация на казахстанских предприятиях

Мотивация человеческих ресурсов на уровне компании подвержена влиянию большого количества социальных, культурных и экономических факторов, которые могут представлять собой самостоятельные подсистемы, а также механизмы [14]. Поэтому все эти факторы включаются в механизмы мотивации работника, поскольку представляют его интересы. Необходимо отметить, что на мотивацию сотрудников могут влиять внутренние организационные факторы, такие как организационная культура, взаимоотношения сотрудников и другие. В связи с этим, в случае казахстанских компаний, необходимо адаптировать политику управления человеческими ресурсами, сосредоточив внимание на внутренних и внешних факторах.

Одним из очевидных последствий неспособности разработать механизмы мотивации сотрудников является растущая текучесть кадров, когда сотрудники, как правило, покидают компанию, когда их потребности и интересы не были эффективно удовлетворены [15]. Для того, чтобы сохранить человеческие ресурсы, в компании должны быть внесены изменения. В то время как отсутствие мотивации, может быть, одним из ведущих факторов, влияющих на намерения текучести кадров, организационные изменения, обучение и развитие персонала, а также развитие механизмов мотивации персонала могут оказать положительное влияние. В то время как изменения на организационном уровне, такие как пересмотр объема работы, изменения в отделах и эффективный надзор, не имели статистически значимой связи с текучестью кадров, было обнаружено, что обучение сотрудников и разработка механизмов мотивации оказывают значительное влияние на текучесть кадров.

Кроме того, при управлении мотивацией в казахстанских компаниях необходимо учитывать социально-экономические факторы, влияющие на персонал. Изучение управления мотивацией в нефтегазовых компаниях Казахстана показало, что управление мотивацией, как правило, терпело неудачу из-за игнорирования таких факторов при разработке мотивационных механизмов [16]. В результате компании в нефтегазовом секторе столкнулись с проблемами производительности человеческих ресурсов, поскольку сотрудники были демотивированы активно участвовать в деятельности компании.

Кожахмет и др. [17] выявили, что инвестиции в развитие сотрудников повысят уровень мотивации, что, в свою очередь, способствует практике обмена знаниями. Управление знаниями можно переквалифицировать как процесс, с помощью которого личный и профессиональный опыт сохраняется и передается другим сотрудникам в организации, что может повысить творческий потенциал сотрудников и инновационные процессы. Другими словами, мотивированные сотрудники будут готовы внести свой вклад, поделившись своим опытом и знаниями, которые будут полезными и эффективными. Поэтому авторы акцентировали внимание на роли мотивации и практики обучения, когда сотрудников поощряют делиться своими знаниями.

Помимо практики обучения и развития, необходимо внести существенные изменения в общее эффективное функционирование процессов управления человеческими ресурсами в организации [18]. Другими словами, методы и политика управления человеческими ресурсами должны быть инклюзивными и справедливыми по отношению ко всем сотрудникам. Анализ КазМунайГаз, крупнейшей национальной нефтегазовой компании Казахстана, показал, что от программ интенсивного обучения, других механизмов, таких как справедливая и равная система аттестации, свободная от человеческих предубеждений, эффективная система вознаграждения и программы карьерного роста, оказали значительное влияние на повышение уровня мотивации сотрудников.

Обзор литературы позволил провести глубокий анализ академических работ как на международном, так и на национальном уровне. Было рассмотрено значение мотивации, основные компоненты, а также текущие работы с акцентом на компании в Казахстане. В то время, как большая часть академических работ по мотивации в Казахстане сосредоточена на государственном секторе, а также на отдельных компаниях, в текущую работу будет включено более подробное сравнительное исследование различных мотивационных практик.

Методология исследования

Для анализа и сравнения текущего состояния мотивации и механизмов, используемых в квазигосударственном и частном секторе, было принято решение опираться на количественный метод сбора первичных данных с применением онлайн-опросов. Для обеспечения автоматизации ответов на опрос применено приложение Google Forms.

Метод опроса обеспечивает быстрый, эффективный и недорогой сбор первичной информации. Следовательно, его применение в текущем исследовательском процессе обеспечивает своевременную и актуальную информацию, основанную на вопросах, которые необходимо решить в работе.

Вид выборки в настоящем опросе можно рассматривать как целенаправленную выборку, поскольку исследование сосредоточено на двух крупных компаниях, представляющих квазигосударственный и частный секторы. Было принято решение провести онлайн-опрос в двух крупных компаниях Казахстана:

1. АО «Эйр Астана»- компания квазигосударственного сектора.
2. АО «Группа Народного Банка»- компания государственного сектора.

Такой выбор был сделан в связи с тем, что данные компании являются крупными представителями своих секторов и позволят провести наглядный анализ и сравнение в области темы исследования.

В следующей Таблице 1 представлена основная информация о выбранных компаниях:

Таблица 1. Общая информация о компании

Компания	Сектор	Численность сотрудников	Год основания
АО «Эйр Астана»	Авиакомпания	5 551	2001

АО «Народный Банк Казахстана»	Банковское дело и финансы	13 452	1923

Всего было собрано 120 ответов на опрос, по 60 ответов на каждую компанию. Результаты опроса проанализированы посредством графического сравнительного представления и показаны в следующем разделе.

Результаты исследований и анализ

Этот раздел статьи посвящен анализу основных результатов исследования. Опрос был разделен на две части: демографическую и основную. Первая часть будет посвящена анализу демографических переменных респондентов опроса. В целом за отведенное для сбора время было собрано 99 полных опросов. Следовательно, общий уровень ответов составил 83% от первоначально запланированного уровня. В следующей таблице 2 представлена информация о разбивке ответов по компаниям:

Таблица 2. Доля респондентов предприятий в общей доле опрошенных

Компания	Фактические ответы	Доля респондентов
АО «Эйр Астана»	43	72%
АО «Народный Банк Казахстана»	56	93%

Как видно из Таблицы 2, процент ответивших был выше в случае с Народным банком, который равнялся 93%, тогда как процент ответивших у «Эйр Астаны» был равен 72%. Следующим шагом является анализ демографических характеристик респондентов опроса.

Демографические данные

Демографические переменные в опросе включают возраст, пол, опыт работы и отдел, в котором работают респонденты. К демографическим факторам можно отнести факторы, не связанные с работой, но влияющие на мотивацию сотрудников.

На рисунке 1 представлена информация о возрастных характеристиках респондентов.

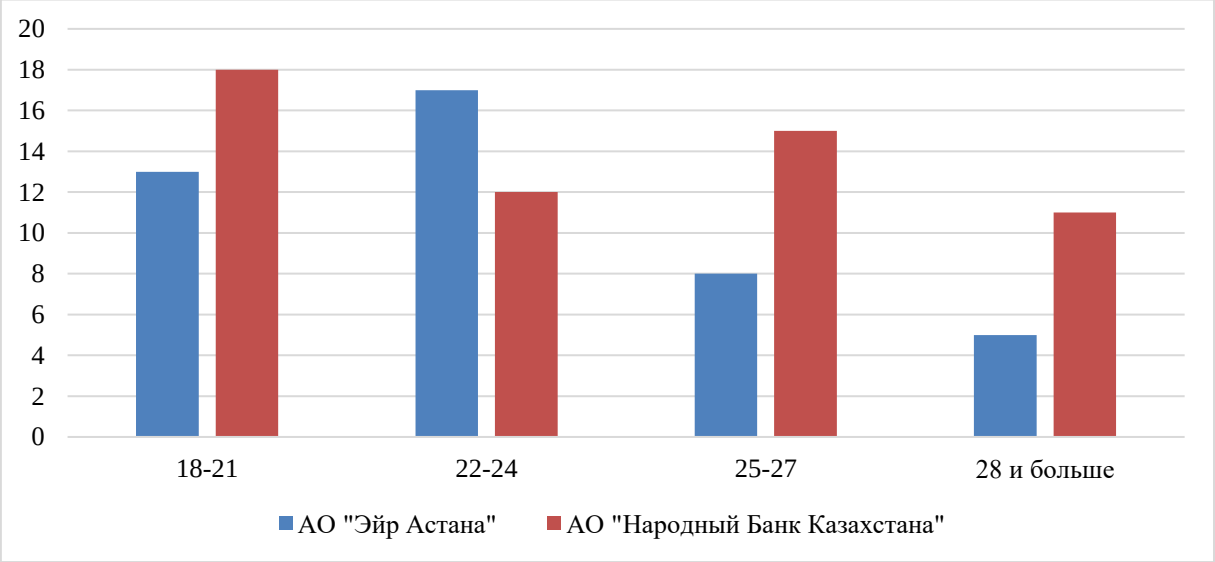


Рисунок 1. Возрастное распределение респондентов опроса

На рисунке 1 представлена информация о возрастных характеристиках респондентов опроса для каждой компании. Как видно из графика, большинство респондентов в обеих компаниях были в возрасте от 18 до 25 лет. Таким образом, исследование проводилось преимущественно среди молодого персонала. Вместе с тем существуют различия на уровне компаний. Например, в «Эйр Астане» наиболее активное участие в опросе принимали респонденты в категории— 22–24 года (17), а у Народного банка — 18–21 год.

Распределение по полу показало, что большинство респондентов составляют женщины. В случае с «Эйр Астана» женщины составили 58% респондентов, а в Народном банке женщины

составили 60% от общего числа ответов.

Кроме того, стаж работы рассматривался как один из важных показателей мотивации и благополучия респондентов. Средний стаж работы респондентов «Эйр Астаны» составил 2,5 года, тогда как у респондентов Народного банка средний стаж работы в компании составил 3,5 года.

