



ALMA
ALMATY MANAGEMENT
UNIVERSITY

«Коллоквиум Almaty
Management University»

27 желтоқсан, 2021 жыл



Graduate Colloquium

«Colloquium Almaty
Management University»

27 December, 2021

«Коллоквиум Almaty Management University»

27 желтоқсан, 2021 жыл

«Colloquium Almaty Management University»

27 December, 2021

Алматы, 2021

Редакционная коллегия:

Председатель:

Куренкеева Гульнара Турдалиевна – Ректор, кандидат экономических наук

Члены редакционной коллегии:

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

Технический редактор:

Алипова Сая Болатхановна – PhD, Главный менеджер, Almaty Management University

Almaty Management University «Коллоквиум» журналының материалдар жинағы. -
Алматы: Алматы Менеджмент Университет, 2021. – 134 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
Тел.: 8 (727) 313 28 89

© Алматы Менеджмент Университет, 2021

Содержание

Внутренний маркетинг в организации здравоохранения. Анализ удовлетворенности персонала4 <i>Абдрахманова С.А., Көккөз Л.Ж., Кажыбаев А.Э.</i>	
Higher education within Arab countries and its peculiarities 13 <i>Akhmatova F.</i>	
Анализ затрат предприятия и методы их оптимизации 19 <i>Байчигасова А.Д., Безмилицына А.А., Дузенко Ю.О.</i>	
Потребительское кредитование Р2Р. Оценка и прогноз развития27 <i>Байчигасова А.Д., Безмилицына А.А., Дузенко Ю.О.</i>	
Сервис-менеджмент в организации здравоохранения. Анализ удовлетворенности персонала45 <i>Гибатулина А.Ш., Көккөз Л.Ж., Кажыбаев А.Э.</i>	
Тренды в сфере ивент-менеджмента56 <i>Жаксылык А., Дауренбекова К.С.</i>	
Традиционное и гибкое управление проектами61 <i>Карабасова И.Б.</i>	
Управление рисками инвестиционного проекта в условиях пандемии COVID-1967 <i>Омаржанова А.М., Амирова А.У.</i>	
Цифровая трансформация банковской структуры в экономике современного Казахстана72 <i>Пак В.</i>	
Фальсификация финансовой отчетности 80 <i>Сатиева А.Т., Чен К.А., Плужникова С.А., Исмухамбетова З.Н.</i>	
Финансовая стратегия бюджетной организаций84 <i>Сарсенбек А.</i>	
Особенности социально-ориентированных проектов90 <i>Сакиянова А.</i>	
Кадровая политика в организации здравоохранения. Аналитическое исследование структур оплаты труда медицинского персонала99 <i>Тажыбаев О.У., Көккөз Л.Ж., Кажыбаев А.Э.</i>	
Основные теории и модели мотивации сотрудников: практика и влияние на эффективность организации 109 <i>Турсынов Е.А.</i>	
Problems and methods of improving capital management116 <i>Turlybekova Y.M., Serikbaeyeva Zh.D.</i>	
Международная практика трансформации FinTech и финансовых процессов120 <i>Хазин Д.О., Бирмагамбетов Т.Б.</i>	

Внутренний маркетинг в организации здравоохранения. Анализ удовлетворенности персонала

Абдрахманова С.А.¹, Көккөз Л.Ж.², Кажыбаев А.Э.³

Магистрант МВА

МВА, старший преподаватель

Докторант ДВА

^{1 2 3} Алматы Менеджмент Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

a.saniya@mail.ru, Leila.kokkoz@gmail.com

Аннотация. В статье приведен обзор литературных источников по основным тенденциям развития внутреннего маркетинга в организациях, как основополагающего фактора повышения эффективности деятельности компании, особенно в сфере взаимодействия с клиентами.

Автором проведен анализ системы внутреннего маркетинга в Научно-производственном центре трансфузиологии путем изучения мнения сотрудников, дается оценка таким аспектам жизнедеятельности коллектива, как взаимодействие сотрудников Центра с руководством, отношения с коллегами, определена степень их влияния на мотивацию персонала.

В исследовании использованы методы опроса сотрудников с применением структурированной анкеты, обеспечена достаточная выборка для изучения мнения респондентов.

Выявлены определенные организационные и психологические проблемы, для решения которых должны быть привлечены инструменты, повышающие вовлеченность персонала в процесс принятия решений, организовано обучение руководителей среднего звена методам взаимодействия с сотрудниками.

В результате принимаемых усилий ожидается повышение мотивации работников, улучшение вертикальных и горизонтальных связей в коллективе, повышение эффективности работы с клиентами Центра, и, как следствие, будет достигнута главная цель – создание необходимого уровня дружественного отношения к клиентам Центра, увеличение числа постоянных и привлечение новых потенциальных доноров крови.

Ключевые слова: внутренний маркетинг, удовлетворенность сотрудников, медицинская организация, доноры крови.

Аннотация. Мақалада компания қызметінің тиімділігін арттырудың, әсіресе клиенттермен қарым-қатынас саласындағы негізгі фактор ретінде ұйымдарда ішкі маркетингті дамытудың негізгі тенденциялары жөніндегі әдеби дереккөздерге шолу жасалды.

Автор қызметкерлердің пікірін зерделеу арқылы Трансфузиология ғылыми-өндірістік орталығындағы ішкі маркетинг жүйесіне талдау жүргізді, Орталық қызметкерлерінің басшылықпен өзара іс-қимылы, әріптестермен қарым-қатынасы сияқты ұжымдағы тіршілік әрекетінің аспектілеріне баға берді, олардың персонал ынтасына әсер етудің дәрежесін анықтады. Зерттеуде құрылымдық сауалнаманы пайдалана отырып, қызметкерлерге сауалнама жүргізудің әдістері қолданылды, респонденттердің пікірін зерттеу үшін жеткілікті іріктеу қамтамасыз етілді.

Қызметкерлердің шешім қабылдау процесіне қатысуын арттыратын құралдарды тартуды қажет ететін белгілі ұйымдастырушылық және психологиялық проблемалар анықталды, орта буын басшыларына қызметкерлермен жасалатын өзара іс-қимыл әдістерін үйрету ұйымдастырылды.

Қабылданған шешімдердің нәтижесінде қызметкерлердің ынтасын арттыру,

ұжымдағы тікелей және жанама байланыстарды жақсарту, Орталық клиенттерімен жұмыс жүргізудің тиімділігін арттыру күтілуде, басты мақсат – Орталық клиенттерімен достық қарым-қатынастың қажетті деңгейін қалыптастыру, тұрақты донорлардың санын арттыру және жаңа әлеуетті қан донорларын тартуға қолжеткізіледі.

Түйін сөздер: ішкі маркетинг, қызметкерлердің қанағаттану деңгейі, медициналық ұйым, қан донорлары.

Abstract. The article provides a review of literary sources on the main trends in the development of internal marketing in organizations, as a fundamental factor in increasing the efficiency of a company, especially in the field of interaction with customers.

The author analyzed the internal marketing system at the Scientific-Production Center for Transfusiology by studying the opinions of employees, assessed such aspects of the life of the team as the interaction of the Center's employees with the management, relations with colleagues, and determined the degree of their influence on staff motivation.

The study used methods of interviewing employees as structured questionnaire, provided a sufficient sample to study the opinion of respondents.

Certain organizational and psychological problems were identified, for the solution of which tools should be involved that increase the involvement of personnel in the decision-making process, training for middle managers in methods of interaction with employees was organized.

As a result of the efforts taken, it is expected to increase the motivation of employees, improve vertical and horizontal interactions in the team, raise the efficiency of work with clients of the Center, and, as a result, the main goal will be achieved as creating the necessary level of friendly attitude towards the clients of the Center, growing the number of permanent and attracting new potential blood donors.

Key words: internal marketing, employee satisfaction, medical organization, blood donors.

Введение

В современном мире, в условиях конкуренции особую роль начинают играть технологии, повышающие привлекательность услуг или продукции. Искусство продвижения своих услуг для повышения эффективности деятельности компании называют маркетингом. Однако эта новая наука находится в состоянии постоянного развития, что обеспечивает неснижающийся интерес к ее изучению исследователей из самых разных сфер.

И одной из важнейших составляющих, а также наименее изученной частью маркетинга является внутренний маркетинг или маркетинг взаимоотношений.

Актуальность изучения процессов внутреннего маркетинга определяется его огромным влиянием на результативность деятельности всей организации, а непосредственными игроками этого процесса являются люди, работники, сотрудники организации.

Литературный обзор

Независимо от сферы деятельности и формы собственности организация должна стремиться к удовлетворению потребностей сотрудников так же, как и к удовлетворению потребностей клиентов, и это должно быть постоянным процессом. Внимание к проблемам сотрудников является частью социальной ответственности компании, которая приобретает все большее значение в современном мире [1, 4].

Внутренний маркетинг, так же, как и внешний, ориентирован на потребителя. Только

в случае с внутренним потребителем, таковыми выступают внутренние клиенты или сотрудники организации. В целом внутренний маркетинг – это комплекс мероприятий по формированию у сотрудников большей приверженности ценностям организации, ориентированный сразу на несколько целей: удовлетворение потребностей персонала, мотивация сотрудников на улучшение результатов деятельности, повышение профессиональных навыков персонала, эффективное взаимодействие структурных подразделений [4, 5, 6, 7]. Одни авторы при этом рассматривают внутренний маркетинг как привлечение и удержание эффективных сотрудников, другие – как осознанную клиентоориентированность сотрудников, третьи – как преодоление сопротивления персонала к изменениям [11, 12, 13, 14].

Внутренний маркетинг изучают в тех сферах, где от сложившейся традиционной практики взаимодействия сотрудников зависит успех организации, в первую очередь, удовлетворенность клиентов и связанный с этим рост прибыли [8, 9, 10]. Данное направление маркетинга можно рассматривать сразу с нескольких точек зрения: 1) как систему взаимоотношений организации и персонала; 2) как механизм управления организацией; 3) как философию рыночной ориентации компании. Большинство авторов признают, что внутренний маркетинг является современным способом повышения эффективности деятельности организации [1, 2, 3, 4, 5, 10].

В сфере здравоохранения эффективный внутренний маркетинг позволяет положительно влиять на качество взаимодействия персонала с пациентами в части понимания проблем пациента, и, соответственно, обеспечивает более высокие результаты диагностики, лечения заболевания и реабилитации [3, 8]. С помощью стратегии внутреннего маркетинга решаются такие основные проблемы, как повышение эффективности управления медицинской организацией и увеличение доходности предприятия.

При этом маркетинг в сфере медицинских услуг считается одним из наиболее сложных направлений в маркетинге. Сами медицинские услуги имеют большое количество особенностей, кардинально отличающих их от других видов услуг. Влияние психологической зависимости клиента и степень его доверия врачу, важность личного здоровья для человека, отсутствие достаточной и достоверной информации о заболевании, экспертная роль поставщика медицинской услуги, сложность оценки качества предоставленной услуги, значение скорости предоставления услуги – в результате всех перечисленных и других факторов сфера медицинских услуг стоит особняком на рынке услуг населению [8, 9].

Существует множество публикаций о внутреннем маркетинге и его влиянии на все стороны жизни организации – взаимоотношения с клиентами, экономическую эффективность, микроклимат в организации и приверженность сотрудников ценностям компании.

Изученный материал демонстрирует большой исследовательский и практический интерес, проявляемый к внутреннему маркетингу специалистами из самых различных сфер деятельности человека. Вместе с тем, большинство изученных источников лишь указывает на важность внутреннего маркетинга в достижении общей цели, мотивации сотрудников, необходимость изучения потребностей персонала. Однако крайне мало встречается публикаций результатов прикладных исследований, проведенных в конкретных компаниях с описанием отраслевых и местных особенностей внутреннего маркетинга, с оценкой его влияния на достижение целей организации. Еще меньше работ, посвященных внутреннему маркетингу в медицинских организациях, его влиянию на качество медицинской помощи. И стоит ли говорить об отсутствии работ в области внутреннего маркетинга и его роли в организациях, чьей задачей является привлечение доноров и сбор донорской крови.

В организациях, осуществляющих заготовку донорской крови, от стратегии внутреннего маркетинга очень сильно зависит работа с клиентами – донорами крови. Дача

крови для незнакомых людей, нуждающихся к донорской крови, - добровольный акт, совершаемый под влиянием внутреннего побуждения человека, а также отчасти в результате массивной агитационной работы центра крови через всевозможные виды информирования – социальные сети, средства массовой информации, визуальную и аудиорекламу в местах отдыха и развлечений населения, путем организации выездных акций по забору крови. Стоит отметить, что среднестатистический донор сильно отличается от среднестатистического пациента тем, что он не испытывает нужды в услугах центра крови, а значит, персонал центра крови должен быть максимально дружелюбен к донорам и обеспечивать для донора необходимый уровень комфорта, как физического, так и психологического.

Вместе с тем, эффективность усилий по созданию и поддержанию необходимого микроклимата для доноров напрямую зависит от психологического настроя и мотивации персонала, непосредственно взаимодействующего с клиентами.

Соответственно, для достижения вышеуказанных целей следует, наряду со стремлением к удовлетворению потребностей доноров, уделять постоянное внимание потребностям персонала центра крови. Для этого необходимо изучение трудностей, с которыми сталкиваются люди в своей повседневной деятельности, выявление путей решения и принятие мер по улучшению ситуации.

В связи с этим, представляет интерес оценить внешние показатели внутреннего маркетинга в Научно-производственном центре трансфузиологии Министерства здравоохранения Республики Казахстан (далее – Центр), являющемся ведущей организацией в службе крови республики, обеспечивающей донорской кровью все клиники столицы.

Методы

Целью исследования является изучение следующих аспектов внутреннего маркетинга в Центре:

- наличие и качество вертикальных и горизонтальных связей между сотрудниками,
- состояние вопросов взаимодействия персонала (врачей и медицинских сестер) с их непосредственными руководителями (руководителями структурных подразделений), включая проявление последними уважения и интереса к подчиненным;
- явления, отражающие состояние психологического микроклимата в коллективе, такие как настроение, взаимоотношения, наличие культурных ценностей, мотивацию, приверженность Центру;
- коммуникативные возможности сотрудников Центра.

Методы исследования – анализ литературы, статистический метод, эмпирический метод.

Результаты

С целью изучения мнения целевой аудитории – сотрудников Центра проведено анкетирование с использованием структурированного опросника из 35 вопросов. В опросе приняли участие 213 человек из 273 работников Центра (78% от общего числа работающих).

Среди опрошенных 178 женщин (84%) и 34 мужчины (16%).

По возрасту респонденты распределились следующим образом: до 20 лет – 1 человек (0,5% от общего числа респондентов), 21-30 лет – 42 (19,8%), 31-40 – 61 (28,7%), 41-50 – 41 (19,3%), 51-60 – 56 (26,4%), 61 год и старше – 11 человек (5,1%).

Таблица 1. Распределение респондентов по должностям.

Категория должностей	Количество	Доля от общего количества респондентов
Руководители высшего уровня	7	3,2%
Руководители среднего звена	35	16,4%
Врачи (специалисты)	41	19,2%
Медицинские сестры	48	22,5%
Младший медицинский персонал	36	16,9%
Офисные работники	26	12,2%
Представители рабочих профессий	21	9,8%

Из общего числа опрошенных сотрудников наиболее высокие баллы получили вопросы о том, видит ли специалист результат своего труда, понятно ли ему, как выполнять конкретные задания, имеются ли инструкции и правила поведения. Также высоко оценены возможности получения информации, практика доведения информации в доступном виде, а также отношение в центре к культурным особенностям представителей разных народов. Опрошенные сотрудники высоко оценили эффективность своей деятельности.

Низкие баллы поставили опрошенные сотрудники на вопросы о наличии возможности и практики обсуждения результатов труда с руководством, поощрении стараний работника со стороны начальника, о соответствии нагрузки их обязанностям. Многие ответившие сочли, что спорные ситуации не всегда решаются с учетом обстоятельств, причин и мнений всех сторон. Также часть респондентов низко оценила степень своего личного знакомства с каждым сотрудником смежных подразделений.

Несмотря на высокий средний балл ответов по всем вопросам, составивший 9,4 балла, изучение индивидуальных ответов выявило наличие проблем среди **руководителей высшего звена**. Так, двое из семи респондентов не планируют дальше продолжать работать в центре более двух лет. Один из семи респондентов крайне низко оценил возможность обсуждения результатов своего труда с непосредственным руководителем. Один из представителей топ-менеджмента при ответе на 9 вопросов из 35 (26%) достаточно низко (6 баллов и ниже) оценил уровень взаимопонимания с руководителем, применение индивидуального подхода непосредственного руководителя, практики разрешения спорных ситуаций, системы доведения информации, возможности приобретения новых знаний.

Средний балл по ответам на все вопросы в **группе руководителей среднего звена** составил 8,9 балла. Наихудшие показатели по вопросам, организовано ли обучение в центре, как оценивать работу сотрудников и объяснять задания подчиненным (11 из 35 или 31,4%). Заведующие отделениями не согласны, что рабочие места обустроены достаточным образом (22,8%), отмечают, что не имеют возможности обсуждать с непосредственным руководителем результаты своей деятельности (20%). Многие (9 человек или 25,7%) не испытывают большой гордости от работы в центре, а 8 человек из 35 (22,8%) не видят необходимости или желая работать дальше в центре.

В группе врачей и специалистов лаборатории с высшим образованием средний балл по всем вопросам составил 8,2 балла. Недостаточно хорошо врачи знают и могут обратиться к сотрудникам смежных подразделений, не знакомы с сотрудниками соседних отделов (14 из 41 или 34%). 32% (13 из 41) отметили, что не имеют возможности обсудить с начальником результаты труда. 12 человек (29%) сказали, что начальник не замечает и не ценит стараний работника. 26,8 % (11 человек) отметили, что не всегда имеют возможность высказаться и быть услышанными, трое из них оценили такую возможность на 1 и 2 балла. 39% (16 человек из 41) не планируют работать в центре более 2-3 лет (по 5-6 баллов). Высоко врачи оценили эффективность своей работы, понимание того, что хочет от них непосредственный руководитель, довольны наличием инструкций и правил для работы,

обустройством рабочих мест, а также хорошими отношениями в коллективе.

В группе средних медицинских работников средний балл по всем вопросам составил 8,7 балла. Вместе с тем, медицинские сестры отмечают недостаточную возможность обсуждения результатов работы со своим начальством, считают, что нагрузка не всегда соответствует их обязанностям, отмечают, что со стороны начальника нет признания их стараний (6,9-7,9 балла). Самые высокие баллы получили вопросы о том, могут ли они обратиться к сотрудникам смежных подразделений (указывает на более эффективное взаимодействие между медсестрами в сравнении с врачами), хотя указано, что лично с каждым сотрудником они не знакомы. Считают, что нужная информация доступна, хорошо понимают, как выполнять свою работу, высоко оценивают эффективность своего труда).

В группе младшего медицинского персонала средний балл по всем вопросам составил 8,9 балла. Больше всего представителям данной группы импонирует наличие достаточной информации, атмосфера взаимоуважения в коллективе, они хорошо понимают, что от них требуется и хорошо видят результат своей работы (9,4-9,7 балла). При этом, так же, как и в других группах, младшим медицинским персоналом отмечается, что обсуждение с начальником результатов работы в центре не организовано, начальник зачастую не замечает и не оценивает стараний работников (7,6-8,3 балла).

В группе офисных работников средний балл удовлетворенности микроклиматом составляет 9 баллов ровно. 7 из 26 (27%) офисных работников не удовлетворены постоянством распространяемой внутренней информации, такое же количество респондентов отметили, что им важна обратная связь от начальника. 6 человек из 26 (23%) указали, что спорные ситуации не рассматриваются с учетом мнений всех сторон конфликта, а также отметили, что не планируют долго работать в данной организации. Также низка (23%) доля тех, кто может подтвердить знакомство с каждым сотрудником из смежных отделений.

Общий средний балл в **группе рабочих специальностей** составил 9,3 балла. Очень высоко оценены применение индивидуального подхода к работникам со стороны руководителя, возможность получать информацию, понятность и конкретность доводимой и информации, эффективность своего труда (9,9 балла). 4 из 21 (19%) отметили, что в центре не обучают руководителей среднего звена практике объективного оценивания и корректного объяснения заданий подчиненным. 6 из 21 (28,5%) отметили, что не знакомы с каждым из сотрудников смежных подразделений, 4 респондента (19%) отметили, что не всегда понимают за что получают заработную плату. Самые низкие ответы получены на вопросы о возможности обсуждения результатов работы, об обучении практике оценивания работы подчиненных (8,3-8,6 балла).

Анализ указанных вопросов в возрастных группах выявил интересные закономерности. Так, имеет место более выраженная лояльность по отношению к центру, коллективу и работодателю у сотрудников более старшего возраста. Например, в группе респондентов 21-30 лет средний балл по всем вопросам, вместе взятым, составил 8,1 балла, в категории 31-40 лет – 8,7 балла, в категории 41-50 лет и 51-60 лет почти равномерно по 9,0-9,1 балла, а в категории старше 60 лет – 9,8 балла.

Другими словами, чем старше поколение, тем больше ответственности за различные обстоятельства труда и жизни берет на себя сотрудник. С возрастом увеличивается опыт в части восприятия заданий, растет удовлетворенность условиями труда, возрастает понимание соответствия нагрузки и обязанностей, в целом, возрастные особенности личности могут обусловить более нейтральное, ровное и спокойное отношение к «вызовам» и трудностям, связанным с работой.

Таким образом, проведенное анкетирование сотрудников Центра выявило характерные тенденции в распределении ответов, получивших высокие и низкие оценки респондентов. Выявлены как возрастные закономерности, так и разброс «негативных» ответов в зависимости от занимаемой должности. При этом, установлено что наилучшим

образом чувствуют себя руководители, как высшего, так и среднего уровня, а в зависимости от возраста – работники старшего поколения. И напротив, наиболее неудовлетворенными условиями труда являются врачи и медицинские сестры, а среди возрастных категорий – представители молодого поколения.

Выводы и обсуждение

Как показали результаты проведенного исследования, в Центре имеют место проблемы, связанные с такими аспектами, как обратная связь и возможность обсуждения проблем, индивидуальный подход к оценке результатов труда, объективность руководителей.

Особого внимания заслуживают ответы на вопрос о возможности высказаться и быть услышанными, не всех респондентов устраивает имеющаяся практика разрешения спорных ситуаций, многие опрошенные не удовлетворены микроклиматом в коллективе.

Тревожным сигналом является тот факт, что многие респонденты не видят себя в этом коллективе через 2-3 года.

Однако, к позитивным моментам по результатам опроса следует отнести атмосферу взаимоуважения в коллективе, отмечаемую большинством респондентов, почитание культурных и духовных ценностей сотрудников, уровень информирования работников и возможность обучения.

Наиболее удовлетворенными условиями труда, а также применяемой в Центре практикой взаимодействия, информирования персонала, постановки задач, получения обратной связи являются руководители высшего и среднего звена, а также офисные работники и представители рабочих специальностей, включая младший медицинский персонал.

При этом наиболее близкая к клиентам часть коллектива – врачи и медицинские сестры, выполняющие основную работу и от которых главным образом зависит результат деятельности всего Центра – демонстрируют в своих ответах наименьшую удовлетворенность, наличие проблем организационного и психологического характера, зависимость от управленцев и недостаток оптимизма.

Полученные результаты ожидаемы и сопоставимы с представлениями о том, что «средний класс» (в нашем случае – врачи и медицинские сестры, не выполняющие административных функций) являются наиболее неудовлетворенной категорией популяции. При этом наша неудовлетворенная группа характеризуется большим в сравнении с другими группами стремлением к изменениям и имеет возможности для мобильности, что подтверждается текучестью кадров в Центре среди работников именно этих категорий.

Многочисленность данной категории сотрудников с учетом, приведённых выше выводов усугубляет ситуацию.

Справедливости ради стоит отметить, что, в целях недопущения влияния высоких оценок на общий результат изучения мнения коллектива, акцент при анализе полученных данных сделан на проблемах. При этом ответы, набравшие 5-6 баллов и ниже, встречались достаточно редко.

Тем не менее, анализ данных показал наличие проблем, которые могут быть решены с помощью достаточно простых, не затратных инструментов. Как указывает большинство авторов трудов по внутреннему маркетингу, в повышении эффективности деятельности предприятия ведущая роль принадлежит сотрудникам, в связи с чем, изучение потребностей персонала должно быть регулярным, а удовлетворение потребностей – одной из важнейших управленческих задач.

Таким образом, исследование выявило признаки недостаточной удовлетворенности сотрудников Центра условиями труда и микроклиматом, практикой взаимодействия со стороны руководителей, причастностью к управлению процессами.

Выявленные проблемы позволяют сделать вывод, что стратегия внутреннего маркетинга в Центре нуждается в совершенствовании, основными механизмами которого могут стать повышение вовлеченности персонала в процесс принятия решений, изменение патронатной практики взаимоотношений между руководителями и сотрудниками, активное внедрение мотивационных и стимулирующих инструментов на уровне организации и структурных подразделений.

Дальнейшее углубление анализа поможет раскрыть глубинные причины выявленных проблем, а также позволит определить направления совершенствования стратегии внутреннего маркетинга и тесно связанной с ней системы взаимодействия с клиентами Центра.

Основными направлениями для дальнейшей работы должны стать:

1. Продолжение изучения выявленных проблем путем проведения опроса сотрудников с использованием «открытых» вопросов на предмет того, какими сотрудники видят возможные инструменты и механизмы, направленные на улучшение условий труда, повышение мотивации, улучшение психологического микроклимата в коллективе.

2. Сбор данных об отношении сотрудников, работающих с донорами, к своей работе, их мнение о роли коммуникаций с донором, о том, что влияет на их настроение и желание работать, что им хотелось бы изменить/улучшить в своей работе, какая помощь в этом нужна от коллег/руководства, включая тренинги и обучение.

3. Изучение мнения доноров о том, что они думают о системе ценностей сотрудников центра крови, что предлагают для улучшения условий их приема, повышения физического и психологического комфорта, сопоставление результатов изучения мнений двух сторон процесса – доноров и сотрудников.

4. Анализ опыта других организаций, для которых клиент, отдающий свои ресурсы, является определяющим фактором.

5. Оценка ресурсов, как материальных, так и временных, а также психологических ресурсов сотрудников для внедрения изменений.

6. Разработка и обсуждение с коллективом системы мер по улучшению взаимодействия сотрудников между собой и с донорами, по регулярной оценке обратной связи от сотрудников, по повышению мотивации сотрудников к улучшению коммуникативных способностей, по внедрению стимулирующих и корректирующих мероприятий.

Список литературы

1. Архипова, Н.И. Внутренний маркетинг как эффективный инструмент кадрового менеджмента в организации // Вестник РГГУ. Серия: Экономика. Управление. Право. - 2016. - № 3 (5). - С. 65- 75.
2. Абрамов, А.Ю. Категория маркетинга отношений в медицинских организациях // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Серия: Медицина. - 2018. - № 3. - С. 314-321.
3. Иванов, Н.П. // HR-маркетинг в системе менеджмента современной медицинской организации // Фундаментальные исследования. - 2017. - № 10-2. - С. 351-357.
4. Неганова И.С. Внутриорганизационный маркетинг как фактор повышения конкурентоспособности предприятия // Экономика региона. - 2008. - №4. С. 208-220.
5. Bohnenberger, Maria C.; Schmidt, Serje; Damacena, Cláudio & Batle-Lorente, Francisco Julio. // Internal marketing: a model for implementation in development. Dimensión Empresarial. – 2019. - 17(1). - P. 7-22.
6. Hassan Ghorbani. The Impact of Direct and Indirect of internal marketing on service quality and mediating role of OCB CASE: Iran Insurance Company. // International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, November 2013, Vol. 3, No. 11.

7. Rafiq, M., Ahmed, P.K. Advances in the internal marketing concept: definition, synthesis and extension. // *Journal of Services Marketing*. – 2000. - 14(6). – P. 449-462.
8. Федулова Н.Н. Внешний и внутренний маркетинг. Нужен ли он государственной медицинской организации? // *Вестник Высшей школы организации и управления здравоохранением*. - 2019. - №3. - С.15-23.
9. Капустина М.Л., Белобородова О.Г. Маркетинговое исследование потребителей платных медицинских услуг. // *Практический маркетинг*. 2020. - №10 - (284). С. 3-9.
10. Комаров С.В., Григорьева А.С. Методика оценки внутреннего маркетинга компании и управление клиентоориентированностью. // *Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки*. - 2019. - № 2. - С. 192-203.
11. Theopold S., Schacherer M. Internal marketing: review on abroadened concept and its operationalisation. // *DBA Anglia Business School. Research Paper 2*. - 2002.
12. Лукоянова М.А. Взаимовлияние удовлетворенности работника условиями труда и лояльности конечного потребителя. // *Актуальные проблемы авиации и космонавтики*. - 2015. - Том 2. - С. 708-709.
13. Ballantyne D. Reframing Internal Marketing for Relationship Marketing. // *International Marketing Educators' Conference. Argentina*. - 2000. – P. 274-286.
14. Лебединцева Е.С. Оценка эффективности внедрения внутриорганизационного маркетинга. // *Вестник Череповецкого государственного университета*. – 2011. - № 4. - Т.2. С. 34-37.

Higher education within Arab countries and its peculiarities

Akhmatova Fatimat MSc
Egypt, Cairo

Annotation. Nowadays the level and quality of education in Arabic countries depends on multiple reasons. One of the leading, is the absence of internal political stability within country itself, being affected by coup, revolutions, regional conflicts and wars, as a result not letting the government to focus on major social problems and needs of people, such as reduction of illiteracy among population. The following article highlights the peculiarities of higher education in Arabic countries, its condition in present time, including actual questions and trends to its development.

Key words: higher education, UNESCO, middle east, low level of literacy.

Аннотация. На сегодняшний день уровень и качество образования в арабских странах зависит от множества причин. Одно из основных причин, это отсутствие внутренней политической стабильности внутри страны, обусловленных переворотами, революциями, локальных конфликтов и войн, все это в совокупности не позволяет властям сосредоточиться на социальных нуждах. Во многих странах по сей день не решены такие первоначальные проблемы как ликвидация неграмотности среди населения. В данной статье выявлены особенности высшего образования в арабских странах, ее состояние в настоящее время, включая актуальные вопросы и тенденции ее развития.

Ключевые слова: высшее образование, ЮНЕСКО, Ближний Восток, низкий уровень грамотности.

Аннотация. Қазіргі таңда араб елдеріндегі білім деңгейі мен сапасы көптеген себептерге байланысты. Оның басты себептерінің бірі – жергілікті қактығыстар мен соғыстардан туындаған ел ішінде ішкі саяси тұрақтылықтың болмауы, мұның бәрі бірігіп биліктің әлеуметтік қажеттіліктерге назар аударуына мүмкіндік бермейді. Көптеген елдерде осы күнге дейін халық арасындағы сауатсыздықты жою сияқты бастапқы мәселелер шешімін таппай келеді. Бұл мақалада араб елдеріндегі жоғары білім берудің ерекшеліктері, оның қазіргі жағдайы, оның ішінде өзекті мәселелері мен даму тенденциялары ашылады.

Түйін сөздер: жоғары білім, ЮНЕСКО, Таяу Шығыс, сауаттылықтың төмен деңгейі.

Introduction

The level and quality of illiteracy among population in Arabic countries is affected by number of circumstances. First of all – the lack of internal stability due to political turnovers as a result of coups, wars and regional conflicts, that in return doesn't allow government to focus and tackle the major social needs of population by not being able manage the time and resources. In addition, the economic situation within a country dictates the way government allocates the financial resources including the education. A significant role is played by the fact that instability in international economic relationship between some Arabic countries, as well as intervention of countries with major power into external and internal politics of Arabic countries, and forming an environment of instability and pressure with a region. Within this article the certain questions are highlighted as:

1. The understanding of educational system within Egypt.
2. The major problems related to an education system and the way of its solving

Historical aspects

Educational system within Arabic countries had been developing and forming during decades. It represents a merge of classical Arabic school basically with Islamic direction and educational standards of countries-imperialists such as England, France and ect. Basically the educational system of Arabic countries can be considered as borrowing traditions of East School.

An educational policy of many Arabic countries, having started right after getting an independence, was forming under major influence of England in all stages of its forming. England in all stages of education be it middle or high education tried to pursued basic principles of memorizing a given material without chance of discussing or criticizing.

In the 60th the USA had interrupted with propaganda influencing majorly cultural and educational aspects. As a result, getting diploma was in priority rather than acquiring the knowledge.

Along with that, in the 70th and 80th in the countries as Iraq, Syria, Kuwait, Bahreain, South Imen, Jordan – was successfully reduced the number of illiteracies among population. In Iraq, for an instance, in 1976 the law of mandatory education was declared and by 1985 the number of schools was increased by two times. In Syria in 1963 was formed a Supreme Council to tackle and control the education among youth. The best results were accomplished by Jordan [1, p.12].

Nevertheless, in most of the Arabic countries the problem of illiteracy among woman and rural citizen is not solved yet.

Initial tasks

In the report of UNESKO being published in 2011 year, are illustrated statistics that majority of Arabic countries do not spend more than 2%-3% from GDP of the country, meanwhile developing countries spend not less than 10%. I guess this is the reason why most of prestige universities are not in the list of best ones in the world. Although the academic society and politics put as priority task incoming 15 years to enter the rating of the most prestige universities in the world [2].

In another UNIESKO report of 2013 year states the following:

- 25% of illiteracy in population of Arabic world
- the level of illiteracy among women is two times higher comparing to the men
- 5,6 mln of children are not attending school
- nearly 20% of students are quitting school and never get back.

According to the report, for Arabic countries to fully reduce the level of illiteracy is required no less than 40 years [3].

At the same time, the world quality of education rating, formed by World Economic Forum in October 2006, 9 Arabic countries were included, among them: Tunis, Qatar, Emirates, Egypt and Alzhir, Morocco, Bahrain, Jordan. Those countries have the greatest opportunities and perspectives for developing the education and science.

The research shows, that the condition and level of development of educational system in general defines the level of professionalism of Human Resource specifically teachers [4].

Teacher training in Arab countries remain a challenge. The main education institutes that train teachers for primary and secondary schools – are special institute or college and for complete high school – faculty of pedagogy of universities. Comparing to the number of students (*Arab countries are known by large population, in average one class attends more than 800 students at a time) in secondary schools there is a high possibility of the lack of professional resources. Moreover, certain problems are faced by woman in Arabic countries such as:

- it takes many years to get Master degree to teach at universities, best what woman can complete is teacher of full secondary schools

-the materials that are covered in the college are difficult and it is a challenge to pass exam from the first time

-social and cultural limitations affects the future career of the woman, reaching age of 25 a young woman is forced to marry and after marriage most women are not allowed to work

-woman that are wearing nikab full face cover are not allowed to enter certain faculties, further they end up teaching in Islamic schools

-within a school being as teacher, the chance to get paid trainings for staff are little mainly in priority are man.

Tendency of development

Arab countries are forced to solve challenging questions, related to economic, social and cultural falls. By the opinion of G.A. Lukichev, a specialist of National informational division (Mosow) “most of universities are not able to face the competitive requirements in the world market and will not be able to accomplish it in coming future” [5].

According to G.A. Lukichev most universities are caring weak material base, lack of human resources (teachers), the educational programs are not matching to the modern standards. The private sector prefers to focus on humanitarian directions for training specialists for business.

The most popular in Arabic countries till nowadays are universities with rich history going back to Middle Ages. It is certainly one of the oldest and still functioning university “Al’ Karawin” Morocco and University “Al’ Azhar” Egypt. Their graduates are famous politicians, scientists, financial specialists and religion professors [5].

Nowadays the higher education in Arabic countries is under influence of educational systems of France, England and USA. But at the same time, there is an influence on national Arabic systems within an education.

The universities in Arabic countries differ from each other by the number of students, by the size of entity itself, and by educational programs and standards. Among the most popular one is Arabic Open University in Egypt and Syrian Virtual University. Arabic Open University is applying program of Open University of England. *Open University has wide variety of methods for distance education, such as written assignments, video and audio materials, internet-conferences, and supported by tutor [6].

Syrian Virtual University are collaborating with Canada and USA and applying educational programs based on Canadian and American standards and material.

Distance and open education are getting popularity in many regions of countries. Mainly French distance education has great influence in Tunis.

Each country in Arabic world is different from each other, basically being influenced by economic – political and social- cultural conditions, that is why in overall the level of education is unique in each country.

The problems related to the education in Egypt

Doctor Tarik Shauki, minister of education released the following numbers “there are 55 thousand of schools, 22 million of students and 1,3 million teachers”, at the same time “there are 86% charge free schools, 12% private paid schools, 1% of governmental school with minimum pay fees” and “less than 1% international schools”.

As he states: “the major problem is mainly in primary and secondary schools, that is in urgent need in reformation in accordance with the needs of realities”, adding that “nevertheless, the core problem lies in the increase of the population, which directly has influence on the wellbeing and quality of education” [7].

Currently Egypt is occupying 146th place of 170 countries on the level of literacy [8].

According to Muhammed Suhbi, a famous Egyptian actor “the education in Egypt is run by a system that is expired and old, the number of books in school bag doesn’t mean knowledge in their mind, and adequate education is not possible when within a class the number of students exceeds 50 reaching 100 depending on the region”, by adding that “the pedagogical faculty is run by program that is 60 years hasn’t seen any changes, counting that the number of teacher are extremely low and the attitude is relative by finding extra income by running private classes” [9].

By the time graduate has completed high school, student passes exam where the score basically decides his or her future. According to the score government allocates students by the specialty and provides the list of universities that he or she may attend, usually low score is for social studies meanwhile the highest score allows to get to medical or finance department.

There are more than 150 universities, differing by profiles and faculties. There are universities, specialized, pedagogical colleges, technical schools and institutes, executing the training at special level by the end of second-third year.

Higher education is not affordable for all population in Egypt. Egypt is outstanding among other Arabic countries by the quality of educational program as a result every year Egypt accepts students from neighbor countries, the average score should 75%-90% for university to accept application but not less. This is the reason, that comes for primary and secondary schools: high number of students within a class doesn’t allow neither teacher neither student to fulfill their potential, at the end low scores at exams don’t let a student to enter university unless to pay but majority of population wouldn’t afford the price, and here is the increase of rate of unemployment and illiteracy.

The education in general contains three stages: first is baccalaureate, humanitarian – 4 years, engineering – 5 years, medicine – 7 years.

Master degree lasts for two years, first year theoretical and last research.

PhD Doctoral can be applied only after two years of graduating from master.

Should be noted that each university has its own budget and run by the council long with the president of the university. There is also a high council of universities along with ministry of education. The council contains of public figures, president of university, specialties in different spheres, which form the politics of university education, deciding annually submission of the students within universities [10].

One of the drawbacks of secondary school is heavy dependence on tutoring or private classes as result senior classes are usually empty, since students don’t see its being important to attend classes rather, they would focus on preparing for final exam, where the score will decide which faculty will be taken. For example, the highest score is for medical faculty even one point can damage the plans and dreams of student, there is no chance to retake the exams. Second prestige university after medical is technical-engineering, then trade and economics and the last one tourism. Demographical problems also have an influence on education in general in Egypt. In average an Egyptian family has 5-6 kids, it leads classes being overcrowded and full, the money that are provided from the budget of the government is not enough to cover the expanses on the basis supplies, salaries for teachers, and basic sanitary needs [11].

Suggested ways to solve the problem

According to Tarek Shauki the following can be done:

- Reformation of evaluation system of knowledge of Egyptian students.
- Development of new norms and standards of education from the point of modern reality
- Transformation an education in secondary schools to electronic system (computers, internet)
- Reformation of educational system (primary/secondary)
- Special courses for teachers [12].

Nowadays Egypt is collaborating with Japan in terms of educational programs “Tokosto Plus”.

Egypt is going to test the Japanese program on 45 schools, by applying the following program it should be affordable for all population. It is going to be ordinary Egyptian schools but with Japanese program [13].

In my point of view, the program will be suitable for secondary classes of rich and middle families that can afford computer and internet, yet for poor population it is going to be another challenge, not being able to afford computer or internet families will just quit schools which will lead high percentage of illiteracy.

Egypt is not only about Cairo or Alexandria, it is about many other cities where still people live by the strong traditions and barely know how to read or write, people that work hard on plantations or the level of poverty is so high that people don't have water or electricity at home.

After having worked as a teacher in Egypt I would strongly suggest the following:

- to change or modify the idea of one-way communication between teacher and student, idea of memorizing instead of understanding, this should be substituted by two-way communication, debates and developing case studies

- to decrease the number of students within a class, it could be morning and evening shifts

- to support and promote the profession of teacher, making it more attractive for graduates

- to develop trainings for teaching staff and not only for men but for women also

- to focus on educating poor levels of population by providing free education

- to simplify the material for student, a 6-grade student studies biology the complexity of which is the same as first year of medical university.

Conclusion

Arab World is famous with its famous scientists, the outgoing doctors and overall great minds, nevertheless throughout the years Arab world was the center of political debates, wars, strikes, revolutions and many more. Moreover, as a result it forced Arab world to change and adopt to the realities of modern life of the rest of the world by keeping its traditions.

For many years Arab countries were colonies for such countries as England and France, thus till nowadays the education system is under strong influence of Europe system. The capitalistic world and system itself are tough, it sends clear message that this world belongs to the best ones. This is a reason why; the education system is a bit complicated comparing to other systems.

The government understands that there is a direct link between education and poverty, particularly in Egypt there is a vital issue related to the high population, requiring more space for entities and budget for financing the same a teacher staff and students. Nevertheless, the cultural factors play significant role in shaping the model of teacher and the attitude towards female teachers.

The government should provide support and take into consideration that teachers should be motivated to work by fair salaries and the number of teaching staff should be enough to cover all the classes. The environment and prestige along with salary will do the work.

Villages should be taken under control by providing extra voluntary classes with simple approach to educate the population and further more the rural part of country should be provided with basic social needs as electricity, water, schools and working places.

References

1. Wilkens K, 2011. Higher education reform in the Arab World. The Saban Center for Middle East Policy at the BROOKINGS.
2. EFA regional report for the Arab States. UNESCO regional Bureau for Education in the Arab States – Beirut: Beirut, 2011.

3. Regional report on higher education in the Arab states, UNESCO Regional Bureau Education the Arab States, Beirut, 2013.
4. Gitsaki C. 2011. Teaching and learning in the Arab World. Peter lang AG, Internationaler Verlag dr Wissenschaften.
5. Lukichev G.A. 2008. The development of higher education in the Arab countries//Vestnik vysshey shkoli, N4 (in Russian).
6. <https://ru.m.wikipedia.org/wiki/>
7. <http://misr5.com/1042023/>
8. <http://ru.wikipedia.org/wiki>
9. [http://www.youtube.com/watch?v=108WvfHpfi0\"CBC\"](http://www.youtube.com/watch?v=108WvfHpfi0\)
10. <http://www.nmisr.com/education/>
11. <http://www.borgenmagazine.com/egyptian-education-system/>
12. <http://russianinegypt.com/obrazovanie/159-v-iyne-v-yaponskie-shkoly-budut-otobrani-1500-uchitelej-ministr-obrazovania>
13. <http://www.facebook.com/tshawki/posts/10215013162147> Tarek Shawki, 31 october, 2017.

Анализ затрат предприятия и методы их оптимизации

Байчигасова А.Д.¹, Безмилицына А.А.², Дузенко Ю.О.³

Специальность: Финансы, студенты 4 курса

Научный руководитель: к.э.н. Бирмагамбетов Т.Б.⁴

^{1 2 3 4} Алматы Менеджмент Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Данная статья нацелена на изучение состава и классификации затрат. Также приводятся основные понятия и дефиниции, связанные с данной темой и рассматриваются различные методы оптимизации затрат предприятия. Вместе с тем, выявлены преимущества и недостатки применения каждого из них.

Ключевые слова: Затраты, себестоимость, издержки, расходы, классификация затрат, постоянные затраты, переменные затраты, методы оптимизации затрат, виды оптимизации затрат, модели оптимизации затрат.

Annotation. This article aims to study the composition and classification of costs. The main concepts and definitions related to this topic are given and various methods of optimizing the costs of an enterprise are considered. At the same time, the advantages and disadvantages of using each of them have been identified.

Key words: Costs, prime cost, expenses, cost classification, fixed costs, variable costs, cost optimization methods, cost optimization types, cost optimization models.

Аннотация. Бұл мақала шығындардың құрамы мен жіктелуін зерттеуге бағытталған. Сондай-ақ осы тақырыпқа қатысты негізгі ұғымдар мен анықтамалар беріліп, кәсіпорынның шығындарын оңтайландырудың әртүрлі әдістері қарастырылады. Сонымен бірге олардың әрқайсысын пайдаланудың артықшылықтары мен кемшіліктері ашылады.

Түйін сөздер: Шығындар, бастапқы құн, шығындар, шығындар классификациясы, тұрақты шығындар, ауыспалы шығындар, шығындарды оңтайландыру әдістері, шығындарды оңтайландыру түрлері, шығындарды оңтайландыру модельдері.

Введение

В настоящее время управление затратами является неотъемлемой частью благополучной работы предприятия. Это связано с тем, что затраты напрямую влияют на основные финансовые показатели компании и на результаты ее деятельности. Для оптимального функционирования предприятия необходимы своевременный анализ и оптимизация затрат, благодаря чему его деятельность будет приносить прибыль, что позволит свободно маневрировать денежными средствами и наиболее эффективно использовать их. Актуальность статьи заключается в определении подходящего метода и модели для оптимизации затрат организации.

Затраты являются главной составляющей для каждой компании, поэтому важно уметь эффективно управлять ими. Грамотное исследование и оценка могут привести к снижению затрат, и, как следствие, увеличению прибыли. Исходя из этого следует сказать, что оптимизация затрат предприятия является ключевым фактором максимизации прибыли. Однако перед тем, как переходить к процессу оптимизации затрат, необходимо определить, что из себя представляют затраты.

Литературный обзор

Рассматривая понятие со стороны бухгалтерского и налогового учета, описанное в современном экономическом словаре, звучит следующим образом: «затраты – выраженные в денежной форме расходы предприятий, предпринимателей, частных производителей на производство, обращение, сбыт продукции» [1].

Ольга О. – директор независимой аудиторской компании «ТрастФинАудит» предлагает следующее определение: «затраты– это денежная оценка стоимости материальных, трудовых, финансовых, природных, информационных и других видов ресурсов, затраченных на производство и реализацию продукции за определенный период времени» [2].

Согласно МСФО, затраты – «потребленные в хозяйственной деятельности ресурсы, еще не признанные расходами и отражаемые в балансе на конец года в виде остатков незавершенного производства, готовой продукции, товаров отгруженных и т.д.» [3].

На основе выше представленных высказываний, можно дать следующее определение: затраты – это ресурсы предприятия, выраженные в денежной форме, которые применяются в определенный период, в процессе хозяйственной деятельности.

Виды классификаций оптимизации затрат. На каждом предприятии главной целью руководителя является приумножение прибыли, которого можно добиться путем снижения издержек, иными словами затрат. Формирование финансовых результатов – прибыли/убытков напрямую зависит от расходов производства вне зависимости от его масштаба или объема производимой продукции. Все затраты должны иметь обоснованный характер, который определяется с помощью анализа структуры расходов компании.

Целью любой оптимизации затрат является не просто их снижение, а повышение эффективности производства. Существуют различные виды затрат и все они в разной степени влияют на финансовый результат. Не всегда уменьшение одних может кардинально повлиять на общую картину финансового состояния компании, поэтому необходимо глубоко подходить к изучению данного вопроса и применять методы оптимизации затрат, которые подходят именно этой компании.

Насчитывают огромное множество видов определения классификации затрат по различным признакам. Как правило, выделяют четыре способа классификации издержек в зависимости от требуемых задач:

1. расчет себестоимости;
2. определение прибыли/убытка предприятия;
3. управленческие решения топ-менеджмента;
4. контроль и регулирование производственными процессами.

На рисунке 1. приведены основные виды затрат, актуальные для предприятий:

Виды классификации затрат	По экономическому содержанию:	амортизация, материальные затраты, расходы на оплату труда, отчисления
	По составу:	1. одноэлементные 2. комплексные
	По способу отнесения на себестоимость:	1. прямые 2. косвенные
	По отношению к уровню деловой активности:	1. переменные 2. постоянные
	По методу признания в качестве расхода:	1. затраты на продукт 2. затраты на период
	По возможности охвата планом:	1. планируемые 2. единовременные
	По возможности регулирования:	1. регулируемые 2. нерегулируемые
	В зависимости от отражения в системе БУ:	1. бухгалтерские (явные) 2. небухгалтерские

Рисунок 1. «Виды классификации затрат»

Источник: составлено авторами на основе учебника Вахрушиной М.А. «Бухгалтерский управленческий учет» [4].

Для руководителя предприятия первостепенной задачей является преумножение финансового результата, которого можно достигнуть, выбрав подходящий вид оптимизации затрат в зависимости от времени ее реализации:

1. Плановая оптимизация затрат, которая проводится постепенно в течение нескольких лет;
2. Быстрая оптимизация затрат, приводящаяся в разрезе нескольких недель или месяцев;
3. Экспресс оптимизация затрат, осуществляемая в течение пары дней.

Необходимо разобраться в различиях данных видов оптимизации. Стоит отметить, что основные виды деятельности компании подразделяются на три категории: производственные процессы, инвестиции и закупки. Данные процессы в совокупности составляют наибольшую часть затрат предприятия. По этой причине сокращение затрат проводится постепенно с целью уменьшения корреляционной зависимости прибыли от затратных статей.

1. Инвестиции на предприятии в основном направлены на приобретение таких основных средств, как оборудование, транспортные средства и здания. На это требуется большое количество денежных средств, поэтому основной пункт оптимизации инвестиционных затрат - планирование и расчет окупаемости вложенных средств. В случае высокой рентабельности инвестиций, а также достаточного размера прогнозной прибыли осуществляется принятие решения по поводу одобрения инвестиционного проекта.

Закупки, другими словами себестоимость, составляют основную часть затрат и имеют высокую степень влияния на конечный финансовый результат - прибыль. Оптимизация затрат в закупках заключается в поиске поставщиков, предлагающих сырье, материалы и сопутствующие услуги по оптимальным ценам, а также с системой лояльности.

В случае оптимизации затрат, связанных с производственными процессами в ход вступают такие ключевые вопросы, как изучение клиентов и их предпочтений, реструктуризация процессов и модернизация производства. Компания должна прийти к стратегии бережливого производства, чтобы на конец финансового года получить максимальную прибыль.

2. Быстрая оптимизация затрат, как правило, направлена на уменьшение постоянных и переменных затрат на предприятии. Для того чтобы достигнуть этой цели руководитель предприятия пересматривает договоры с поставщиками сырья и материалов, договаривается о пролонгации кредиторской задолженности путем отсрочки платежей, а также изучает рынок, чтобы выбрать поставщика с самыми низкими ценами и самым качественным товаром.

Немаловажную роль играет и такая часть расходов, как коммунальные и транспортные услуги, заработные платы сотрудников и фонд оплаты труда. Необходим серьезный контроль и ограничение потребления электричества, воды и отопления в тех случаях, когда это не мешает производственным процессам. Для оптимизации затрат на транспортные услуги применяются такие меры, как сокращение транспортных средств, ограничение выдаваемых денежных средств подотчетным лицам для покупки топлива. Заработные платы сотрудникам также необходимо сопоставлять с приносимой работником экономической пользой, ограничиться выплатой заработной платы без каких-либо премий и бонусов.

3. Экспресс оптимизация затрат заключается в полном ограничении траты денежных средств компании на не приносящие прибыль статьи расходов, таких как мероприятия для сотрудников или повышенный комфорт в офисе. Однако совсем сокращать все затраты не рекомендуется, так как в таком случае производственные процессы могут остановиться, что

приведет к потере прибыли.

Методы оптимизации затрат. В настоящее время, во всем мире используется множество широко известных методов оптимизации затрат предприятия. В частности, директ-костинг, в котором себестоимость продукции формируют, учитывая переменные (прямые) затраты, а постоянные (косвенные) затраты всегда учитывают как расходы периода предприятия и списывают на финансовый результат. Эффективность данного метода высока, когда компании необходимо понять, какое направление в производстве будет приносить максимальную прибыль, какую продукцию необходимо выпускать, а производство какой лучше приостановить. Метод применяется для того, чтобы создать гибкость ценовой политики, также используют для сокращения издержек предприятия.

Абзорпшен-костинг представляет собой метод, в котором, в отличие от директ-костинга, в себестоимость продукции включаются как прямые, так и косвенные затраты предприятия, то есть все производственные затраты. Данный метод является наиболее популярным. Абзорпшен-костинг используют для следующих целей: анализ рентабельности, для определения цен, а также для финансовой отчетности.

Стандарт-кост представляет собой такую систему учета, в которой затраты учитываются по ранее утвержденным стандартам. Принципом данного метода является контроль над установленными нормами, а также отслеживание отклонения от них. В основном данный метод не является основным методом учета. Распространен в компаниях с массовым производством тяжелой продукции. Может быть применен для следующих целей: для отслеживания рационального использования всех ресурсов компании, для оперативного выявления отклонения от норм, а также для контролирования затрат.

Сущность метода ABC заключается в группировке статей затрат по определенным видам процессов и операций, для того чтобы в конце отчетного периода можно было рассчитать совокупные затраты на определенный вид продукции. Однако ряд условий применения метода, такие как выделение видов процессов деятельности и операций по ним, обучение сотрудников и расширение системы бухгалтерского учета создают некоторые ограничения использования метода.

Методом от обратного можно считать таргет-костинг, когда устанавливается желаемая цена продукции и планируемый размер прибыли, и уже отталкиваясь от данных показателей рассчитываются затраты. К условиям применения метода можно причислить постоянный контроль структуры затрат, взаимодействие всех отделов, а также надежность анализа спроса и предложения на рынке. Немаловажным фактором считается применение таргет-костинга на протяжении всех этапов производства и реализации с целью соблюдения предельно допустимой себестоимости.

Кайдзен-метод оптимизации затрат заключается в последовательном сокращении затрат, а не определении допустимого их значения. Он применяется, как правило, в операционной деятельности компании. Условиями применения метода можно считать непрерывность совершенствования процессов производства, а также полная вовлеченность сотрудников для создания качества деятельности компании.

CVP-метод (расчет точки безубыточности) состоит из сопоставления трех показателей: дохода от реализации, затрат предприятия (постоянных и переменных) и его прибыли. Взаимодействие данных факторов позволяет понять, в какой степени изменение различных факторов влияет на прибыль. Условий применения метода несколько: цены на продукцию должны оставаться неизменными, размер постоянных и переменных издержек должны меняться строго по плану, а также для каждого вида продукции требуется проводить анализ отдельно.

Бенчмаркинг затрат является методом сравнительного анализа управления затратами компании, которая обычно является «примером для подражания» в своей сфере. Основной сложностью является грамотный подбор предприятия, а также наличие проверенной

информации о результатах эффективного управления затратами и методах достижения данных результатов.

Кост-киллинг с английского переводится как «убийство стоимости», в этом и заключается суть данного метода. Кост-киллинг – это современный метод управления затратами, направленный на минимизацию затрат в кратчайшие сроки без какого-либо вреда для предприятия. Условием использования данного метода является наличие полной и подлинной информации о состоянии затрат компании, а также возможность снижения издержек.

Метод LCC-анализа предусматривает анализ стоимости жизненного цикла предприятия, сравнивающий все затраты и соответствующие им доходы, благодаря чему появляется возможность принимать решения при управлении затратами. Чаще всего LCC-анализ применяется в стратегическом управлении затратами. Для проведения данного анализа необходимо наличие достоверной информации о состоянии рынка и позиционирования продукции (услуг) предприятия.

Метод VCC подразумевает расчет себестоимости на основе рассматриваемой цепочки потребительской стоимости, включая анализ затрат, находящихся вне сферы прямого воздействия предприятия. Так же, как и метод LCC-анализа, применяется в стратегическом управлении затратами.

В таблице 1. приведены преимущества и недостатки методов оптимизации затрат:

Методы	Преимущества	Недостатки
Директ-костинг	Данная система позволяет определить эффективность предприятия (его рентабельность), помогает выявить более прибыльное направление производства (какой товар нужно выпускать), также благодаря данному методу можно выстроить гибкую ценовую политику в компании.	Для данного метода затрачивается большое количество часов, т.е. уходит очень много времени на то, чтобы собрать всю нужную информацию. У компаний могут возникать трудности с разделением расходов (некоторые расходы не могут быть однозначно определены к переменным или же постоянным). Оказывается недостаточная заинтересованность к постоянным затратам.
Абзорпшен-костинг	Возможности использования для финансовой отчетности, помогает в ценообразовании, включает в себя все производственные затраты, использованные при производстве продукции (не возникает трудностей с распределением затрат на переменные и постоянные).	Фактическую себестоимость продукции возможно установить только в конце исследуемого периода, включается учет затрат, которые не относятся к себестоимости продукции, для решения об увеличении или же уменьшении объема производства возникает необходимость использования дополнительных методов, т.к. при использовании только Абзорпшен-костинга информация будет неполной. Такая калькуляция затрат является более сложной в понимании.
Стандарт-кост	Себестоимость продукции, в отличие от Абзорпшен-костинга, возможно установить, не дожидаясь конца исследуемого периода, а также благодаря этому можно проводить периодический анализ, чтобы выявить возможные отклонения. Получение более точный результатов анализа, также позволяет повысить эффективность контроля над	Невозможность использования во время планирования и выпуска новой продукции. Данная модель имеет большую зависимость от внешних факторов. Успешность результата будет зависеть от созданной нормативной базы, от ее качества.

	затратами.	
Метод ABC	Точное калькулирование затрат и обеспечение взаимосвязи между получаемой информацией и операциями с затратами.	Создание дополнительных затрат на управление, связанных с созданием системы бухгалтерского учета, подходящей этому методу.
Таргет-костинг	Маркетинго-ориентированная стратегия, предполагающая контроль затрат еще при разработке продукта. Создание плана затрат для каждого нового продукта с учетом соблюдения ограничений по ранее выпущенному ассортименту.	Технические возможности производства не всегда могут помочь достигнуть желаемого размера затрат, так как на это требуется много времени и инвестиций.
Кайзен-костинг	Непрерывное уменьшение затрат во всех отделах предприятия.	Необходимость поддержания мотивации каждого сотрудника на высоком уровне.
СVP-анализ (анализ точки безубыточности)	Метод позволяет определить объем продаж, при котором достигается точка безубыточности. Преимуществом можно считать простоту и минимум данных, сопоставление которых наглядным образом показывает картину на производстве.	На практике сложно разделить постоянные затраты и переменные, которые зависят от объемов производства. Изменение одного фактора может существенно изменить конечный результат, поэтому должно применяться планирование. Не учитываются масштаб производства и структурное изменение системы предприятия, в связи с этим не всегда переменные затраты, связанные с производительностью труда рассчитаны верно.
Бенчмаркинг	Получение широкой информационной базы об управлении затратами на предприятии, добившемся успеха, соответственно появляется возможность на основе опыта данной компании улучшить систему управления затратами своей компании.	Эффективность данного метода зависит от правильности выбора предприятия для исследования, а также требуется упорядоченности в применении опыта предприятия-эталона.
Кост-киллинг	Быстрое снижение затрат предприятия (возникающие и во внутренней, и во внешней среде).	Считается достаточно жестким методом, так как данный метод предусматривает сокращение затрат на заработную плату, а также сокращение персонала; требует комплексного применения.
LCC-анализ	Наличие информации и возможность проведения оценки затрат и покрытия их соответствующими доходами; получение точного прогноза затрат.	Наличие неопределенности в учете накладных затрат, необходимость в дополнительных затратах для получения более обширной информации.
VCC-анализ	Помогает оценить целесообразность процессов, а также связать затраты компании с ожидаемыми доходами.	Данный метод требует постоянной оптимизации затрат оперативного управления деятельностью предприятия и участия квалифицированных специалистов.

Таблица 1. «Преимущества и недостатки методов оптимизации затрат»
Источник: составлено авторами на основе анализа электронных источников

Анализ мер по оптимизации затрат. В современных реалиях в условиях пандемии коронавируса меры по оптимизации затрат в компании становятся едва ли не самым важным аспектом в поддержании эффективной деятельности предприятия.

В связи с этим, одна из компаний Big4 «Ernst & Young» провела организованный онлайн-опрос, в котором рассмотрела, какие меры принимают компании для оптимизации затрат. В данном опросе приняло участие 15 компаний из 7 различных секторов экономики [5].

Большую часть от всех участвующих в опросе компаний составили представители розничной торговли, химической промышленности и IT компаний. Респондентам был задан следующим образом, результаты которых выглядят следующим образом: большинство компаний, которые планировали сокращать постоянные и капитальные затраты на величину большую, чем 20%, не смогли реализовать свой целевой план, и как показывает реальная ситуация сокращение величины составляет меньше 20%, что непосредственно связано с мировым кризисом.

Также стоит отметить, что множество компаний единогласно решили сократить затраты по таким статьям, как маркетинг, реклама, PR, консультационные услуги, персонал и IT- услуги. Однако 67% компаний не планируют сокращение затрат, которые связаны с охраной объектов, энергетикой и сырьем и материалами.

После того как ЕУ выяснил, как опрошенные компании реализуют сокращение затрат, перед ним встал вопрос, какие мероприятия необходимо провести, чтобы достигнуть поставленного плана. Немаловажным является тот факт, что компании считают нужным вести переговоры о снижении ставок, а также отказе от аренды. Помимо этого происходит перевод сотрудников на неполный рабочий день (оптимизация структуры персонала).

Компании подошли комплексно к оптимизации затрат оборотного капитала. Предприятия решили пересмотреть условия оплаты, отсрочки платежей, уделили внимание переносу сроков и объемов поставок. Эти инструменты были применены не только с поставщиками, но и коснулись покупателей.

Заключение

В данной статье были рассмотрены основные классификации затрат, а также различные методы для их оптимизации. Изучив данную тему, были представлены различные классификации затрат, однако основное внимание было уделено оптимизации затрат в зависимости от времени ее реализации. Это решение было основано на том, что во время кризисного периода для каждой компании важно вовремя определить стратегию оптимизации затрат. Проанализировав ситуацию в СНГ во время пандемии, можно точно сказать, что после коронавируса работа предприятий кардинально изменится: улучшатся технологии и качество работы.

Большинство компаний до кризисной ситуации не ставили в приоритет оптимизацию затрат, но из-за пандемии они были вынуждены пройти адаптацию к новой реальности, благодаря чему предприятия пришли к выводам, что оптимизация затрат является основополагающим фактором улучшения эффективности их деятельности.

Список литературы

1. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. - 2-е изд., испр. М.:ИНФРА-М.479 с., 1999.
2. Ольга О. Редакция журнала:[Бухучет на практике, Выпуск №10 - 1 Октября 2013 г.](https://cdb.kz/sistema/biblioteka-bukhgaltera/articles/raskhody-perioda-bukhgalterskiy-i-nalogovyy-uchet/)

3. МСФО (IAS) 18. Выручка [Текст]. - Ч.1.
4. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет: учеб. для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / М.А. Вахрушина – 9-е изд., стер. - М.: Издательство «ОмегаЛ», 2011. - 570 с.
5. Опрос EY - Коронавирус COVID-19: «Какие меры по оптимизации издержек и затрат принимает Ваша компания?» [https://www.ey.com/ru ru/strategy-transactions/ey-chief-financial-officer-survey-20-april-2020](https://www.ey.com/ru_ru/strategy-transactions/ey-chief-financial-officer-survey-20-april-2020)

Потребительское кредитование P2P. Оценка и прогноз развития

Байчигасова А.Д.¹, Безмилицына А.А.², Дузенко Ю.О.³

Специальность: Финансы, студенты 4 курса

^{1 2 3} Алматы Менеджмент Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. В данной научной статье рассматривается P2P - кредитование, которое считается относительно новым и стремительно развивающимся направлением кредитного рынка во всем мире. В работе проанализированы преимущества и недостатки P2P - кредитования для кредиторов и заемщиков, дается краткая классификация P2P - кредитования, а также оценка и прогноз развития в ближайшем будущем на основе международных статистических данных и применения социологического опроса, проведенного среди граждан Казахстана.

Ключевые слова: потребительское кредитование, P2P, краудлендинг, маркетплейс - заимствования, финансово-возвратный краудфандинг, крауд финансы, финансовые технологии, альтернативное кредитование, одноранговое кредитование частных лиц.

Annotation. This scientific article examines P2P - lending, which is considered a relatively new and rapidly developing area of the credit market around the world. The paper analyzes the advantages and disadvantages of P2P - lending for lenders and borrowers, gives a brief classification of P2P - lending, as well as an assessment and forecast of development in the near future based on international statistical data and the application of a sociological survey conducted among citizens of Kazakhstan.

Key words: consumer lending, P2P, crowd-lending, marketplace - borrowing, financial-repayable crowdfunding, crowd finance, financial technologies, alternative lending, peer-to-peer lending to individuals.

Аннотация. Бұл ғылыми мақалада бүкіл әлемде несие нарығының салыстырмалы түрде жаңа және қарқынды дамып келе жатқан саласы болып саналатын P2P несиелендіру қарастырылады. Жұмыста несие берушілер мен қарыз алушылар үшін P2P несиелендірудің артықшылықтары мен кемшіліктері талданады, P2P несиелендірудің қысқаша жіктелуі, сондай-ақ Қазақстан азаматтары арасында жүргізілген халықаралық статистикалық деректер мен елдердің социологиялық сауалнамаларын пайдалану негізінде жақын болашақтағы дамудың бағасы мен болжамы берілген.

Түйін сөздер: тұтынушылық несиелеу, P2P, краудлендинг, нарықтық – қарыз алу, қаржылық қайтарымды краудфандинг, краудфандинг, қаржылық технологиялар, баламалы несиелеу, жеке тұлғаларға тең несие беру.

Актуальность

На сегодняшний день с активным развитием финансовых технологий банковская система испытывает значительное давление со стороны альтернативных источников привлечения заемного капитала. Одним из наиболее перспективных является механизм P2P - кредитования, который проявил себя довольно успешно в основном таких странах, как Великобритания и США, при этом успел уже занять некоторую долю рынка в СНГ. В связи с прогнозами отдельных экспертов данный сегмент в ближайшее время должен вырасти в десятки раз, что привлекает к нему все большее внимание потенциальных участников, а

также и финансового регулятора. Данная статья не стремится отразить ситуацию на кредитном рынке Казахстана по состоянию потребительского P2P - кредитования, так как на сегодня не имеется доступных и достоверных источников, а также статистических данных, подтверждающих или опровергающих процесс развития указанного сегмента. Это во многом связано с настроением финансового отставания от мирового рынка, а также со спецификой ниши и ее перспективами правового регулирования [1].

Цель научной статьи. В данной работе большое внимание уделено изучению и сравнению дефиниций потребительского P2P - кредитования с классическим. При этом существует необходимость в категоризации атрибута для того, чтобы найти оптимальное и отражающее в полной мере определения данного вида кредитования. Целью теоретической части научной статьи является изучение классификаций по видам, целям, способам и срокам P2P - кредитования. Также в статье представлена оценка развития потребительского кредитования в СНГ, сравнение опыта стран Запада и прогноз развития P2P - кредитования на основе мировой статистики, что позволит на базовом уровне ознакомить потенциальных клиентов с преимуществами и недостатками участия в процессе альтернативного кредитования и дать механизм для его возможного развития в Казахстане.

Литературный обзор

Для того чтобы понять, что такое потребительское P2P - кредитование, необходимо обратиться к истокам определения краудфандинга. В западной литературе «Краудфандинг - это открытое обращение участников платформы через Интернет для предоставления финансовых ресурсов в виде пожертвований или в обмен на будущий продукт или какую-либо форму вознаграждения за поддержку инициатив для определенных целей» [2]. Платформы краудфандинга позволяют авторам выставлять на всеобщее обозрение свой проект, идею или концепцию в Интернете, чтобы спонсоры могли инвестировать в понравившиеся проекты, и облегчают взаимодействие участников процесса краудфандинга.

На сегодняшний день наибольшую актуальность имеют четыре модели: (i) Долговой краудфандинг: одноранговое кредитование частных лиц (P2P) или компаний; (ii) Инвестиционный краудфандинг: покупка как первичных, так и вторичных акций с целью финансирования стартапов; (iii) Краудфандинг вознаграждений: финансирование дизайнов / продуктов, услуг или творческих проектов с получением бонусов или реального вознаграждения взамен; (iv) Социальный краудфандинг: финансирование без ожидания какой-либо отдачи от социальных проектов или благотворительности [3,4,5].

Далее будем рассматривать только дефиниции (i) модели краудфандинга, а именно одноранговое кредитование частных лиц (P2P), так как целью данной статьи является изучение непосредственно данного термина. Альтернативными названиями P2P-кредитования являются финансово-возвратный краудфандинг (financial return crowdfunding), маркетплейс-заимствования (market place lending), или краудлендинг [6]. Также P2P - кредитование тождественно понятию краудлендинг, или краудкредитование [7].

Приставка «крауд» означает толпа. Понятие «краудлендинг» сформировано из двух английских слов: крауд – толпа, лендинг – одалживание [8]. Краудлендинг трактуют по-разному, поэтому ниже представлены несколько вариантов понятия «краудлендинг» с точки зрения российских авторов в Таблице 1. Термин потребительского кредитования можно рассмотреть с трех точек зрения: как непосредственный, инвестиционный и Интернет-процессы, в конечном итоге исключение одного из которых приведет к неправильной интерпретации определения потребительского P2P - кредитования.

Таблица 1 - Контент-анализ дефиниции «потребительское P2P-кредитование»

Процесс	Термин	Дефиниция	Автор	Год
Интернет	Краудлендинг	Форма кредитования посредством предоставления физическими и юридическими лицами через интернет-площадки средств другим физическим и юридическим лицами для реализации проектов.	А. А. Фирсова	2018
Беспосредственный	P2P - кредитование	Предоставление заемных средств одним физическим или юридическим лицом другому через специализированные кредитные интернет-площадки (P2P - платформы) без прямого посредничества со стороны банка или других традиционных финансовых учреждений.	А. Лузгина и О. Мазоль	2019
Инвестиционный	Взаимное кредитование	Кредитование, где пользователи — физические лица получают возможность размещать свои заявки на выдачу/получение займов под процент, что позволяет привлекать средства инвесторов и вовлекать в инвестиционно-кредитный процесс неограниченное число физических лиц.	О.П. Казаченок	2018

Источник: Составлено автором на основе сопоставления данных различных авторов

Стоит отметить, что все перечисленные определения хоть и имеют отличия в трактовке, но, в целом, раскрывают данный термин наиболее правильно, с единым смыслом. Таким образом, наиболее подходящий и простой в понимании термин был выведен Пашковской, которая в своей работе утверждает, что, P2P -кредитование - новая альтернативная форма кредитования, осуществляемая на основе электронных платформ и использующая систему пиринговых сетей [9].