Далее важно было рассмотреть ведомственное распределение респондентов для анализа степени репрезентативности обследованной совокупности.

На следующем рисунке 2 представлены основные выводы для обеих компаний:

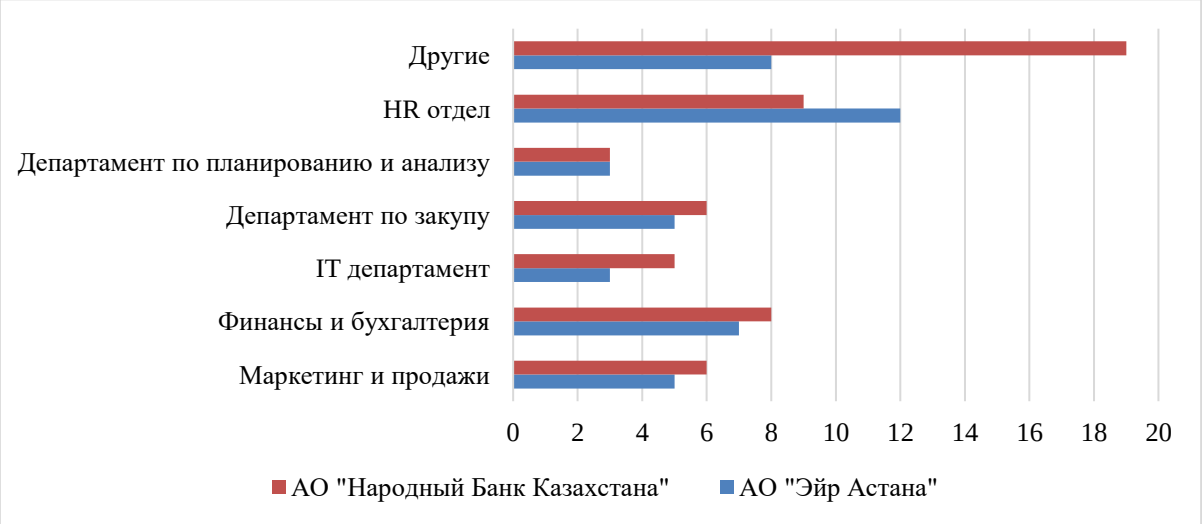


Рисунок 2. Распределение респондентов опроса по отделам

На Рисунке 2 обобщены основные выводы о ведомственном разделении респондентов опроса. Действительно, респондентам было предложено несколько вариантов, которые были распространены в большинстве компаний. Другая категория была включена для решения конкретных функций компании. Как видно из рисунка 2, большинство респондентов представляли HR отдел в обеих компаниях (21). Более того, второй наиболее часто упоминаемой бизнес-функцией были финансы и бухгалтерский учет (15).

Оценка мотивации в выбранных компаниях

Респондентов спрашивали, какие организационные факторы влияют на их мотивацию. На рисунке 3 представлены основные выводы для каждой компании. Нижняя ось показывает количество респондентов, тогда как вертикальная- мотивационные факторы.

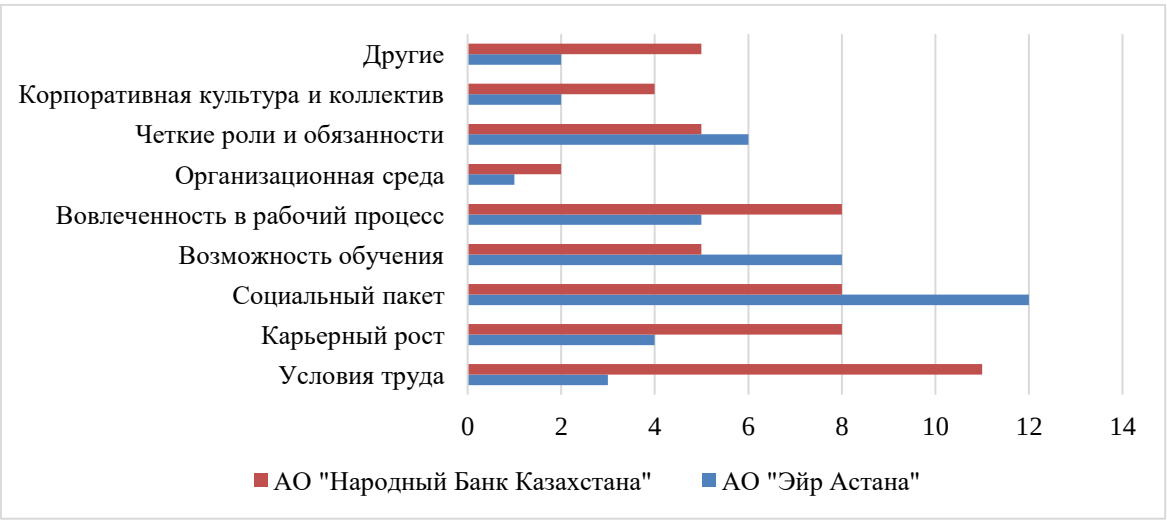


Рисунок 3. Мотивационные факторы респондентов

Как видно из графика, для каждой компании можно наблюдать характерные для различия. В случае с «Эйр Астана» ключевым мотивирующим фактором был социальный пакет (12), который был одним из основных драйверов. С другой стороны, условия труда были признаны наиболее часто упоминаемой причиной, по которой сотрудники работают в Народном Банке (11). Кроме того, второстепенные факторы, которые считались важными в «Эйр Астане», включали возможность обучения и развития (8), четко определенные роли и обязанности (6), а также вовлеченность сотрудников (5). Три фактора, одинаково важных для сотрудников Народного Банка, включают карьерный рост (8), социальный пакет и льготы (8), а также вовлеченность сотрудников (8). На следующем рисунке 4 представлены основные факторы, демотивирующие респондентов.

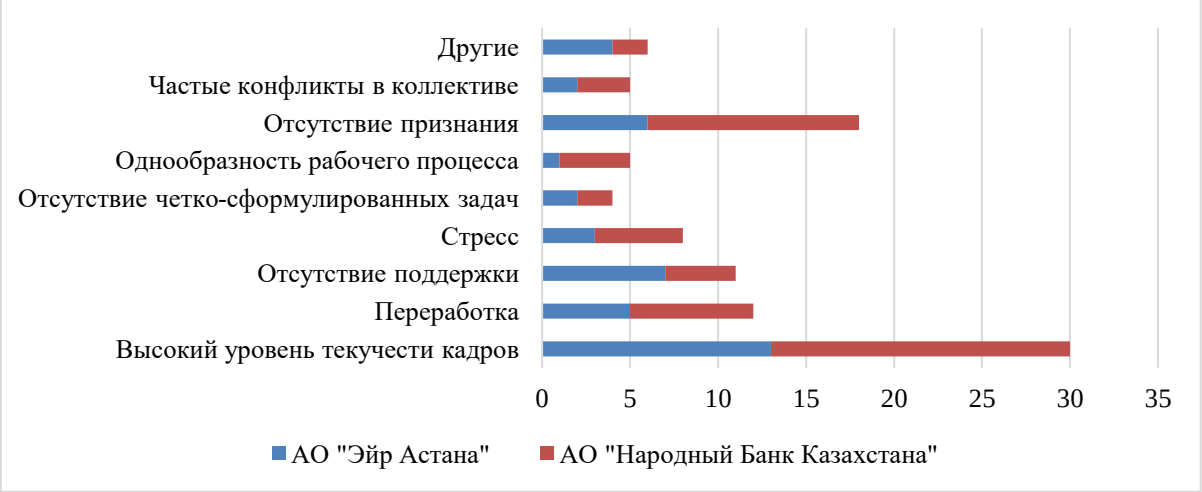


Рисунок 4. Основные демотивирующие факторы, негативно влияющие на мотивацию сотрудников

Как видно из графика выше, ключевой проблемой для обеих компаний был высокий уровень текучести кадров (Эйр Астана: 13, Народный Банк: 17). Более того, было установлено, что отсутствие признания со стороны сотрудников было еще одним демотивирующим фактором для обеих компаний (Эйр Астана: 6, Народный Банк: 12). Кроме того, присутствовали факторы, характерные для компании. Отсутствие поддержки считалось одним из демотивирующих факторов в «Эйр Астане» (7), в то время как чрезмерная работа считалась демотивирующим фактором в Народном банке (7).