Основная часть

Термин потребительское кредитование P2P - (peer to peer) описывает процесс как предоставления, так и получения кредитования на специализированной онлайн площадке, которая считается единственным финансовым посредником между участниками процесса. Относительная дешевизна данного рода онлайн-сервисов, в отличие от дорогого традиционного посредника - банка, теоретически позволяет таким площадкам делать низкие ставки на P2P - кредиты, а инвестору - увеличить доход от вложения денежных средств. В случае взимания сервисом в среднем 1-2% комиссионных кредит выдается под 20% и за вычетом комиссии, инвестор получает свои 18-19% вместо 10%, как это принято в банках второго уровня, по вкладу, а заемщику кредит обходится в 21-22% годовых. Однако на практике данные результаты достижимы лишь на всемирно известных онлайн-площадках,

таких как Prosper, Lending Club и других, так как они имеют достаточную базу стейкхолдеров и получили признанный авторитет в широких кругах.

Данные онлайн площадки появились относительно недавно: Zora, первый британский финтех в сфере пирингового кредитования, был создан в 2005 году, как и американская компания Prosper, которые уже 15 лет удерживают первые позиции в сфере P2P - кредитования. Помимо первопроходцев рынка стоит отметить компанию Lending Club, которая считается абсолютным мировым лидером по общему финансированию (на 25.11.2020 оно составляет 60,188.2 миллиона долларов)¹.

В самом начале они не были оснащены достаточно надежными инструментами проверки на благонадежность клиентов, поэтому риск невозврата денежных средств был высок. К тому же сделки заключались минимум на три года, что приводило к уменьшению ликвидности средств, и как следствие отсутствию интереса инвесторов к данному альтернативному виду P2P-кредитования. Вскоре пиринговые онлайн-площадки изменили некоторые условия: уменьшили нижний временной порог займов, а также усовершенствовали операционные процессы выдачи кредитов. Для инвесторов появилась возможность запрашивать доскональный анализ заемщиков, а также лично составлять диверсифицированный кредитный портфель, что создало прозрачные условия проведения сделок. Постепенно онлайн-сервисы стали предлагать широкий спектр кредитных услуг, когда стало возможным вкладывать в микрозаймы и большие инвестиционные проекты одновременно.

На укрепление надежного статуса онлайн площадок потребительского кредитования оказал всемирный финансовый кризис 2008 года, когда банкротами признали себя множество крупных банков. Учитывая факт, что еще 10-15 лет назад не существовало альтернативных способов получения кредита, кроме как в традиционном банке, а необходимость в получении кредитов осталась на прежнем уровне, после вынужденного ухода крупных игроков банковского рынка, появилось свободное место, которое заняли площадки альтернативного кредитования. Этому есть объективное объяснение в ряде факторов, которые будут описаны ниже.

Стоит отметить, что в данной статье дается краткий обзор P2P - кредитования, а также оценка и прогноз развития в ближайшем будущем на основе всемирных статистических данных и применения социологического опроса, проведенного среди граждан Казахстана.

Сущность и понятие краудлендинга

Ключевой особенностью потребительского кредитования P2P - является осуществление финансовых операций через онлайн-площадки, которые считаются посредниками между потенциальными кредиторами и заемщиками. Процедура проверки кредитной истории и самой заявки заемщика проводится непосредственно специалистами краудлендинг-сервиса, которые впоследствии выявляют результат первичной экспертизы на благонадежность заемщика и степень риска выдачи данному лицу самого кредита. Далее обязательна процедура вторичного анализа степени пригодности заемщика, которая проводится совместно с экспертами финансового сектора. Третий этап заключается в юридической регистрации заинтересованного лица на онлайн-платформе для официального допуска к сервису и получения кредита.

Что наиболее примечательно, стратегия диверсификации инвестиционных рисков является одним из принципов работы данных платформ. Кредитор, заинтересованный в получении выгодного инвестиционного предложения, регистрируясь на краудлендинг-платформе, как по каталогу выбирает наиболее релевантные проекты и отправляет заявку на кредитование заемщика. Выступивший в лице инвестора клиент платформы после обговора всех условий подписывает трехсторонний договор (совместно с заемщиком и самим онлайн-сервисом), который заверяется электронной подписью. После подписания

¹ <https://P2P-marketdata.com/>

договора кредитор перечисляет через посредника - P2P - платформу на счет заемщика определенную сумму денежных средств, где в свою очередь и взимается комиссия за предоставленные услуги онлайн-сервисом. Стоит заметить, что почти в 100% случаев комиссия взимается как у заемщика, так и у кредитора. Таким образом была разобрана бизнес-модель относительно нового для финансового мира способа кредитования физических и юридических лиц, в которой ключевую роль играет взаимодействие и привлечение финансовых и информационных технологий в одном онлайн-сервисе.

Следует рассмотреть подходы координации стейкхолдеров краудлендинг-платформы, при которых появляется возможность успешно провести сделку кредитования для каждой из сторон. Существует 2 классических подхода, первый из которых аукционный. Его стратегия заключается в проведении онлайн-аукциона, где кредиторы и заемщики определяют для себя оптимальный размер процентных ставок в зависимости от уровня риска в пределах, указанных платформой. Как только недавно зарегистрировавшиеся заемщики заходят на платформу краудлендинга, сервис автоматически начинает подбирать подходящих кредиторов, готовых вложить свои инвестиции именно сюда. В случае, если не находится желающих, готовых вложить определенную сумму денег под низкий по их мнению процент, начинается обратный аукцион, когда постепенно увеличиваются процентные ставки по займам до тех пор пока не будет достаточно кредитных заявок от кредиторов, чтобы полностью покрыть величину займа для финансирования проекта. В результате процентная ставка может быть выше ожидаемой, но благодаря автоматизации платформы, данная ставка будет находиться в допустимом для всех сторон процентном интервале.

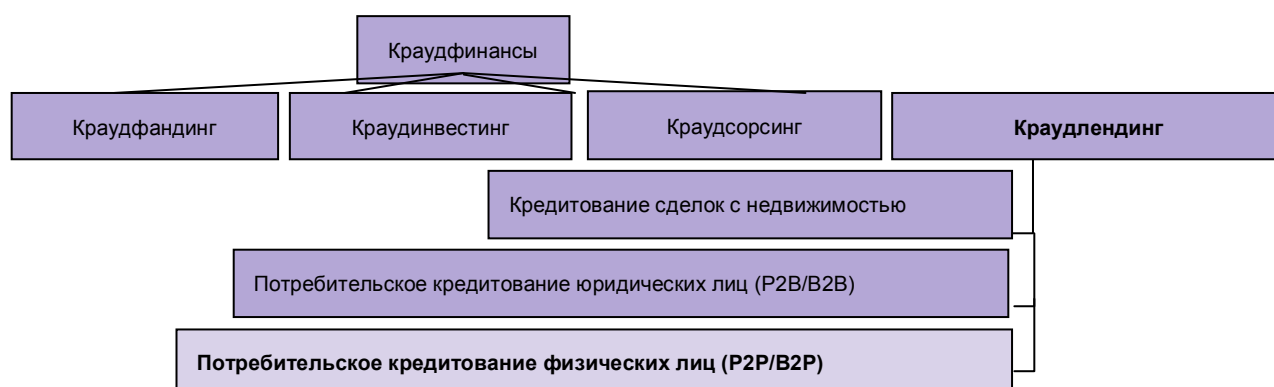
Следующий подход сопряжения кредиторов и инвесторов на онлайн-платформе - прямой, который считается проще по степени его организации по сравнению с предыдущим подходом. Он заключается в обычном подборе кредиторов и заемщиков по заранее заявленным процентным ставкам, актуальным на сегодняшний день на рынке. Данный подход имеет как ряд преимуществ, так и недостатков, к последним относится относительно длинный срок подбора кредиторов, поскольку как правило предложение на займы по предлагаемым процентным ставкам превалирует над их спросом, и выровнять данный дисбаланс между ними возможно лишь посредством регулирования уровня процента по займам самой онлайн-платформой. Выше было сказано, что доход краудлендингового сервиса генерируется за счет взимания комиссионных процентов у заемщиков, части начисленной по процентам прибыли инвесторов и сборов за просрочку по кредитам. Стоит отметить, что прибыль комиссии от заемщиков может составить около 2-5% от суммы кредита и 1% годовых с инвестора. Данная комиссия идет на осуществление ряда операций, таких как техническое обслуживание онлайн-сервиса, оценка кредитоспособности заемщиков, создание и проведение удобной выплаты займов и процентной прибыли стейкхолдерам, а также смежные траты на юридический, маркетинговый и другие отделы. Данный инновационный вид потребительского кредитования удобен для клиентов, так как рассмотрение заявки не занимает много времени, как, например, в традиционном банке, где этот процесс может длиться месяцами, а также все операции и проведенные транзакции отображаются в личном аккаунте в режиме онлайн. Следовательно, возможность осуществления краудлендинга возможна лишь при условии предоставления кредитов через специализированные сайты, которые заменяют функции традиционного банка и становятся посредниками между источником инвестиций (кредитором) и заемщиком, тем самым становясь новым игроком на финансовом рынке.

Классификация P2P - кредитования

Краудлендинг можно разделить на три большие категории: кредитование сделок с недвижимостью, потребительское кредитование юридических и физических лиц. В свою очередь последние две категории делятся на P2B/B2B и P2P -/B2P кредитования, где P переводится, как физическое лицо (от англ. peer - ровня), а B - юридическое лицо (от англ.

business - дело). В этой работе большее внимание отведено именно изучению феномена потребительского кредитования peer-to-peer, которое в свою очередь имеет ряд особенностей по части осуществления бизнес-модели.

Рисунок 1. Классификация краудлендинга



Источник: Составлено автором на основе сопоставления данных различных авторов [10, 11].

На сегодняшний день свою рентабельность доказали две бизнес-модели, первая из которых модель рыночного потребительского кредитования P2P - одна из самых просто реализующихся моделей в мире. Суть ее реализации состоит в том, что каждый кредит разным заемщикам по отдельности, но напрямую попадает в кредитный портфель кредитора. В свою очередь существует два способа осуществления данной бизнес-модели: способ сегрегированного клиентского счета и гарантированного дохода.

В рамках способа сегрегированного клиентского счета проводится прямое взаимодействие кредитора и заемщика через онлайн-сервис краудлендинга, который в свою очередь раскрывает информацию о целях, сроках, процентной ставке и другой важной инвестору информации кредитования. В данном случае платформа не несет ответственность за диверсификационный выбор составления кредиторского портфеля инвестором, но обязуется выплачивать сборы за предоставление кредитных услуг. Таким образом, при данном способе осуществления модели рыночного потребительского кредитования, онлайн-платформа имеет ограниченную ответственность, и, как правило, занимается лишь подбором подходящих заявок по прямому подходу генерирования процентных ставок.

В редких случаях проводится аукционный подход, о котором говорилось выше, где через автоматизированную систему торгов определяется наиболее релевантная процентная ставка для обеих сторон. Также, необходимо упомянуть о преимуществе данного способа: в не зависимости от финансового положения самой онлайн-платформы, ввиду ограниченности посредничества, деньги клиентов поступают на обособленный счет, поэтому в случае банкротства P2P - площадки, все обязательства и требования будут погашены полностью в срок. Как правило, применяя данный способ сегрегированного клиентского счета, краудлендинговая организация получает прибыль с двух сторон: взимая комиссионные с обработанного кредита, а также штрафные сборы в случае нарушения сроков погашения кредита заемщиком или досрочного изъятия выданных инвестиций кредитором.

Стоит отметить, что способ сегрегированного клиентского счета позволяет инвестору самостоятельно составлять кредитный портфель, имея возможность выбирать по множеству критериев подходящую кандидатуру заемщика, что совершенно неосуществимо в случае реализации онлайн-платформой второго подхода гарантированного дохода. Его суть заключается в гарантии по выплатам заранее оговоренной фиксированной суммы процентного дохода. Данный способ предполагает, что кредиторы с помощью простого метода определения процентных ставок инвестируют свои денежные средства в

предоставленный онлайн-сервисом список финансовых продуктов без оглашения деталей заявок заемщиков. Здесь так же, как и при сегрегированном клиентском счете, кредиторский портфель диверсифицирован, но уже самой онлайн- платформой без права инвестору самостоятельно выбирать конкретные кредиты. Что стоит отметить, выплаты по процентам отправляются лишь в конце сроков кредитования, а не раз в месяц в отличие от первого способа.

Следующая бизнес-модель называется моделью нотариального P2P - кредитования, суть которой состоит в том, что во взаимодействие вмешивается четвертая сторона - традиционный банк, который заключает договор по финансированию займов на онлайн-платформе, выпуская ценные бумаги, которые могут приобрести потенциальные инвесторы, тем самым став официальными кредиторами. В данном случае онлайн-сервис краудлендинга опять же выступает в роли посредника и помогает организовать взаимодействие кредиторов и заемщиков простым либо аукционным подходом. Преимуществом данной модели можно считать, что кредитор имеет право собирать диверсифицированный портфель самостоятельно. Когда сумма займа будет полностью достигнута, банк партнер передает денежные средства в этом размере и, платформа выписывает векселя (долговые ценные бумаги) инвесторам в зависимости от их долевого участия в кредитовании. Данная модель пользуется популярностью у многих инвесторов, так как считается наиболее безопасной для конечного кредитора: риски неплатежей со стороны заемщиков уменьшаются за счет процесса секьюритизации - финансирования активов за счет выпуска ценных бумаг.

Таким образом, разобрав по классификациям феномен потребительского P2P - кредитования можно выделить две самые распространенные на нынешний день бизнес-модели - модель сегрегированного клиентского счета и нотариального потребительского кредитования. Что примечательно, они являются существенно отличающимися друг от друга моделями. Так, модель сегрегированного клиентского счета предполагает прямой контакт заемщика и кредитора, а онлайн-платформа ответственна за осуществления сделки займа. Модель нотариального P2P - кредитования заключается в привлечении еще одного контрагента - банка, который, заключая сделку с онлайн-платформой, кредитует займ, параллельно выпуская ценные бумаги, которые выкупает желающий инвестор краудлендинга.

Оценка P2P – кредитования.

В экономике, постоянно прибегающей к уменьшению рисков, исторически сложилось, что модель традиционных банков заключается в посредничестве лишь определенных вкладчиков и заемщиков, тем самым снижая доступность кредитов для субстандартных клиентов. Поэтому стоит разобраться, как финансовые учреждения сегодня способствуют развитию кредитного рынка. Банки второго уровня получают сбережения от владельцев счетов и взамен выплачивают проценты по данному виду операций. В большинстве стран регулирующие органы предписывают банкам страховать и хранить минимальный резерв накопленных сбережений. Так, например, В соответствии с Законом РК «Об обязательном гарантировании депозитов, размещенных в банках второго уровня Республики Казахстан» гарантийное возмещение – это сумма денег, подлежащая выплате депозитов со стороны КФГД по гарантируемому депозиту. Гарантия по всем депозитам (банковским счетам) на одного вкладчика в каждом из банков составляет:

- до 15 миллионов тенге включительно – по сберегательным депозитам в национальной валюте;
- до 10 миллионов тенге включительно – по депозитам в национальной валюте;
- до 5 миллионов тенге включительно – по депозитам в иностранной валюте (в эквиваленте по рыночному курсу обмена валют, установленному на дату вступления в законную силу решения суда о принудительной ликвидации банка)².

² Закон Республики Казахстан от 7 июля 2006 года № 169-III «Об обязательном гарантировании депозитов, размещенных в

На средства, находящиеся на депозитах, розничные банки выдают займы заемщикам и взамен получают процентную прибыль. Доступность кредитов и процентные ставки определяются после рассмотрения возможных рисков выдачи кредитов заемщикам, обычно проводящегося с использованием кредитных рейтингов. Как правило, проценты, полученные по ссудам, выше, чем проценты, выплачиваемые по сбережениям в пользу банка, так как учитываются риски неисполнения обязательств и другие операционные расходы. Круг обслуживаемых заемщиков зависит от склонности к риску каждого банка, которая обычно связана с размером и масштабностью банков (например, более рискованные заемщики склонны обслуживаться микрофинансовыми организациями или непосредственно кредиторами компаний).

При данных условиях хочется разобраться в эволюции традиционных моделей кредитования. Так, после глобального финансового кризиса 2008-2009 годов доверие клиентов к финансовым услугам быстро рассеялось. Финансовые регуляторы также ввели повышенные меры безопасности в отношении кредитов (например, стали применяться более высокие требования к капиталу), что привело к тому, что многие банки ужесточили требования к кредитам. Эта взаимная потеря доверия создала разрыв в кредитовании, в результате чего значительная часть потребностей в заимствованиях была недостаточно удовлетворена финансовыми институтами. Кроме того, предпочтения клиентов в финансовых услугах быстро меняются, требуя большей прозрачности, скорости обслуживания, эффективности и контроля над своими сбережениями и кредитами. По этой причине естественным путем стали появляться альтернативные онлайн - площадки P2P - кредитования.

Для восполнения пробелов в традиционной модели кредитования появились альтернативные кредитные учреждения. Новые игроки ниши появляются по всему миру, демонстрируя множество ценностных предложений и стратегий, которые бросают вызов традиционным бизнес-моделям. Онлайн P2P - кредитные платформы предоставляют клиентам недорогие, быстрые, гибкие и более ориентированные на клиента альтернативы основным розничным банковским операциям, в которых когда-то доминировали традиционные финансовые институты. В то время как бизнес-модели альтернативных кредиторов часто отличаются друг от друга, большинство онлайн посредников напрямую связывают заемщиков и кредиторов, используя передовые методы правовой системы, и не прекращая оптимизируют операционные процессы.

Таблица 2. Краткая характеристика традиционного и альтернативного каналов кредитования.

Традиционные банки	Альтернативные онлайн-площадки кредитования
<p>Ограниченный доступ Растущий кредитный разрыв ограничивает доступность кредитов для физических лиц и компаний с более высоким профилем риска Медленная скорость Традиционные бюрократические процессы с несколькими уровнями одобрения ограничивают способность банков обрабатывать кредиты своевременно Право на ошибку Правовая система очень неповоротлива и</p>	<p>Отсутствие посредников Альтернативные онлайн-площадки существуют для обеспечения прямого сопоставления средств между вкладчиками и заемщиками Относительная дешевизна Инвестируя на онлайн рынке P2P кредиторы сталкиваются с более низкими затратами на финансирование, чем традиционные (депозиты) Индивидуальный подход Альтернативные кредитные платформы оценивают кредитоспособность заемщиков на основе показателей,</p>

<p>медлительна (скоринговые баллы), поэтому традиционные банки, как правило, упускают подходящие возможности кредитования в виртуальной экономике</p> <p>Плохой опыт работы с клиентами</p> <p>Зависящие от правовой системы процессы и требования к осуществлению функций традиционным банком не соответствуют растущим ожиданиям клиентов</p> <p>Ограниченный контроль</p> <p>Заемщики имеют ограниченную видимость и контроль над использованием средств и процентными ставками.</p> <p>Низкая доходность</p> <p>Операционная неэффективность и снижение аппетита банков к риску приводят к низкой доходности сбережений</p>	<p>выходящих за рамки скоринговых баллов, используемых традиционными кредиторами (например, социальные данные)</p> <p>Клиентоориентированность</p> <p>Большинство кредиторов на альтернативных краудлендинговых площадках уточняют все возможные риски чаще, чем в традиционных банках, чтобы получить обратную связь, основанную на эмпирическом анализе.</p> <p>Развитие FinTech</p> <p>Альтернативные кредитные платформы свободны от устаревших процессов и технологий, что позволяет им более рационально оценивать заемщиков и кредиторов.</p> <p>Автоматизация процессов</p> <p>На большинстве альтернативных платформ оценка заемщиков по крайней мере частично автоматизирована в соответствии с заранее определенными правилами быстрой и прозрачной обработки</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Источник: Составлено автором на основе сопоставления данных различных авторов.

После рассмотрения основных характеристик двух финансовых институтов кредитования, необходимо разобраться в преимуществах и недостатках потребительского P2P - кредитования по отношению к традиционному и всем известному кредитованию в традиционных банках второго уровня. Во-первых, традиционные посредники в лице банков привлекают депозиты от физических, юридических и институциональных клиентов и взамен предоставляют проценты по вкладам. Во-вторых, используя эти средства, банки выдают кредиты заемщикам на основе их кредитоспособности и зарабатывают проценты (разница между этими процентами, называемая “спредом”, - и есть доход посредника). Альтернативные кредитные платформы в полной мере соответствуют кредитным потребностям заемщиков с готовыми инвестировать в проект кредиторами (физическими или юридическими лицами). Договорные обязательства существуют непосредственно между заемщиками и кредиторами, и платформы обеспечивают простое посредничество, подкрепляя договор юридическими документами. Альтернативные платформы получают прибыль за счет сборов за проведение транзакций или получения комиссионных, размер которых рассчитывается в зависимости от суммы и процентной ставки кредита.

Рассматривая преимущества традиционной модели кредитования, можно выделить, что сбережения кредиторов защищены резервами банка и законом об обязательном гарантировании вкладов. Полное объединение сбережений и кредитов наиболее эффективно снижает индивидуальные риски дефолта. Однако при альтернативном кредитовании его процессы и профили рисков прозрачны как для заемщиков, так и для кредиторов. Ранее не имеющие возможность получить кредит в традиционном банке, клиенты получают доступ к кредитам и удовлетворяют разнообразные потребности кредиторов, готовых на разной степени риски.

Переходя к недостаткам обоих видов кредитования, стоит отметить, что при традиционной модели кредитования кредиторы не обладают гибкостью в определении желаемого уровня риска и доходности (основное внимание уделяется кредитам с низким уровнем риска, исключая заемщиков с более высоким уровнем риска, в зависимости от рыночных условий). В рамках второй модели инвестиции могут быть более восприимчивы к индивидуальным рискам дефолта даже при диверсифицированном подходе составления кредитного портфеля, особенно для небольших инвестиционных возможностей. Основным минусом также считается ограниченность гарантий по инвестициям, так как онлайн-платформа выступает в роли посредника с ограниченными правами влияния на каждую-либо

из сторон проведенной финансовой сделки.

Таблица 3. Преимущества и недостатки альтернативного кредитования

Преимущества	Недостатки и риски
Способность оперировать любыми, даже минимальными, средствами (несколько десятков долларов США)	Виртуальное сотрудничество между заемщиком и кредитором может привести к невозврату полученных средств недобросовестным заемщиком
Огромный спектр выбора платформ по целевой направленности для эффективной работы	Пользователи онлайн-площадок проходят проверку и контроль на благонадежность, но система безопасности банков остается более проверенной временем
Высокий показатель востребованности на Услуги краудлендинга на мировой арене, большое количество потенциальных кредиторов и заемщиков	Кибермошенники без труда обходят систему контроля и начисления показателей рейтинга, используя фальшивые аккаунты, фиктивную документацию и т. д.
Возможность получения средств сразу по окончании сделки на большинстве онлайн-платформ	Развита схема получения кибермошенниками большого займа за счет кредитной истории, построенной на возвращенных в срок мелких суммах.
Потенциал достижения окупаемости непосредственно после проведения финансовой операции	Многие онлайн-сервисы краудлендинга работают с электронной валютой, не используя банковские переводы.

Источник: Составлено автором на основе сопоставления данных различных авторов.

Подводя итог проведенному анализу, можно сделать вывод о том, что альтернативный вид кредитования - краудлендинг с теоретической точки зрения имеет на порядок больше преимуществ по сравнению с традиционным видом кредитования в банке, среди которых наличие базы данных заемщиков и инвесторов, что приводит к повышению возможности получения гарантированного потребителя; ввиду использования онлайн технологий стираются географические границы, поэтому представляется возможность экспансии новых финансовых рынков и распространения рекламы онлайн-сервисов широкому кругу людей; равные возможности на получение кредитов становятся возможными благодаря разным подходам скоринга клиентов, а также транспарентности проведения операций, позволяя держать в балансе спрос и предложение на рынке потребительского кредитования. Не стоит забывать и тот факт, что это достаточно новый вид кредитования, поэтому он имеет ряд недостатков: значительные различия в правовых и законодательных системах каждой из стран, а также базах налогообложения может увеличить риски участников онлайн-сервиса; опасность кибератак и мошенничества также является одной из острых проблем альтернативного кредитования [12].

Исходя из результатов теоретической оценки привлекательности альтернативного потребительского кредитования было решено предпринять следующий шаг - анализ рациональности использования краудлендинга методом математических расчетов.

Ценой капитала называется плата за привлечение любых источников финансирования, в том числе и собственных средств. Это сумма денежных средств, которую взимают за использование данного количества финансовых ресурсов, которая измеряется в процентах. Формула цены капитала выглядит следующим образом:

$$Ц = \frac{\text{Сумма платы за привлекаемый источник финансирования инвестиций}}{\text{Сумма привлекаемых средств из этого источника}} \times 100\%.$$

Сравнивая цены капитала, происходит выбор между потенциальными источниками финансирования кредитования. Для традиционной модели кредитования в банковских учреждениях достаточно легко рассчитать цену капитала, она равняется процентной ставке. В других случаях это становится проблематичным, например, при расчете цены капитала, используя альтернативную модель потребительского кредитования. Однако даже приблизительная оценка важна для потенциальных клиентов кредитных услуг, так как можно понять, эффективность привлечения финансовых ресурсов на альтернативной онлайн - площадке кредитования в сравнении с другими его видами. Формула расчета цены источника учитывает различные аспекты, как саму модель краудлендинга, так и его подходы проведения сделок: $Ц = \frac{К+ПС+Н+В}{ФЦ}$, где К - комиссия краудлендинговой платформы, у.е.; ПС - сбор платежей системы, у.е.; Н - налог на прибыль, у.е.; ФЦ - собранные средства, у.е.; В - стоимость вознаграждения, у.е. Финансовым вознаграждением считается процент от прибыли, приобретение акций, процент от стоимости собранных средств при их возврате и другое. Расчет финансовой цели необходим для определения цены краудлендинга.

Финансовая цель - определенная сумма денежных средств, которую необходимо собрать до установленной даты на краудлендинговой платформе. В нее входят средства, необходимые для реализации проекта; комиссия краудлендинговой платформы; сборы платежной системы; а также налоги.

Формула выглядит следующим образом:

$$ФЦ - ФЦ \frac{К\%}{100} - ФЦ \frac{ПС\%}{100} - ФЦ \frac{Н\%}{100} = НС,$$

где,

ФЦ - финансовая цель, у.е.;

К% - процент комиссионных краудлендинговой платформы, %;

ПС% - процент сборов платежной системы, %; Н% - ставка налога на прибыль, %;

НС- необходимая денежная сумма на реализацию проекта, у.е.

После предварительного расчета финансовой цели, начинается непосредственно процесс сбора необходимой суммы денежных средств. Данный процесс необходимо мониторить путем использования показателей структуры и динамики, которых на сегодняшний день насчитывается пять:

доля собранных денежных средств в общем масштабе финансовой цели на момент t, %: $\frac{\sum_1^t St}{S} 100$, где Si - сумма денежных средств, собранная за i-й день, у.е.; t - день, когда производятся расчеты; S - финансовая цель, у.е.;

доля несобранных средств в общем масштабе финансовой цели на момент t, %: $\frac{S - \sum_1^t St}{S} 100$, где Si - сумма денежных средств, собранная за i-й день, у.е.; t - день, когда производятся расчеты; S - финансовая цель, у.е.;

темп роста сборов: $\frac{Si}{S(i-1)} 100\%$, где Si - сумма денежных средств, собранная за i-й день, у.е.; S (i-1) - сумма денежных средств, собранная за прошлый день, у.е.;

темп прироста сборов: $\frac{Si - S(i-1)}{S(i-1)} 100\%$, где Si - сумма денежных средств, собранная за i-й день, у.е.; S (i-1) - сумма денежных средств, собранная за прошлый день, у.е.;

процент выполнения финансовой цели: $\frac{\sum_1^T Si}{S} 100\%$, где Si - сумма денежных средств, собранная за i-й день, у.е.; T - длительность проекта в днях; S - финансовая цель, у.е.

Результаты данных показателей в определенные периоды сбора денежных средств

могут в нужный момент указать на возникшие проблемы с привлечением финансирования и не допустить остановку проекта.

В рамках оценки P2P - кредитования обязательным фактором становится учет риска при создании краудлендинговой компании. Любое принятие менеджмент решений, которые связаны с финансовой деятельностью, проводится в условиях риска [13]. Риск представляет собой возможность возникновения во время реализации проекта непредвиденных проблем и неблагоприятных ситуаций с непоправимыми последствиями. Для того чтобы минимизировать всевозможные риски используется ряд методов их оценки: экспертный, построение моделей случайных процессов и статистический. В данной статье используется статистический метод оценки рисков, в который входят ряд функций:

- определение и анализ факторов, которые влияют в той или иной степени на риск;
- выявление всевозможных сценариев исхода проекта;
- оценка вероятности возникновения каждого сценария;
- оценка риска, выраженная финансовыми показателями.

В рамках данного метода используются следующие понятия теории вероятности:

$p(A)$ - вероятность возникновения события A ;

$p(A1A2) = p(A1)p(A2)$ - вероятность возникновения набора двух независимых событий;

$p(\bar{A}) = 1 - p(A)$ — вероятность невозникновения события A ;

$\sum_{k=1}^n p_k = 1$ - сумма вероятностей возникновения сценариев обязана равняться единице.

Также, в качестве показателя риска необходимо рассчитать математическое ожидание: $m_x = \sum_{k=1}^n p(k)x(k)$, где m_x — математическое ожидание; p_k — вероятность k -го сценария; x_k — ожидаемый результат при k -м сценарии; n — количество сценариев [15].

Например, заемщик, оставляя заявку на краудлендинговой платформе, наиболее ожидаемым риском считает недобор определенной суммы денежных средств к установленному сроку. Поэтому, во-первых, необходимо определить факторы, которые влияют на данный риск и их проанализировать. На недобор денежной суммы могут повлиять изменение размера комиссионных сборов краудлендинговой платформой, увеличение процента сборов платежной системы и ставка налога на прибыль.

Представим себя в роли заемщика, который боится появления следующих проблем:

- повышение комиссионных сборов онлайн-сервиса потребительского кредитования $K\%$ с 2% до 5% (вероятность данного события оценивается заемщиком в 40%);
- увеличение процента по сборам платежной системы $ПС\%$ с 1% до 3% (вероятность данного события оценивается заемщиком в 30%);
- повышение ставки налога на прибыль $Н\%$ с 20% до 25% (вероятность данного события оценивается заемщиком в 5%).

Теперь необходимо сформулировать всевозможные сценарии исхода проекта:

- $K\%$, $ПС\%$, $Н\%$ не изменятся;
- $K\%$ увеличится, $ПС\%$, $Н\%$ не изменятся;
- $ПС\%$ увеличится, $Н\%$, $K\%$ не изменятся;
- $Н\%$ увеличится, $K\%$, $ПС\%$ не изменятся;
- $K\%$ и $ПС\%$ увеличатся, $Н\%$ не изменится;
- $K\%$ и $Н\%$ увеличатся, $ПС\%$ не изменится;
- $Н\%$ и $ПС\%$ увеличатся, $K\%$ не изменится;
- $K\%$, $Н\%$, $ПС\%$ увеличатся.

Следующим шагом принято считать по статистическому методу функция оценки вероятности возникновения каждого из сценариев. Предположим, что все сценарии являются независимыми, тогда вероятность каждого сценария вычисляется по формуле: $p(A1, A2, A3) = p(A1)p(A2)p(A3)$, где $p(A1, A2, A3)$ - вероятность возникновения сценария; $p(A1)$, $p(A2)$, $p(A3)$ - вероятности возникновения событий $A1$, $A2$, $A3$.

Последний шаг для заемщика - проведение оценки риска, выраженной финансовыми

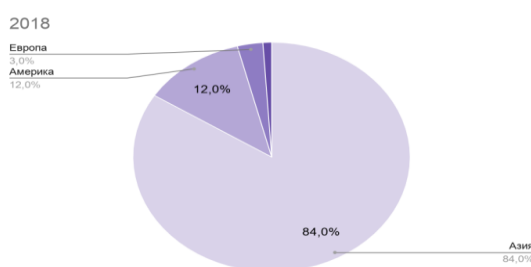
показателями. Как только заемщик вычислит математическое ожидание, оценит вероятность возникновения каждого из сценариев и переведет их в денежный эквивалент, необходимо соотнести каждый из результатов с финансовой целью, которая учитывалась без каких-либо рисков, затем высчитать ее заново и принимать решение по поводу сбора необходимой денежной суммы в рамках данного источника альтернативного P2P - кредитования.

Таким образом, статистическим методом были рассчитаны вероятности возникновения определенного сценария, который в большей или меньшей степени может повлечь за собой рискованные последствия. Клиент, желающий получить кредит, должен владеть минимальной осведомленностью о происходящих операционных процессах во всех альтернативных источниках получения кредита (краудлендинг и традиционные банки) по выгодным условиям с наибольшей вероятностью, так же как и азами финансовой грамотности для благополучного получения кредитного финансирования и его дальнейшего погашения.

Прогноз развития P2P - кредитования

В то время как данный альтернативный способ инвестирования начался в Великобритании в 2005 году, он развивался по всему миру в основном на 3 рынках: Азия (84% рынка со стоимостью сделок в размере \$420 млрд в 2018 году), Америка (12% рынка со стоимостью сделок в размере \$60 млрд в 2018 году) и Европа (3% рынка со стоимостью сделок в размере \$15 млрд в 2018 году) (см. Диаграмма 1.)³. Рынок также можно разделить на две основные категории инвестиций: потребительское кредитование (доля рынка 34%) и кредитование бизнеса (доля рынка 66%).

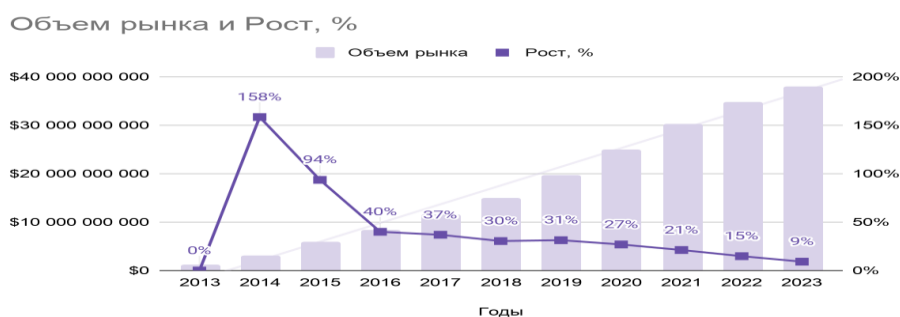
Диаграмма 1. Размер рынка по регионам



Источник: Составлено автором на основе статистики, приведенной на сайте [P2P lending | crowdlending](https://www.p2plending.com/crowdlending)

Европейский рынок краудлендинга вырос с \$ 1,2 млрд в 2013 году до \$15 млрд в 2018 году, что представляет собой ежегодный рост в среднем на +70%. Ожидается, что рост рынка замедлится в течение следующих 5 лет, увеличившись с \$15 млрд в 2018 году до \$38 млрд в 2023 году, что представляет собой прогнозируемый ежегодный рост в среднем на +16% (см. Рисунок 1).