Кроме того, респондентов спросили, способны ли они поддерживать баланс между работой и личной жизнью. Удивительно, но 65% респондентов из «Эйр Астаны» не соблюдали баланс между работой и личной жизнью и 57% из Народного банка. А также, респондентов попросили выбрать потенциальные подходы, которые могли бы повысить мотивацию на организационном уровне на их рабочих местах. На следующем рисунке 5 представлена информация об основных выводах:

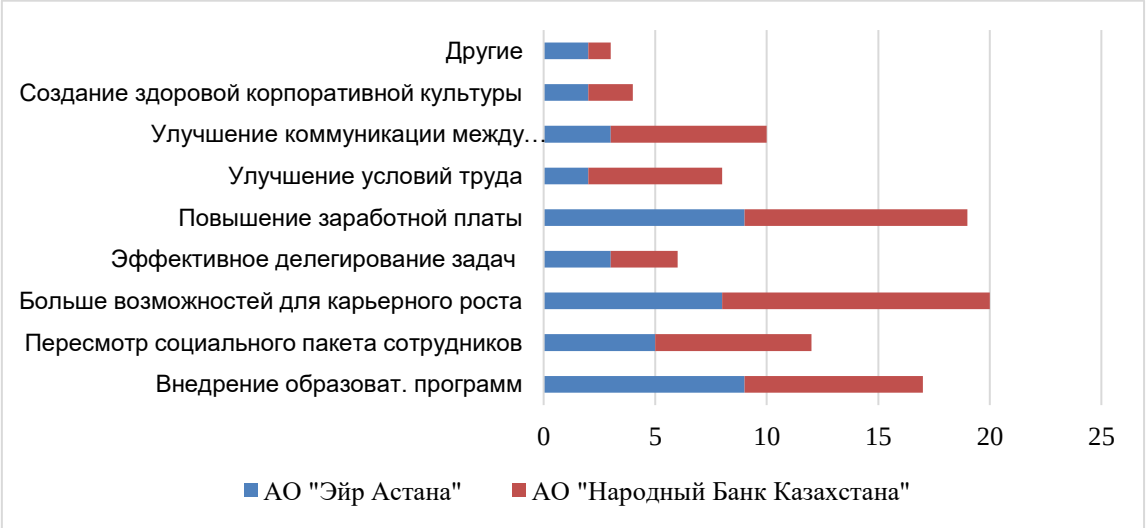


Рисунок 5. Возможные решения проблемы низкой мотивации среди сотрудников (составлено автором)

Большинство респондентов согласились с тем, что наличие большего возможностей для карьерного роста будет мотивировать сотрудников (Эйр Астана: 8, Народный Банк: 12). Более того, большинство респондентов указали на важность повышения вознаграждения и ставок заработной платы, которые будут мотивировать их, а это означает, что внешние инструменты мотивации могут быть эффективными для мотивации сотрудников в обеих компаниях. Кроме того, респонденты обозначили важность реализации образовательных программ и программ профессионального развития («Эйр Астана»: 9, Народный Банк: 8). Действительно, результаты исследования имеют практическое значение для обеих компаний. Можно сделать вывод, что три потенциальных рекомендации взаимосвязаны друг с другом. Благодаря обучению и развитию сотрудники, как правило, повышают свою ценность, что может обеспечить лучшие перспективы карьерного роста, внося свой вклад в их пакеты вознаграждения.

Обсуждение и заключение

На основании проведенного исследования может быть сделано заключение, о том, что на действие или бездействие работников в значительной мере влияет мотивация. В ходе исследования были раскрыты факторы, которые оказывают влияние на поведение работников. Мотивация работника влияет на производительность труда, так как высокая мотивация приводит к повышению уровня удовлетворенности, что в свою очередь способствует более усердному и качественному выполнению работы. Сотрудники с высоким уровнем мотивации более креативны и вовлечены в рабочие процессы компании.

В результате анкетирования сотрудников квазигосударственного и частного секторов определены факторы и механизмы мотивационной системы в компаниях Казахстана. Полученные результаты позволяют сделать заключение, что поддержка со стороны работодателя, возможность баланса между работой и личной жизнью, играют не менее значимую роль для мотивации сотрудников, чем социальный пакет и материальное вознаграждение. Второстепенным, но не менее важным фактором мотивации сотрудников, в соответствии с проведенным опросом, является возможность обучения и карьерного роста. Соответственно, это должно составить основу совершенствования механизма мотивационного воздействия на работников компаний, что в целом приведет к повышению их лояльности и росту эффективности работы компаний в целом.

Список литературы

1. Ахим, И.М., Драголеа, Л., Балан, Г. // Важность мотивации сотрудников для повышения эффективности организации. Annales universitatis apulensis: Series oeconomica. – 2013. –С. 685.

2. Кульчманов, А., Калианнан, М. Деньги мотивируют сотрудников? Эмпирическое исследование частного и государственного финансового сектора Казахстана. // Международный журнал бизнеса и менеджмента. – 2014. – №9(11), - 214.
3. Герцберг, Ф. Мотивационно-гигиеническая теория. // Работа и природа человека. - №4. – 1971.
4. Чинар, О., Бекташ, Ч., Аслан, И. Мотивационное исследование эффективности внутренних и внешних факторов. // Экономика и менеджмент. – 2011. – №16(5). – С. 690–695.
5. Куваас, Б., Бух, Р., Вейбель, А., Дисвик, А., Нерстад, К.Г. Внутренняя и внешняя мотивация по-разному связаны с результатами сотрудников? // Журнал экономической психологии. – 2017. – №61. – С. 244–258.
6. Лин. Влияние внешней и внутренней мотивации на намерения сотрудников делиться знаниями. // Журнал информатики. – 2007. – №33(2). – С. 135–149.
7. Гаутама С.И., Джунггара, А.А., Фахроби, Р., Симамора, Б.Х., Руангканджанасес, А. Влияние организационной коммуникации и культуры на мотивацию сотрудников и ее влияние на производительность сотрудников. // Журнал социальных и гуманитарных наук Пертаника. – 2018. – №26 (2).
8. Рэд А.М., Ярмохаммадян, М.Х. Исследование взаимосвязи между стилем руководства менеджеров и удовлетворенностью сотрудников работой. // Лидерство в сфере здравоохранения – 2006.
9. Чжан, Х., Бартол, К.М. Связь наделения полномочиями лидерства и творчества сотрудников: влияние психологического расширения прав и возможностей, внутренней мотивации и участия в творческом процессе. // Журнал Академии управления. 2010. – №53(1) – С. 107–128.
10. Кингир, С., Мески, М. Факторы, влияющие на мотивацию сотрудников отеля, на примере Бодрума. // Сербский журнал менеджмента. – 2010. – №5(1). – С. 59–76.
11. Утеубаев Т., Курманов Н. Мотивация трудовой деятельности сотрудников компаний в Казахстане. // Информационные технологии, Менеджмент и общество. – 2015. – №8(1). – С. 60–64.
12. Умирзаков С.Ю., Нургабдешов А.Р., Заманбеков Д.С., Гассанова А. А. Управление человеческими ресурсами и текучесть кадров в казахстанских компаниях. // Вестник университета «Туран». – 2019. – №3. – С. 191–195.
13. Утеубаев, Т. Мотивация менеджмента в компаниях Казахстана. // В материалах международной конференции CBU. – 2015. - Том 3. – С. 150–157.
14. Кожахмет С., Джаясингам С., Маджид Н., Джамшед С. Когда инвестиции в развитие сотрудников способствуют обмену знаниями в неопределенном постсоветском контексте. // Обзор персонала. – 2019.
15. Досова, С. Комплексный подход к практике управления человеческими ресурсами в Казахстане. // Управление человеческими ресурсами. – 2012.

МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ И УСТОЙЧИВОСТИ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Магистрант 2-го курса: Хастаев О.Ж.[1],
Научный руководитель: Бақтымбет Ә.С.[2] к.э.н., ассоц. профессор
[1 2]Казахский университет технологии и бизнеса

Аннотация. Финансовая деятельность компании играет ключевую роль в повышении эффективности хозяйственной деятельности. В данной статье рассматривается важность финансовой составляющей в процессе улучшения результативности предприятия. Путем анализа и оптимизации финансовых процессов, компания может достичь оптимального использования ресурсов и максимизировать свою прибыльность. Одним из основных аспектов финансовой деятельности является управление капиталом. Эффективное распределение финансовых ресурсов позволяет компании снизить издержки, повысить производительность и реализовать стратегические планы. Также важно правильно управлять оборотным капиталом, чтобы минимизировать риски недостаточности средств для текущей деятельности. Финансовый анализ является неотъемлемой частью эффективного управления. Путем оценки финансовой стабильности, рентабельности и ликвидности, компания может выявить слабые места и принять необходимые меры для их устранения. Анализ финансовых показателей также помогает предвидеть возможные финансовые риски и разработать стратегии для их минимизации. Другим важным аспектом является управление инвестициями. Инвестиции в новые технологии, оборудование или развитие персонала могут значительно повысить эффективность хозяйственной деятельности. Однако необходимо правильно оценить риски и ожидаемые результаты, чтобы сделать обоснованный выбор в пользу определенного вида инвестиций. В заключение финансовая деятельность компании имеет большое значение в контексте повышения эффективности хозяйственной деятельности. Она обеспечивает оптимальное использование ресурсов, управление капиталом, проведение финансового анализа и принятие обоснованных инвестиционных решений. Все эти мероприятия способствуют достижению поставленных целей и повышению конкурентоспособности компании на рынке.
Ключевые слова: эффективность хозяйственной деятельности, финансовая деятельность компании, финансовый анализ, управление инвестициями, оборотный капитал, финансовые риски, стратегическое управление

Аннотация. Компанияның қаржылық қызметі экономикалық қызметтің тиімділігін арттыруда шешуші рөл атқарады. Бұл мақалада кәсіпорынның өнімділігін жақсарту процесінде қаржылық компоненттің маңыздылығы қарастырылады. Қаржылық процестерді талдау және оңтайландыру арқылы компания ресурстарды оңтайлы пайдалануға қол жеткізе алады және оның кірістілігін арттырады. Қаржылық қызметтің негізгі аспектілерінің бірі-капиталды басқару. Қаржылық ресурстарды тиімді бөлу компанияға шығындарды азайтуға, өнімділікті арттыруға және стратегиялық жоспарларды жүзеге асыруға мүмкіндік береді. Ағымдағы қызмет үшін қаражат тапшылығы қаупін азайту үшін айналым капиталын дұрыс басқару да маңызды. Қаржылық талдау тиімді басқарудың ажырамас бөлігі болып табылады. Қаржылық тұрақтылықты, кірістілік пен өтімділікті бағалау арқылы компания әлсіз жақтарын анықтап, оларды жою үшін қажетті шараларды қолдана алады. Қаржылық көрсеткіштерді талдау сонымен қатар ықтимал қаржылық тәуекелдерді болжауға және оларды азайту Стратегияларын жасауға көмектеседі. Тағы бір маңызды аспект-Инвестицияларды басқару. Жаңа технологияларға, жабдықтарға немесе персоналды дамытуға инвестиция салу экономикалық қызметтің тиімділігін едәуір арттыра алады. Дегенмен, инвестицияның белгілі бір түріне негізделген таңдау жасау үшін тәуекелдер мен күтілетін нәтижелерді дұрыс бағалау қажет. Қорытындылай келе, компанияның қаржылық қызметі экономикалық қызметтің тиімділігін арттыру тұрғысынан үлкен маңызға ие. Ол ресурстарды оңтайлы пайдалануды, капиталды басқаруды, қаржылық талдау жүргізуді және негізделген инвестициялық шешімдер қабылдауды қамтамасыз етеді. Осы іс-шаралардың барлығы алға қойылған мақсаттарға қол жеткізуге және компанияның нарықтағы бәсекеге қабілеттілігін арттыруға ықпал етеді.
Түйін сөздер: экономикалық қызметтің тиімділігі, компанияның қаржылық қызметі, қаржылық