Рисунок 1. Стоимость транзакций краудлендинга в Европе в год

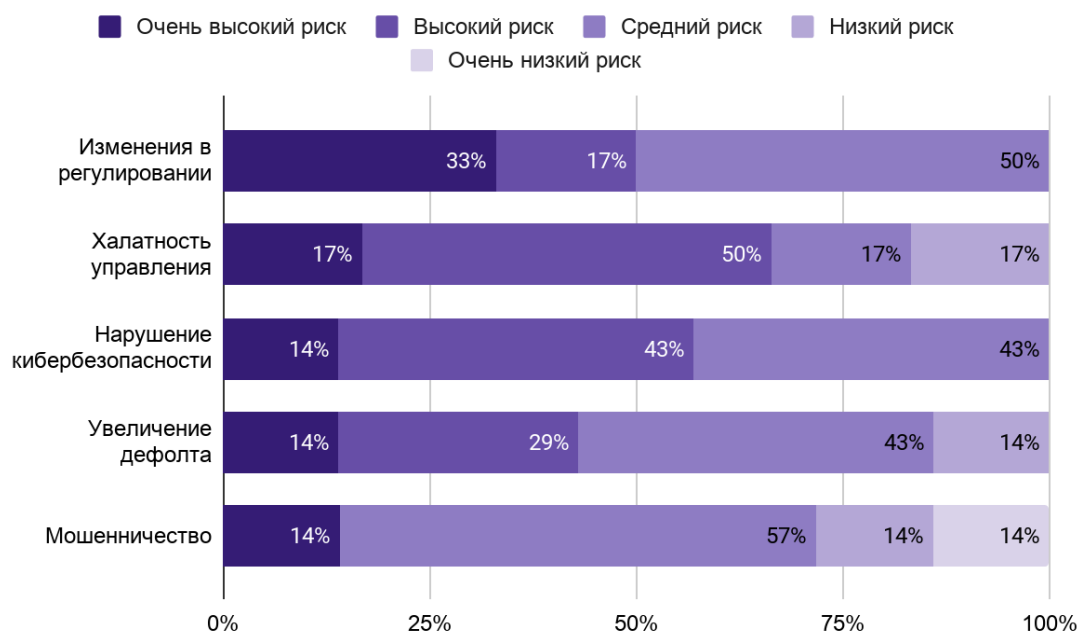


Источник: Составлено автором на основе статистики, приведенной на сайте [University of Cambridge](https://www.universityofcambridge.ac.uk/)

³ <https://crowdfunding-platforms.com/how-to-invest-in-crowdlending-p2p-lending>

Во всей индустрии потребительского кредитования P2P все пять факторов риска (см. Рисунок 2), рассмотренных в ходе опроса Кембриджского Университета, были высоко оценены респондентами. "Потенциальные изменения в регулировании" были расценены 33% платформ как самый высокий риск. Однако "крах из-за халатности" в 67% и "нарушение кибербезопасности" в 57% были самыми большими воспринимаемыми рисками. Самым низким фактором риска было "мошенничество", хотя равная доля платформ – 14% – рассматривали его как очень высокий или очень низкий риск. Следует обратить внимание, что это был единственный фактор, воспринимаемый некоторыми платформами как очень низкий риск.

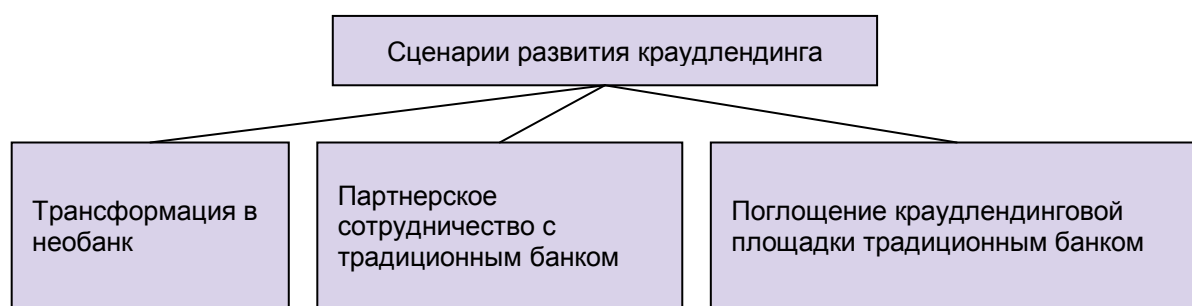
Рисунок 2. Восприятие факторов риска P2P - кредитования 2017



Источник: Составлено автором на основе статистики, приведенной на сайте University of Cambridge

В настоящее время модели альтернативного кредитования занимают неотъемлемую часть финансового рынка, поэтому ниже будут предложены три возможных сценария развития данной ниши: дезинтермедиация традиционных банков, сотрудничество с традиционными банками и внедрение технологий альтернативного кредитования в традиционные банки (см. Рисунок 3).

Рисунок 3. Сценарии развития альтернативного кредитования



Источник: Составлено автором на основе сопоставления данных различных авторов [12],[13].

В первом случае альтернативные онлайн-платформы будут успешно развиваться и в конце концов полностью заменят традиционные банки в связи повышением уровня взаимодействия не склонных к риску вкладчиков и заемщиков с низким уровнем риска невыплат по кредитам. Ограниченные устаревшими процессами, технологиями и бюрократическими требованиями традиционные банки потеряют всех клиентов, которые обратятся к удобным альтернативным площадкам пирингового кредитования.

Доля площадок данного рода на рынке кредитования с каждым годом растет, поэтому, получив достаточное количество доверяющих клиентов и положительную репутацию, появится возможность привлечения более склонных к риску инвесторов и заемщиков с низким уровнем риска. Возможность альтернативных кредитных онлайн-платформ предлагать заемщикам более низкие процентные ставки и опыт работы с разными клиентами поможет удерживать заемщиков с низким уровнем риска.

По мере продвижения краудлендинговых площадок они могут стать основным источником потребительского кредитования по данному сценарию. Использование альтернативных методов заключения сделок, оптимизирование коммуникационных процессов и снижение накладных расходов могут продвинуть онлайн-сервисы и превратить их в основных конкурентов традиционных банков, у которых финансовая деятельность намного медленнее и дороже.

По данному сценарию развивается история запущенной в 2005 году первой в мире площадки P2P - кредитования Zora, деятельность которой направлена только на крупных кредиторов, поэтому она напрямую конкурирует с традиционными банками, превосходя их гибкой системой определения процентных ставок. В 2014 году Zora достигла показателя дефолта в 0,38%, что значительно ниже показателей традиционных институтов кредитования. CreditEase был запущен в 2006 году как китайская краудлендинг платформа, созданная с целью сближения городских кредиторов, владеющих излишками денежных средств, и малообеспеченного сельского населения, ищущих источники кредитования. Таким образом, посредством образования новых посреднических связей рынок финансовых услуг развивается еще более стремительными темпами.

Во втором случае традиционные банки и альтернативные платформы продолжают обслуживать разную целевую аудиторию заемщиков и инвесторов. Также могут заключаться договоры о сотрудничестве, когда некоторые микрофинансовые организации с лимитированным количеством ресурсов и мизерной клиентской базой обратятся с предложением о партнерстве к краудлендинговым площадкам, которые помогут заключить желаемую сделку. Когда невозможно создать достаточную осведомленность или поднять доверие клиентов, альтернативные кредитные площадки вступают в партнерские отношения с существующими финансовыми институтами.

Традиционные банки могут направлять заемщиков с высоким уровнем риска на альтернативные платформы, тем самым помогая этим клиентам выполнять свои финансовые потребности без риска потерять денежные средства на депозитных счетах. Некоторым микрофинансовым организациям выгодно вкладывать избыточные средства у своих партнеров на рынке альтернативного кредитования в качестве способа диверсификации кредитного портфеля.

В 2014 году Lending Club (альтернативная кредитная платформа) и Union Bank (региональный банк США) сформировали стратегический альянс. В соответствии с соглашением Union Bank планирует приобретать личные ссуды через платформу Lending Club и работать с платформой по совместному созданию новых кредитных продуктов. Благодаря партнерству Union Bank может удовлетворить потребности в заемных средствах для субстандартных клиентских сегментов при более высоких процентных ставках на своем сильном балансе.

В третьем случае традиционные банки трансформируют свои операционные процессы

и технологии, либо поглотят полностью альтернативные площадки с целью адаптировать свою деятельность под краудлендинг. Традиционные банки станут обслуживать как заемщиков с высокими, так и с низкими рисками, при этом корректируя процентные ставки. Данная стратегия может сработать ввиду устоявшегося годами авторитета, а также проявления лояльности и прозрачности перед клиентами банка. Это позволит банкам использовать альтернативные методы правовой системы, обеспечить более рациональное и эффективное кредитование, предлагая более низкие процентные ставки. Это также поспособствует им выборочно кредитовать большее количество заемщиков, которые ранее попали в категорию необслуживаемых клиентов.

Advanced Merchant Payments (AMP) помогает традиционным финансовым учреждениям трансформировать и дополнять свои модели правовой системы с альтернативными методами для повышения точности андеррайтинга кредитов малому / среднему бизнесу. Например, AMP позволяет финансовым учреждениям использовать данные об эквайринге торговцев при вынесении юридического решения, который является более точным индикатором денежных потоков компании и легко доступен для финансовых учреждений.

В данной работе приводятся статистические данные множества мировых организаций, и как уже было ранее сказано, практически нет никакой информации о рынке потребительского кредитования в Казахстане. Автором было проведен опрос, в котором приняло участие около 50 человек, с целью определить настроение граждан страны развивать данный вид альтернативного кредитования в ближайшем будущем.

По состоянию на 16.12.2020 г. около 62% опрошенных ответило, что никогда не пользовались услугами потребительского кредитования, причем 62% респондентов находятся в платежеспособном возрасте от 19 до 25 лет. Интересно заметить, что больше половины являются офисными работниками, и на вопрос: “Почему не пользуетесь?” - многие ответили, что не имеют представления, что такое краудлендинг. Основные цели взятия кредита: покупка бытовой техники и автомобиля, а также ипотека. Данные ниши давно заняты традиционными банками, которые активно развивают отношения с рынками товаров и услуг. Опрос показал, что около 50% опрошенных воспользовались бы услугой потребительского кредитования, если данный сервис будет встроен в приложение онлайн-банкинга. Примечательно, что 72% опрошенных видят себя лишь в роли заемщика, но не доверяют свои денежные средства онлайн-площадке для инвестирования в проекты. Мнение сошлось на том, что микрокредитные организации (62%) и ломбарды (28%) еще долго останутся популярным методом получения денежных средств под процент. Таким образом можно сделать вывод, что рынок Казахстана отстает от мировых тенденций в сфере краудлендинга по причине отсутствия осведомленности населения об альтернативных методах кредитования, а также уверенности в надежности инвестирования личных средств в не подкрепленные законодательством страны онлайн-площадки краудлендинга [16].

Заключение

Рынок P2P-кредитования - займов от физических лиц физическим лицам при помощи онлайн-платформ без участия традиционных банков, решительно наращивает обороты: появляются новые онлайн-сервисы, состоявшиеся игроки получают крупные инвестиции. Разумеется, к новому альтернативному виду кредитования пока относятся с некоторой предосторожностью, и неслучайно. Безопасность вкладов обеспечивают сами P2P-площадки, стараясь получить максимальное количество данных о клиентах, однако лазейки остаются, а правовая система стран СНГ никак не регламентирует этот вид финансовых отношений.

Таким образом, можно сделать вывод, что в ближайшем будущем финтех-компании не смогут заменить банки второго уровня в сфере обслуживания юридических лиц, но смогут

составить конкуренцию при работе с физическими лицами. Для того чтобы конкуренция осуществлялась в правовом поле, необходимо создать регламентированную базу регулирования деятельности онлайн-платформ потребительского кредитования с целью уменьшения рисков. В данном случае государственное регулирование должно быть направлено на развитие данной ниши финансового рынка, чтобы идти в ногу со временем с другими странами, такими как Китай, США, Великобритания. С точки зрения автора статьи наиболее релевантный сценарий развития альтернативного метода кредитования - сотрудничество с традиционными банками.

Список литературы

1. Абдрасулова Г.Э. (2020). Специфика краудфандинга и перспективы его правового регулирования в Республике Казахстан <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-kraudfandinga-i-perspektivy-ego-pravovogo-regulirovaniya-v-respublike-kazahstan/viewer>
2. Belleflamme, P., Lambert, T., Schwienbacher A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. Journal of Business Venturing, 29, 585–609.
3. De Buysere, K., Gajda, O., Kleverlaan, R., Marom, D. (2012). A framework for European crowdfunding http://www.eurocrowd.org/files/2013/06/FRAMEWORK_EU_CROWDFUNDING.pdf
4. Hemer, J. (2011). A snapshot on crowdfunding (Working Papers firms and region No. R2/2011) http://www.isi.fraunhofer.de/isi-wAssets/docs/p/de/arbap_unternehmen_region/ap_r2_2011.pdf
5. Dennis Brüntje, Oliver Gajda (2015). Crowdfunding in Europe <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-319-18017-5>
6. Лузгина А., Мазоль О. (2019). Развитие рынка P2P-кредитования: особенности функционирования и международный опыт развития <http://beroc.by/upload/iblock/75d/75d6513a2d85169b5f830a184198f7d5.pdf>
7. Казаченок О.П. (2018). Взаимное (P2P) кредитование как современный инструмент альтернативного финансирования <https://cyberleninka.ru/article/n/vzaimnoe-P2P-kreditovanie-kak-sovremennyy-instrument-alternativnogo-finansirovaniya/viewer>
8. Чуланова О.Л. Современные крауд-технологии: краудсорсинг, краудфандинг, краудинвестинг, краудлендинг <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-kraud-tehnologii-kraudsorsing-kraudfanding-kraudinvesting-kraudlending/viewer>
9. Пашковская И.В. Краудлендинговые операции: основные модели и перспективы развития <https://cyberleninka.ru/article/n/kraudlendingovye-operatsii-osnovnye-modeli-i-perspektivy-razvitiya/viewer>
10. Prof. Dr. Andreas Dietrich, Simon Amrein, Falk von der Heyde, Adrian Heuermann and Manuel Rüdüsühli (2019). Crowdlending Survey https://blog.hslu.ch/retailbanking/files/2019/05/Crowdlending-Survey-2019_EN_web-1.pdf
11. Лузгина А., Мазоль О. (2019). Развитие рынка P2P-кредитования: особенности функционирования и международный опыт развития <http://beroc.by/upload/iblock/75d/75d6513a2d85169b5f830a184198f7d5.pdf>
12. Сагиева Р.К., Аскеров А.А. (2017). Применение зарубежного опыта краудфандинга в Казахстане <http://nlib.library.kz/elib/library.kz/jurnal/Obshestvennye%202017-05/Sagieva0517.pdf>
13. Самочкин В.Н., Тимофеева А.А., Калюлин А.А., Захаров Р.А. Учет риска при принятии управленческих решений на этапе формирования бюджета <http://www.cfin.ru/press/management/2000-3/06.shtml>
14. Вишняков Я.Д., Радаев Н.Н. Общая теория рисков: учеб. пособие. 2-е изд. М.: Академия, 2008. 368 с.

15. An Industry Project of the Financial Services Community. Prepared in collaboration with Deloitte Final Report (2015). How disruptive innovations are reshaping the way financial services are structured, provisioned and consumed

http://www3.weforum.org/docs/WEF_The_future_of_financial_services.pdf

16. Кох Л.В., Кох Ю.В. (2019). Банки и финтех-компании: конкуренты или партнеры

<https://cyberleninka.ru/article/n/banki-i-finteh-kompanii-konkurenty-ili-partnery>

Сервис-менеджмент в организации здравоохранения. Анализ удовлетворенности персонала

Гибатулина А.Ш.¹, Көккөз Л.Ж.², Кажыбаев А.Э.³

Магистрант МВА

МВА, старший преподаватель

Докторант ДВА

^{1 2 3} Алматы Менеджмент Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. В данной статье автором проведен анализ существующей системы менеджмента в организации здравоохранения на примере центра амбулаторного гемодиализа ТОО «Нефрос-СК». С ростом числа частных медицинских учреждений и соответственно увеличивающейся конкуренции, возникает потребность создания внутриорганизационной системы менеджмента, направленной на привлечение и удержания лучших медицинских кадров. Для этого необходимо создание и внедрение современных методов управления в организацию здравоохранения.

В статье представлены результаты опроса, цель которого было выявить удовлетворенность персонала, и на основе полученных данных сформировать «отправную точку», с которой будут сопоставляться результаты повторного опроса после совершенствования системы сервис-менеджмента в организации.

В данном исследовании был использован метод анкетирования сотрудников с помощью опросника с 35 закрытыми вопросами. В анкетировании приняли участие представители всех уровней должностей.

Результаты проведенного опроса позволили выявить «болевые» точки в существующей структуре организации, которые приводят к демотивации сотрудников, отсутствию вовлеченности. Есть необходимость в развитии управленческого потенциала ТОП-менеджмента. Так как когда в роли менеджера выступает врач, есть вероятность, что персонал воспринимает его как своего коллегу-врача, а не как руководителя. Решением выявленных проблем может стать внедрение инструментов, которые повысят мотивацию сотрудников, приведут к формированию корпоративного духа, увеличат эффективность работы центра.

По окончании работы ожидается повышения привлекательности центра, как работодателя, повышением уровня удовлетворенности сотрудников, привлечением новых специалистов. Это так же позволит создать клиентоориентированную команду, привлечь новых пациентов и избежать «ухода» пациентов в конкурирующие центры амбулаторного диализа.

Ключевые слова: Сервис-менеджмент, менеджмент в здравоохранении, внутренние коммуникации.

Аннотация. Осы мақалада автор «Нефрос-СК» ЖШС амбулаториялық гемодиализ орталығының үлгісінде денсаулық сақтау ұйымындағы қазіргі менеджмент жүйесіне талдау жасады. Жеке меншік медициналық мекемелер санының және бәсекелестіктің артуына байланысты үздік медициналық кадрларды тарту мен сақтап қалуға бағытталған ішкі менеджмент жүйесін қалыптастырудың қажеттілігі туындады. Бұл үшін денсаулық сақтау ұйымына басқарудың заманауи әдістерін жасау мен енгізу қажет.

Мақалада қызметкерлердің қанағаттану деңгейін анықтауға және алынған мәліметтердің негізінде ұйымдағы сервистік менеджмент жүйесін жетілдіргеннен кейін қайта жүргізілетін сауалнама нәтижелері салыстырылатын «бастау нүктесін» қалыптастыруға бағытталған сауалнаманың нәтижелері ұсынылады.

Осы зерттеуде 35 жабық сұрағы бар құжатты қолдана отырып, қызметкерлерге сауалнама жүргізу әдісі қолданылды. Сауалнамаға барлық лауазым деңгейдегі өкілдер қатысты.

Жүргізілген сауалнаманың нәтижелері қызметкерлердің демотивациясына, процеске қатыспау салдарына әкелетін ұйым құрылымындағы «жылдам шешуді қажет ететін проблеманы» анықтауға мүмкіндік берді. ТОП-менеджменттің басқарушылық әлеуетін дамытудың қажеттілігі бар. Дәрігер менеджер ретінде әрекет ететін болса, қызметкерлер оны басшы ретінде емес, әріптес-дәрігер ретінде қабылдауы мүмкін. Қызметкерлердің ынтасын арттыратын, корпоративтік рухты қалыптастыруға септігін тигізетін, орталық жұмысының тиімділігін арттыратын құралдарды енгізу анықталған проблемалардың шешімі бола алады.

Жұмыс аяқталғаннан кейін Орталықтың жұмыс беруші ретіндегі тартымдығын арттыру, қызметкерлердің қанағаттану деңгейін жоғарылату, жаңа мамандарды қабылдау күтілуде. Бұл клиентке бағдарланған команданы құруға, жаңа пациенттерді тартуға және пациенттердің амбулаториялық диализ бағытындағы бәсекелес орталықтарға «кетуінің» алдын алуға мүмкіндік береді.

Түйін сөздер: Қызметті басқару, денсаулық сақтау менеджменті, ішкі коммуникациялар.

Annotation. In this article the author analyzed the existing management system in the health care organization based on the example of the center of outpatient hemodialysis "Nefros-SK" LLP. With the growing number of private medical institutions and, accordingly, increasing competition, there is a need to create an internal organizational management system aimed at attracting and retaining the best medical personnel. For this purpose it is necessary to create and implement modern management methods in the health care organization.

The article presents the results of the survey, the purpose of which was to identify staff satisfaction, and on the basis of the data to form a "starting point", which will be used to compare the results of a second survey after improving the service management system in the organization. This study used the method of questionnaire survey of employees with 35 closed-ended questions. The representatives of all levels of positions took part in the survey.

The results of the survey allowed to identify "painful" points in the existing structure of the organization, which lead to demotivation of employees, lack of involvement. There is a need to develop the managerial potential of top management. When a doctor acts as a manager, there is a probability that the staff might perceive him/her as a colleague-doctor, and will not consider him/her to be a manager. The solution to the identified problems can be the introduction of techniques that will increase the motivation among the employees, lead to the formation of corporate spirit, and improve the efficiency of the center.

As the result of the work, it is expected to improve the appeal of the center as an employer, increase employee satisfaction, and attract new specialists. It will also allow to create a client-oriented team, attract new patients and prevent "leaving" patients to competing outpatient dialysis centers.

Key words: Service management, healthcare management, Internal communications.

Введение

В развитых странах частные медицинские организации существуют достаточно давно. Для Казахстана частная медицина относительно «нова». В 2018 году в стране работало более 6,8 тыс. государственных, 113 ведомственных и 1,4 тыс. частных медицинских организаций. Среди коммерческих предприятий: 194 больницы, 1162 амбулаторно-поликлинических

учреждения, 44 другие организации (медпункты, центры ФЗОЖ, патологоанатомические бюро) [1]. Именно развитие конкуренции в здравоохранении стало движущей силой для повышения уровня управленческого менеджмента. При этом в Казахстане остро стоит проблема дефицита медицинских кадров. По данным опубликованным РЦРЗ, в 2020 году не хватало более 12.000 медицинских работников (врачи (4 тысячи) и средний медицинский персонал (около 8 тысяч)). Миграцию медицинских кадров условно можно разделить на внутреннюю и внешнюю. Внутренняя - переход из государственных больниц в частные, из маленьких городов и сел переезд в крупные города; так же большое количество медицинского персонала принимает решение кардинально сменить сферу деятельности и меняют профессию. Основными причинами называют низкую мотивацию к работе, недостаточный социальный пакет, правовая незащищенность, большая нагрузка, тяжелый психоэмоциональный фон [2].

Ежегодно открывающиеся новые частные медицинские организации усугубляют проблему дефицита врачебного и среднего медицинского персонала. Стремясь избежать нагрузки при работе в государственных больницах, и желая получить большую заработную плату за меньший объем работы, наблюдается переход медицинских работников в частные медицинские организации из государственных лечебно-профилактических учреждений. Поэтому руководителям частных медицинских центров важно понимать ценность каждого сотрудника, и создавать такие условия внутри организации, которые будут выгодно отличать от конкурентов. Репутация «надежного работодателя» повысит привлекательность организации как для персонала, так и для внешних клиентов.

Один важный момент, который отличает менеджмент медицинской организации, заключается в том, что руководитель либо должен быть врачом по специальности, и развивать себя как менеджер, либо это менеджер, который должен понимать все тонкости медицинской сферы. В данной работе это врач, который взял на себя роль менеджера.

Вопрос развития управленческого потенциала не утратит своей актуальности в связи с постоянным появлением новых методик по управлению. Есть много рекомендаций для менеджеров не медицинской сферы по построению внутреннего менеджмента в компании, но специфичность сферы не дает возможности имплантировать их в работу медицинских компаний, и не дает гарантий успеха от этих действий. Поэтому, цель данной работы состоит в выработке оптимального инструмента управления для менеджеров в здравоохранении, который будет решать вопросы удовлетворенности персонала, повышения мотивации к работе в данной организации (привлечение, удержание, развитие сотрудников), и как следствие создание клиентоориентированной команды специалистов.

Литературный обзор

Менеджмент представляет собой науку, объектом изучения которой- организация. Казахстан унаследовал после распада СССР сильный кадровый состав в медицинской отрасли, но постепенно становилось очевидно, что необходимо вывести знания в управлении на новый уровень. Вопросы менеджмента в здравоохранении в Казахстане наиболее активно начали подниматься с 2010 года, когда вышла Государственная программа по развитию здравоохранения «Саламатты Казахстан». В этой программе по стояла цель по совершенствованию системы управления и менеджмента в сфере здравоохранения. Это амбициозная программа поставила четкую задачу- создание профессиональных управленцев в медицинской сфере, такая необходимость появилась с момента повышения самостоятельности организаций здравоохранения (например- многие больницы стали коммерческими предприятиями), развития частной медицины [3].

Учитывая специфичность изучаемой сферы, возникает вопрос «Насколько применимы общие принципы менеджмента организаций для организаций в здравоохранении, можно ли

поставить знак равно между организацией и медицинской организацией? Обратившись к труду одного из основоположников классического менеджмента М. Мэскона «Основы менеджмента», в нем он определяет организацию, как группу людей, деятельность которых сознательно координируется во имя достижения общей цели или целей. В организации здравоохранения есть минимум 2 человека, считающих себя частью этой группы, есть как минимум одна цель, и все члены группы сознательно работают вместе для достижения общей цели [4,5].

Организация здравоохранения, имея структуру, методы управления, горизонтальные и вертикальные связи, имеет принципиальную особенность - за каждым принятым решением стоит жизнь и здоровье пациента. Это накладывает определенную ответственность, однако, существующий опыт внедрения основ менеджмента в сферу здравоохранения показывает, что при соблюдении баланса, позволяет повысить конкурентоспособность организации. [6,7,8,9] При этом, стоит принять во внимание, что менеджмент в частной медицинской организации будет отличаться от менеджмента в бюджетной организации. Бюджетная организация ограничена больше нормативно правовыми актами (ограничение на закуп лекарств, оборудования, оплата ставки докторам), у частной структуры больше материальных возможностей для привлечения высококвалифицированных кадров, что влияет на вовлеченность персонала в деятельность организации [10,11,12].

Существует ряд публикаций, в которых рассматриваются роль менеджера и роль врача-менеджера в управлении организацией здравоохранения. Если мы обратимся к данным анализа управленческого потенциала в Казахстане: 99,3% руководителей имеют медицинское образование, лица с немедицинским образованием составили менее одного процента (0,7%). Значит, большинство руководителей нуждаются в развитии себя в качестве менеджера. Вопрос гибридной роли управленца в здравоохранении рассматривалась и в Европейских странах, и все исследователи пришли к выводу, что врачи требуют специальной подготовки к роли менеджера [13,14,15].

Учитывая наличие государственных программ по обучению менеджменту управленцев, ожидается внедрение специфичных методик в организации здравоохранения. Ниткалиев К.У. в своей работе «Обзор метода 6-sigma, как потенциального инструмента статистического контроля процессов в менеджменте здравоохранения» провел обзор данного метода на основе американского предприятия. Суть метода в том, чтобы представить процесс в виде математической модели. И с помощью этой модели выявить, на каком этапе происходит снижение эффективности в работе предприятия. При этом методе анализируется стандартное отклонение случайной величины от среднего значения. Сам автор отмечает, что внедрение такой системы в организацию требует ресурсов- человеческих (обученный и опытный в работе с проектами) и материальных (затраты на обучение). Так же автор лишь предложил данный метод как один из вариантов совершенствования организации, и не предоставил данных, был ли внедрен метод или нет [16].

Так как одна из целей успешного управления медицинским учреждением повышение ориентации всего персонала организации на нужды пациента, и понимаю пациента как клиента, была рассмотрена публикация Карибджанова Ч.Е. «Стратегия управления организациями здравоохранения. Метод PDRQ-9». Данная работа обращает внимание на важность клиентоориентированности медицинского учреждения, и один из предлагаемых методов - введение анкеты PDRQ-9. Суть этого метода состоит в том, что пациентам предлагается анкета, в которой пациенты должны оценить уровень взаимодействия со своим врачом. Анкета состоит из 9 пунктов, с направленностью на отношения врач-пациент. Автор указывает на то, что данный метод использовался в странах Европы, но нет данных по внедрению метода в лечебных учреждениях Казахстана [17].

Имеется много публикаций о важности построения системы менеджмента в организациях, значительно меньше работ именно о менеджменте в здравоохранении.

Учитывая специфичность сферы, недостаточно работ именно по конкретно внедренным программам, направленных на построение системы менеджмента в частной организации здравоохранения, таких как диализные центры. Пациент приходит на процедуру диализа 3 раза в неделю, сеанс длится до 3-4 часов, т.е. находится в тесном контакте с медицинским персоналом, при этом, сам пациент выбирает, в какой диализный центр он будет приходить. Пациент будет оценивать предлагаемые удобства, оснащение, профессиональный уровень медицинского персонала, а также комфорт в общении с сотрудниками центра.

Построение управленческой системы частной организации отличается от ситуации в бюджетной за счёт материальных ресурсов, мотивации персонала и целей. Прежде чем попасть в частный центр большинство врачей нарабатывают опыт в государственных больницах, а в государственных больницах больше ориентация на скорость «обслуживания» пациентов, а не на комфорт (сокращение время приема, большое количество прикрепленного населения к участку). Управленцы измотаны решением вопросов по обеспечению лекарственными препаратами прикрепленного населения, ответами на жалобы пациентов и отчетами в проверяющие структуры, в период пандемии это вопросы вакцинации и по этим причинам вопросы формирования внутреннего менеджмента в бюджетных структурах уходят на второй план. Попадая в частную структуры, врачи должны видеть преимущества не только в нагрузке и уровню зарплаты, но и ощущать себя частью организации, и осознавать свою роль в процессе. А этого невозможно достичь без сформированной системы менеджмента.

Таким образом, частные медицинские организации находятся в постоянной конкурентной среде, где идет борьба за медицинские кадры и за пациентов. Чем привлекательнее будет работодатель, тем сильнее будет состав персонала, уменьшится текучесть кадров, в том числе и медицинского персонала. Указанные факторы диктуют потребность в исследовании состояния внутренних коммуникаций в центре амбулаторного диализа, оценить удовлетворенность персонала, и принять конкретные меры по улучшению менеджмента в организации.

Методы

Сбор первичных данных, в рамках исследования, осуществлялся посредством опроса сотрудников ТОО «Нефрос-СК» Анонимный опрос в электронном формате. Ограничивающим фактором явилось условия пандемии, в этой связи рассылка анкеты осуществлялась посредством мессенджера WhatsApp, как наиболее безопасного с эпидемиологической точки зрения. Опрос производился в период с 1 июля по 15 июля 2021г., с последующим анализом полученных данных, в целях повышения эффективности сервис-менеджмента в указанном медучреждении. Анкетирование проводилось посредством структурированного опросника из 35 закрытых вопросов, оценка которых осуществлялась респондентами по 10-бальной шкале (где 1-самая низкая, а 10-самая высокая оценка).

Опрос прошли - 100% сотрудников центра (16 человек), из них 4 мужчин, 12 женщин. Синтезированная в табличный формат информация позволила систематизировать данные, полученные путем проведения опроса. Все данные были проанализированы методом сравнения среднего балла по каждому вопросу как минимум по 4 категориям (общие результаты, отдельно по полу, возрасту, уровню должности). В каждой группе определены вопросы с самой низкой оценкой, с самой высокой.

Результаты

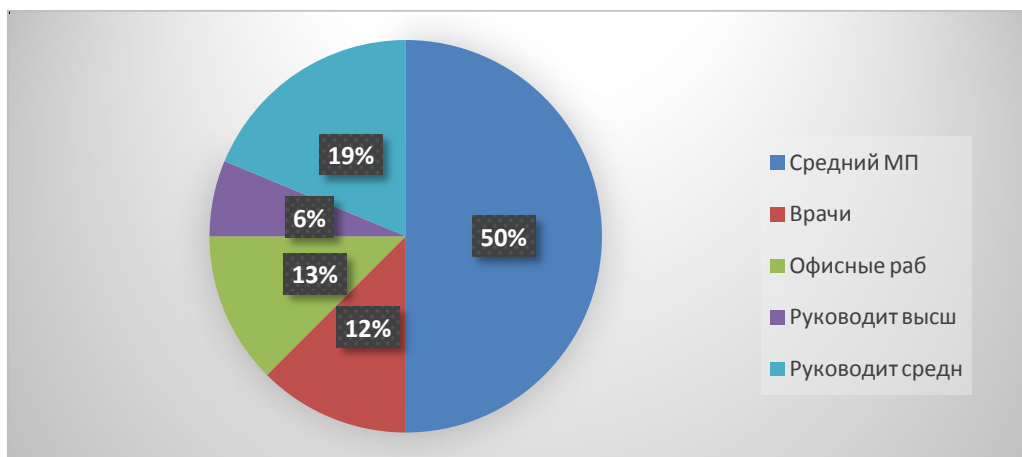
В результате проведенного исследования на базе ТОО «Нефрос-СК» была проведена оценка текущему состоянию коммуникаций внутри организации (вертикальные и

горизонтальные).

Задача опроса состояла выявить уровень удовлетворенности сотрудников медучреждения в разрезе 5 (пяти) категорий должностей:

- 1) Руководители высшего уровня – 1 человек;
- 2) Руководители среднего звена - 3 человека;
- 3) Врачи (специалисты) – 2 человека;
- 4) Медицинские сестры – 8 человек;
- 5) Офисные работники – 2 человека;

Таблица 1. Разделение по уровню должности:



В опросе приняло участие 16 человек, в том числе 75% женщин и 25% мужчин. Возрастной разброс респондентов представлен в следующем виде: 21-30 лет – 4 чел (25%); 31-40 лет – 7 чел (44%); 41-50 – 2 чел (12%); 51-60 – 3 чел (19%). Благодаря разнообразию участвующих респондентов по характеристикам- пол, возраст- и отличающихся при этом уровнем должности в структуре обеспечивается репрезентативность проведенного опроса, полностью отражается мнение различных групп работников по вопросам внутреннего развития компании.

Самый «низкий» средний балл: 5,7 и 6,4- определен у представителя среднего медицинского персонала жен. 31-40, и у врача жен, в возрасте 21-30 соответственно.

Таблица 2. Вопросы, получившие самый низкий балл (1-минимальная оценка):

№ 10, 11, 16, 29, 32.

	вопрос 10 «Мой непосредственный руководитель дает мне возможность высказаться и быть услышанным»		вопрос 11 «Я понимаю за что и сколько мне оплачивают»		вопрос 16 «Спорные ситуации разрешаются с учетом обстоятельств, причин и мнений всех участников»		вопрос 29 «У меня бывали серьезные обсуждения результатов моей работы с моим начальником»		вопрос 32 «Работа в данной организации вызывает у меня чувство абсолютной стабильности, постоянства и уверенности»	
	количество		количество		количество		количество		количество	
оценка	Чел	%	чел	%	чел	%	чел	%	чел	%
0-4	1	6,25%	2	12,5%	1	6,25%	4	25%	1	6,25%
от 5 до 7	1	6,25%	2	12,5%	1	6,25%	2	12,5%	1	6,25%
от 8 до 10	14	87,5%	12	75%	14	87,5%	10	62,5%	14	87,5%
всего	16	100%	16	100%	16	100%	16	100%	16	100%

При анализе негативных ответов замечено, что низкий общий рейтинг вызван низкими оценками не большим количеством людей, например вопросы о возможности высказаться, и вопросы решения спорных ситуаций (10 и 16 вопрос)- только 2 человека считают, что руководитель не дает возможности высказаться, спорные ситуации решаются без учета мнения всех сторон, и у двух человек работа в «Нефрос-СК» не вызывает чувства абсолютной стабильности и уверенности, в то время как у более чем 85% (у 14 человек) по этим вопросам оценки от 8-10.

По вопросу удовлетворённости окладом наблюдается больший разброс- 4 человека из 16 не понимают за что и сколько им оплачивают. И это объясняется ответам на вопрос о наличии обратной связи- 6 человек из 16 (37%) не имели обсуждений результатов работы с руководителем, т.е. не имеют возможности обсудить результаты работы и текущую оплату труда, при этом сотрудники видят потребность в обратной связи от руководителя (вопрос «Мне важно получать от начальника обратную связь (знать, что ему нравится в моей деятельности, а что он хочет, чтоб я делал иначе, и как именно хочет)» оценен на максимальную оценку).

Большинство сотрудников удовлетворены текущей внутренней коммуникацией в организации, но есть необходимость проведения бесед с сотрудниками по результатам работы, потому что минимальные оценки на описанные выше вопросы, говорят о негативном отношении некоторых сотрудников к положению в организации, так как не разрешение этих проблем может привести к нарастанию негативного настроения среди коллектива (как среди врачей, так и среди среднего персонала).

Анализ ответов по возрастным группам

Все респонденты распределены на 4 группы. Группа лиц 21-30 включает 4 сотрудника: 3 среднего медперсонала, 1 врач, все женского пола. Вопросы с низкой оценкой касаются вопросов понимания формирования заработной платы, поощрения со стороны начальника приложенного труда, и наличие обсуждений результатов работы, по этим вопросам выделена самая низкая оценка и низкий средний балл. Анализируя проблемные вопросы, можно прийти к выводу, что данной категории лиц особо важна обратная связь с руководителем в форме бесед по результативности, так же важно внимание со стороны руководителя в форме поощрений за старания.

Группа 31-40 более разнообразна по половому признаку и по уровню должности: из 7 человек 5 женщин и 2 мужчин; 2 рук среднего уровня, 3 среднего мед перс, 1 врач. Вопросы с мин оценкой в этой группе так же являются вопросы касающиеся понимания за что и сколько оплачивают, обучения начальников отделов, и как объективно оценивать работу подчиненного и понятно объяснять задания, вопрос обсуждения результатов работы с начальником, наличие чувства абсолютной стабильности, постоянства и уверенности. Максимальная оценка 9 только у двух вопросов касающихся наличия необходимого для работы, и оценки эффективности своей работы.

Группы 41-50 и 51-60 наиболее стабильна в плане разброса по ответам - более 50% ответов оценены на максимальный балл - 9-10.

Анализ ответов по гендерному признаку.

Анализ групп по половому признаку показал, что наибольшее количество вопросов, оцененных на максимальный балл - в группе мужчин (4 человека), с минимальным ответом 1 на 29 вопрос - потребность в обратной связи. По ответам на другие вопросы в данной группе можно сделать вывод, что мужчины в данной организации высоко оценивают уровень внутренних коммуникаций.

У женщин больше вопросов, с низкой оценкой и средним баллом, по уже описанным выше вопросам касающихся понимания за что и сколько оплачивают, обучения начальников отделов, и как объективно оценивать работу подчиненного и понятно объяснять задания, наличие серьезных обсуждений результатов работы с начальником- т.е., высокая потребность

в улучшению внутренних коммуникаций.

Анализ ответов по уровням должностей.

При анализе ответов в разрезе должностей все респонденты были разделены на 5 категорий. Минимум 2 представителя в каждой группе, за исключением руководителя высшего звена-1 человек. Наибольшее количество опрашиваемых было в группе «средний медперсонал»- 8 человек, 4 человек из числа руководителей (среднего и высшего уровней), 2 врача и 2 специалиста из числа офисных работников (бухгалтера, отдел кадров).

В группе врачей (2 чел.) находится результат с минимальным средним результатом по всем вопросам- 6,4, и так как в группе всего два человека - получен низкий балл по «острым» вопросам, касающимся понимания за что и сколько оплачивают, признания и поощрения стараний со стороны начальства, постоянства распространения информации внутри организации, понимания сотрудником требований руководства, обучения начальников отделов, и как объективно оценивать работу подчиненного и понятно объяснять задания. Помимо этого, стоит отметить низкую среднюю оценку о налаженности двусторонней системы обмена информации - средняя оценка 6,5. Так же отмечается потребность врачей в обучении оценивания работы подчиненного - вопрос «организации обучают начальников отделов, как объективно оценивать работу подчиненного и понятно объяснять задания» содержит минимальную оценку 1 и низкий средний балл - 2,5. Со стороны среднего медперсонала этот вопрос имеет среднюю оценку 8,9 баллов, при минимальной оценке – 5 баллов, значит сотрудники среднего звена ощущают низкую неквалифицированность руководителей в оценивании работы. Максимальную оценку в этой группе получил вопрос «Мне важно получать от начальника обратную связь (знать, что ему нравится в моей деятельности, а что он хочет, чтоб я делал иначе, и как именно хочет)» - сотрудники осознают важность наставничества и получения регулярной обратной связи от руководителя. Анализ ответов офисных сотрудников выявил дополнительные «острые» вопросы касающиеся содействию посетителю, обратившегося с просьбой; вопрос оперативности предоставления информации. Двое сотрудников оценили свою способность помочь пациенту, обратившемуся в центр на средний балл 5,5 баллов, с минимальной оценкой 3. Вероятнее всего, это связано с тем, что сотрудники «физически» не находятся в центре или бывают крайне редко, и не имеют врачебной квалификации. Вопросы касающиеся обучения начальников отделов, и как объективно оценивать работу подчиненного и понятно объяснять задания, наличия серьезных обсуждений результатов работы с начальником - также находятся в низкой зоне, что еще раз показывает отсутствие налаженной вертикальной и горизонтальной коммуникации, и для данной выборки эти вопросы так же важны. Стоит отметить, что в этой группе содержится наибольшее количество ответов с максимальным баллом, и высокие средние баллы по всем вопросам (9,4 и 9,6).

Для группы среднего медперсонала, содержащей самое большое количество респондентов острыми вопросами касающихся предоставлением возможности высказаться, понимания из чего формируется оплата труда, вопрос решения спорных ситуаций, наличия серьезных обсуждений результатов работы с начальником, наличие чувства стабильности от работы в данной организации - получили самый низкий средний балл и содержат самые низкие оценки, что позволяет делать вывод, что данная категория работников наиболее неудовлетворена внутренними коммуникациями, и в этой группе нет вопросов, набравших наибольший средний балл (10). Так же, интересен факт, что в группе работников среднего медицинского персонала нет лиц мужского пола.

Группа руководителей среднего уровня включает 3 человека, по большинству вопросов довольно высокий балл- 10, выделяется один человек, поставивший минимальный балл- 1 вопросу наличия обсуждений с руководством результатов работы. Поставленные максимальные баллы на представленные вопросы можно расценивать как полную удовлетворенность сотрудниками состоянием внутренних коммуникаций, так и нежеланием

быть активным участником анализа, так как респонденты боятся раскрытия личностей (малое количество руководителей среднего уровня в организации) и возможных последствий.

Таким образом, при анализе результатов опроса выявлены пробелы в коммуникации внутри компании, наиболее низко оцененными вопросами стали вопросы наличия обратной связи от руководителя. Наиболее «удовлетворенными» сотрудниками является группа руководителей, а наиболее «недовольной» стала группа среднего медицинского персонала, такой дисбаланс говорит об отсутствии налаженной вертикальной коммуникации.

Выводы и обсуждение

Анализ удовлетворенности сотрудников позволил выявить слабые места во внутренней коммуникации центра амбулаторного диализа. Это еще раз говорит о том, что руководство в секторе частной медицины должно больше внимания уделять на построение именно системы сервис-менеджмента внутри организации. Наивно думать о том, что сам факт работы в частной структуре будет мотивировать персонал.

Как показал результат опроса, одним из самых острых вопросов стало наличие серьезных обсуждений результатов работы начальником - один из врачей и один из сотрудников среднего медицинского персонала поставили наименьший балл - 1. То есть, очевидна необходимость в получении обратной связи от руководителя. Возможно, это связано с возрастом респондентов- врач в возрасте 31-40 и 2 женщины из числа среднего медицинского персонала в возрасте 21-30, в медицинской сфере это означает, что сотрудники впервые приступают к работе (длительность обучения в медицинском университете), и как «новым» сотрудникам им нужен наставник, либо куратор, который поможет адаптироваться, и координировать работу. Это очевидная необходимость создания системы адаптации для новых сотрудников, как для среднего. так и старшего медицинского персонала. И важно учитывать, что и средний медицинский персонал нуждается в этом, так как именно медицинские сестры непосредственно взаимодействуют с пациентами в диализном центре (подключение к аппарату программного гемодиализа, забор анализов и выполнение других манипуляций) и выполняют основную работу.

1. Анализ ответов среднего медицинского персонала, показал, что данная группа наиболее неудовлетворена состоянием внутренней коммуникации. Считают, что их нагрузка не соответствует возложенным обязанностям, и не понимают, за что и сколько им оплачивают (средний балл 7,9 и 7,3 соответственно). Данная группа респондентов из 8 человек примерно одной возрастной категории (основная часть от 30- 40 лет), и все одного пола, все медицинские сестры - женщины. По этому признаку коллектив можно назвать «гомогенным» и такой коллектив считается не самым комфортным [18]. Такое половозрастное распределение объясняет вышеуказанное распределение в ответах- среди группы нет «наставника», лидера, который бы смог координировать работу, а отсутствие обратной связи с руководителем только усугубляет психоэмоциональное напряжение сотрудников.

2. В процессе проведения исследования сбор данных ограничивало отсутствие слаженной коммуникации между разными уровнями должностей- для проведения исследования была создана группа в WhatsApp, куда вошли все сотрудники центра. Таким образом, была выявлена недостаточность кросс-функциональных коммуникаций, определена наиболее «уязвимая» категория- средний медицинский персонал. Требуется провести опрос среди пациентов, чтобы определить, отражается ли внутреннее недовольство медсестер на качество взаимодействия с ними.

Выявленные проблемы позволяют сделать вывод, что в данной организации здравоохранения нарушена система внутренних коммуникаций, которая отражается на отношении сотрудников к компании. Поэтому необходимо руководителям высшего уровня

провести оценку ресурсов, которые понадобятся для улучшения качества коммуникаций и развитию корпоративного духа (проведение тренингов по обратной связи; разработка системы поощрения; проведение тим-билдингов); рассмотреть возможность: улучшения условий труда, внедрения дополнительных надбавок.

Проведенное исследование имеет научно-практическое значение в построении системы сервис-менеджмента. В дальнейшем мы рекомендуем внедрение таких мероприятий, как:

1. Введение в практику проведения опросов среди персонала на постоянной основе с анализом динамики изменений;
2. Проведение опроса пациентов;
3. Внедрение мер по улучшению качества коммуникаций.

Результаты опроса дают основание для совершенствования сервис-менеджмента в организации здравоохранения, в котором был проведен опрос. Проведенное исследование отвечает заданной цели в части выявления пробелов в коммуникациях.

Анализ данных показал наличие проблем в коммуникациях, выявлена потребность создания системы мотивации для сотрудников центра, потому как низкая удовлетворенность персонала говорит о напряженной обстановке внутри коллектива. Выявлен факт, что наиболее неудовлетворённой категорией являются медсестры, которые находятся в самом тесном и частом контакте с пациентами диализного центра. Данная категория персонала не заинтересована в поддержании репутации медучреждения, не понимают своей роли в процессе сервиса. Данная ситуация усугубляется тем, что организация испытывает «гендерный» перекося (75% женщин). А группа среднего медперсонала, состоящая из 100% женщин, что служит дополнительным фактором конфликтов.

В условиях дефицита медицинских кадров, который был острым и до периода пандемии, частные медицинские организации должны предпринимать шаги для повышения привлекательности организации в глазах персонала, как работодателя. Введение конкретных действий для улучшения удовлетворенности персонала приведет и повышению эффективности сотрудников, и к повышению мотивации, а именно: «...если люди не ожидают, что поведение, которого ждет от них организация, приведет к достижению желательных для них целей или удовлетворению их личных потребностей, они, по всей вероятности, не будут стараться работать эффективно» [2].

Список литературы

1. <https://kursiv.kz/news/issledovaniya/2019-09/chto-proiskhodit-na-rynke-platnoy-mediciny-v-kazakhstane>
2. <http://www.rcrz.kz/index.php/ru/2017-03-12-10-50-44/smi-o-nas/2028-v-kazakhstane-ne-khvataet-12-tysyach-medrabotnikov-v-chjom-prichina-defitsita-kadrov>
3. Указ Президента Республики Казахстан от 29 ноября 2010 года №1113 «Об утверждении Государственной программы развития здравоохранения Республики Казахстан «Саламатты Қазақстан 2011-2015 годы»
4. Мескон, Майкл. Основы менеджмента: пер. с англ. / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. - М. : Дело, 2002. - 701с.: табл. - (Серия "Зарубежный экономический учебник"). - ISBN 5-7749-0126-2 : 488.60.
5. Попов С.Г. Основы менеджмента: Учеб. пособие /Попов, Сергей Григорьевич. - М.: Ось-89, 2003. - 255с.: табл. - ISBN 5-86894-748-7: 68.20.
6. Хачатуров А.Е. Основы менеджмента качества: учеб. пособие / А.Е. Хачатуров, Ю.А. Куликов. - М.: Дело и Сервис, 2003. -304 с.: ил. - Библиогр.: с. 300-304. - ISBN 5-8018-0215-0: 223.50.

7. Громова Н.В. Вовлеченность персонала - основной резерв повышения эффективности деятельности современных компаний. Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. 2018;(6):103-115. <https://doi.org/10.21686/2413-2829-2018-6-103-115>
8. Карпов О.Э., Субботин С.А., Замятин М.Н., Шишканов Д.В., Асташев П.Е., Прохорова Е.С. Имитационное моделирование деятельности современного многопрофильного медицинского. Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. 2018;(6):57-66. <https://doi.org/10.21686/2413-2829-2018-6-57-66>
9. Основы менеджмента: Учебник для вузов / Т.Е. Березкина, Д.Д. Вачугов, Н.А. Кислякова; Под ред. Д.Д. Вачугова. - М. : Высш. шк., 2001. -367с. - ISBN 5-06-003762-2: 50.96.
10. Обухова О.В., Базарова И.Н., Гавриленко О.Ю. Подходы к обоснованию размера должностного оклада медицинских работников. ФГБУ «ЦНИИОИЗ» Минздрава России, Москва, Россия2 МГУ имени М.В. Ломоносова Тип: статья в журнале - научная статья. Номер 4. Год: 2020. Стр.:132-145.
11. Айтымбетова Г.М. Экономика здравоохранения 2011. Развитие национального здравоохранения в современных условиях (Учебное пособие) Астана-2011г., Стр. 86-91.
12. Федулова Н.Н., Внешний и внутренний маркетинг. Нужен ли он государственной медицинской организации? Вестник Высшей школы организации и управления здравоохранением, №3, 2019.
13. Сыздыкова А.А., Ергалиев К.А., Канатова А.С. «Менеджер в здравоохранении Республики Казахстан. Настоящее и перспективы». Журнал: Менеджер здравоохранения Республики Казахстан». №1. 2011 год. Стр. 31
14. Ellen Kuhlmann, Ylva Rangnitt1 and Mia von Knorring. Medicine and management: looking inside the box of changing hospital governance. Kuhlmann et al. BMC Health Services Research 2016, 16(Suppl 1):159DOI 10.1186/s12913-016-1393-7.
15. Brommels M. Management and medicine: odd couple no more. Bondingthrough medical management research. Scand J Public Health. 2010;38:673–7.
16. Ниткалиев К.У. Обзор метода 6-sigma, как потенциального инструмента статистического контроля процессов в менеджменте здравоохранения. Журнал: Менеджер здравоохранения Республики Казахстан». №1. 2011 год. Стр. 46-49.
17. Карибджанов Ч.Э. Стратегия управления организациями здравоохранения. Метод PDRQ-9. Вестник университета «Туран». 2021;(3):243-248. <https://doi.org/10.46914/1562-2959-2021-1-3-243-248>
18. Калашникова А.Е. Особенности конфликтности женского трудового коллектива // Психология, социология и педагогика. 2015. №12 [Электронный ресурс]. URL: <https://psychology.snauka.ru/2015/12/6185>

Тренды в сфере ивент-менеджмента

Жаксылык А.¹

Специальность: Ресторанное дело и гостиничный бизнес, студентка 4 курса
Научный руководитель, м.э.н., ст. преподаватель ШГиТ Дауренбекова К.С.²

^{1,2} Алматы Менеджмент Университет, г. Алматы, Республика Казахстан
anelyanel05@gmail.com, k.daurenbekova@almau.edu.kz

Аннотация: Ивент-индустрия - это индустрия, которая организует живые встречи и мероприятия. Эта отрасль включает в себя профессионалов, специальные службы поставщиков и широкую аудиторию. Ивент-индустрия набирает очень большую популярность на рынке Казахстана, однако очень сложно уследить за нововведениями и трендами, особенно после карантина. В данной статье рассматриваются все новые тренды ивент-индустрии, которые помогли приспособиться агентствам к работе в новых реалиях.

Ключевые слова: ивент-индустрия, тренды, мероприятия.

Abstract: The event industry is an industry that organizes live meetings and events. This industry includes professionals, dedicated supplier services and a broad audience. The event industry is gaining a lot of popularity in the market of Kazakhstan, but it is very difficult to keep track of innovations and trends, especially after quarantine. This article discusses all the new trends in the event industry that have helped agencies adapt to work in new realities.

Keywords: event industry, trends, events.

Аннотация: Ивент-индустриясы - бұл тікелей кездесулер мен іс-шараларды ұйымдастыратын сала. Бұл сала мамандарды, арнайы жеткізушілер қызметтерін және кең аудиторияны қамтиды. Ивент-индустриясы Қазақстан нарығында үлкен танымалдылыққа ие болуда, бірақ инновациялар мен трендтерге ілесу өте қиын, әсіресе карантиннен кейін. Бұл мақалада агенттіктерге жаңа шындықта жұмыс істеуге бейімделуге көмектескен ивент - индустриясындағы барлық жаңа трендтер талқыланады.

Түйін сөздер: ивент-индустриясы, трендтер, іс-шаралар.

Введение

Как и во многих других отраслях, экономика концертов и мероприятий в 2020 году столкнулась с, возможно, самой тяжелой неудачей в истории из-за пандемии короны. Тем не менее или именно поэтому важно реагировать на поставленные задачи новыми идеями, иметь мужество для перемен и продвигаться вперед с помощью инновационных концепций, несмотря на сложные обстоятельства. Разработка мероприятий в 2021 году была многообещающей и предложила рынку множество новых возможностей.

За последние десятилетия масштабы как мероприятий, так и фестивалей значительно возросли. Растущий спрос на рынке означает значительное увеличение научных исследований по организации мероприятий со все более разнообразными темами.

Ивент-индустрия — это один большой механизм, в котором всё взаимосвязано. Вся сфера с нетерпением ждет нового года, а особенно после 2020 года, и новых трендов, которые предопределяют всю работу ивент-сферы на целый год. Но не надо забывать, что тренды могут появиться очень неожиданно и закрутить новый вихрь идей в головах ивент менеджеров [1].

Литературный обзор

Индустрия мероприятий является мощной экономической силой во всем мире. Она охватывает многие другие важные секторы, такие как путешествия, туризм, гостиничный бизнес, технологии, средства массовой информации и коммуникации, в частности. События демонстрируют талант и, возможно, являются теми моментами, когда общества и общины объединяются, чтобы возродить определенные традиции и культуры, которые в противном случае бездействуют. В других контекстах, например, в случае туризма, мероприятия создают экономическую ценность для принимающей страны, что способствует росту экономики. В отличие от постоянных достопримечательностей, мероприятие обладает потенциалом для продвижения аутентичности и, следовательно, все чаще используется маркетологами с целью дифференциации. Например, туристические направления отмечают свою уникальную культуру и наследие посредством мероприятий, которые представляют собой важные вехи в их истории туризма. Учитывая их способность привлекать посетителей и приносить прибыль, туристические направления все чаще используют мероприятия в качестве стратегии диверсификации [2].

Алмас Джунуспаев, руководитель открытого подразделения агентства Eventum Premo в Казахстане, в своем интервью отметил, что ивент-индустрию в Казахстане можно разделить на 3 разные категории.

К 1-й категории относятся все маленькие и большие предприятия, которые организуют мероприятия для больших фабрик и компаний, однако на недостаточно высоком уровне.

Ко 2-й и 3-й категории относятся полностью рынки Алматы и Нур-Султана. Между данными категориями есть небольшая разница. К примеру, в Нур-Султане большая часть мероприятий проводится по заказам государства. Почти большинство ивент-компаний создавали мероприятия государственного характера. Однако в Алматы ситуация немного другая. В Алматы ивент-компании в основном организуют мероприятия культурного, коммерческого и развлекательного характера [3].

Алексей Берлов, партнер компании Eventum Premo, который занимается PR-ом и организацией мероприятий отметил, что рынок ивент-индустрия в Казахстане постепенно набирает свои обороты и становится более востребованным [3].

Методы

Данные для этого исследования были собраны путем просмотра и кодирования ряда характеристик статей новостных порталов, связанных с событиями, опубликованных с 2019 года. Не все статьи, опубликованные с начала 2000 года, были доступны для онлайн-просмотра в результате позднего технологического прогресса. Однако статьи, которые были доступны, были включены, поскольку основной целью (целями) исследования является не ранжирование по годам, а оценка методов сбора и анализа данных.

Более того, были использованы данные, полученные с онлайн-лекции «Тренды в сфере ивент-менеджмента 2021» проведенной Qaynar Bulaq-Точка Кипения Алматы, AlmaU, где выступающими были основатели ивент-агентства «Lafa event» Алия Тажибаева и Анастасия Ивкова [4].

Результаты

Недавно Svent опубликовал электронную книгу о 15 тенденциях встреч и событий, о которых следует знать в 2021 году. Некоторая информация активно используется и на рынке ивент-индустрии Казахстана, о которых будет идти речь далее в статье [5].

1. Безопасные мероприятия:

Одним из последствий пандемии 2020 года оказалась сложность проведения мероприятий на безопасном уровне для здоровья человека. Конечно, она также имела очень большое значение до пандемии короны – с 2020 года компании и организаторы теперь должны дополнительно заниматься темой концепций профилактики и гигиены. Необходимо постоянно оставаться в курсе правил безопасности и гигиены согласно требованию министерства здравоохранения, чтобы знать, что разрешено, а что нет, при планировании мероприятия.

- Вопросы по обязательности маски разрешенного количества посетителей
- Реализация общественного питания
- Правила дистанции,

безусловно, будут сопровождать нас еще долго.

Таким образом, тема безопасности является одной из мега-тенденций для событий 2021 года. Ни одно событие – будь то маленькое или крупное, живое или цифровое – не обойдется без тщательно продуманной и профессионально разработанной концепции гигиены в этом году.

Если клиенты не хотят беспокоиться об этом сами, агентства мероприятий предлагают комплексный беззаботный пакет, а обученные сотрудники позаботятся о соответствующих концепциях безопасности и гигиены при планировании мероприятия.

Шведские столы, бары, мини-бары и десертные столы больше не являются безопасными методами украшения мероприятия. Чтобы избежать высокой заражаемости ивент-менеджеры придумали: новое меню с наличием порционных мини-баночек, мини-пирожные, порционные закуски и индивидуальные приборы для каждого гостя.

2. Гибридные мероприятия

Гибридные события - сочетание живого события и возможностей цифровой информации и взаимодействия - все еще считались абсолютной тенденцией будущего несколько месяцев назад. Пандемия короны значительно ускорила этот процесс, что привело к тому, что гибридные события теперь не могут быть исключены из индустрии событий.

Социальное дистанцирование, ограничения на выход и блокировка не только привели к переходу общения на цифровое в частной сфере, но и проложили путь для цифровых живых событий и гибридных событий.

Однако сложность проведения таких типов мероприятий в том, что должно быть дорогостоящее технологическое оборудование, сложнее привлечь внимание гостей, нужно постоянно быть онлайн и иметь отличный интернет.

Преимущества и потенциал таких мероприятий очевидны:

- большой охват,
- устойчивость,
- экономия времени,
- снижение затрат.

3. Цифровой тимбилдинг

Социальное дистанцирование, термины домашнего офиса, которые сильно повлияли на нашу повседневную жизнь с начала пандемии короны. Но помимо преимуществ, которые приносит результирующая онлайн-тенденция – прежде всего экономия затрат и времени - можно обнаружить и опасные недостатки.

Социальное дистанцирование все чаще приводит к отчуждению сотрудников, в худшем случае они теряют чувство принадлежности к компании. Это может нанести устойчивый ущерб важным компонентам успешной компании, таким как внутреннее общение, командный дух, доверие и чувство нас самих.

События по созданию цифровой команды могут противодействовать этому и являются одними из тенденций событий 2021 года. Два основных фактора для такого успешного

онлайн-мероприятия: высокий уровень взаимодействия среди участников, а также увлекательная программа, адаптированная к целевой аудитории. Явным преимуществом здесь опять же является экономия затрат по сравнению с мероприятиями присутствия.

4. Новые форматы проведения живых встреч

Многие агентства и организаторы уже сделали это в 2020 году. Будь то автомобильный кинотеатр, концерт под открытым небом на морской сцене, где зрители сидят в лодках вдвоем, чтобы соблюдать необходимое расстояние, или мероприятия, которые были просто перенесены на улицу из-за нехватки места.

Даже в 2021 году многие живые события, безусловно, проходят иначе, чем в прошлом. Здесь говорится: мыслить инновационно, набираться смелости для нового доказательства и просто делать это – конечно, в рамках дозволенного.

Это говорит нам о том, что мероприятия будут проводиться под строгим контролем и организацией согласно всем санитарным требованиям.

5. Entertainment meets

Кроме того, в сфере развлечений у нас есть тенденция, с которой многие развитые страны очень далеко продвинулись в 2021 году.

В то время как в прошлом классический фейерверк все еще считался абсолютной изюминкой события, тенденция 2021 года явно идет к более устойчивому и современному решению – в виде цифрового фейерверка с беспилотными летательными аппаратами или шоу со светодиодными огнями.

Тенденция, которая не только приносит отличные эффекты, но и в то же время является экологически чистой. По сравнению с классическими фейерверками шоу дронов генерируют значительно меньше выбросов CO₂ и могут использоваться повторно.

Еще одно преимущество: он позволяет трехмерно отображать все мыслимые хореографии, что позволяет динамически организовывать события, бренды и сообщения. Дополненный соответствующей фоновой музыкой, живыми актами или лазерными шоу, фейерверк дронов станет кульминацией вашего события. Загляните к нам, мы будем рады помочь вам в реализации.

6. Спонтанные свадьбы, микро-свадьбы и гибридные свадьбы будут представлять собой небольшие варианты мероприятий

Недавний опрос журнала Brides показал, что 47% всех пар планируют сократить список гостей из-за пандемии. Эта статистика указывает на постоянный интерес к более мелким-камерным свадьбам. Во-первых, это безопаснее, так как не требует сбора огромного количества гостей. Во-вторых, это намного экономнее, что позволит молодоженам потратить ресурсы на свои желания. И, в-третьих, мероприятие пройдет очень душевно и в кругу самых близких людей.

Выводы и обсуждение

После года неопределенности 2021 год, по крайней мере, возвращает надежду на новую эру групповых и деловых поездок. Новые тренды, перечисленные выше, могут ознаменовать начало этой эпохи. Потому что, учитывая распространение вакцин, внедрение мер по борьбе с COVID-19 и распространение технологий виртуальных мероприятий, у всех ивент-агентств, есть несколько веских причин для оптимизма.

Безопасность посетителей мероприятия должна быть главным приоритетом. Сочетание цифрового и живого события становится новым стандартом. Мероприятия по тимбилдингу становятся цифровыми и приобретают большее значение, чем когда-либо, для успешной и мотивированной команды. Живые события будут проходить снова - но в измененной форме, т.е. с соблюдением всех ограничительных мер согласно требованиям министерства здравоохранения. В сфере развлечений больше внимания уделяется развитию устойчивости.

Все эти пункты будут учитываться в последующих годах для проведения мероприятий разного вида и масштаба.

Список литературы

1. Команд Soulfulloft, Тренды 2021 <https://sfloft.ru/tpost/087yfudxj1-trendi-2021-goda>
2. [Hugues Seraphin](#) and Maximiliano E. Korstanje, International event management Ebook
3. Автор: [Ирина Лукичева](#), Event-услуги в РК можно разделить на 3 категории <https://kapital.kz/economic/23155/yevent-uslugi-v-rk-mozhno-razdelit-na-3-kategorii.html>
4. https://www.instagram.com/anastassiya_sia/ Анастасия Ивкова.
https://www.instagram.com/aliyushka_tm/ Алия Тажибаева.
https://www.instagram.com/lafa_event/ Lafa Event
5. Электронная книга от Cvent о 15 тенденциях проведения мероприятий <https://www.cvent.com/de/resource/fuer-veranstaltungsorte/15-meeting-und-event-trends-was-sie-2021-wissen-muessen>
6. Айгуль Тулекбаева, Как представители ивент-индустрии пережили карантин 12 май, 2020. <https://inbusiness.kz/ru/news/kak-predstaviteli-ivent-industrii-perezhili-karantin>
7. Адель Ануарбекова, Тренды и вызовы ивент-индустрии 25.02.2021 <https://businessmir.kz/2021/02/25/trendy-i-vyzovy-event-industrii/>

Традиционное и гибкое управление проектами

Карабасова И.Б.¹

Специальность: Управление проектами, магистрантка 2 курса

Научный руководитель Никифорова Н.В.²

^{1 2} Алматы Менеджмент Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация: В данной статье рассматриваются особенности традиционного и гибкого метода управления проектами. Дается сравнение данных методов и подробно описаны особенности и преимущества каждого из них.

Ключевые слова: традиционное управление проектами, гибкий метод, методы управления

Abstract: This article discusses the features of the traditional and flexible project management method. A comparison of these methods is given and the features and advantages of each of them are described in detail.

Keywords: traditional project management, agile method, management methods

Аннотация: Бұл мақалада жобаны басқарудың дәстүрлі және икемді әдістерінің ерекшеліктері қарастырылады. Бұл әдістерді салыстырулар туралы келтіріліп, олардың әрқайсысының ерекшеліктері мен артықшылықтары егжей-тегжейлі сипатталған.

Түйін сөздер: жобаны дәстүрлі басқару, икемді әдіс, басқару әдістері

В последние годы гибкое управление проектами или методология Agile набирает популярность в мире управления проектами и разработки программного обеспечения. Деловой мир быстро меняется, поэтому государству и предприятиям нужны процессы, подходы и методологии, которые могли бы помочь им вести деятельность без сбоев, соответствуя всем современным требованиям.

На сегодняшний день существует десятки различных методов управления проектами, но самыми популярным из них являются традиционное и гибкое управление, которые части противопоставляются друг другу [1].

Ниже приводится подробное разграничение обоих подходов к управлению проектами.

Традиционное управление проектами — это устоявшаяся методология, при которой проекты выполняются в последовательном цикле. Он следует фиксированной последовательности: инициирование, планирование, выполнение, мониторинг и закрытие. Традиционный подход к управлению проектами уделяет особое внимание линейным процессам, документации, предварительному планированию и расстановке приоритетов. Согласно традиционному методу, время и бюджет являются переменными, а требования фиксированы, из-за чего часто возникают проблемы с бюджетом и сроками. Для каждого шага существуют инструменты и методы, определенные по стандартной методологии PMBOK®, которым следуют менеджеры проектов. Интересно, что он также включает в себя другие методологии, такие как PRINCE2, которым следуют различные организации при правительстве страны и частные компании, например, как Vodafone, Siemens и другие. Ее еще называют моделью водопада.

Модель водопада является установленным методом, который не сильно меняется в зависимости от проекта и во многом зависит от предварительного планирования. В соответствии с этой программой каждый участник команды должен точно знать свои обязанности и сроки, в которые он должен закончить то или иное задание. Все фазы процесса происходят последовательно, и как только одна фаза достигает верха, может начинаться

следующая. При применении данного метода существуют ограниченные возможности гибкости бюджета и сроков, что иногда может доставлять большое количество неудобств и проблем. А также нужно отметить, о большом объеме документации и отчетностей, поэтому в случае, если проект нуждается в каких-либо изменениях, даже незначительных, поэтапный подход делает его довольно утомительным [2].

Преимущества традиционной методологии:

- четко определенные цели;
- управляемые процессы;
- понятная документация;
- больше ответственности.

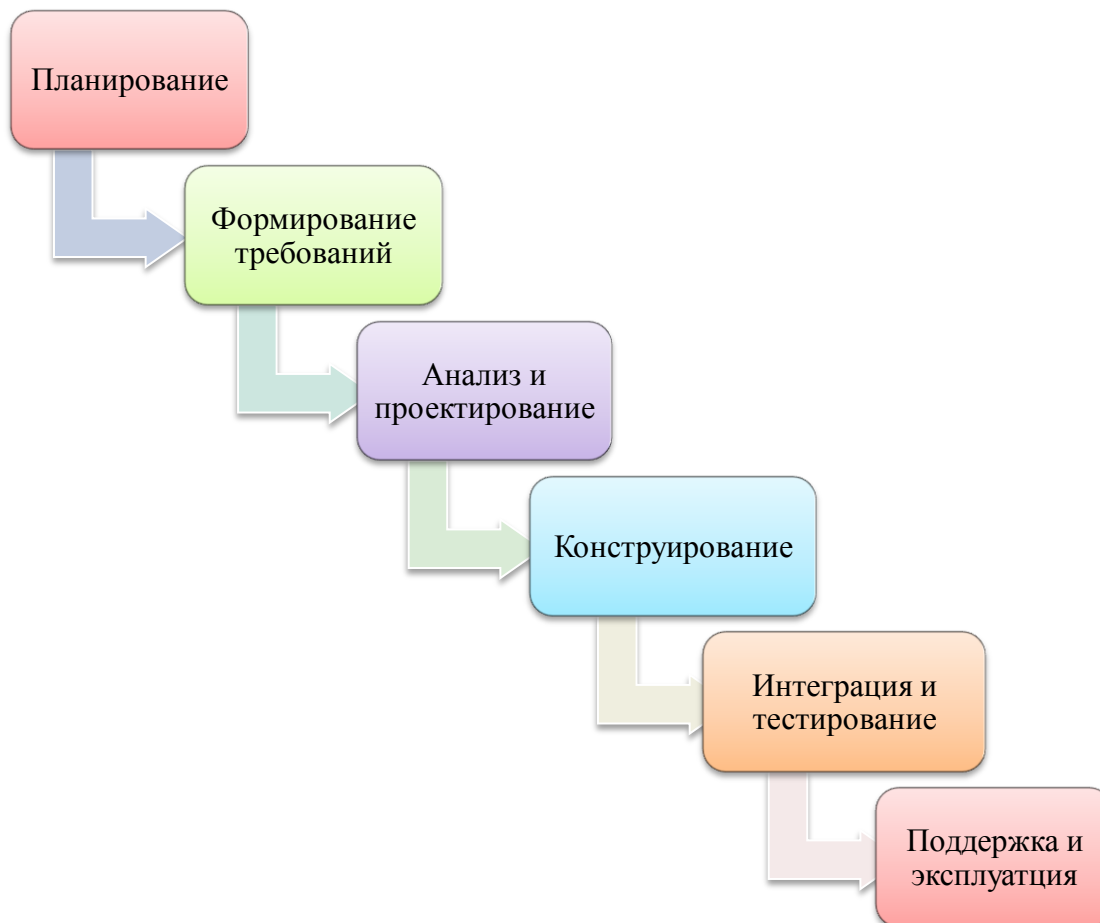


Рисунок 1. Схема традиционного метода управления проектами

Основная причина, по которой традиционный метод управления не допускает изменений, связана с предположением о нежелательно потраченных времени и расходах, которые связаны с исправлением чего-либо в проекте. Поэтому этот подход рекомендуется не для крупных проектов, а для небольших [3].

В то время как традиционный метод управления заботится о таких факторах, как сохранение стоимости, объема и времени, гибкое управление проектами (Agile) предназначена для различных перемен. На самом деле, гибкий метод более открыт для совместной работы, сотрудничества с клиентами и гибкости в проекте. Что еще более важно, при таком подходе реализуется адаптивное планирование, что делает проект более открытым для любых изменений без необходимости возвращаться и начинать все сначала. Более того, он стремится сделать клиента счастливым и поощряет быстрое отслеживание при разработке программного обеспечения, чтобы указывать на любые ошибки перед выпуском.