талдау, Инвестицияларды басқару, айналым капиталы, қаржылық тәуекелдер, стратегиялық басқару

Annotation. The financial activity of the company plays a key role in improving the efficiency of economic activity. This article discusses the importance of the financial component in the process of improving the performance of the enterprise. By analyzing and optimizing financial processes, the company can achieve optimal use of resources and maximize its profitability. One of the main aspects of financial activity is capital management. Efficient allocation of financial resources allows the company to reduce costs, increase productivity and implement strategic plans. It is also important to properly manage working capital to minimize the risks of insufficient funds for current activities. Financial analysis is an integral part of effective management. By assessing financial stability, profitability and liquidity, the company can identify weaknesses and take the necessary measures to eliminate them. The analysis of financial indicators also helps to anticipate possible financial risks and develop strategies to minimize them. Another important aspect is investment management. Investments in new technologies, equipment or personnel development can significantly increase the efficiency of economic activity. However, it is necessary to correctly assess the risks and expected results to make an informed choice in favor of a certain type of investment. In conclusion, the financial activity of the company is of great importance in the context of improving the efficiency of economic activity. It ensures optimal use of resources, capital management, financial analysis, and informed investment decisions. All these activities contribute to achieving the set goals and increasing the competitiveness of the company in the market.
Keywords: efficiency of economic activity, financial activity of the company, financial analysis, investment management, working capital, financial risks, strategic management

Введение

В финансовой политике необходимо большее внимание уделить совершенствованию следующих особенностей, как:

1) финансовая тактика предприятия;
2) финансовая стратегия предприятия;
3) финансовое планирование и прогнозирование;
4) финансовое обеспечение работы предприятия;
5) внутренний финансовый контроль;

В финансовом аспекте планы стратегического характера устанавливают наиболее значимые финансовые индикаторы и пропорции воспроизводства, характеризуют стратегии инвестирования и возможности накопления и реинвестирования.

Так, под совершенствованием финансовой стратегии АО «Акмола-Феникс» стоит подразумевать осуществление действенной инвестиционной политики. При этом следует проводить анализ и оценку инвестиционных проектов финансового и хозяйственного характера, выбор лучших среди них и дальнейшей финансовый контроль реализации проектов. Именно посредством политики инвестирования компания воплощает в реальность собственные возможности к реализации долговременный тенденций развития экономики и приспособления к ним.

Литературный обзор

Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). "Fundamentals of Financial Management": Эта книга представляет комплексный подход к финансовому управлению компанией. Авторы рассматривают важность финансовой деятельности в контексте достижения целей и повышения эффективности предприятия.

Ross, S. A., Westerfield, R. W., Jordan, B. D., & Roberts, G. S. (2018). "Fundamentals of Corporate Finance": Книга освещает финансовый аспект управления компанией, акцентируя внимание на принципах корпоративных финансов и их влиянии на повышение эффективности хозяйственной деятельности.

Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2019). "Principles of Managerial Finance": Авторы представляют принципы финансового управления, которые позволяют оптимизировать ресурсы и принимать обоснованные решения для повышения эффективности предприятия.

Pandey, I. M. (2021). "Financial Management": Книга исследует различные аспекты финансового управления, включая финансовый анализ, планирование и контроль, а также важность финансовой деятельности для эффективности хозяйственной деятельности.
Horngren, C. T., Sundem, G. L., Stratton, W. O., Burgstahler, D., & Schatzberg, J. (2017). "Introduction to Management Accounting": В этой книге рассматривается финансовая отчетность и управленческий учет, которые играют важную роль в финансовой деятельности компании и позволяют принимать обоснованные управленческие решения.
Van Horne, J. C., & Wachowicz, J. M. (2018). "Fundamentals of Financial Management": Книга рассматривает основы финансового управления, включая анализ финансовой стабильности, управление капиталом и инвестиции, их влияние на эффективность хозяйственной деятельности.

Методы

Совершенствование финансовой тактики подразумевает реализация системного оперативного управления краткосрочными обязательствами и активами, то есть запасами готовой продукции и сырья, дебиторской задолженностью, денежными ресурсами, в первом случае, и краткосрочными кредитами и краткосрочной задолженностью, во-втором случае. Кроме того, это направление подразумевает осознание решений по установлению цен, правильную направленность на какие-либо рыночные сегменты, предпринятие всевозможных усилий по продвижению на рынок продукции и прочие решения маркетинга с позиции их воздействия на финансовые результаты.

Финансовое прогнозирование предполагает основу для финансового планирования в компании. Н предприятии необходимо установить финансовые перспективы собственного развития и улучшения, а также тактических ступеней по проведению в своевременном порядке расчетов между покупателями и поставщиками в целях предупреждения увеличения размеров кредиторской и дебиторской задолженности.

В компании следует принять меры по совершенствованию внутреннего финансового контроля, который предполагает оценку информции операционного и финансового учета, а также отчетности общества, являющиеся материалом для оценки итого работы компании и ее структурных подразделений, а также информационной базой для своевременного принятия финансовых решений.

Совершенствование финансирования работы состоит в установлении рациональной структуры обязательств компании, то есть соотношения между заемными, собственными и привлеченными источниками. В данном случае следует принять в учет разрешимый уровень риска финансирования. Политика по распределению чистого дохода компании обязана направляться на рост собственных средств и самостоятельное финансирования развития компании. Компания обязано предпринимать попытки для формирования улучшенной структуры средств займа в соответствии со сроками (долгосрочные, краткосрочные), с формой (кредит, кредиторская задолженность) и со стоимостью.

Результаты.

Основной рекомендацией для улучшения финансовой деятельности компании является рост выручки. Ее заметное снижение в 2022 году оказало негативное воздействие на все индикаторы финансовой деятельности общества.

Также следует заострить внимание на иных затратах, а также административных затратах, обнаружить причины заметного повышения их величины и разработать эффективные способы их снижения.

Необходимо представить основные рекомендации по улучшению эффективности работы и их подтверждение в качестве таблицы 1.

Таблица 1 - Предложения по улучшению финансового состояния

Проблемный показатель	Обусловленность	Рекомендации	Планируемое изменение
Высокие административные и иные затраты	Неправильное финансовое планирование	-Разработка нового финансового плана, конструкция плана по снижению величины	Уменьшение административных и иных расходов

		расходов; -отказ от закупок «про запас» и обеспечения иных неликвидов.	минимально на 20 процентов.
Высокая дебиторская задолженность	Неэффективная работа с задолженностью, которая просрочена	-проведение постоянного контроля и наблюдения за расчетами с покупателями по просроченным и отсроченным долгам; - реализация (списание или переуступка) безнадежной дебиторской задолженности; - применение системы скидок, стимулирующих своевременную выплату (оплату, предоплату по отгрузке); -внедрение способов, ускоряющих востребование дебиторской задолженности и снижение безнадёжных долгов; -усиление деятельности по возврату дебиторской задолженности.	Снижение дебиторской задолженности минимум на 50-60 процентов.
Низкая выручка	Низкий уровень активности на рынке	-изменение стратегии маркетинга и продвижения товаров; - повышение объема реализации общества за счет факторов производства и иных факторов; -освоение новых рынков; - стимулирование персонала на повышение объема реализации услуг;	Рост выручки минимум в два раза
Убыток	Низкая выручка и высокий затраты привели к присутствию у общества не дохода, а убытка	-снижение себестоимости; - рост выручки.	Устранение имеющегося убытка, получение дохода
Низкая финансовая устойчивость	Большая величина заемного капитала	Пересмотр финансовой политики и стратегии общества	Уменьшение величины заемного капитала на 20 процентов.
Низкие индикаторы оборачиваемости активов	Уменьшение степени эффективности работы общества	Увеличение оборачиваемости активов благодаря ужесточению контроля и наблюдения за целесообразным применением вновь покупаемого имущества.	Повышение значений коэффициентов оборачиваемости
Низкий индикатор рентабельности собственного капитала	Малая величина собственного капитала и низкая выручка	Уменьшение себестоимости услуг, обнаружение резервов повышения объемов реализации услуг, повышение уровня рентабельности и рост прибыли.	Повышение уровня рентабельности минимум на 10 процентов.
Примечание - составлена автором			

Выполнение некоторой части предложенных рекомендаций может улучшить показатели финансовой деятельности компании и вывести ее из кризисного положения.

Выводы и обсуждение

Исследование важности финансовой деятельности компании в ходе мероприятий по повышению эффективности хозяйственной деятельности позволяет сделать несколько ключевых выводов. Финансовая деятельность играет непосредственную роль в оптимизации использования ресурсов и достижении целей компании. Управление капиталом, правильное распределение финансовых ресурсов и управление оборотным капиталом являются важными аспектами финансовой деятельности, способствующими снижению издержек и повышению производительности. Финансовый анализ позволяет компании выявить слабые места и разработать стратегии для их устранения. Оценка финансовой стабильности, рентабельности и ликвидности является неотъемлемой частью эффективного управления и позволяет предсказать возможные риски и принять соответствующие меры. Управление инвестициями также имеет важное значение. Инвестиции в новые технологии, оборудование и развитие персонала способны существенно повысить эффективность хозяйственной деятельности. Однако необходимо оценить риски и ожидаемые результаты, чтобы сделать обоснованный выбор в пользу определенного вида инвестиций. Повышение эффективности хозяйственной деятельности компании в значительной мере зависит от правильного финансового управления. Финансовая деятельность обеспечивает оптимальное использование ресурсов, позволяет проводить финансовый анализ, управлять капиталом и инвестициями, а также минимизировать финансовые риски. Все эти факторы способствуют достижению поставленных целей и повышению конкурентоспособности компании на рынке.

Список использованных источников:

1. Премьер-Министра РК от 11 декабря 2015 года № 133-р «О мерах по реализации Предпринимательского кодекса Республики Казахстан от 29 октября 2015 года и Закона Республики Казахстан от 29 октября 2015 года «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам предпринимательства»
2. Зингер О. А., Ильясова А. В. Факторы, влияющие на устойчивое развитие промышленных предприятий // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1–1.;
3.. Правила расчета среднегодовой численности работников и среднегодового дохода субъектов предпринимательства, стандарт государственной услуги «Предоставление информации о категории субъекта предпринимательства», Ответ Председателя Комитета государственных доходов МФ РК от 20 сентября 2021 года на вопрос от 19 сентября 2021 года № 570000/1 (dialog.egov.kz) «Касательно перевода субъекта среднего предпринимательства в категорию малого предпринимательства»
4. Арустамов, Э.А. Основы бизнеса: Учебник / Э.А. Арустамов. - М.: Дашков и К, 2015. - 232 с.
5. Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). Fundamentals of financial management. Cengage Learning.
6. Ross, S. A., Westerfield, R. W., Jordan, B. D., & Roberts, G. S. (2018). Fundamentals of corporate finance. McGraw-Hill Education.
7. Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2017). Principles of corporate finance. McGraw-Hill Education.
8. Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2019). Principles of managerial finance. Pearson.
9. Horngren, C. T., Sundem, G. L., Stratton, W. O., Burgstahler, D., & Schatzberg, J. (2017). Introduction to management accounting. Pearson.
10. Van Horne, J. C., & Wachowicz, J. M. (2018). Fundamentals of financial management. Pearson.
11. Ross, S. A., Westerfield, R. W., Jordan, B. D., & Jaffe, J. F. (2018). Corporate finance. McGraw-Hill Education.
12. Pandey, I. M. (2021). Financial management. Vikas Publishing House.

The role of public-private partnerships in the sustainable development of Kazakhstan

Charibek A. S.,[1] Ikhuanova A. N.[2]
[12]Almaty Management University, Almaty

Annotation. This article studies the role of public-private partnerships in achieving sustainable development goals, as well as considers part of its impact on the economy of Kazakhstan. For detailed information and statistics, the article is based on data obtained on the vastness of official websites and on reviews of research articles on a similar topic that were written earlier by other researchers. In this work, the relevance of public-private partnership in the economy of the Republic of Kazakhstan at the moment is determined, and the problems of public-private partnerships development in Kazakhstan are identified. The most developed areas of public-private partnership and working projects in each of them are also considered.
Key words: Public-private partnership, sustainable development, sustainable development goals, economic sectors.

Аннотация. В данной статье исследуется роль государственно-частного партнерства в достижении целей устойчивого развития, а также рассматривается часть его влияния на экономику Казахстана. Для подробной информации и статистики статья основана на данных, полученных на просторах официальных сайтов, и на обзорах научных статей по схожей теме, написанных ранее другими исследователями. В данной работе определяется актуальность государственно-частного партнерства в экономике Республики Казахстан на данный момент, а также выявляются проблемы развития государственно-частного партнерства в Казахстане. Также рассмотрены наиболее развитые направления государственно-частного партнерства и рабочие проекты в каждом из них.
Ключевые слова: Государственно-частное партнерство, устойчивое развитие, цели устойчивого развития, отрасли экономики.

Аңдатпа. Бұл мақала тұрақты мақсаттарға қол жеткізудегі мемлекеттік-жекешелік әріптестіктің рөлін зерттейді ,сондай-ақ оның Қазақстан экономикасына ықпалының бір бөлігі қарастырылады. Толық ақпарат пен статистиканы алу үшін мақала ресми сайттардың кеңдігінде алынған деректерге және басқа зерттеушілер бұрын жазған ұқсас тақырыптағы ғылыми-зерттеу мақалаларына шолуларға негізделген. Бұл жұмыста қазіргі уақытта Қазақстан Республикасының экономикасындағы мемлекеттік-жекешелік әріптестіктің өзектілігі айқындалады, Қазақстанда мемлекеттік-жекешелік әріптестіктің даму мәселелері анықталады. Сондай-ақ, мемлекеттік-жекешелік әріптестіктің ең дамыған салалары және олардың әрқайсысында жұмыс істейтін жобалар қарастырылады.
Кілт сөздер: мемлекеттік-жекешелік әріптестік, тұрақты даму, тұрақты даму мақсаттары, экономикалық секторлар.

Introduction

Public-private partnerships (hereinafter - PPPs) have emerged as a popular mechanism for promoting sustainable development in many countries. In Kazakhstan, PPPs have gained significant attention in recent years as a means of fostering economic growth, social development, and environmental protection. This article will explore the role of PPPs in the sustainable development of Kazakhstan, examining their strengths, weaknesses, and potential for future success.

Kazakhstan, a country located in Central Asia, is rich in natural resources, including oil, gas, minerals, and metals. The country has made significant progress in recent years, achieving high levels of economic growth, social development, and environmental protection. However, there are still challenges to be addressed, including poverty, inequality, corruption, and environmental degradation. PPPs have been identified as a potential solution to these challenges, bringing together the strengths of the public and private sectors to achieve sustainable development outcomes.

PPPs involve the collaboration between the public sector, typically represented by government agencies or local authorities, and private sector partners, including businesses, non-profit organizations, and academic institutions. These partnerships are formed to undertake projects or

services that require significant investment, expertise, and risk-sharing, and that have a public interest or benefit. PPPs can take many forms, including concessions, joint ventures, build-operate-transfer schemes, and service contracts, among others.

In Kazakhstan, PPPs have been used to finance and deliver a range of infrastructure projects, including roads, railways, airports, ports, and public buildings. PPPs have also been applied in the social and environmental sectors, such as healthcare, education, housing, and waste management. One of the most significant PPPs in Kazakhstan is the Astana EXPO-2017, a world-class exhibition that focused on renewable energy and sustainable development. The exhibition was financed and delivered by a consortium of private companies and supported by the government, showcasing the potential of PPPs to promote sustainable development.

Despite the potential benefits of PPPs, there are also challenges and risks associated with their implementation. PPPs require careful planning, design, and management, as well as effective governance, regulation, and accountability mechanisms. There is also a risk of private sector partners pursuing profit-maximization objectives at the expense of public interests or social and environmental standards. PPPs can also be vulnerable to political interference, corruption, and contract renegotiation, which can undermine their credibility and sustainability.

The purpose of this research is to assess the role of PPP in the sustainable development of Kazakhstan. The question that needs to be answered is “How do PPPs’ activities impact on sustainable development of Kazakhstan?”

Literature review

Today, the topic of PPP is becoming more and more relevant. Accordingly, many research articles were written, where researchers reviewed and analyzed this area in detail. In this sub-item, a literary review will be made on a couple of articles that have been written and researched on the same problem as this one.

Results of some previous studies indicate that Kazakhstan lacks experience in conducting PPP projects and its activities are not always beneficial or positive.

Sh. Uzakova and A.Nurlanov (2021) examined that PPPs in Kazakhstan require comprehensive consideration to improve legislative aspects and approach the forms of PPP common in Western countries, improve conditions for the private sector and public participation. According to their findings, it was revealed that PPP in Kazakhstan is only at the stage of development, and so far it does not create comprehensive convenience. Ana Maria Ruiz Rivadeneira and Juan Garin’s analysis (2019) of the World Economic Forum Global Competitiveness Index data and data from the Kazakhstan Public Partnership Center concluded that the impact of partnerships on sustainable development is often detrimental since they greatly intensify the struggle between subnational governments to increase transfers from the national budget. Sadykova Z.B. (2021) argues that currently, part of government measures can be considered effective because there is a growth in certain indicators of the development of cooperation between the state and business. She also points out that these measures are not sufficient enough since Kazakhstan lags behind many countries of the world in terms of innovative development. Aitkalieva A, M., Galieva A.Kh., and Toksanova A.N (2020) believe that PPPs are one of the key mechanisms for the implementation of large-scale projects in the field of improving the transport infrastructure of Kazakhstan, which is now at an emerging level. Funds are actively being invested, but their volume is insufficient.

Making the conclusions of the literature review, the general thing in the articles is that Kazakhstan has not yet fully accepted such a formulation of partnership and some part of it is mostly always carrying surpluses. The country implements PPPs, but the actions taken, and budgets invested are not enough.

The authors of this article provide a review and analysis of the situation of PPP and the effects of their implementation on the sustainable development of the state.