Таким образом, именно благодаря этим полезным факторам он набирает такую

популярность и на сегодняшний день все больше разработчиков программного обеспечения готовы работать с такой технологией, чтобы быстро и эффективно выполнять проекты. Наиболее широко используемыми гибкими фреймворками являются Scrum и Kanban.

Есть четыре основных особенностей гибкого метода:

- больше внимания уделяется людям и взаимодействиям, чем процессам и инструментам;
- рабочее программное обеспечение важнее документации;
- сотрудничество с клиентами важнее переговоров;
- процесс должен реагировать на изменения, а не слепо следовать плану.

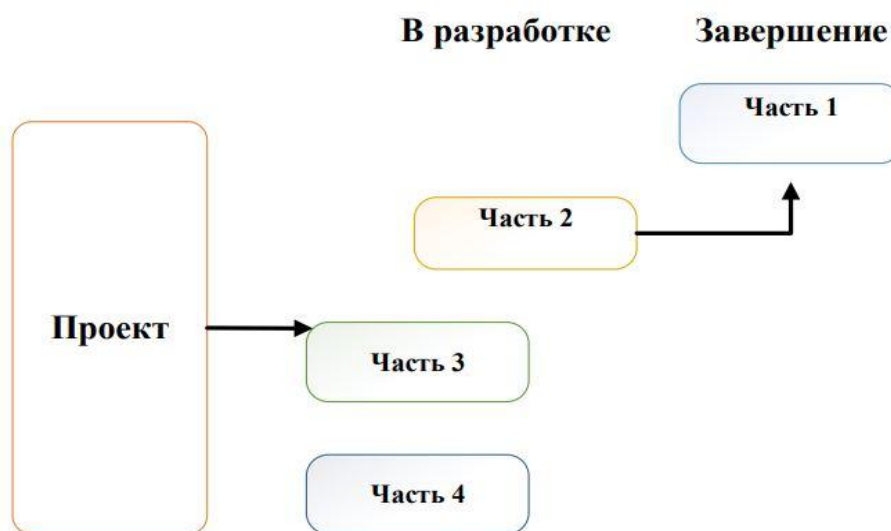


Рисунок 2. Схема гибкого метода управления проектами

В отличие от традиционного подхода в данном подходе, меньше времени тратится на предварительное планирование и расстановку приоритетов, поскольку Agile более гибок с точки зрения изменений и разработок в спецификации [4].

В таблице ниже показаны основные различия между традиционной и гибкой методологией проекта.

Таблица 1. Различия между традиционным и гибкого управления проектами

Характеристики	Гибкий подход	Традиционный подход
Сложность проекта	<ul style="list-style-type: none"> • Для более крупных и сложных проектов • Принимает во внимание различные этапы таких проектов. • Комфортно с любыми изменениями в развитии 	<ul style="list-style-type: none"> • Лучше всего подходит для небольших или менее сложных проектов • Следует линейный подход • Если что-то пойдет не так, процесс должен начаться заново

Адаптивность	<ul style="list-style-type: none"> • Адаптируется к изменениям • Принимает на себя просчитанные риски • Предусматривает различные сценарии на каждом этапе 	<ul style="list-style-type: none"> • Фазы нельзя пересматривать более одного раза • Не могу адаптироваться к быстрым изменениям • Время и усилия тратятся зря, если проект придется начинать заново из-за изменений.
Возможность дополнений и изменений	<ul style="list-style-type: none"> • Дополнения и изменения приветствуются • Постоянная обратная связь поощряется для лучшего результата в фиксированные временные рамки, которые есть у проекта. 	<ul style="list-style-type: none"> • Каждый процесс четко детализирован и определен в начале проекта. • Никаких серьезных изменений или дополнений не допускается • Сроки и бюджет реализации проекта фиксированы (они могут быть фиксированы с определенными ограничениями)

Гибкие методы отличаются от традиционных методов тем, что они отдают приоритет обратной связи и обучению, способствуя гибкости и сотрудничеству. Вместо установленного процесса они оставляют место для постоянно пересматриваемого и обновляемого плана действий, основанного на результатах, отзывах клиентов и последних результатах [5].

Безусловно, существует основной план, но он разбивается на несколько частей, так называемые спринты, которые представляют собой небольшие отрезки от целого проекта в целом, которые необязательно должны выполняться по порядку. Он используется в основном для проектов разработки программного обеспечения, поскольку характер этих проектов требует коллективных усилий.

Agile по сути является адаптивным и позволяет каждому члену команды вносить свой вклад в решения, которые необходимо принять на этом пути, и влиять на направление проекта. Agile полагается на отдельных членов команды, их опыт и приверженность проекту, а не на процессы. Он также имеет более мягкий подход к изменению переменных, таких как сроки и стоимость. В гибкой методологии каждый член команды разделяет владение проектом. Каждый из них играет активную роль, чтобы завершить спринт за расчетное время. В отличие от традиционного управления проектами, каждый, кто участвует в проекте, может легко увидеть прогресс от начала до конца[6].

Строгая структура традиционного метода управления означает, что после запуска процесса остается мало места для гибкости. Любые возможные изменения или переменные должны учитываться при предварительном планировании; в противном случае они приведут к массовым сбоям в процессе «сверху вниз», и проект будет затруднен. Все, кто участвует в этом процессе, должны как можно лучше выполнять отведенную им роль, и перемены обычно не поощряются. В то время как, благодаря гибкому управлению проектами процесс становится гораздо более гибким, так как члены команды могут свободно экспериментировать или подвергать сомнению план, если они считают это необходимым. Изменения могут быть внесены в процесс и продукт на любом этапе проекта. При использовании данного метода всегда приветствуются какие-либо новые идеи, учитывается

любая информация и выгодные альтернативы, которые могут возникнуть во время реализации проекта.

При традиционных методах управления проектами руководитель проекта работает самостоятельно над всем начальным планированием, наблюдает за всем процессом, делегирует работу членам команды и диктует негибкий структурированный метод. Члены команды, как правило, не имеют права голоса в направлении процесса, поэтому считается, что руководитель проекта несет единоличную ответственность за весь путь реализации проекта и несет полную ответственность.

В качестве альтернативы гибкое управление проектами предлагает более разделенную ответственность за проект. Все члены команды несут ответственность за различные части проекта, и поэтому каждый член также имеет право собственности. Все члены команды могут адаптировать план и работать по мере необходимости на протяжении всего проекта. Agile-методы требуют, чтобы члены команды сотрудничали, чтобы разработать план. Agile обеспечивает более высокий уровень прозрачности во время процесса, поскольку все участники осведомлены обо всем плане и постоянно находятся в курсе того, над чем все работают. Также показано, что более высокий уровень ответственности за проект улучшает вовлеченность и мотивацию [7].

Благодаря широкому признанию обратной связи в гибкой методологии, она стала предпочтительным выбором для многих менеджеров проектов и разработчиков программного обеспечения. Они могут отвечать на запросы клиентов по мере того, как клиенты получают возможность проверять каждую итерацию, которая позволяет им предоставлять высококачественный продукт или услугу в срок.

Итак, традиционные водопадные методы управления проектами лучше всего применять для менее сложных проектов, которые имеют мало зависимых переменных и ожидают незначительных изменений. Если у проекта есть четкая и определенная цель, и руководитель проекта точно знает количество ресурсов, времени и усилий, необходимых для ее достижения, то традиционный метод обеспечит наиболее эффективный способ завершения этого проекта. Гибкий метод - отличный вариант для более сложных проектов со множеством перекрывающихся или взаимосвязанных компонентов. Когда в проекте есть много переменных, которые могут измениться, или есть потенциал для обратной связи или обучения в рамках проекта, которые могут повлиять на результат, тогда agile является более подходящим средством для работы.

Список литературы

1. Вольфсон Б. Гибкие методологии разработки / Электронный ресурс. – Режим доступа. – [URL:http://adm-lib.ru/books/10/Gibkie-metodologii.pdf](http://adm-lib.ru/books/10/Gibkie-metodologii.pdf)
2. Сафонова Н.Р. Управление проектами в государственном секторе // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2020. – № 1-2. – С. 90-93;
3. Рудаков А.А Сравнительный анализ традиционной методологии проектного управления и гибкого управления инновационными проектами // Экономика и предпринимательство. - 2012. - № 6 (29). - С. 292-294.
4. Майк Кон. Scrum: гибкая разработка ПО = Succeeding with Agile: Software Development Using Scrum (Addison-Wesley Signature Series). — М.: «Вильямс», 2011. — С. 576. — ISBN 978-5-8459-1731-7.
5. Роберт С. Мартин, Джеймс В. Ньюкирк, Роберт С. Косс. Быстрая разработка программ. Принципы, примеры, практика = Agile software development. Principles, Patterns, and Practices. — Вильямс, 2019. — 752 с. — ISBN 0-13-597444-5.
6. Лапыгин Ю.Н. Управление проектами: от планирования до оценки эффективности. — М.: Омега-Л, 2008. — С. 252. — ISBN 978-5-370-00985-3.

7. Project Management Institute. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide) – Seventh Edition and The Standard for Project Management / Project Management Institute. — Project Management Institut, 2021. — C. 4. — 250 c. — ISBN 978-1628256642.

Управление рисками инвестиционного проекта в условиях пандемии COVID-19

Омаржанова А.М.¹

Специальность: Управление проектами, магистрантка 2 курса

Научный руководитель к.э.н, доцент Амирова А.У.²

^{1 2} Алматы Менеджмент Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

omarzhanovaa@gmail.com

Аннотация. Многие предприятия в условиях пандемии COVID-19 оказались на грани банкротства, большинство инвестиционных проектов закрылись даже до окончания инвестиционной фазы только по причине того, что пандемия воспринимается ими как неизбежное условие повседневного существования.

Ключевые слова: инвестиционный проект, пандемия, COVID-19, коронавирусная инфекция, управление рисками.

Аннотация. COVID-19 пандемиясындағы көптеген кәсіпорындар банкроттыққа тап болды, көптеген инвестициялық жобалар инвестициялық кезең аяқталғанға дейін жабылды, өйткені олар пандемияны күнделікті өмір сүрудің сөзсіз шарты ретінде қабылдады.

Түйін сөздер: инвестициялық жоба, пандемия, COVID-19, коронавирустық инфекция, тәуекелдерді басқару.

Annotation. Many enterprises in the conditions of the COVID-19 pandemic were on the verge of bankruptcy, most investment projects were closed even before the end of the investment phase only because they perceive the pandemic as an inevitable condition of everyday existence.

Keywords: investment project, pandemic, COVID-19, coronavirus infection, risk management.

Для инвестиционных проектов, которые развиваются за счет вложения акционеров, кризис проявляется в уменьшении или полном отсутствии определенных источников финансирования. Выживание в кризис и будущее компании зависит исключительно от участия банка или государства в проекте. В кризис это очень проблематично, но возможно.

Идеальный вариант - уметь предвидеть кризис и своевременно разработать меры противодействия кризису, чтобы избежать возможных ужасных последствий. Это если у компании есть соответствующие услуги, чтобы справиться с этими ожиданиями (как правило, только крупные и высокоразвитые компании могут позволить себе создавать такие услуги), или компания специализируется на этом. Организация - довольно дорогая услуга, если у вас есть возможность регулярно заказывать такие исследования у себя дома, но для девелоперской компании это не ожидаемые затраты на проект.

Часто возникает другая ситуация - кризис случается совершенно неожиданно. Политика антикризисного реагирования в данном случае предполагает два этапа реализации:

1. Осведомленность о кризисах

2. Пересмотр системы оперативного и стратегического управления с учетом изменений в развитии компании.

Пандемия COVID-19 и меры по борьбе с ней внесли существенные коррективы в работу многих секторов экономики, в том числе в сфере инвестиций.

Пандемия COVID-19 значительно дестабилизировала инвестиционный рынок. В то же время некоторые секторы экономики и бизнеса находятся в очень сложной ситуации и

переживают серьезный спад, в то время как другие успешны и извлекают выгоду из сложившейся ситуации. В современных условиях опытные инвесторы видят новые возможности и перспективные направления для реализации инвестиционных проектов. Главный вопрос - в какие инвестиционные проекты стоит вкладывать деньги, а в какие – нет [1, с. 55].

Значимой тенденцией последнего времени стал рост инвестиций в такие отрасли экономики как фармацевтика, логистика, информационные и «зелёные» технологии, переработка сельхозпродукции.

Абсолютно все компании так или иначе вовлечены в инвестиционную деятельность. В реализации привлекательных и прибыльных инвестиционных проектов заинтересованы как крупные корпорации, так и индивидуальные инвесторы. Инвестиционные решения основаны на множестве факторов, включая прибыльность инвестиций, ограниченные финансовые ресурсы и стоимость реализации конкретного инвестиционного проекта [2, с.46].

Наиболее перспективными направлениями экономики для реализации сегодняшних инвестиционных проектов являются ИТ-сектор. Использование информационных технологий в сфере услуг сейчас как никогда важно в контексте пандемии коронавируса COVID-19. Если раньше ИТ в различных секторах экономики, в том числе в сфере услуг, играли вспомогательную роль и использовались достаточно избирательно, то сейчас они остро нуждаются.

В рамках ограничений, накладываемых на путешествия и измерение социальных расстояний, предприятия и потребители активно внедряют цифровые решения, чтобы продолжать свою деятельность удаленно. Информационные технологии вносят свой вклад в перевод медицины, образования и работы в онлайн-среду, делая возможным онлайн-покупки и обмен информацией. В результате инвестиции в реализацию инвестиционных проектов в сфере ИТ очень привлекательны [3, с. 11].

Перспективы реализации инвестиционных проектов в этой сфере следующие:

Один из сегментов информационных технологий - облачные сервисы. Число пользователей облачных сервисов увеличивается. Это связано с тем, что при большой нагрузке эта инфраструктура может быстро добавить емкость. В этом направлении ведется масштабное развитие, и реализация проектов в этом направлении чрезвычайно выгодна как для компаний, так и для индивидуальных инвесторов.

Также в сложившейся ситуации все более актуальной становится бесперебойная работа систем связи. Однако на сегодняшний день многие люди не могут воспользоваться преимуществами космических технологий онлайн. Реализация инвестиционных проектов в этом направлении дает не только экономические выгоды, но и социальные выгоды.

Следующее перспективное направление для реализации инвестиционных проектов - фармацевтика. С ростом заболеваемости коронавирусными инфекциями население все больше обеспокоено состоянием здоровья, в том числе гражданами и государственными учреждениями (государственные аптеки, больницы, клиники и т.д.) И коммерческими предприятиями (частные аптеки, магазины и т.д.). В результате как компании, так и индивидуальные инвесторы заинтересованы в реализации инвестиционных проектов в этой сфере для удовлетворения быстро растущего спроса и прибыли [4, с. 113].

Еще одно перспективное направление - индустрия компьютерных игр. Регион стремительно развивается и набирает обороты за счет самоизоляции населения страны. На него также повлияла блокада, а закрытие мест отдыха, таких как кинотеатры, рестораны, торговые и развлекательные центры, музеи и спортивные сооружения, привело к активному поиску альтернативных развлечений. В результате спрос на видеоигры и игровую индустрию в целом увеличился, и даже Всемирная организация здравоохранения предлагает гражданам играть в видеоигры дома, чтобы абстрагироваться от текущих событий, связанных с COVID-19. Так, десятки разработчиков игр работали с ВОЗ над созданием единого движения. Суть в

том, чтобы объединить всех игроков в онлайн-пространстве, не выходя из дома. В связи с этим аналитики прогнозируют, что мировая индустрия видеоигр вырастет на 20%.

Учитывая вышесказанное, компаниям и индивидуальным инвесторам необходимо обратить внимание на реализацию инвестиционных проектов в области платформ для стриминга видеоигр, поскольку в настоящее время они представляют собой быстрорастущую творческую индустрию [5, с. 18].

Текущая ситуация, связанная с пандемией COVID-19 - это впервые в истории человечества широкомасштабные информационные технологии для обеспечения безопасности граждан и их рабочих мест, сохраняя при этом связь с внешним миром, несмотря на принудительный карантин.

Безусловно, сложившаяся ситуация побуждает человечество переосмыслить свое стратегическое развитие ИТ.

И это, как следствие, приведет к увеличению количества новых инвестиционных проектов в этой сфере в этом году.

В период пандемии также было принято постановление Правительства Республики Казахстан, согласно которому перечень видов деятельности определялся в соответствии с государственным классификатором видов экономической деятельности, согласно которому для доли отдельных видов налоговых и социальных выплат фонда заработной платы был установлен поправочный коэффициент "0".

Кроме того, в результате совместной работы ICRIAP РК, АО "Зерде Холдинг" и местных исполнительных органов (акиматов) о важности Республики Казахстан и работы ИТ-компаний в областных городах в целях оказания всесторонней поддержки ИТ-рынку Казахстана в случае чрезвычайной ситуации, с конца 4 года по начало 5-го месяца ИТ-компания возобновили работу во всех городах Казахстана [6, с.76].

Следует отметить, что ИТ-компании, финансовое состояние которых ухудшилось в результате введения чрезвычайных ситуаций, были освобождены от уплаты штрафов и пени за несвоевременную выплату основного долга и/или компенсации по банковским кредитам и/или договорам микрокредитования. В рамках реализации поручений, данных Президентом Республики Казахстан Касым-Жомартом Токаевым на заседании Государственного комитета по чрезвычайным ситуациям, которые также включали выплату крупных долгов и (или) компенсаций индивидуальным предпринимателям и субъектам малого бизнеса, финансовое состояние которых ухудшилось в результате введения чрезвычайных ситуаций, акиматы Нур-Султана и Алматы повысили арендную плату за совместное имущество НПП "Атамекен" Согласно информации, с 20 мая прошлого года произошло возникновение арендных платежей сроком на 3 месяца для государственных, территориальных объектов недвижимости для малых и средних предприятий были отстранены от работы. Также местный исполнительный орган совместно с региональной палатой предпринимателей предусматривает возможность освобождения от арендной платы субъектов малого и микробизнеса, осуществляющих предпринимательскую деятельность в сфере коммерческой недвижимости. [7, с. 23].

Нами предложены следующие меры по управлению рисками инвестиционных проектов в условиях пандемии.

- Важное управление ресурсами.
- Управление человеческими ресурсами;
- Управление финансовыми ресурсами.

Важное управление ресурсами включает:

1. Обеспечьте строжайшую экономическую систему материальных ресурсов.
2. Работайте строго по плану работы. Операционный план должен быть создан, даже если производство временно остановлено, чтобы поддерживать жизнь компании. Незапланированные длительные простои в работе предприятий.

3. Инвентаризация имеющихся запасов для максимального использования в производстве.

4. Производство и планирование приобретения и потребления материалов в установленных пределах, а также строгий контроль со стороны экономических служб. Это определяется на основании оперативного плана.

5. Из-за нехватки финансовых ресурсов возможность выполнять нормальные технические процессы, особенно регулярный профилактический капитальный ремонт, ограничена, а оборудование и механизмы эксплуатируются таким образом, чтобы избежать серьезных сбоев: Сменное обслуживание; ежедневное управление машинами и энергетическими службами для правильной работы машин и оборудования рабочими, применение дисциплинарных мер в случае неадекватной оценки [8, с. 34].

Управление человеческими ресурсами включает:

1. Приказ от компании предупреждает сотрудников компании о текущем кризисе и контактах напрямую между штаб-квартирой и командой посредством встречи. Это должно быть сделано в первую очередь для «смягчения» ситуации и избежания возможных волнений общественности.

2. По возможности избегайте самых крайних способов сокращения численности персонала путем разработки мер управления персоналом, а именно:

- Изменения в графике работы - сокращение рабочих недель,
- Простой из-за временной остановки производства из-за уплаты 2/3 тарифов по трудовому законодательству Республики Казахстан,
- В условиях кризиса на макроуровне даже возможность задержки выплаты заработной платы является более лояльным средством, чем безработица, учитывая, что предложение на рынке труда составляет одну десятую спроса.

Управление финансовыми ресурсами включает:

1. Строгий контроль расходов: уделите приоритетное внимание основным материалам и услугам. Без него было бы невозможно производить и обеспечивать жизнь компании во время простоя.

2. Управление кредиторской и дебиторской задолженностью. В условиях кризиса образование «ненормальной» кредиторской и дебиторской задолженности неизбежно, поэтому требуется следующее:

- Погашение кредиторской задолженности (полностью или частично) в пользу контрагентов, производство которых необходимо для поставки критически важных ресурсов, или (по умолчанию) контрагентов, способных к долгосрочным разбирательствам.
- Отношения с дебиторами должны выстраиваться таким образом, чтобы поддерживать потребителей, которые, с одной стороны, отдают предпочтение продаже товаров, а с другой стороны, могут оплачивать поставки вовремя или с минимальной задержкой. У нас есть перспектива сотрудничества с другими потребителями, чтобы сохранить рыночную нишу и расширить рынок сбыта.

3. Если у вас хорошая докризисная кредитная история и деловая репутация, вам стоит подумать о получении краткосрочной ссуды для пополнения оборотных средств вашего проекта.

Кроме того, стратегическое управление в условиях пандемии является вторым элементом политики антикризисного управления инвестиционного проекта. Несмотря на COVID-19, мы не должны упускать возможность для компаний, которые смотрят в будущее проекта. Продвигайте свой проект и привлекайте потенциальных инвесторов и кредиторов даже в кризисных ситуациях [9, с. 24].

Текущая ситуация, связанная с пандемией COVID-19, является первой в истории человечества крупномасштабной информационной технологией, обеспечивающей безопасность граждан и их рабочих мест при сохранении контакта с внешним миром,

несмотря на принудительный карантин [10, с. 6].

Понятно, что сложившаяся ситуация побуждает человечество переосмыслить стратегическое развитие ИТ, что приведет к увеличению количества новых инвестиционных проектов в этой сфере в этом году [11, с. 71].

Преодолеть кризис за счет правильной организации процесса управления рисками инвестиционного проекта, наличия нужных специалистов высокого уровня, понимания каждым членом команды конечной цели проекта и усилий на пути к успеху - вы позитивны. Кроме того, вы получите результат. И дальнейшее развитие гарантировано.

Список литературы

1. Утигалиева, А.В. Влияние пандемии COVID-19 на реализацию инвестиционных проектов в России и ее перспективных регионах / А.В. Утигалиева. -Текст: Директ // Молодой ученый. -- 2021 г. -№ 20 (362). -С.280-281.
2. Князев И., Рузаева Е. Операционный менеджмент как средство финансового менеджмента в условиях кризиса / И. Князев, Э. Рузаева // Финансовая газета. -2019.- №18. - (Консультант по источникам плюс)
3. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов: третья редакция, исправленная и дополненная. / М-во экон. РФ, М-во фин. РФ, ГК РФ по стр-ву, архит. и жил. политике. М.: ОАО «НПО «Изд-во «Экономика», 2017. - 421 с.
4. Гущин В.В. Инвестиционное право: учебник / В.В. Гущин, А.А. Овчинников.– М. : Эксмо, 2015. – 624 с.
5. Ковалевская Н.Ю. Экономическая эффективность инвестиционных проектов : учеб. Пособие / Н.Ю. Ковалевская. – Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2015. – 115 с.
6. Аллавердян В. В. Инвестиционный консалтинг : учеб. пособие / В. В. Аллавердян. – Ростов н/Д : 2017. – 179 с.
7. Музалевский А.А. Управление рисками: Учебное пособие. - СПб .: РГГМУ, 2020. - 56 с.
8. Доронина Н.Г. Проблемы и пути развития российского инвестиционного законодательства / Н.Г. Доронина // Журнал российского права. - 2018. - № 6. С. 5-14.
9. Кейнс Дж. Общая теория занятости, процента и денег / пер. с англ. Н.Н. Любимова; Эд. Л.П. Куракова. М., 2019.
10. Кочкаева Д.О. Экономическая эффективность инвестиционной деятельности / Д.О. Кочкаева // «Научно-практический журнал Аллея науки». - 2019. - №3 (30). - С. 1-4.
11. Чепкасов В.В. Инвестиции: понятие и основные виды / В.В. Чепкасов // «Научно-практический электронный журнал Аллея науки» №5 (21) 2019.

Цифровая трансформация банковской структуры в экономике современного Казахстана

Пак В.

Специальность: Финансы, магистрант 2 курса
Алматы Менеджмент Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. Данная статья включает основополагающие аспекты реструктуризации банковской системы в экономике современного Казахстана на основе развития, внедрения технологий и цифровизации – тенденции разработки и внедрения цифровых новшеств в банковской структуре, влияющие на экосистему банков, банковские продукты и технологии, бизнес-процессы.

Целью исследования, рассматриваемой в статье, является сравнительный анализ на основании цифровой трансформации в экономике современного Казахстана и в зарубежном опыте. Изучение практики и положения цифровых технологий в банковском секторе на данный момент, выявление потенциальных возможностей развития финансовых технологий, выявление основных проблем и предполагаемые решения.

В данной статье используется методология, включающая подробный качественный анализ отечественного и зарубежного опыта в использовании ключевых цифровых разработок в банковском секторе при стратегическом планировании, риск-менеджменте, мониторинге и оценке управленческих решений способствует выявлению приоритетных направлений применения цифровизации в последующих периодах.

Цифровая банковская система в экономике современного Казахстана, основываясь на базе услуг традиционных банков, вывела банковские услуги на новый уровень. С динамично развивающейся средой увеличиваются запросы со стороны клиентов, что привело к новому подходу к клиентскому обслуживанию и применения модели операционной деятельности. Результаты исследования демонстрируют быстрое реагирование со стороны банковского сектора в обслуживании клиентов, предоставления широкого спектра услуг и разработки технологических решений, соответствующие клиентским запросам.

Ключевые слова: цифровизация, финансовые технологии, кибербезопасность, безналичные платежи и переводы, искусственный интеллект, банковский сектор.

Abstract. This article includes the fundamental aspects of restructuring of the banking system in the economy of modern Kazakhstan based on the implementation of technologies and digitalization - trends in the development and implementation of digital innovations in the banking structure that affect the banking ecosystem, banking products and technologies, and business processes.

The purpose of the research discussed in this article is to perform a comparative analysis on the basis of digital transformation in the economy of Kazakhstan and that in foreign experience. The article studies the current digital landscape in the banking sector, identifies potential fintech opportunities, determines key issues and proposes potential solutions.

This article uses a methodology that includes a detailed qualitative analysis of Kazakhstan and foreign experience of using key digital innovations in the banking sector, in particular, in strategic planning, risk management, monitoring and assessment of management decisions, and helps to identify areas for the use of digitalization in subsequent periods.

The digital banking system in the economy of modern Kazakhstan, based on the services of traditional banks, has brought banking services to a new level. With a dynamic environment, customer demand is increasing, leading to a new customer experience and operating model. The results of the survey demonstrate the rapid response of the banking sector in serving clients, providing a wide range of services and developing technology solutions that meet client needs.

Key words: digitalization, fintech, cyber security, cashless payments and transfers, artificial intelligence, banking.

Аннотация. Бұл мақала технологияларды әзірлеу, енгізу және цифрландыру негізінде қазіргі Қазақстан экономикасындағы банк жүйесін қайта құрылымдаудың іргелі аспектілері – банктердің экожүйесіне әсер ететін банк құрылымындағы цифрлық инновацияларды дамыту және енгізу тенденциялары, банктік өнімдер мен технологиялар, бизнес-процестер мәселелерін қамтиды.

Қарастырылып отырған мақаланың зерттеудегі мақсаты – қазіргі Қазақстан экономикасындағы және шетелдік тәжірибедегі цифрлық трансформацияға негізделген салыстырмалы талдау жасау. Қазіргі уақытта банк секторындағы цифрлық технологиялардың тәжірибесі мен позициясын зерделеу, қаржылық технологияларды дамытудың әлеуетті мүмкіндіктерін анықтау, негізгі проблемалар мен ұсынылған шешімдерді анықтау.

Бұл мақалада стратегиялық жоспарлауда, тәуекелдерді басқаруда, басқару шешімдерін бақылауда және бағалауда банк секторындағы негізгі цифрлық әзірлемелерді пайдаланудың отандық және шетелдік тәжірибесін егжей-тегжейлі сапалы талдауды қамтитын әдістеме қолданылады, бұл кейінгі кезеңдерде цифрландырудың басым бағыттарын анықтауға көмектеседі.

Дәстүрлі банктердің қызметтеріне негізделген қазіргі Қазақстан экономикасындағы цифрлық банкинг жүйесі банктік қызметтерді жаңа деңгейге шығарды. Динамикалық орта жағдайында тұтынушылардан сұраныстар артып келеді, бұл тұтынушыларға қызмет көрсетуге және операциялық үлгіні қолдануға жаңа көзқарасқа әкелді. Зерттеу нәтижелері банк секторының клиенттерге қызмет көрсетуге, қызметтердің кең спектрін ұсынуға және клиенттердің қажеттіліктерін қанағаттандыратын технологиялық шешімдерді әзірлеуге жылдам әрекет етуді көрсетеді.

Түйін сөздер: цифрландыру, қаржылық технологиялар, киберқауіпсіздік, қолма-қол ақшасыз төлемдер мен аударымдар, жасанды интеллект, банк секторы.

Введение

Трансформация в экономическом сегменте банковского сектора подразумевает внутренние перемены, обусловленные изменением подхода к бизнес-процессам. Внедрение цифровых разработок в банковские сферы услуг имеет положительную практику среди клиентов – это способствует стимулированию развития новых платформ взаимодействия с банками. На сегодняшний день интегрированные цифровые технологии позволяют пользователям переходить на новые уровни взаимодействия между собой и бизнесом, что существенно упрощает использование банковских услуг. В процессе формирования устойчивых отношений между банками и клиентами принимается во внимание поведенческое реагирование со стороны клиента, в результате чего со стороны банка предлагаются наиболее эффективные решения. На данный момент банковский сегмент рынка делает основной упор на цифровизацию, поскольку данная тема актуальна среди потенциальных клиентов и упрощает банковские процедуры на ежедневной основе. Термин “цифровая трансформация” предполагает существенные изменения в технологическом аспекте развития, которые присущи всем сферам деятельности. Гибкая оперативность проведения банковских услуг и платежей, упрощенная коммуникация и обратная связь стали стандартными ожиданиями со стороны клиентов. Поскольку стремительно развивающаяся цифровизация банковских структур охватывает весь диапазон основных банковских услуг, которые в данный момент необходимы клиентам, при этом с

каждым днем наблюдается тенденция к внедрению все большего количества инноваций.

Предлагаемая система интеграции прозрачных банковских операций и директивы о платежах способствуют стимулированию развития IT-технологий в банковском секторе.

Литературный обзор

На текущий момент множество научных работ посвящены теме инноваций, происходящие в реструктуризации банковской системы. В данной статье были исследованы фундаментальные работы зарубежных и отечественных авторов. Основной обзор сводится к изучению развития безналичных платежей и переводов на уровне зарубежных стран и потенциальное использование в казахстанских банковских системах. Аубакирова Ж.Я. и Ердеш Э.Б. в своей статье ранее рассматривают тенденции развития банковских структур в условиях цифровизации за 2019 г., в то время, когда данное направление банковского сектора набирала обороты [1]. В данной научной работе рассматривается опыт зарубежных стран по сравнению с Казахстаном, тем самым были выявлены направления с большим потенциалом роста. В качестве основных проблем, которые замедляют процесс внедрения финтех-решений являются уровень кибербезопасности страны, система увеличения поступлений бюджет, путем создания облегченного интерфейса для проведения банковских операций, охват населения (около 20% взрослого населения пользуется интернет-банкингом). В рамках цифровой глобализации были выдвинуты государственные программы развития: Государственная Стратегия «Казахстан-2050», Государственная Программа «Цифровой Казахстан-2020», включающие стратегическое планирование развития банковского сектора с внедрением инновационных технологий [3,5]. Зарубежные авторы также приводят анализируемые результаты в своих статьях относительно изменения в реструктуризации банков на локальном опыте, так например обобщенное состояние цифровой экономики и возможности потенциального развития рассмотрены в статье авторов Corbe и Burnette [6,7]. Надежно выстроенная система обслуживания продуктов (PSS) благоприятно влияет на значимые показатели экономического и социального характера с применением цифровых технологий. Внедрение инновационных спецификаций обновленной информационной системы, технологии социального трейдинга и использование работа-консультанта, в качестве работника с клиентами представляют Гальпер М.А., Кибасов В.В., Никитина Т.В. [8]. К тому же необходимо затронуть процесс шифрования и хранения данных с точки зрения кибербезопасности, наблюдаемые в работах Масленникова и Федотовой. Нормативно-правовые акты, установленные Национальным банком, регламентируют основные требования к кибербезопасности инновационных банковских систем. Используя сравнительный анализ, необходимо свести данные о современном состоянии банковских систем на мировом уровне в общую картину, с учетом взаимоисключающих показателей [9]. Подробный анализ приведен в основной части статьи, а умозаключение, проделанное на основе прогноза дальнейшего развития рассмотрено в заключении.

Методология

В основе данного исследования используется методологическая система, которая предполагает дедуктивный и индуктивный анализ материала – фундаментальные исследования зарубежных и отечественных авторов в области развития цифровизации в банковских структурах, технологии развития в цифровой экономике Казахстана, государственные программы развития цифровизации. В качестве общенаучных методов применялись сравнение, анализ и синтез, формализация. Методом сравнения определялись общие и особенные характеристики цифровизации банковских структур в условиях современных инноваций. Структурно-системный анализ банковского сектора выявит

изменения и взаимосвязь между основными компонентами, на основе данного анализа будет выделен компонент, отражающий в полном виде особенности анализируемых объектов. Анализ данных в научной статье производится на основе применения общенаучных методов исследования посредством сравнительного, логического и статистического анализа, а также используя анализ структуры и динамики устойчивости банковского сектора, методы финансового анализа.

Результаты

Согласно проведенным исследованиям по цифровизации структуры банковского сектора был выявлен тренд к улучшению положения цифровых инноваций и открытие новых потенциальных путей развития. На сегодняшний момент инновационные решения цифровизации занимают устойчивое положение на рынке дистанционных банковских услуг, став неотъемлемой частью жизни клиентов. Предполагается, что заданный курс динамичного развития продолжит существенно сказываться на банковские структуры и спектр оказываемых услуг, к примеру зарубежная практика показывает успешное функционирование интеграции биометрических технологий. Статистика показывает, что в системах онлайн банкинга зарегистрировано около 10 миллионов клиентов, при этом доля пользователей, осуществляющих регулярные финансовые операции (платежи и переводы) составляет порядка 35%. На состоянии экономики современного Казахстана сказывается преобладающее пользование дистанционными услугами безналичных платежей над традиционными, количество платежей через POS-терминалы также значительно уменьшилось с появлением новых платежных путей, которые основываются на QR-коде. В данном случае государство выступает в качестве регулирующего агента, поскольку данные изменения подвигают к существенным изменениям в структуре экономики страны. На данный момент со стороны государства планируются поправки в налоговом кодексе и вступающих в силу с 1 января 2022 г., согласно которым будет внедряться разделение банковских переводов физических лиц и мобильных платежей, осуществляющиеся в предпринимательских целях. Поскольку упрощенная передача средств – переводы, быстро нашли свое применение у предпринимателей малого бизнеса, что затрудняет государственный надзор над их оборотом. Каждый день через банковские переводы производятся транзакции более 500 тысяч раз. В соотношении, данные переводы превышают сумму в 6 млрд. тг. [11].