Methods and materials

In this article, data analysis was performed. Database on PPP projects relevant on 01.01.2023 from “Kazakhstan Public-Private Partnership Center” Joint-Stock Company of the Ministry of National Economy of the Republic of Kazakhstan was used as a source of secondary data.

According to the Kazakhstan PPP center, the total number of projects was 1357. In the process of research, it was decided to exclude the projects that participated in failed competitions and projects whose contract was terminated in order to obtain more accurate results. So, the total number of

considered projects amounted to 1202 after demonstrating the first figure.

PPP projects contributing to sustainable development were identified.

Results

As of the beginning of 2023, the chart (Figure 1) shows that 115 out of 1357 projects could not be implemented because of failed completions and contract terminations. 261 projects' contracts had expired. 794 projects were being implemented, and the remaining 148 projects were in competition and planning stages.

According to the pie chart (Figure 2), more than half of the projects, namely 666 out of 1202, are in the education sector. Mainly, the projects are the opening or repair of 232 kindergartens, the transfer to trust management, or the modernization of 361 school canteens. A possible reason for this is the identification of violations in school canteens (Liter.kz, 2022) and a significant shortage of kindergartens (Khabar-24, 2022), as a result of which the Ministry of Education and Science of Kazakhstan highly supports PPP activities in this sector and introduces rules for holding open and transparent tenders for a reasonable time period in PPPs.

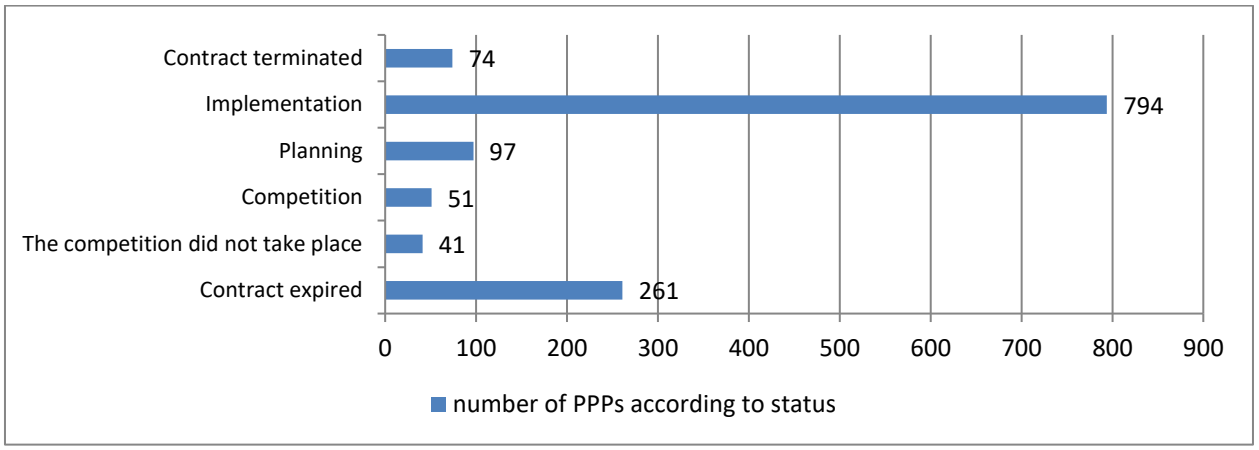


Figure 1. Status of PPPs in Kazakhstan
Note – Developed by authors based on the source [10]

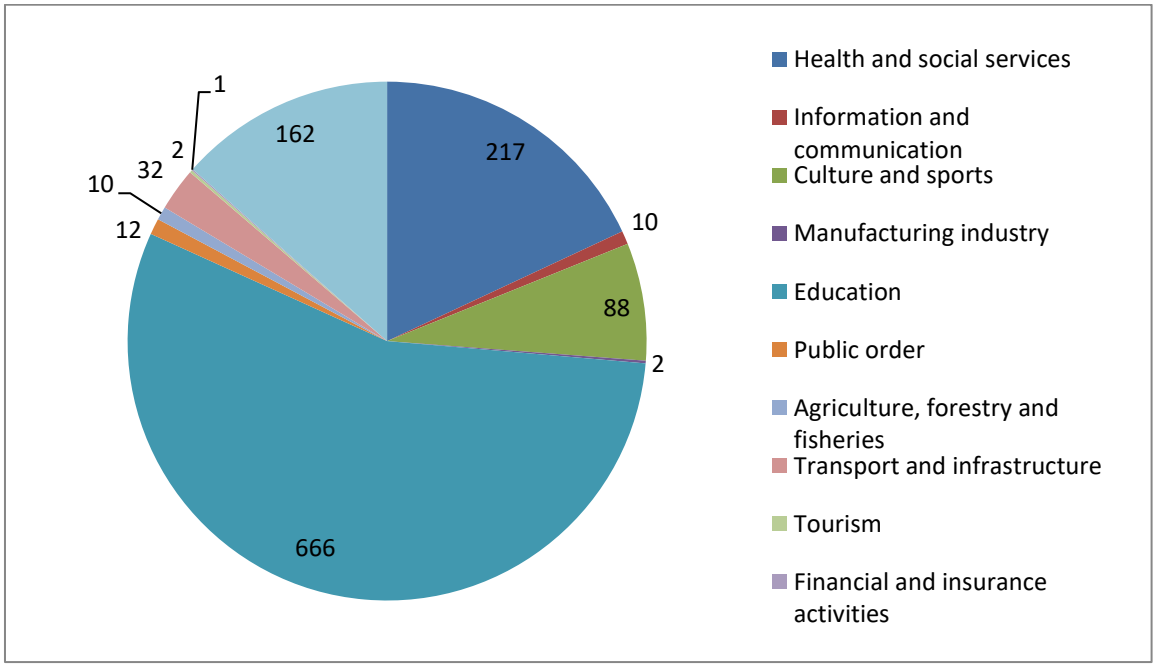


Figure 2. Distribution of PPPs by sectors in Kazakhstan
Note – Developed by authors based on the source [10]

The second biggest figures were in Health and social services sector and Energy and Utilities sector, 217 and 162 projects respectively. This is explained by the fact that these sectors represent basic need of

people, which must be fulfilled.

For regional distribution (Figure 3), Turkestan region and East Kazakhstan region had the most significant development of PPPs, whereas Astana city and Aktobe region had the least.

Based on the data, a table (Table 1) was compiled with implemented PPP projects, which contributed to achievement of 17 sustainable development goals (SDG) to some extent. Kazakhstani PPP projects mostly have been operating in the sphere of meeting Goal 3: Good health and well-being and Goal 4: Quality education. Also, there was a modest contribution of PPP to eradicate hunger, improve the industry, innovation, and infrastructure, sustain cities and communities, combat climate action, and protect life on land.

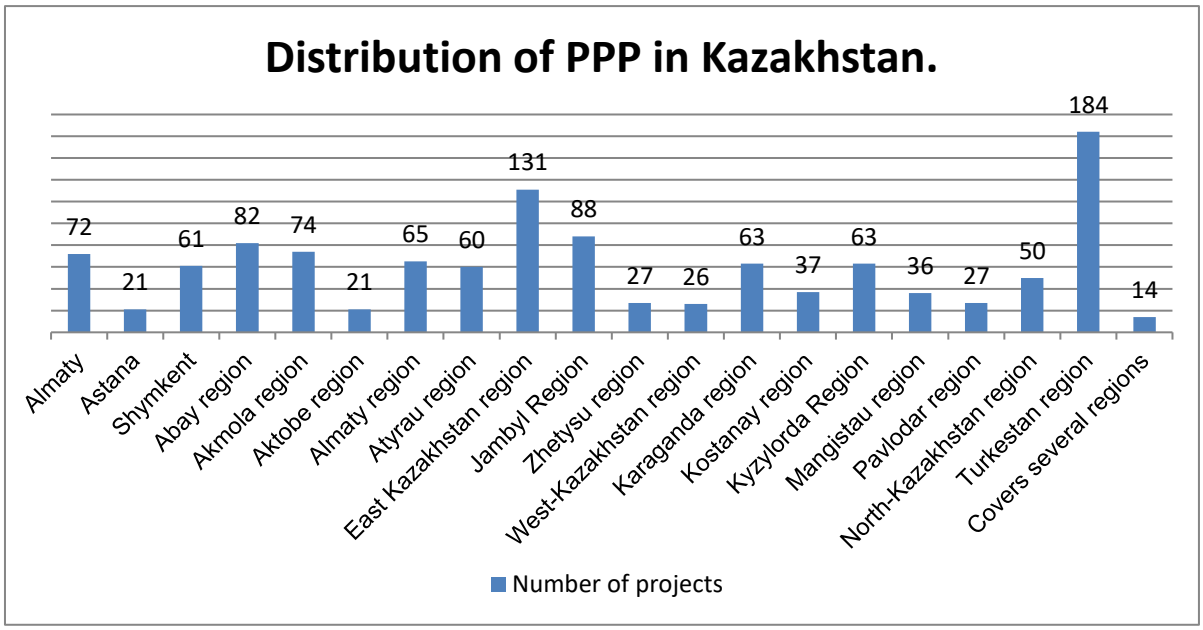


Figure 3. Distribution of PPPs by regions in Kazakhstan
Note – Developed by authors based on the source [10]

Goal 16: Peace, justice and strong institutions	Placing the video surveillance systems	10
Note – Developed by authors based on the source [10]		

Table 1 - PPPs contributing to 17 SDG		
Goal	Projects	Number of projects
Goal 2: Zero hunger	Creation of service procurement centers	7
Goal 3: Good health and well-being	Reconstruction / modernization / construction of medical institutions	129
	Equipping / creation rooms with medical equipment in medical organisations	31
	Creation of medical centers and ambulance stations	12
Goal 4: Quality education	Construction/ reconstruction of kindergartens	218
	Implementation of college activities under the PPP mechanism	26
	Modernization / transfer to trust management of canteens in educational institutions	306
	Construction of schools	15
Goal 9: Industry, Innovation and Infrastructure	Construction of playgrounds and landscaping of courtyards of multi-storey buildings	17
	Providing broadband access to rural settlements using the technology of fiber-optic communication lines	2
	Construction / maintenance / repair of roads	10
Goal 11: Sustainable cities and communities	Construction/reconstruction of residential buildings	4
Goal 13: Climate action	Sanitary cleaning of settlements	5
Goal 15: Life on land	Planting of greenery	11
	Maintenance and sterilization of stray animals	1

Conclusion and discussion

The findings represent that not all PPP projects undergo all stages of project development. Also, there is an uneven distribution of such projects by sectors as well as by regions.

The numbers of PPPs create social value regarding sustainable development goals. A lot of work is being done to create more objects of public services, improve the social and road infrastructure, restore public order, and tackle ecological issues through the implementation of PPP. It has a positive effect on the realization of SDGs. However, reports on the activities of these collaborations had not been found. That is why the assessment of the impact on sustainable development was limited.

Furthermore, the investments made in projects were not analyzed as well because of a shortage of data. The reason is that the Kazakhstan PPP center's website which served as a source of data is in the development stage. Also, the amount on some investments is not defined probably because of information being confidential. Gabriel Castelblanco and Jose Guevara (2023) claim that the proper social involvement and perception derived from public accountability, public access to information, and participatory decision-making are crucial requirements for the success of PPPs. It means that the social sustainability of PPPs depends on the development of social legitimacy. That is why it is recommended to provide full access to information for the public in order to ensure the sustainability of projects as well as to conduct more accurate research and offer solutions.

More development issues of PPP in Kazakhstan, that were identified by N.Z. Uzalina (2017), includes imperfect legislation relating to partnerships between the state and business, poor experience in the field of such cooperation, lack of a base of successful practices, and lack of experienced specialists in public administration who can structure and accompany PPP projects professionally. Moreover, it was proven that traditional methods of contracting are inefficient and are often delivered

late and over budget not only in Kazakhstan, but in other countries as well (Flyvbjerg, B., Skamris, M.K., & Buhl, S.L, 2004; Raisbeck, P., Duffield, C., & Xu, M., 2010; Love P.E.D., Lopez R., Edwards D. J., & Goh Y. M., 2012). Such problems need to be solved to improve the stability of PPPs, which in turn will bring a favorable impact on the sustainable development of the country.

References:

1. Asian Development Bank. (2015). Public-Private Partnerships in Kazakhstan: Opportunities and Challenges. Manila: Asian Development Bank.

2. Kazakh Invest. (2018). Public-Private Partnerships in Kazakhstan: Overview and Prospects. Astana: Kazakh Invest.

3. Ministry of National Economy of the Republic of Kazakhstan. (2017). The Concept of Public-Private Partnership Development in the Republic of Kazakhstan. Astana: Ministry of National Economy of the Republic of Kazakhstan.

4. United Nations Development Programme. (2017). Public-Private Partnerships for Sustainable Development. New York: United Nations Development Programme.

5. World Bank Group. (2018). Public-Private Partnerships in Infrastructure: Kazakhstan. Washington, DC: World Bank Group.3. Beckers F. and Stegemann U. - «A smarter way to think about public–private partnerships» - 2021

6. Uzakova S., Nurlanov A. - «Public-private partnership in gaining sustainable development goals in Kazakhstan». Central Asian Economic Review. Volume 2, 131-140, 2021

7. Ruiz Rivadeneira, A., and J. Garin. - "Public Private Partnerships Review of Kazakhstan"/OECD Journal on Budgeting - Volume 19/2, 2019.

8. Sadykova Z. B. - «Public-Private Partnership in Conditions of Innovative Development of the Republic of Kazakhstan»/Public Policy and Administration / Viešoji politika ir administravimas - Volume 20 No.3, 2021

9. Aitkalieva A, M., Galieva A.Kh., Toksanova A.N. - « Development of public-private law in the transport infrastructure of the Republic of Kazakhstan »/ Economic series of the bulletin of the L.N. Gumilev ENU - volume 1(2022), 19-31, 2022

10. Database. [Electronic resource] Kazakhstan PPP center - URL: https://kzppp.kz/ru/ (Assessed:26.02.2023)

11. Edilgeriev A. - “They sell fast food and inflate prices: Aimagambetov spoke about violations in school canteens» - [Electronic news resource] LITER - 2022 – URL: https://liter.kz/prodaiut-fastfud-i-zavyshaiut-tseny-o-narusheniiakh-v-shkolnykh-stolovykh-rasskazal-amagambetov-1653364541/

12. Ermanova G., Gorshnyakov A. - “In kazakhstan there are not enough places for children in state gardens” - [Electronic news resource] Khabar 24 – 2022 – URL: https://24.kz/ru/news/obrazovanie-i-nauka/item/560173-v-kazakhstane-detyam-ne-khvataet-mest-v-gossadakh.

13. Castelblanco G., Guevara J. - «Building bridges: Unraveling the missing links between Public-Private Partnerships and sustainable development»/ The Journal of the International Project Management Association (IPMA) - Volume 4, 2023.

14. Uzalina, N.Z. - “Public-private partnership in the Republic of Kazakhstan: evaluation of the current state and development problems”/ Aktualnye Problemy Sovremennosti - Volume 3(17), 106-110, 201

РАЗВИТИЕ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Магистрант MBA Шаяхметов Е. М.[1], к.т.н., доцент Шоман С..[2]
[1 2] Алматы Менеджмент Университет, г. Алматы.

Аннотация. В статье рассмотрены основные аспекты и направления развития медицинского туризма в Казахстане. Проанализированы внутренние и внешние туристские потоки страны. Обозначены положительные факторы, оказывающие влияние на развитие отечественного медицинского туризма.
Ключевые слова: туризм, медицинский туризм, внутренние и внешние туристские потоки.

Аннотация. Мақалада Қазақстандағы медициналық туризмді дамытудың негізгі аспектілері мен бағыттары қарастырылған. Еліміздің ішкі және сыртқы туристік ағындары талданады. Ішкі медициналық туризмнің дамуына әсер ететін оң факторлар көрсетілген.
Түйін сөздер. туризм, емдік туризм, ішкі және сыртқы туристік ағымдар.

Annotation. The article considers the main aspects and directions of development of medical tourism in Kazakhstan. The internal and external tourist flows of the country are analyzed. Positive factors influencing the development of domestic medical tourism are indicated.
Key words: tourism, medical tourism, internal and external tourist flows.

Введение

Туристская отрасль является одной из составляющих не только экономики Казахстана, но и важным элементом продвижения бренда и имиджа страны на мировой арене. Помимо этого, туризм несет в себе мощный потенциал приобщения туристов к ценностям природного и культурного наследия страны. Индустрия туризма в Казахстане на государственном уровне признана одной из приоритетных отраслей экономики.

Современный Казахстан представляет собой уникальное пространство инновационной экономики, науки, прорывных технологий, многовековой культуры и традиций, а еще — очарование природы, распахнувшей свои объятья от Юго-Запада, до Востока. Прикоснуться к удивительным культурным и природным памятникам нашей страны помогает туризм, устойчивый, безопасный и дружелюбный и к нашим детям, и к людям с особыми потребностями. Природа, технологии и передовые достижения Казахстана в самых разных отраслях экономики стали основой для развития целого спектра специализированных видов туризма. Среди них ярко выделяется медицинский туризм, несущий в себе фундаментальные идеи гуманитарной политики Казахстана за рубежом: мир и здоровье для всех, кто интересуется Казахстаном и намеревается посетить нашу страну.

Литературный обзор

Теоретические аспекты в туризме отражены в работах М. Букмана, С. Ким, Р. Вижайа, А. Сью, Д. Хэнкок и других. Научные разработки, в которых рассмотрен медицинский туризм, встречаются в трудах И. В. Зорина, А. Н. Новгородцевой, Э. А. Зелетдиновой, А.Д. Чудновского, М. М. Маринина, В. С. Сениной и других. В трудах И. Ф. Жуковской, , Е. Е. Шарафановой Г. А. Карповой, представлен комплексный анализ рынка медицинского туризма. Однако существует потребность в более тщательном изучении перспектив развития медицинского туризма в Казахстане, а также факторов, влияющих на это.

Методы

В ходе исследования использовались различные научные и эмпирические методы. В частности, применялся контент – анализ, сравнительный анализ. Методологическую основу статьи составили системный и статистический подход. Информационной базой статьи послужили статистические данные, результаты маркетинговых и социологических исследований, материалы зарубежных и отечественных ученых и практиков в области организации туристской деятельности.

Результаты

Туризм — это многофункциональный феномен, интегрирующийся со множеством различных объектов социально-экономического значения. Туристская индустрия — это совокупность организаций, осуществляющих туристскую деятельность, также множество средств размещения туристов (объекты общественного питания, транспорта, объекты развлечений, оздоровительного, познавательного, спортивного, делового и иного назначения» [1].

По данным Всемирной туристической организации в мире туризм является ключевым сектором экономики во многих развитых и формирующихся экономиках (рисунок 1). Валовая добавленная стоимость в Казахстане, создаваемая непосредственно в туризме в 2020 году, составила 410,5 млрд. тенге.