Сотрудники, работающие в финансовом секторе и имеющие специализацию по внедрению инновационных технологий, увеличивают объем анализа практической стороны взаимодействия цифрового решения и клиента. Следовательно, залог ключевого успеха цифровых технологий в экономике заключается не только в разработке новых продуктов и информационной базе, но и правильные методы обработки данных. В мировой практике успешно сочетаются цифровизация и базы данных клиентов, поскольку два атрибута взаимосвязаны между собой и предоставляют возможность взглянуть как клиентские данные влияют на клиентский опыт. Отличным примером являются корпорации Amazon, Google, Facebook, которые благодаря данным технологиям показали высокие результаты в период пандемии [12].

Современная система e-banking позволяет пользователям воспользоваться новыми услугами и финансовыми продуктами, которые упрощает процесс операций с денежными средствами, предоставляют доступ к расширенному спектру услуг и платежам в одном приложении. Подобного рода анализ способствует смене роли человека в технологических процессах и подводит к большому потенциалу для реструктуризации финансовых организаций.

Исходя из данных опроса Bankrate было проанализировано текущее состояние

положения банковского сектора в глазах клиентов, результаты демонстрируют, что 30% респондентов в возрастном диапазоне 18-40 лет предпочитают хранить денежные средства на сберегательных счетах в продолжительной перспективе (10 и более лет), в то время как 21% респондентов от 40 лет, считают что сберегательные счета в электронном формате тоже являются лучшим вариантом хранения сбережений [13].

В результате цифровизация подразумевает огромные возможности в финансовых технологиях, основными из которых являются оперативное, упрощенное обслуживание клиентов и прирост информационной базы клиентов.

Цифровизация банковского сектора Казахстана и внедрение FinTech

Цифровизация банковских структур на равне с интеллектуальным капиталом становятся ключевыми факторами современной тенденции развития экономики не только Казахстана, но и во всем мире. Данные факторы полноценно отражают свое влияние на стимулирование разработок в структурах интернет-банкинга, повышают коэффициент экономического роста, способствуют интеграции цифровых систем во всех сферах деятельности, включая промышленность.

С увеличением потенциала цифровизации банковских систем в условиях пруденциальных ограничений и устойчивых изменений конкуренции на рынке появились финтехкомпании, необанки, IT-подразделения, которые повлияли на специфику работы традиционных банков, что существенно сказывается на поиск новых источников доходов. В данном случае, основным решением со стороны банковского сектора выступает разработка новых цифровых банковских продуктов. В Казахстане успешно выполняют свою деятельность дополнительные онлайн-приложения с обширным спектром услуг согласно Таблице 1 (Kaspi.kz, Halyk, Сбербанк и т.д.), в основании которых лежит концепция дистанционных каналов обслуживания. Согласно исследованию процентное соотношение горизонтального анализа по годам количество операций, совершенных дистанционным методом, посредством мобильного и интернет-банкинга заметно увеличивается.

На данный момент онлайн-приложения полноценно обеспечивают клиентов рядом финансовых услуг, которые ранее оказывались в отделениях традиционных банков. Согласно данным, около 70% клиентов используют дистанционный банкинг. К тому же банковские приложения увеличивают спектр оказываемых услуг, тем самым смещая акцент не только на безналичные переводы, но и на дополнительные финансовые операции по всем спектрам услуг. С другой стороны, показатель уровня дистанционного обслуживания со стороны банков еще требуется в дополнительных разработках, поскольку коэффициент распространения интернета принимает высокое значение по сравнению со странами СНГ, что свидетельствует о открытых возможностях потенциального роста.

Дата публикации рейтинга: 09 июля 2021




МЕСТО	ПРОФАЙЛ	АКТИВЫ, МЛРД ТЕНГЕ	NPL, %	ДЕПОЗИТЫ, МЛРД ТЕНГЕ	СОБСТВ. КАПИТАЛ, МЛРД ТЕНГЕ
1	 Народный Банк	9971,7	3,8	7344,6	1400,0
2	 Сбербанк	3166,8	5,4	2151,2	299,8
3	 Kaspi Bank	2809,0	6,7	2247,3	254,1
4	 АО «Отбасы банк»	1708,2	0,2	1097,1	283,4
5	 ForteBank	2159,7	7,2	1425,2	256,7

Таблица 1. Рейтинг банков Казахстана за 2021 г.

Основополагающим звеном и драйвером инновационных решений в банковском секторе являются цифровые технологии. В настоящее время актуальными инструментами являются анализ больших объемов данных Bigdata, машинное обучение, искусственный интеллект, консалтинговые услуги при обслуживании на основе программного обеспечения, технологии блокчейн. Основываясь на трендах инновационных технологий, предлагаются решения с большим коммерческим потенциалом, перешедшие в онлайн среду. Довольный клиент залог прогрессивного развития цифрового сектора банкинга, поскольку реализация всех потребностей клиента является мотивацией для разработки новых финтех продуктов.

Основываясь на данные отчета, предоставленного МФЦА в 2019 году, положение цифрового потенциала в экономике современного Казахстана на базе интернет-платформ занимает лидирующие позиции среди стран СНГ. Исходя из данной статистики, больше половины населения (около 80%) имеет регулярный доступ в интернет. Тенденцию успешного развития внедрения цифровизации в банковские структуры подтверждают данные Нацбанка, исходя из материалов, количество дебетовых карт увеличилось с 16 до 31 млн за последние 6 лет. К тому же, данный рост клиентской базы способствует увеличению количества предоставляемых услуг и операций со стороны банковского сектора. Так же наблюдается увеличение количества банковских POS-терминалов в 3 раза (до 163 тыс.), банкоматов (до 12 тыс.) и банковских платежных терминалов (до 17 тыс.). На данный момент проведение безналичных платежей стало повседневной необходимостью для большинства граждан, развитие данной услуги повлекло увеличение количества переводов, согласно статистике, данный показатель увеличился примерно в 10 раз [10]. Удобность и легкость в использовании обеспечивает постоянный прирост клиентской базы, при этом банковские структуры расширяют спектр оказываемых услуг.

Разработка и внедрение инновационных решений цифровых технологий банков имеет ряд положительных аспектов как для клиента, так и для самого банка. Проведении операций через интернет или онлайн-банкинг уменьшает издержки и простая процедура банковских услуг на основе IT-решений увеличивает количество и скорость операций. Согласно статистике, использование сквозного шифрования данных по услугам и платежам, куда входит реализация инновационных продуктов и сервисное обслуживание, способствует уменьшению затрат в среднем на 50%. В ближайшем будущем ожидается реформация со стороны налоговых служб, поскольку проведение безналичных операций способствует уменьшению контроля со стороны государства за оборотами малого бизнеса, потому что многие пользователи-предприниматели не используют ККМ либо POS-терминалы. Следовательно, со стороны банков был предложен продукт альтернативный кассовым аппаратам, позволяющий заниматься своей деятельностью через дополнительное приложение. Например, проведение платежей и переводов происходит в kaspi.kz, а kaspi pay создан как раз для предпринимателей.



Рисунок 1. Динамика обязательств kaspi.kz (консолидированная финансовая отчетность)

Дополнительное влияние оказывают банковские сектора со стороны кредитования, при этом лишь некоторые банки позволяют себе оперировать с повышенным кредитным плечом. Так, например финансовые показатели kasp1.kz по обязательствам демонстрируют среднее увеличение обязательств с 2020 по 2 квартал 2021 года с 1,969,743 млн. тг. до 2,589,119 млн. тг. Согласно Рисунку 1, с соответствующим средним темпом прироста за 2020 г. равный 3%, в то время как с 1 по 4 квартала 2020 года темп прироста увеличился на 8%.

Заключение

Применение инновационных решений цифровизации на основе банковских систем имеет огромный успех и положительно влияет на трансформацию банковского сектора. Однако дальнейшее развитие и устойчивость положения банковских инноваций будет зависеть от ряда факторов. В результате исследования было выявлен вопрос кибербезопасности, который лежит в основе недоверия со стороны клиента к цифровым инновациям в банковском секторе. Были рассмотрены практические примеры интеграции цифровых технологий на примерах разных стран, где уже применяются роботизированные элементы при обслуживании. В Казахстане заметен прогресс развития обслуживания клиентов, поскольку разрабатываются и вводятся в эксплуатацию все больше технологических решений, соответствующих запросам клиентов.

В заключении цифровая трансформация Казахстана показывает результаты высокого уровня среди стран СНГ, однако остаются огромные возможности развития цифровых инноваций, стремление к новому уровню взаимоотношения с клиентами, прогрессирование в защите конфиденциальности данных. В совокупности инновации цифровизации разрабатываются постоянно и интегрированное использование с базами данных клиентских отчетов позволяет достичь успешных результатов реализации новых решений и удовлетворения потребностей клиентов.

Список литературы

1. Аубакирова Ж.Я., Ердеш Э.Б. Цифровая трансформация: переход банков к цифровизации и инновациям: The Journal of Economic Research & Business Administration №1 (127), 2019. 33 с.
2. Хельм Т., Сыздыков Н. Трансформация экономики Казахстана // Фонд имени Конрада Аденауэра, 2019.
3. Госпрограмма «Цифровой Казахстан» утверждена постановлением Правительства РК №827 от 12.12.2017
4. Рейтинг Forbes Kazakhstan, Рейтинг банков Казахстана – 2021, 2021. https://forbes.kz/ranking/rejting_bankov_kazahstana - 2021
5. Закон Республики Казахстан от 31 августа 1995 года № 2444 «О банках и банковской деятельности в Республике Казахстан» Глава 7-1.
6. Courbe J., Lyons J. Financial services technology 2020 and beyond: Embracing disruption <https://www.pwc.com/gx/en/industries/financial-services/publications/financial-services-technology-2020-and-beyond-embracing-disruption.html>
7. Burnette M. Is Online Banking Safe? How to Boost Your Banking Security, <https://www.nerdwallet.com/blog/banking/online-banking-security/>
8. Никитина Т.В., Никитин М.А., Гальпер М.А., Кибасов В.В. Финансовые технологии в области инвестирования // Известия СПбГЭУ. – 2017. – №3 (105), <https://cyberleninka.ru/article/n/finansovye-tehnologii-v-oblasti-investirovaniya>
9. Bradford L. What you need to know about cybersecurity in 2018, <https://www.forbes.com/sites/laurencebradford/2018/03/30/why-people-should-learn-about-cybersecurity-in-2018/>

10. Спиридонов А. Какое будущее у финтеха в Казахстане?, 2020. <https://kapital.kz/tehnology/84201/kakoye-budushcheye-u-fintekha-v-kazakhstane.html>
11. Новые технологии развивают рынок платежных услуг. – 2017, <https://www.kazpravda.kz/fresh/view/novie-tehnologii-razvivaut-rinok-platezhnih-uslug>
12. Banking in a digital world, <https://www.atearney.com/financial-services/article/?a/banking-in-a-digital-world>
13. Журнал - Экономичный калькулятор, <https://www.bankrate.com/calculators/index-of-checking-savings-calculators.aspx>

Фальсификация финансовой отчетности

Сапиева А.Т.¹, Чен К.А.², Плужникова С.А.³, Исмухамбетова З.Н.⁴

Специальность: Учет и аудит, студенты 3 курса

Научный руководитель: МВА, Professor of Practice З.Н. Исмухамбетова⁵
^{1 2 3 4 5} Алматы Менеджмент Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация: В данной статье освещены понятия фальсификации финансовой отчетности и ее влияния на финансовую отчетность в целом через призму крупнейших мировых случаев искажения финансовой отчетности и мнения международных экспертов по данной теме. Помимо этого, представлены наиболее известные методы фальсификации финансовой отчетности и решения по их предотвращению.

Ключевые слова: фальсификация, финансовая отчетность, финансовые показатели, ошибки, искажения, аудиторская проверка.

Annotation: This article highlights the concept of falsification of financial statements and its impact on financial statements as a whole through the prism of the world's major cases of misstatement of financial statements and the opinions of international experts on this topic. In addition, the most well-known methods of falsification of financial statements and solutions for their prevention are presented.

Key words: falsification, financial statements, financial indicators, errors (mistakes), distortions, audit.

Аннотация: Бұл мақалада қаржылық есептілікті бұрмалау тұжырымдамалары және оның қаржылық есептілікті бұрмалаудың әлемдегі ең ірі жағдайлары призмасы арқылы жалпы қаржылық есептілікке әсері және осы тақырып бойынша халықаралық сарапшылардың пікірлері көрсетілген. Сонымен қатар, қаржылық есептілікті бұрмалаудың ең танымал әдістері мен оларды болдырмаудың шешімдері ұсынылған.

Түйін сөздер: фальсификация, қаржылық есеп беру, қаржылық көрсеткіштер, қателер, бұрмалаулар, аудиторлық тексеріс.

В современной действительности, в век глобализации и мирового сотрудничества, подлинность финансовой отчетности является основополагающей составляющей успешного ведения финансовой деятельности. Говоря о важности данной темы, стоит упомянуть об одной из первых выявленных фальсификаций финансовой отчетности, которая «встряхнула» мировую общественность и экономический мир в начале 21 века: финансовые манипуляции были связаны с двумя компаниями Enron (2002) и WorldCom (2003 г.), которые исказили показатели прибылей и убытков в выгодную для себя сторону и, тем самым, создали обсуждения и ущерб в экономическом обществе. Изучив зарубежную литературу, мы пришли к выводу, что наиболее точное определение понятию «фальсификация финансовой отчетности» можно предоставить в следующем виде: фальсификация финансовой отчетности – это преднамеренное умышленное действие, которое приводит к искажению финансовой отчетности или финансовых показателей с целью нанесения пользователям данной отчетности вреда. Фальсификация финансовой отчетности, другими словами, это коррупционное мошенничество, с целью получения определенной выгоды для совершающих данное действие. С точки зрения бухгалтерских стандартов, а также стандартов аудиторских проверок понятие «фальсификация финансовой отчетности» заменяют такими понятиями

как: «искажение», «ошибки», «нарушение стандартов» и т. д. На сегодняшний день в зависимости от характера возникновения ошибки различают два вида искажения финансовой информации: фальсификация и вуалирование. Сущность вуалирования заключается в том, что следование правилам и нормативным документам происходит, но не в абсолютном виде. А фальсификация состоит в полном несоответствии финансовых результатов компании из-за намеренного необъективного отражения информации.

Компания, положившая начало фальсификации в сфере финансовой (бухгалтерской) отчетности является компания Enron Corporation. Enron Corp. некогда крупнейшая американская энергетическая компания. Enron была признана амбициозным проектом и на протяжении 6 лет (1996–2001 гг.) компания Fortune называла ее «Самая инновационная компания Америки». Однако в 2001 году компания была признана банкротом и инициирована ее ликвидация. При расширении своей деятельности компания незамедлительно регистрировала прогнозируемую прибыль в своих бухгалтерских книгах. Если выручка не соответствовала ожидаемой прибыли, то компания перedelывала активы неучтенной корпорации, где не регистрировались убытки. Это было возможно осуществить с помощью метода ведения бухгалтерского учета компании по рыночным ценам.

Итогом скандала стало появление новых правил и законов на повышение точности финансовой отчетности публичных компаний. Один из них - Закон Сарбейнса-Оксли, который предусматривает суровое наказание за уничтожение финансовых отчетов, их изменение или фальсификацию. Этот закон также запрещает проведение аудиторских услуг компании для одних и тех же клиентов.

Кейс компании Parmalat один из наиболее известных случаев мошенничества и, по мнению некоторых экспертов, превосходит случай компании Enron. Компания Parmalat, которая стала крупнейшим многонациональным конгломератом в области молочной и пищевой продукции, является одним из известнейших примеров фальсификации финансовой отчетности. Мошенничество компании длилось около 13 лет (1990-2003 гг.). С 1990 года Parmalat начал нести ощутимые операционные убытки, пока руководство завышало доходы, создавало поддельные активы и транзакции, а также вступало в сговор с аудиторами и банкирами для финансирования мошенничества на неопределенный срок. На балансе предприятия отражалось 4 миллиона евро наличными и краткосрочными активами, в то время как был объявлен дефолт по выплате облигаций на сумму в 150 миллионов евро. В 2003 году Parmalat предоставила запрашиваемому аудитору поддельное письмо с подписью фактического сотрудника Bank of America о подтверждении 4 миллиардов евро на счете. Однако позднее Bank of America объявил, что офшорная компания Bonlat Financing Corp не имеет счета на сумму в 3,95 миллиардов евро. При проверке компанией Deloitte & Touche не подтвердилась и прибыль в 135 миллионов евро от дочерней компании Epicurum на Каймановых островах. По завершении проверки компанией PWC было решено, что финансовая отчетность Parmalat искажалась с 1990 года и мошенничество началось с попытки покрыть убытки своей южноамериканской дочерней компании. По окончании расследования был определен долг компании в 17 миллиардов евро, 15 миллиардов которых были скрыты за балансом. В декабре 2003 года были задержаны руководители и финансовые директора компании, бывший председатель аудиторской компании, обслуживающий Parmalat, и ее коллега. Последним под стражу был взят глава венесуэльского подразделения Parmalat. В ходе расследования была выявлено, что благодаря сложным схемам двойного выставления счетов, офшорных фондов и сделок было скрыто около 10 миллиардов евро. В конечном итоге в скандал были вовлечены мировые аудиторские компании, крупные банки и правительство некоторых стран.

Высокие риски искажения финансовых показателей в отчётах привели к тому, что многие ученые 19-20-х веков заострили внимание на данной проблеме и занимались исследованием природы ошибок, их обнаружением и устранением. Над изучением

фальсификации и различного рода искажений в бухгалтерской отчетности трудился знаменитый швейцарский учёный и профессор И.Ф. Шер, который в своей книге «Бухгалтерия и баланс», указывал на то, что в отчётах имеется возможность регулирования данных «в силу самых различных мотивов». Также, огромные усилия для освещения данной проблемы были предприняты советскими учеными. Так, к примеру, в работах ведущего бухгалтера-практика Н.А. Кипарисова говорится о делении фальсификации баланса на два вида: фальсификация, искажающая баланс вследствие неправильной фиксации данных, но не имеющая влияния на финансовые результаты; и фальсификация результатов хозяйственной деятельности и непосредственно капитала предприятия. В свою очередь, по мнению ведущего специалиста по бухгалтерскому учёту Н.А. Блатова, написавшего книгу «Бухгалтерский учёт», искажение информации ведет к её «завуалированности». Тем не менее, стоит заметить, что, хотя ученые 20-го века и внесли существенный вклад в исследование фальсификации и её теоретической базы, получившиеся научные заключения, являются недостаточными для применения в современном мире. Поэтому, в дополнение, были рассмотрены труды С.М. Бычковой, Я.В. Соколова и В.Г. Гетьмана, благодаря которым были установлены термины и определения субъекта и объекта фальсификации, а также потенциальные причины появления фальсификации.

Согласно Ассоциации сертифицированных специалистов по расследованию хищений (ACFE), существуют следующие распространенные схемы фальсификации финансовой отчетности:

1. Завышение операционной прибыли (выручки) - это отражается в признании несовершенных продаж, завышении внеоперационной прибыли, без учета налогов, скидок и других обязательных вычетов. Также отражение от фиктивных продаж (без вещественно-материальных доказательств).

2. Занижение или завышение расходов - завышение происходит за счет увеличения стоимости патентов и других нематериальных активов, а занижение происходит за счёт отражения расходов в качестве активов на балансе или в неверном периоде, или не отражение вовсе.

3. Некорректное раскрытие информации - в данный пункт входят некорректное раскрытие информации об обязательствах, связанных сторонах или произошедших после отчетной даты действиях.

4. Занижение обязательств - сюда относится забалансовое финансирование или отражение долга в части капитала компании.

Для обнаружения и оценки фальсификации финансовой отчетности, требуется проводить аудит опираясь на соблюдения принципа существенности финансовой отчетности, в соответствии с требованиями МСА. Так как целью аудиторской проверки является обнаружение искажений в финансовой отчетности, то есть фальсификации финансовой отчетности, аудиторам следует определять возможное искажение, как превышающее уровень существенности, начиная с подготовительного этапа аудиторской проверки. Помимо этого, стоит принять тот факт, который, согласно зарубежной экономической литературе, является значим в выявлении фальсификации финансовой отчетности, а именно, факт мошенничества, связанного с мотивацией или давлением на субъект. По результату аудиторской проверки, проведенной с помощью тестирования средств контроля и оценки рисков, можно обнаружить следы фальсификации финансовой отчетности или их отсутствие, согласно стандартам МСА, таким как МСА 240 "Ответственность аудитора по рассмотрению мошенничества при аудите финансовой отчетности", МСА 701 "Модификации заключения независимого аудитора", МСА 530 "Аудиторская выборка и другие процедуры выборочной проверки", МСА 315 "Понимание бизнеса предприятия и его среды и оценка рисков существенного искажения" и т.д. Стоит также упомянуть, что отсутствие фальсификации финансовой отчетности, базируется на таких факторах как: формирование и применение соответствующей учетной

политики, определении оценочных значений в соответствии с текущими обстоятельствами, в создании, внедрении и поддержании системы внутреннего контроля, которая обеспечит подготовку и представление финансовой отчетности, не включающей существенных искажений, причинами которых являются мошенничество или ошибка, и составлении и представлении финансовой отчетности согласно применяемым принципам формирования финансовой отчетности.

Подводя итоги, хочется отметить, что вопрос фальсификации финансовой отчетности был актуален во все времена. Поскольку финансовая отчетность являлась способом представления эффективности организации и ее экономических достижений, а также была в обширном пользовании у заинтересованных лиц. Следовательно, проблема искажения финансовых показателей с течением времени имеет тенденцию к аугментации способов и методов фальсификации. По этой причине появляются более новые и усовершенствованные пути их выявления и предотвращения.

Список литературы

1. Борисова Э.Н. Мошенничество с бухгалтерской (финансовой) отчетностью / Э.Н. Борисова // *Фундаментальные исследования*. – 2015. – №19. – С. 42–48.
2. Сафанова И.В., Сильченко А.Д. Фальсификация финансовой отчетности: понятие и инструменты выявления
3. Kulikova L.I., Gafieva G.M. Falsification of Financial Statements: Historical and Evolutionary Aspect.
4. Detecting falsified financial statements: A comparative study using multicriteria analysis and multivariate statistical techniques Charalambos Spathis at Aristotle University of Thessaloniki, M. Doumpos, Constantin Zopounidis at Technical University of Crete
5. Issues of Falsifying Financial Statements in terms of Economic Security Olga G. Zhitlukhina, Svetlana Y. Rakutko, Elena I. Berezhnova, Elena Y. Selezneva, Elena V. Belik, Nina I. Shalaeva, Elena I. Denisevich, Natalia V. Belik, Zhanna E. Saenko, and Alina A. Sultanova, Far Eastern Federal University, Vladivostok, RUSSIA.

Финансовая стратегия бюджетной организации

Сарсенбек А.¹

Специальность: Финансы, магистрант 2 курса

Научный руководитель д.э.н., профессор Джаксыбекова Г.Н.²

^{1,2} Алматы Менеджмент Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

arsen97@mail.ru, dgn_galiya@mail.ru

Аннотация. Финансовая стратегия является важнейшим элементом стратегии развития экономического субъекта, обеспечивающим реализацию всех его функциональных стратегий и достижение целевых стратегических показателей путем эффективного формирования, распределения и использования финансовых ресурсов. Процессы формирования и реализации финансовой стратегии бюджетных организаций имеют свои особенности в специфике их деятельности. Статья посвящена обоснованию финансовых стратегий для бюджетных организаций.

Актуальность данной работы обусловлена тем, что в настоящее время теме бюджетных организаций в публикациях уделяется гораздо меньше внимания. В особенности остро стоит вопрос о том, что в нашей стране бюджетные организации практически не применяют в своей деятельности финансовые стратегии. Целью данной статьи является обоснование экономического содержания финансовых стратегий: сущности, цели, видов, а также применение финансовых стратегий в бюджетных организациях. Гипотеза исследования: «несмотря на всестороннее развитие и новшества в разработке финансовой стратегии, в стране до сих пор наблюдаются проблемы финансового характера в различных организациях».

В работе были использованы следующие методы исследования: анализ текста в форме анализа научной литературы, влияющей на изучение финансовых стратегий в бюджетных организациях; сравнительный анализ в форме изучения и обобщения информации, полученной в ходе исследования. В качестве вспомогательных методов эмпирического исследования используются: сравнение, классификация, обобщение. В работе были использованы методы и приемы анализа, соответствующие поставленной цели и указанным задачам исследования.

Основными выводами и ценностью проведенного исследования заключается в необходимости дальнейшего исследования применения финансовых стратегий в бюджетных организациях.

Ключевые слова: финансовая стратегия, финансы, бюджетные организации, экономика.

Annotation. The financial strategy is the most important element of the development strategy of an economic entity, ensuring the implementation of all its functional strategies and the achievement of target strategic indicators through the effective formation, distribution and use of financial resources. The processes of formation and implementation of the financial strategy of budgetary organizations have their own characteristics in the specifics of their activities. The article is devoted to the substantiation of financial strategies for budgetary organizations.

The relevance of this work is due to the fact that at present the topic of budgetary organizations in publications is given much less attention. Particularly acute is the issue that in our country, budgetary organizations practically do not use financial strategies in their activities. The purpose of this article is to substantiate the economic content of financial strategies: essence, purpose, types, as well as the application of financial strategies in budgetary organizations. Research hypothesis: “despite the comprehensive development and innovations in the development of financial strategies, the country still has problems of a financial nature in various organizations.”

The following research methods were used in the work: text analysis in the form of analysis of scientific literature that affects the study of financial strategies in budgetary organizations; comparative analysis in the form of studying and summarizing the information obtained during the study. As auxiliary methods of empirical research are used: comparison, classification, generalization. In the work, methods and techniques of analysis were used that corresponded to the set goal and the specified objectives of the study.

The main conclusions and value of the study is the need for further research on the application of financial strategies in budgetary organizations.

Key words: financial strategy, finances, budget organizations, economics.

Аннотация. Қаржылық стратегия қаржылық ресурстарды тиімді қалыптастыру, бөлу және пайдалану арқылы оның барлық функционалдық стратегияларын іске асыруды және мақсатты стратегиялық көрсеткіштерге қол жеткізуді қамтамасыз ететін шаруашылық жүргізуші субъектінің даму стратегиясының ең маңызды элементі болып табылады. Бюджеттік ұйымдардың қаржылық стратегиясын қалыптастыру және іске асыру процестері олардың қызметінің ерекшеліктерінде өзіндік ерекшеліктері бар. Мақала бюджеттік ұйымдардың қаржылық стратегияларын негіздеуге арналған.

Бұл жұмыстың өзектілігі қазіргі уақытта басылымдарда бюджеттік ұйымдар тақырыбына аз көңіл бөлінуімен байланысты. Әсіресе, біздің елімізде бюджеттік ұйымдардың өз қызметінде қаржылық стратегияларды іс жүзінде қолданбайтындығы өзекті мәселе болып табылады. Осы мақаланың мақсаты қаржылық стратегиялардың экономикалық мазмұнын негіздеу болып табылады: мәні, мақсаты, түрлері, сондай-ақ бюджеттік ұйымдарда қаржылық стратегияларды қолдану. Зерттеу болжамы: «Қаржылық стратегияларды әзірлеудегі жан-жақты даму мен инновацияларға қарамастан, елде әлі де әртүрлі ұйымдарда қаржылық сипаттағы проблемалар бар».

Жұмыста келесі зерттеу әдістері қолданылды: бюджеттік ұйымдардағы қаржылық стратегияларды зерттеуге әсер ететін ғылыми әдебиеттерді талдау түріндегі мәтінді талдау; зерттеу барысында алынған ақпаратты зерделеу және қорытындылау түріндегі салыстырмалы талдау. Эмпирикалық зерттеудің көмекші әдістері ретінде: салыстыру, жіктеу, жалпылау. Жұмыста қойылған мақсатқа және зерттеудің көрсетілген міндеттеріне сәйкес келетін талдау әдістері мен әдістері де тиісті қолданылды.

Зерттеудің негізгі қорытындылары мен құндылығы бюджеттік ұйымдарда қаржылық стратегияларды қолдану мәселелерін одан әрі зерттеу қажеттілігі болып табылады.

Түйін сөздер: қаржылық стратегия, қаржы, бюджеттік ұйымдар, экономика.

Введение

В настоящее время развитие экономической и социальной сферы в Казахстане характеризуется значительным повышением роли бюджетных организаций. Результат их деятельности характеризует полезность выполняемой ими работы и представляет собой процесс оказания услуг населению в целом. Финансовый анализ деятельности способствует более эффективному использованию ресурсов, выделенных на выполнение в организации. И каждой организации необходимо рациональное использование бюджетных и внебюджетных средств, а также постоянный мониторинг финансово-экономических показателей деятельности и принятие необходимых финансовых стратегий.

На нынешнем этапе экономического развития в условиях рыночной экономики реорганизация государственного сектора стала одним из предварительных условий для принятия финансовых стратегий. В результате возникла необходимость разработки

различных финансовых стратегий бюджетных организаций для создания условий для повышения их экономической эффективности, поэтому тема данной статьи является актуальной [1].

Теоретическое обоснование

В условиях высокой волатильности внешней среды и увеличения количества плохо формализуемых факторов обеспечение устойчивости развития хозяйствующего субъекта требует разработки эффективной стратегии развития. Одним из важнейших аспектов стратегии является обеспечение деятельности хозяйствующего субъекта достаточными финансовыми ресурсами, поэтому важнейшим функциональным элементом стратегии развития является финансовая стратегия. Теоретические и практические аспекты разработки финансовой стратегии хозяйствующих субъектов на микроуровне обсуждались в своих исследованиях такими учеными, как Р. Брейли, С. Майерс, Дж. Бригэм, К. Ли, П. Этрилла, В.А. Алгин, И.Д. Аникина, И.А. Леер, В.В. Бочаров, Т.А. Козенкова, И.А. Лисовская, О.А. Тихомирова и др. В то же время вопросы формирования финансовой стратегии некоммерческих организаций, в том числе домашних хозяйств, не получили должного рассмотрения в научной литературе. Этот факт определяет актуальность темы данного исследования. Следует отметить, что в академической литературе нет единого подхода к определению концепции финансовой стратегии хозяйствующего субъекта. Изучив литературные источники по определению категории «финансовая стратегия», можно сделать следующие выводы:

- некоторые авторы определяют его как план действий (модель) по формированию и использованию финансовых ресурсов компании;
- другие - как план действий, обеспечивающих достижение стратегических целей компании;
- остальные - как часть общей стратегии предприятия, модель действий, обеспечивающая достижение его стратегических финансовых целей [3].

Одна из основных проблем заключается в том, что, несмотря на наличие различных финансовых стратегий, на сегодняшний день существуют некоторые проблемы в организации бюджета. Объектом работы являются бюджетные организации. Предметом исследования финансовые стратегии бюджетной организации. Научная значимость заключается в том, что исследование способствует изучению финансовой стратегии, и ее применению в бюджетных организациях» [2].

В основном бюджетные организации создаются государственными органами для выполнения некоммерческих задач, они могут иметь как управленческие, так и научные, социокультурные, технические функции, направленные на прямое взаимодействие с людьми. Бюджетные органы финансируются государством из государственного бюджета. Однако бюджетные организации могут привлекать негосударственные средства в качестве источника финансирования, это могут быть различные спонсоры, меценаты или сбор добровольных взносов. Последняя форма финансирования из бюджетных средств, государственных организаций, требует четкого бухгалтерского учета и отчетности в виде сметы доходов и расходов. Несмотря на то, что организации домохозяйств финансируются государством, проблемы у них все же есть. В результате возрастает потребность в финансовой стратегии [4].

Финансовая стратегия бюджетной организации - это система долгосрочных целей финансовой деятельности бюджетной организации, определяемых общими целями социально-экономического развития и финансовой политики региональных властей. Финансовую стратегию можно определить как систему методов, инструментов, организационных механизмов для достижения целей за счет эффективного управления

процессами формирования, распределения и использования ограниченных финансовых ресурсов в условиях нестабильности факторов внешней среды и ограниченных ресурсов для развития. Это определение учитывает:

- подчинение финансовой стратегии бюджетных организаций стратегии вышестоящего уровня;

- взаимосвязь между финансовой стратегией бюджетных организаций и финансовой политикой региональных властей, поскольку региональная финансовая политика определяет основные направления финансовой деятельности бюджетных организаций и является основой для разработки финансовой стратегии;

- ориентация финансовой стратегии бюджетной организации на решение стратегических задач социально-экономического развития региона, поскольку финансовая стратегия как одна из функциональных стратегий бюджетной организации является подчиненной по отношению к принятой региональной стратегии социально-экономического развития. экономическое развитие и призвано обеспечить его эффективную реализацию;

- объекты финансового менеджмента, на которые обычно выделяются финансовые ресурсы;

- уровень нестабильности факторов окружающей среды и ограниченность ресурсов для развития [5].

Целями финансовой стратегии бюджетных организаций являются:

- определение потребности в финансовых ресурсах для реализации целей бюджетных организаций;

- обеспечение эффективного использования денежных средств в сфере финансово-хозяйственной деятельности бюджетных организаций;

- контроль за соблюдением норм расходования финансовых и материальных ресурсов;

- оптимизация денежных потоков;

- обеспечение эффективности бюджетных организаций.

Процесс разработки финансовой стратегии хозяйствующего субъекта, как правило, включает следующие консолидированные этапы:

- этап стратегического анализа;

- этап постановки цели (разработка системы стратегических финансовых целей);

- этап формирования стратегических альтернатив;

- этап анализа и выбора оптимального варианта финансовой стратегии;

- этап контроля реализации и мониторинга эффективности финансовой стратегии [6].

Изучение управления и планирования деятельности бюджетной организации позволяет выделить следующие особенности формирования и реализации финансовой стратегии бюджетных организаций. В свою очередь, одними из главных особенностей бюджетного учета являются:

- все государственные задания и заявки выполняются только по средствам, заложенным в определённом уровне бюджета;

- имущество не является собственностью учреждения, владельцем выступает государство;

- земельные участки предоставляются в пользование бессрочно, но не принадлежат как собственность;

- обязательства собственников не являются равными по отношению к аналогичным требованиям со стороны бюджетной организации;

- бюджетная организация не может самостоятельно распоряжаться имуществом даже при условии закрепления собственником такого права

Таким образом, финансовая стратегия бюджетной организации обеспечивает достижение целей социального характера муниципального образования за счет выделенных бюджетных средств и на основе разработанных муниципальных бюджетов на плановый

период. Основными показателями эффективности финансовой стратегии бюджетных организаций являются количественные и качественные показатели бюджетных учреждений [7].

Практически все предприятия разрабатывают финансовые стратегии. Формирование и реализация финансовых стратегий является обязанностью высшего руководства компаний, однако с высокой степенью детализации в процесс также могут быть вовлечены руководители структурных подразделений, отвечающих за ведение локальных бизнес-процессов. В то же время многие бюджетные организации игнорируют это. Однако мы считаем, что несмотря на то, что бюджетные организации в основном финансируются государством, и что будущее этой организации не всегда зависит от руководителя, это не исключает необходимости применения финансовых стратегий. С этой целью мы рассмотрели несколько стратегических подходов [8].

Стратегия финансового развития - это план, направленный на определение жизнеспособных методов, поиск эффективных способов увеличения прибыли и снижения затрат. Целью финансовой стратегии компании является содействие решению вопросов, связанных с самоопределением компании как независимой бизнес-единицы. В настоящее время, в Казахстане число бюджетных организаций достигло 27 тыс. Из них только 63%, или 17 тыс., НПО считаются действующими.

Стратегия устойчивого развития и финансовая стратегия организации позволяют определить лучшие способы разработки, развития и оптимизации бизнес-модели. Топ-менеджмент определяет основные тенденции развития бизнеса, а также факторы, отрицательно и положительно влияющие на этот процесс.