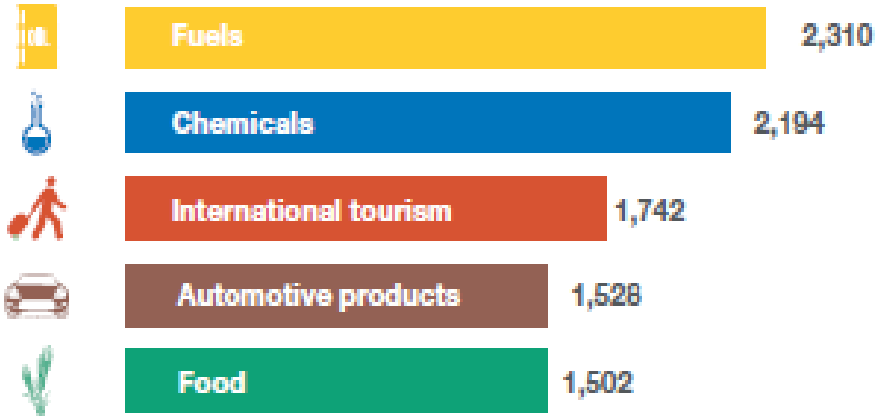


Рисунок 1. Экспортная выручка по категориям товаров, 2019 год (млрд долларов США)

Примечание: источник 2

В литературе встречается различная классификация туризма. Лю Шуся делит туризм на экскурсионный туризм, отпускной туризм, деловой туризм, конференц-туризм, официальный туризм, учебный туризм, семейный туризм, развлекательный туризм, приключенческий туризм, религиозный туризм, торговый туризм, спортивный туризм, оздоровительный и медицинский туризм, культурный туризм, фестивальный туризм, экотуризм, сельский туризм, промышленный туризм, красный туризм и так далее [3]. Так Е. Н. Артемова, О. Г. Владимирова подразделяют туризм по целям путешествия: каникулярный туризм (включает культурный, посещение друзей и родственников), образовательный, лечебно-оздоровительный, спортивный, духовно-просветительский (религиозный) и приключенческий. Деловой туризм включает MICE-туризм, корпоративный, конгрессный, выставочный, инсентив, ознакомительный (рекламно-информационный) [4].

По данным UNWTO в мировом туризме преобладает преобладают посещения друзей и родственников, либо в медицинских или религиозных целях (рисунок 2).

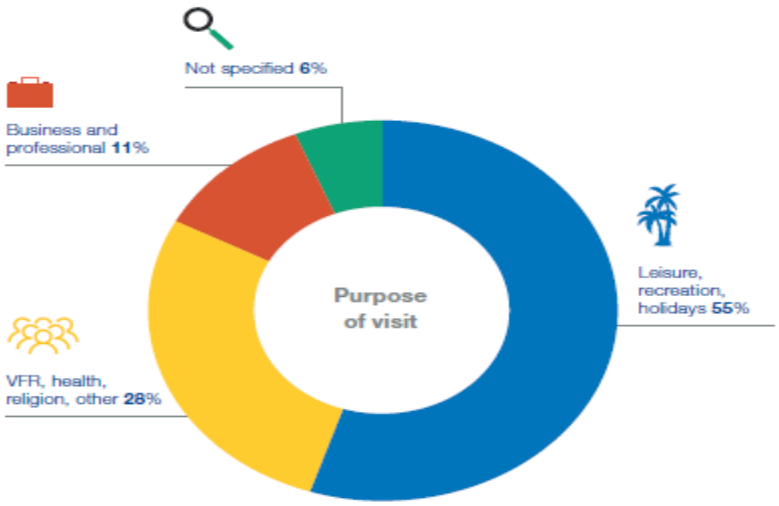


Рисунок 2.Туризм по целям посещения

Примечание: источник 2

В структуре въездного туризма в Казахстан также преобладают путешествия по деловым и профессиональным целям, из личного большинства путешествий по частным целям (таблица 1).

Таблица 1. Количество посетителей по въездному туризму по целям

Цель путешествия	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2021 г. к 2017 г.
Всего	7 701 196	8 789 314	8 514 989	2 034 753	1 330 169	-6 371 027
в том числе: деловая и профессиональная	1 186 542	1 223 324	1 453 440	743 187	719 784	-466 758
личная	6 514 654	7 565 990	7 061 549	1 291 566	610 385	-5 904 269
из них						
туризм	81 635	65 822	76 203	15 942	19 405	-62 230
частная	5 853 816	6 865 255	6 341 598	1 134 928	574 865	-5 278 951
транзит	579 203	634 913	643 748	140 696	16 115	-563 088
Примечание: составлено авторами на основании [5]						

Как показал анализ в 2021 году 38,3% Казахстан посещали гости из России, 29,8 % составили гости из Узбекистана, меньше всего было посетителей из Армении и Туркменистана 0,2% и 0,1% соответственно.

К сожалению, медицинский туризм развит в стране не в значительной степени, однако имеет все предпосылки для развития. Это обусловлено несколькими факторами, во-первых, растущий интерес к нашей стране, во-вторых, поддержка государства и Казахстанской туристкой ассоциации, в-третьих – глобализация.

Однако туристских медицинских потоков в страну совсем небольшое количество. Так по статистическим данным количество туристов, посещающих Казахстан с целью получения медицинской помощи, не превышает двух тысяч человек [6]. К примеру, Южная Корея принимает в год более 15 000 наших соотечественников, желающих получить медицинские услуги, Турецкая Республика принимает более 7 000 казахстанцев ежегодно. По различным данным, примерно 50 000 казахстанцев ежегодно выезжают на лечение за рубеж, и приблизительная сумма трат составляет более 200 млн долларов в год [7].

По мнению исследователей [8-10] в основном наши соотечественники выезжают за рубеж по следующим основным причинам:

1. С целью получения конкретных видов специализированного лечения (медицинский туризм). Данный вид подразумевает получение высокоспециализированной помощи, которое не могут получить в пределах своей страны по причине отсутствия либо недоступности.

2. Для уточнения диагноза и обследования (диагностический туризм). В основном туристы совмещают профилактический или диагностический медицинский осмотр наряду с отдыхом.

3. Для оздоровления и улучшения внешнего вида (оздоровительный туризм). Основная цель выезд туристов по туристической путевке и выделение пары дней на проведение обследования.

Выводы и обсуждение

Рост сектора мирового медицинского туризма в настоящее время темпы один из наиболее развивающихся по сравнению с другими туристскими направлениями. Все больше и больше стран поднимают вопросы развития медицинского туризма на государственный уровень. Каждый день в интернете фиксируется 138 млн запросов на информацию по медицинскому лечению за рубежом. И конечно же Казахстану трудно конкурировать со зарубежными медицинскими услугами, но это не говорит о непривлекательности данного рынка. На сегодняшний момент в республике по стандартам JCI (золотой стандарт) аккредитовано 7 медицинских учреждений, что больше, чем в Российской Федерации (2 медицинские организации). В Казахстане имеется ряд и других преимуществ, к которым можно отнести:

- Уникальная природа и географическое положение страны;
- Достаточно большее количество международных полетов;
- Хороший высококвалифицированный медицинский персонал;
- Достаточно приемлемые цены как на лечение, так и на проживание;
- Легкость получения визы;
- Отсутствие языкового барьера (особенно для жителей стран СНГ);
- Высокий статус, закрепившийся медицинскими успехами (в области кардиохирургии, пластической хирургии, стоматология, ортопедия, диагностика и программы check-up, медицинская реабилитация и др);
- Стабильная политическая обстановка и др.

Таким образом, отечественный медицинский туризм находится на стадии своего зарождения и учитывая опыт передовых стран необходима интеграция медицины, медицинского сервиса, инфраструктуры и логистики. На бае передовых клиник необходимы прорывные проекты по разработке и продвижению медицинского туризма.

Список использованных источников

1. Закон Республики Казахстан «О туристской деятельности в Республике Казахстан»
2. https://www.unwto.org/ru
3. Лю Шуся. Введение в туризм // Издательство Нанкинского университета. (Практический учебник «13-го пятилетнего плана» для высших учебных заведений). – 2018. – 211с.
4. Артемова. Е. Н. Основные виды туризма: учебно-методическое пособие для высшего профессионального образования / Е. Н. Артемова, О. Г. Владимирова. – Орел : ФГБОУ ВПО «Госуниверситет-УНПК», 2015. – 172 с.
5. https://cabinet.stat.gov.kz/
6. Шарман А. Медицинский туризм. Мифы и реальность, перспективы для Казахстана. Режим доступа: https://www.zdrav.kz/sites/ default/files/article-medtourism.pdf.
7. Harvard Medical International. The Chartis Group. Bringing world-class healthcare to Almaty. Almaty, 2017: 41 p.
8. Печерица Е.В. Медицинский туризм – новое направление туристической деятельности. Туристический рынок и его современное состояние, 2013. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/tourism-and-recreation-313/the-travel-market-is-its-current-status-and-forecasts-313/18804-313-0070)
9. Тастанбекова Ш. О. Медицинский туризм: история развития, сущность и основные составляющие//WORLD SCIENCE № 10(14), Vol.6, October 2016
10. Что такое медицинский туризм? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.medicare-4u.com/ru/medical-tourism
11. Филиппова, Т. А. Современная организация маркетинга на рынке медицинских услуг/ Т. А. Филиппова // Региональная экономика: теория и практика - 2007.-№ 9 (48).
12. О медицинском туризме. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://medvoyage.info/medtourism/about/.

УО «Алматы Менеджмент Университет»

«Коллоквиум»
Алматы Менеджмент Университеті
1Маусым, 2023 жыл

«Colloquium»
Almaty Management University
1 June 2023