Хорошо проработанная стратегия финансового роста и стабильного функционирования организации дает возможность всестороннего анализа возможностей, оценки потенциала роста и повышения конкурентоспособности компании в определенном сегменте.

Мы полагаем, что к бюджетным организациям можно применять генеральную финансовую стратегию, также в некоторых случаях оперативную. Каждая организация по своему усмотрению определяет методы и инструменты используемой стратегии. При этом учитывается их собственное финансовое положение, а также политическая, экономическая и социальная ситуация в стране. Следует отметить, что некоторые возможные ошибки следует учитывать при применении финансовой стратегии. Например, когда политика не распознается; стратегия не оформлена, не заморожена на бумаге; стратегия неизвестна сотрудникам.

Выводы

В целом, при разработке финансовой стратегии бюджетной организации важно учитывать ряд специфических характеристик. Четко сформулированная миссия организации, правильно распределенный персонал, получение максимальной отдачи от квалифицированных работников умственного труда, повышение эффективности их работы, использование эффективных финансовых стратегий - важные аспекты в процессе стратегического управления в организации. Построение эффективной финансовой стратегии в бюджетных организациях является приоритетной задачей для государства, поскольку они являются важнейшими элементами полноценного функционирования общества и предназначены для удовлетворения социально значимых потребностей [9].

Список литературы

1. Воробьев А.В., Леонтьев В.Е. Методологические основы разработки и реализации финансовой стратегии предприятий внутреннего водного транспорта: монография. – Н.-Новгород: Изд-во ФБОУ ВПО «ВГАВТ», 2011. – 272 с.
2. Малькина И.Н. Финансовая стратегия в системе финансового менеджмента предприятия // Современная экономика: проблемы и решения. – 2013. – №2 (38). – С. 109-123.
3. Якобчук А.И. Особенности разработки и реализации финансовой стратегии муниципальных бюджетных учреждений // Journal of Economy and Business, vol.7 . 179-183
4. Мищерина М.В. Стратегии организации в финансовой сфере и проблемы их формирования // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – № 12. – С. 188-190.
5. Костенко С.В. Проблемы управления финансами бюджетных учреждений // Актуальные вопросы экономических наук и современного менеджмента: сб. ст. по матер. IV междунар. науч.-практ. конф. № 4 (2). Новосибирск: СибАК, 2017. – С. 38-43.
6. Журова Л.И. Разработка финансовой стратегии интегрированных экономических систем: монография. Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing Gmb H&Co, 2012. – 404 с.
7. Малыгина, Т.Ю. Особенности стратегического управления государственными и муниципальными учреждениями / Т.Ю. Малыгина. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2015. — № 12 (92). — С. 452-454.
8. Евдокимова Н. Перспективный анализ и формирование финансовой стратегии предприятия / Наталия Евдокимова. — М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2016. — 116 с.
9. Калымбетов У.К. Мемлекеттік мекемелердің қаржылық есептілігін құру / У.К. Калымбетов, Л.А. Темирбекова, Д.А. Нургалиева. — Текст: непосредственный // Вопросы экономики и управления. — 2017. — № 1.1 (8.1). — С. 22-24.

Особенности социально-ориентированных проектов

Сакиянова А.

Специальность: Управление проектами, магистрантка 2 курса
Алматы Менеджмент Университет, г. Алматы, Республика Казахстан
sakiyanovaa@gmail.com

Аннотация. Бүгінгі таңда әлеуметтік жобалар жобаларды басқарудағы бар зерттеулердің жаңа, аз зерттелген саласын құрайды. Алайда, бұл қызмет саласы бойынша толық, сапалы деректердің жоқтығы немесе әлеуметтік дизайн менеджерлері үшін өте аз ақпараттың болуы қынжылтады. Нәтижесінде ақпарат бұрмаланған түрде беріледі және тәжірибеде нашар қолданылады. Көптеген дереккөздерге сүйене отырып, жобаны басқару процестері мен оларды бақылау тәртібі нақты сәйкестендіруге ие емес деп қорытынды жасауға болады, сондықтан олардың әрқайсысы үшін әртүрлі анықталады. Сондай-ақ, әлеуметтік-инновациялық жобалар типтік индустриялық жобалардан реті бойынша ерекшеленетінін түсіну керек. Бұл зерттеудің мақсаты екі жобаның ерекшеліктері мен айырмашылықтарын зерттеу, сондай-ақ әлеуметтік жобалардың маңызды сипаттамаларын анықтау болып табылады. Демек, мақаланың келесі міндеттері мыналар болып табылады: тиісті әдебиеттерді талдау және әлеуметтік типтегі жобаларды жіктеу, салалық жобалардан алынған жобаларды басқарудың ықтимал іске асыру әдістерін анықтау мақсатында салыстырмалы талдау жүргізу. Автор, алынған деректерге сүйене отырып, әлеуметтік бағыттағы жобалардың алдында тұрған негізгі проблемаларды анықтайды. Бұл мақалада көрсетілген негізгі хабар жобалық менеджмент пен әлеуметтік жобалар арасындағы байланысты анықтау болып табылады. Осылайша, зерттеу әлеуметтік жобалар саласындағы теориялық білімдерді ашады, бұл практиктерге әлеуметтік саладағы жобалардың ерекше сипаттамаларынан туындаған қиындықтарды жеңуге көмектеседі.

Түйін сөздер: әлеуметтік және инновациялық жобалар, жобаларды басқару, әлеуметтік кәсіпкерлік, салыстырмалы талдау

Аннотация. На сегодняшний день проекты социального типа составляют новую, малоизученную область существующих исследований в управлении проектами. Однако, удручающим является факт отсутствия полных, качественных данных касательно данной сферы деятельности, либо наличие весьма скудной информации для управленцев социального проектирования. Как следствие, информация представлена в искажённом виде и плохо применяется на практике. Опираясь на многие источники, можно сделать вывод о том, что процессы управления проектами и порядок их контроля не имеют точной идентификации, из-за чего определяются для каждого по-разному. Также следует понимать, что проекты социальной инновационной направленности порядком отличаются от типичных промышленных проектов. Целью данного исследования является изучение особенностей и различий двух проектов, а также выявление существенных характеристик социальных проектов. Отсюда вытекающие задачи статьи составляют: анализ соответствующей литературы и классификация проектов социального типа, проведение сравнительного анализа с целью определения возможных имплементарных способов управления проектами, заимствованных с отраслевых проектов. Автор, опираясь на полученные данные, определяет ключевые проблемы, с которыми сталкиваются социально ориентированные проекты. Основной посыл, который отражается в данной статье - идентификация взаимосвязи между управлением проектами и социальными проектами. Таким образом, исследование раскрывает теоретические познания в области социальных проектов, что помогает практикам справляться со сложностями, вызванными специфическими особенностями проектов в

социальной области.

Ключевые слова: социально-инновационные проекты, проектный менеджмент, социальное предпринимательство, сравнительный анализ

Abstract. Today, social projects constitute a new, little-studied area of existing research in project management. However, it is depressing that there is a lack of complete, high-quality data on this field of activity, or the availability of very scant information for managers of social design. As a result, information is presented in a distorted form and poorly applied in practice. Based on many sources, it can be concluded that the project management processes and the procedure for their control do not have an accurate identification, which is why they are defined differently for each. It should also be understood that socially innovative projects differ in order from typical industrial projects. The purpose of this research is to study the features and differences of the two projects, as well as to identify the essential characteristics of social projects. Hence, the ensuing tasks of the article are: analysis of the relevant literature and classification of social-type projects, carrying out a comparative analysis in order to determine possible implementation methods of project management borrowed from industry projects. The author, based on the data obtained, identifies the key problems faced by socially oriented projects. The main message that is reflected in this article is the identification of the relationship between project management and social projects. In this way, the study uncovers theoretical knowledge in the field of social projects, which helps practitioners to cope with the difficulties caused by the specific characteristics of projects in the social field.

Key words: social and innovative projects, project management, social entrepreneurship, comparative analysis

Введение

Социальные проекты в инновациях определяются и описываются в литературе по-разному. Например, Мехмуд и Парра [1] рассматривают данный термин как «генерацию и реализацию новых идей, которые мотивированы целью удовлетворения социальных потребностей общества». Юнг [2] подходит к определению “Социальные инновации” с точки зрения их результатов и предполагает, что цель социальных инноваций заключается в повышении благосостояния людей, которые их принимают, по сравнению с существующим положением вещей. Муларт [3] утверждает, что социальные инновации способствуют вовлечению и благополучию за счет улучшения социальных отношений и процессов расширения прав и возможностей. Социальные инновации являются синонимом социального предпринимательства, и данный факт был исследован и доказан множеством различных дисциплин, а именно социологией, экономикой, географией, урбанистикой и философией.

Однако, несмотря на это, управление проектами социальных инноваций все еще «плохо понимается на практике» [4]. Создается впечатление, что организации не могут эффективно реализовывать социальные проекты. Отсутствуют адекватные механизмы внедрять, адаптировать и масштабировать социальные инновации. По словам Мулгана [5], «Область социальных инноваций выросла, в первую очередь, как область практики, состоящая из людей, которые что-то делают, а затем иногда размышляют над тем, что они делают». Исследователи отмечают, что необходимо проделать дополнительную работу, чтобы понять, каким именно образом социальные инновации могут лучше реализовываться. Нисар [6] утверждает, что «существует необходимость во внедрении надлежащих методов управления проектами». Похоже, что эти недостатки необходимо устранить: проекты социального инновационного типа должны иметь сильную управленческую основу, чтобы быть более действенными. Однако, Кантер [7] предупреждает, что «заставить новую

парадигму работать непросто».

Анализ литературы показывает, что проекты социальных инноваций по своей сути отличаются от традиционных отраслевых проектов во многом. По данным Мюррея [8], в работе над социальными инновациями «отличаются результаты и отношения». Управление проектами социальных инноваций требует экспериментов, привлечения граждан в качестве соавторов и способности масштабировать перспективные идеи и новые модели услуг. Следовательно, невозможно внедрять традиционные структуры и процессы управления проектами в этом контексте; кажется, что уникальный подход необходим. Однако между этими двумя контекстами есть некоторое сходство, и сравнительный анализ может предложить некоторые идеи о том, какие методы управления проектами можно применить в пространстве социальных инноваций. Данное исследование стремится понять ключевые вопросы, связанные с управлением инициативами и проектами социальных инноваций. В этой статье автор синтезирует литературу, чтобы понять уникальные аспекты управления инициативами социального инновационного типа. Отсюда представлена типология, которая группирует и классифицирует социальные инновации в соответствии с общими характеристиками и чертами. Также автором предложено сравнение и сопоставление типичных промышленных проектов и проектов социальных инноваций, чтобы определить общие черты и уникальные аспекты. Наконец, определены ключевые вопросы, касающиеся управления проектами социальных инноваций и представлены в результатах исследования.

Обзор литературы

По словам Пола и Вилль [9], термин «социальные инновации» быстро вошел в академический дискурс, но они обнаружили, что «нет единого мнения относительно его актуальности или конкретного значения». Лисетчи и Бранка [10] также отмечают, что «обсуждение развивается вокруг ряда взаимосвязанных концепций». Похоже, что местность осматривается с различных точек зрения с использованием множества теоретических линз. В частности, автор склонен полагать, что социальные инновации тесно связаны с социальным предпринимательством, которые в литературе используются как синонимы. В этой связи социальное предпринимательство такие авторы, как Дис, Андерсон [11] и Кокран [12], определяют как «инновационное социальное предприятие». Также Какиер [13] относится к «предпринимательской деятельности со встроенной социальной целью». Следовательно, был сделан вывод, что «Социальное предпринимательство - это социальная инновация».

В настоящее время существует ряд исследователей, работающих над управленческими аспектами социальных инноваций. Например, в работе Соула [14] рассматриваются стратегии, которые используют социальные изменения как способ повышения прибыльности роста бизнеса; в исследовании Мамфорда [15] изучаются стратегии и тактики создания и внедрения социальных инноваций; в исследовании Уэстли и Антадзе [16] основное внимание уделяется стратегиям масштабирования социальных инноваций для повышения их воздействия. Другие такие исследователи, как Веса [17], изучают социальные инновации с точки зрения использования различных способностей; они предлагают рамки для изучения социальных аспектов экономических инноваций с целью усиления таких инноваций; в то время как работа Юнга [2] сосредоточена на моделировании динамики социальных инноваций, показывая, что локальная кластеризация в значительной степени увеличивает скорость распространения социальных инноваций.

Методы исследования

Исследование основано на подробном синтезе литературы в области управления проектами и социальных инноваций. На основе этого анализа разработана типология; здесь

концепции определены и сгруппированы по категориям, чтобы расширить и способствовать более глубокому пониманию природы социальных инноваций и социально-инновационных проектов. Эта типология ищет обобщенные закономерности и основные пояснительные категории, которые позволяют группировать определенные аспекты социальных инноваций, и противопоставляет их аспектам управления проектами. Далее дается сравнительный анализ управления проектами и социальных инноваций, чтобы понять, какие аспекты от управления проектами могут быть применены к области социальных инноваций. Наконец, ключевые вопросы и проблемы идентифицированы.

Основная часть

Автор статьи обнаружил, что дошедшая до нас академическая литература предоставляет разнообразный и разрозненный набор определений понятия социальных инноваций. Тем не менее, анализируя литературу, были обнаружены похожие определения социальных инноваций. Предыдущие исследования также пытались организовать эту информацию. Статья представляет типологию, которая пытается классифицировать общие характеристики со стороны управления проектами. Здесь идентифицируются четыре проектно-ориентированных подхода.

Таблица 1. Типология концепций социальных инноваций

Методы	Определение социальной инновации
Метод решения проблем	Социальные инновации (В дальнейшем СИ) - это концепции, идеи и организации, которые удовлетворяют всевозможные социальные потребности, расширяют и укрепляют гражданское общество [19]. СИ - это представить и реализовать на практике оригинальный способ решения проблем и открытия новых возможностей [20]. СИ относится к тому, как отдельные лица, группы и сообщества принимают меры в ответ на проблемы неустойчивой практики и неудовлетворенные социальные потребности, уделяя особое внимание проблемам деградации окружающей среды и изменениям климата [1]. СИ обнаруживает скрытый или нереализованный бизнес-потенциал в социальных изменениях. СИ - это креативные инновации, основанные на рыночных принципах, решениях социальных проблем, которые приводят к быстрому росту, выгодным бизнес-возможностям [14].
Сервисно-ориентированный метод	СИ - это новые идеи (продукты, услуги и модели), которые одновременно удовлетворяют социальные потребности и создают новые социальные отношения или сотрудничество. СИ полезны для общества и повышает его способность действовать [8]. СИ - это инновационная деятельность и услуги, которые мотивированы целью удовлетворения социальных потребностей и которые преимущественно разработаны и распространены через организации, чья основная цель - социальность [4]. Генерация и реализация новых идей о том, как люди должны организовать межличностную деятельность или социальные взаимодействия для достижения общих целей [15].
Эволюционный метод	СИ означает содействие вовлечению и благополучию посредством улучшения социальных отношений и процессов расширения прав и возможностей. Он используется как этикетка для указания на значительные изменения в способах развития общества, изменения его структур, пересмотре этических норм [2]. СИ - это изменения в культурных, нормативных или регулирующих структурах общества, которые увеличивают его коллективные ресурсы власти и улучшить свои экономические и социальные показатели [18]. СИ происходят через окна возможностей для социального творчества в соответствии с

	линиями жизни, линиями воображения и линиями принесения в активы для лучшего будущего. СИ часто возникает из конфликта [21].
Процессный метод	СИ - это новый механизм, который увеличивает благосостояние людей, которые его принимают, по сравнению с существующим положением вещей [1]. СИ - это инициатива, продукт, процесс или программа, которые глубоко изменяют основные процедуры, потоки ресурсов и полномочий или верования любой социальной системы [22]. СИ - это процесс явного применения инноваций к социальным и экологическим улучшениям посредством бизнес-действий [23].

Метод решения проблем набирает обороты за последние несколько лет. Он смотрит на социальные инновации как на разработку прогрессивных решений для решения социальных проблем путем объединения ресурсов в новые творческие пути. Этот подход в основном касается состояния человека, изменений окружающей среды и изменений для улучшения новых отношений с заинтересованными сторонами и территориями. Он имеет два четко определенных результата: социальное включение и благополучие. Метод, основанный на решении проблем, видит целью улучшение качества жизни или улучшение текущих неудовлетворительных условий. Этот подход также определяет социальные инновации с точки зрения рыночных решений, которые могут приводить к прибыльным бизнес-возможностям за счет выявления нереализованного бизнес-потенциала в социальных изменениях.

Сервисно-ориентированный подход нацелен не только на генерацию идей, но и на их реализацию. Этот подход также можно считать деятельностным. Здесь социальные инновации мотивируются разработкой новых продуктов и услуг, которые одновременно удовлетворяют социальные потребности и создают новые социальные отношения или сотрудничества. Метод рассматривает социальные инновации с точки зрения бизнес-стратегии, направленной на создание новых форм социально-экономической ценности, давая компаниям возможность для большего социального воздействия. Другими словами, он фокусируется на дизайне материальных продуктов и услуг, которые принесут коммерческую выгоду, одновременно удовлетворяя человеческие потребности.

Эволюционный подход рассматривает социальные инновации с точки зрения создания поведенческих изменений. Эволюционный подход активно поощряет процессы расширения прав и возможностей, когда отдельные лица, сообщества и организации берут на себя ответственность за свои собственные ситуации. Речь идет об инициативе и открытом отношении к положительным изменениям. Этот подход также согласуется с идеей повышения качества жизни. Он определяет социальные инновации с этической позиции социальной справедливости и социального строительства. Его результаты ориентированы на изменения в культурных, нормативных и регулирующих структурах общества с целью усиления коллективной власти этого общества, ресурсов и улучшения его социально-экономических показателей.

Процессный подход рассматривает социальные инновации как инициативы, продукты или процессы, которые коренным образом меняют основные распорядки и вызовы статус-кво. Метод также рассматривается как новый механизм, используемый для увеличения благосостояния людей, которые его приняли. Социальные инновации рассматриваются с точки зрения шагов, которые необходимо предпринять, чтобы явно применять инновации для улучшения социальных и экологических аспектов своей деятельности.

Управление типичными промышленными и социальными инновационными проектами: сравнение.

В этом разделе представлен сравнительный анализ управления проектами (Традиционных отраслевых проектов) и социальных инновационных проектов.

Сравнительный анализ, представленный в этой статье, имеет жизненно важное значение, и составлен, чтобы лучше понять, чем управление проектами и социальные инновации отличаются друг от друга, и выяснить, какие идеи из управления проектами можно применить и адаптировать к области социальных инноваций. Этот анализ основан на десяти ключевых областях, которые наблюдались в литературе, и включает в себя различные определения и подходы, используемые в описанной выше типологии. К этим областям относятся: задачи, ключевые движущие силы, чистая прибыль, мотивация, цели, структуры, модели роста, ключевые агенты инноваций и показатели ценности и успеха.

Как видно из таблицы 2, управление проектами и проекты социальных инноваций во многом различаются. Во-первых, они различаются по целям и задачам [9]. В то время как основная цель управления проектами - удовлетворение конкретных целей и обеспечения экономической ценности [24], для социально-инновационных проектов это социальные изменения и установление новых социальных практик. Ключевым фактором управления проектами является рентабельность и коммерческий успех [25]. С другой стороны, исследования показывают, что проект социальных инноваций будет успешным только в том случае, если он будет соответствовать социальным требованиям [5]. В традиционной деловой практике людям платят, в то время как большинство социально-инновационных проектов полагаются на добровольный неоплачиваемый труд и подарки. Люди внутренне мотивированы работать над социально-инновационными проектами [5], а также в основном результаты не материалистичны; скорее, результатом может быть изменение отношения, поведения или новых социальных практик [26]. И наоборот, мотивации в традиционно ориентированных проектах являются внешними, такими как «прибыль, стимулы и создание продукта». В управлении проектами персонал фокусируется на достижении конкретных результатов в направлении производства [27], разработки или улучшения физических продуктов, которые отслеживаются и контролируются в отношении спецификации, а ценность является функцией выгоды и затрат. В управлении проектами показатели ценности и успеха количественны; эта характеристика упрощает измерение традиционного бизнес-ориентированного проекта в сравнении с проектами социальных инноваций, где показатели успеха и ценности более качественные. Кроме того, в управлении проектами определены структуры, инструменты и шаблоны, которые не используются систематически в области социальных инноваций. Некоторые исследователи даже утверждали, что «отсутствует интегрированная структура для управления подходами к социальным инновациям» [3].

Таблица 2. Управление типичными индустриальными проектами и управление социальными инновационными проектами.

Особенности	Индустриальный проект	Социально-инновационный проект
Задачи	Для достижения уникальных и конкретных целей; как правило, чтобы вызвать полезное изменение или добавленную стоимость [24]	Связаны с запланированными, скоординированными, целевыми и законными действиями, предпринимаемыми социальными агентами с целью социальных изменений, что проявляется в установлении новых социальных практик
Ключевые движущие силы	Прибыльность и коммерческий успех [25]	Для удовлетворения социальных потребностей [5]
Чистая прибыль	Деньги [5]	Политическое признание / поддержка; добровольный труд; благотворительность [5]
Мотивация	Внешняя: материалистическая	Внутренние: нематериалистические (например,

	(прибыль, стимулы, создание продукта).	внутренняя моральная страсть / потребность; признание; сострадание; идентичность: автономия; уход) [5]
Цели	Временное производство, развитие или улучшение физического продукта, системы или объекта - и отслеживаемые и контролируемые в соответствии со спецификацией (качеством), стоимостью и время	Размытые границы между производством и потреблением [8]. Нематериальные результаты: изменение отношения, поведения или восприятия, приводящие к новым социальным практикам
Структуры	Существует определенная структура и рамки для управления проектами	Отсутствует интегративная основа для социально-инновационных подходов [3]
Модели роста	Более быстрый рост; менее устойчивый [5]	Медленный, но более устойчивый [5]
Ключевые агенты инноваций	Фирма [5]	Коалиции и социальные сети [8]
Показатели успеха	Масштаб, доля рынка, прибыль	Можно оспаривать как сами меры успеха, так и инструменты для достижения результатов [8]
Показатели ценности	Ценность - это функция выгоды и затрат. Показатели стоимости являются количественными.	Ценность, ориентированная на улучшение качества и количества жизни [18]. Измерение социальных инноваций более качественное.

Ключевые проблемы

В результате всестороннего анализа литературы автор обнаружил, что существует как минимум шесть ключевых вопросов и проблем, которые необходимо решить для управления проектами социально-инновационного типа. Таким образом, эти ключевые проблемы показаны в Таблице 3. Как мы видим, проекты социальных инноваций сложны, длительны и трудноизмеримы из-за их нематериального характера. Проекты социальных инноваций также уникальны по своим результатам и отношениям, и они также очень динамичны. Еще одна важная ключевая проблема заключается в том, что проекты социально-инновационного типа зависят, в основном, от добровольного труда и благотворительности, что явно сдерживается доброй волей их участников. Последняя выявленная ключевая проблема связана с отсутствием основы. Социально-инновационные проекты еще не обрамлены и не разделены; все еще существуют нечеткие границы относительно того, что они собой представляют и где это происходит, и не существует определенной модели или обоснованной конструкции, получившей всеобщее признание.

Таблица 3. Ключевые вопросы и проблемы социально-инновационных проектов

Ключевые вопросы	Пояснение
Сложность и длительность	Сложно и долго на практике; дорогостоящей с точки зрения ресурсов и обязательств и изменения в рутинной динамике отношений

Динамика в природе	Отход от стандартных процедур
Отличительны в своих результатах и отношениях	Различны по своим результатам и по своим взаимоотношениям. В результате процессы, метрики, модели и методы, используемые в инновациях в коммерческой или технологической сфере, например, не всегда напрямую переносятся в социальную экономику. Приносит социальные изменения, которые не могут быть построены на основе устоявшейся практики.
В основном полагаются на благотворительность	Ищут другое сочетание ресурсов, включая добровольный труд и благотворительность, и политическое признание и поддержку.
Отсутствуют рамки и разделители	Для социальных инноваций нет четких границ; социальные инновации могут происходить в государственном секторе, либо в частном секторе, коммерческом или некоммерческом. Поэтому отсутствуют совместные модели «сверху вниз» или «снизу вверх». Размытые границы между производством и потреблением.
Нематериальная природа	Нематериальная структура социальных инноваций представляет собой главное различие. Социальные инновации нематериальны: их материальные результаты являются исключительно дополнительным результатом, они сосредотачиваются не на потребностях, а на создании активов. Измерение качественное.

Заключение

В данной статье делается попытка обеспечить лучшее понимание проектов социальных инноваций как для ученых, так и для практиков. Автор синтезирует и очищает бесчисленное множество определений и группирует их в соответствии с общими характеристиками, определенными в литературе. Здесь сравниваются и сопоставляются проекты социальных инноваций с типичными отраслевыми проектами, с целью определения уникальных характеристик и атрибутов. Из нашего анализа можно сделать вывод, что существует потребность в новой структуре для поддержки социальных инновационных проектов. Эта структура должна быть адаптирована к уникальным характеристикам социально-инновационных проектов и должна быть основана на серьезных исследованиях. Полагается, что текущие знания в области управления проектами могут быть очень полезны для достижения этой цели; тем не менее, необходимо проделать дополнительную работу для решения ключевых проблем, обозначенных в данной статье.

Список литературы

1. Mehmood A, Parra C. Social innovation in an unsustainable world. The International Handbook on Social Innovation: Collective Action, Social Learning and Transdisciplinary Research. Edward Elgar Publishing: 2013.
2. Young H.P. The dynamics of social innovation. Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America: 2011.
3. Moulaert F, MacCallum D, Mehmood A, Hamdouch A. The International Handbook on Social Innovation: Collective Action, Social Learning and Transdisciplinary Research. Edward Elgar Publishing: 2013.
4. Defourny J, Nyssens M. Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments. Social Enterprise Journal 2008.
5. Mulgan G. The Theoretical Foundations of Social Innovation, in Social Innovation: Blurring Boundaries to Reconfigure Markets. Palgrave Macmillan: UK: 2012
6. Nisar T.M. Implementation constraints in social enterprise and community Public Private Partnerships. International Journal of Project Management: 2013.

7. Kanter R.M. From Spare Change to Real Change. *Harvard Business Review*: 1999.
8. Murray R, Caulier-Grice J, Mulgan G. The open book of social innovation. National Endowment for Science, Technology and the Arts (Great Britain); Young Foundation (London, England) Great Britain: NESTA 2010.
9. Pol E, Ville S. Social innovation: Buzz word or enduring term? *The Journal of Socio-Economics*: 2009.
10. Lisetchi M, Brancu L. The entrepreneurship concept as a subject of social innovation. *Procedia - Social and Behavioural Sciences*: 2014.
11. Dees J.A, Anderson BB. For-profit social ventures. *International Journal of Entrepreneurship Education*: 2003.
12. Cochran PL. The evolution of corporate social responsibility. *Business Horizons*: 2007.
13. Cukier W, Trenholm S, Carl D, Gekas G. Social Entrepreneurship: A Content Analysis. *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*: 2011.
14. Saul J. Social innovation, Inc.: 5 strategies for driving business growth through social change. *Jossey-Bass*: 2011.
15. Mumford MD. Social Innovation: Ten Cases from Benjamin Franklin. *Creativity Research Journal*: 2002.
16. Westley F, Antadze N. Making a Difference: Strategies for Scaling Social Innovation for Greater Impact. *Innovation Journal*: 2010.
17. Vesa PT, Suomala J, Siltala R, Keskinen S. Framework to study the social innovation networks. *European Journal of Innovation Management*: 2006.
18. Hamalainen TJ, Heiscala R. Social Innovations, Institutional Change and Economic Performance. *Edward Elgar Publishing*: 2007.
19. Salim SB, Ellingstad P. Social innovation model for business performance and innovation. *International Journal of Productivity and Performance Management*: 2016.
20. Manzini E. Design, when everybody designs: an introduction to design for social innovation. *Cambridge, Massachusetts: The MIT Press*: 2015
21. Deleuze G, Patton P. Difference and repetition. *London: Athlone Press*: 1994.
22. Westley F. The social innovation dynamic. *Social Innovation Generation (SiG) Waterloo*: 2008.
23. Chesbrough HW. *Open Business Models: How to Thrive in the New Innovation Landscape*. Harvard Business Press: Boston, MA: 2006.
24. Nokes S, Kelly S. *Definitive Guide to Project Management: The Fast Track to Getting the Job Done on Time and on Budget*. London: Financial Times/Prentice Hall: 2007.
25. Daniel DA, Dawson P, Daniel L. Understanding social innovation: a provisional framework. *International Journal of Technology Management*: 2010.
26. Neumeier S. Why do Social Innovations in Rural Development Matter and Should They be Considered More Seriously in Rural Development Research? – Proposal for a Stronger Focus on Social Innovations in Rural Development Research. *Sociologia Ruralis*: 2012.
27. Atkinson R. Project management: cost, time and quality, two best guesses and a phenomenon, it's time to accept other success criteria. *International Journal of Project Management*: 1999.

Кадровая политика в организации здравоохранения. Аналитическое исследование структур оплаты труда медицинского персонала

Тажибаев О.У.¹ Көккөз Л.Ж.² Кажыбаев А.Э.³

Магистрант МВА

МВА, старший преподаватель

Докторант ДВА

^{1 2 3} Алматы Менеджмент Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация. В статье изучены актуальные вопросы совершенствования систем оплаты труда работников медицинских организаций. Объектом исследования выступает корпоративный фонд «University Medical Centre». Автором проведен анализ структуры оплаты труда, основных тенденций оплаты труда в сфере здравоохранения. Выявлены основные факторы, влияющие на выбор систем оплаты труда в медицинских организациях. Проведен обобщенный анализ источников отечественной и зарубежной литературы, нормативно – правовых актов.

В качестве основных методов исследования применялись: анализ вторичных данных, статистический метод и эмпирические методы.

По результатам проведенного исследования автор дает рекомендации по совершенствованию, разработке и внедрению систем оплаты труда. Настоящее исследование имеет предназначение базиса для последующих разработок в изучении данной проблемы.

Ключевые слова: системы оплаты труда, заработная плата, здравоохранение.

Abstract. In the article the urgent questions of improving the system of payment of employees of medical organizations are studied. The object of research is a corporate fund "University Medical Centre". The author has analyzed the structure of remuneration of labor, the main tendencies of remuneration of labor in the sphere of health care. The main factors influencing the choice of remuneration systems in medical organizations have been revealed. A generalized analysis of the sources of domestic and foreign literature and normative-legal acts was carried out.

As the main methods of research were used: analysis of secondary data, statistical method and empirical methods.

According to the results of the study the author gives recommendations for improving, developing and implementing systems of remuneration of labor. The present study is intended as a basis for further developments in the study of this problem.

Key words: remuneration systems, wages, health care.

Аннотация. Мақалада медициналық ұйымдардың қызметкерлеріне еңбекақы төлеу жүйесін жетілдірудің өзекті мәселелері зерделенді. Зерттеу нысаны - "University Medical Centre" корпоративтік қоры. Автор еңбекке ақы төлеу құрылымына, денсаулық сақтау саласындағы еңбекке ақы төлеудің негізгі үрдістеріне талдау жүргізді. Медициналық ұйымдарда еңбекақы төлеу жүйесін таңдауға әсер ететін негізгі факторлар анықталды. Отандық және шетелдік әдебиет көздеріне, нормативтік – құқықтық актілерге жалпылама талдау жүргізілді.

Зерттеудің негізгі әдістері ретінде: қайталама деректерді талдау, статистикалық әдіс және эмпирикалық әдістер қолданылды.

Зерттеу нәтижелері бойынша автор жалақы жүйесін жетілдіру, әзірлеу және енгізу бойынша ұсыныстар береді. Бұл зерттеу осы мәселені зерттеуде әрі қарай ғылыми ізденіс үшін негіз бола алады.

Түйін сөздер: еңбекақы төлеу жүйесі, жалақы, денсаулық сақтау.

Введение

С начала 2000-х годов Главой государства и Правительством Республики Казахстан уделяется большое внимание сфере здравоохранения. Проблемы и вопросы здравоохранения являются приоритетом государственной политики.

Здравоохранение Республики Казахстан представляет собой значительную часть социальной сферы, насчитывающую сотни медицинских организаций. По данным Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан на 2020 год в государстве официально осуществляют медицинскую деятельность 773 больничные организации, в которых работают 76 433 врачей, 185 757 человек среднего медицинского персонала.

Труд медицинского персонала связан с высокой степенью ответственности, психоэмоциональной нагрузкой и большим потоком различной информации.

В 2021 году оплата труда медицинского персонала не слишком соотносится с нагрузкой, напряженностью, несмотря на фиксированные стимулирующие выплаты за лечение пациентов с COVID-19. Средняя номинальная заработная плата работников здравоохранения на 2 квартал 2021 года составляет 230 тыс. тенге, при средней номинальной заработной плате в экономике – 251 тыс. тенге. Низкий уровень оплаты труда медицинских работников, оказывает значительное влияние на качество оказываемых услуг. В связи с чем, необходимо усовершенствовать и разрабатывать новые системы оплаты труда, которые будут соответствовать перспективам и ожиданиям работников здравоохранения.

По причине высокой доли участия и влияния государственных органов на многие организации социальной сферы, и в том числе отрасли здравоохранения, медицинским учреждениям приходилось соответствовать национальным стандартам в процессах управления деятельностью, бюджетированию, и частности системах оплаты труда.

В настоящее время в Республике Казахстан создается множество организаций здравоохранения, относящихся к государственному, квазигосударственному или частному секторам. Однако, имея привилегии и возможности разработки и внедрения внутренних нормативных документов, многие организации не стремятся вносить значительные изменения в устоявшиеся бизнес – процессы.

Целью данного исследования является изучение и выявление систем оплаты труда, оптимально подходящих для реализации и внедрения в медицинском учреждении.

Литературный обзор

В данном исследовании предпринята попытка разработки корпоративной системы оплаты труда в организации здравоохранения. Подобные задачи привлекали внимание многих российских и отечественных ученых и исследователей, рассматривавших данный вопрос в различных отраслях и направлениях. В частности, Биктяров К.С. представлял систему оплаты труда как «элемент управления персоналом» [1, с.94], выражаемую через систему финансовой мотивации.

Исследователи Ибраимова С.Ж., Эрнazarов Т.Я., Каримбергенова М.К. считали, что «основными факторами в организации систем оплаты труда социальной сферы являются: принадлежность к форме собственности, применение тарифной сетки и различных доплат» [2, с.26] и отмечали, что «заработок работников социальной бюджетной сферы формируется с учетом должности и без учета количества затраченного труда» [2, с.29].

Тематику учета объема затраченного труда рассматривали российские ученые А.М. Чилилов, Ф.Н. Кадыров в «анализе изменений в системах оплаты труда работников здравоохранения», при этом отмечая, что «выплаты стимулирующего характера занимают относительно небольшой удельный вес в общем объеме выплат» [3, с.67]. Подобные обстоятельства оказывали влияние на необходимость «установление размеров структуры

заработной платы», и повышение доли стимулирующих выплат до 30% [4, с.141]. А.Н. Попсуйко, Е.А. Бацина, Г.В. Артамонова, Е.А. Морозова предполагали, что «используя стимулирующее значение оплаты труда, можно повысить производительность и качество» [5, с.81].

Высокая доля переменной части при выплатах заработной платы позволяет компаниям учитывать вероятность неблагоприятных ситуаций и рисков, ввиду того что существует возможность пересмотра вознаграждения «в сторону сокращения при возникновении проблем, увеличения – при благоприятной ситуации» [6, с.482].

Говоря о развитии систем оплаты труда «сегодняшние реалии требуют новых подходов для адаптации и улучшения системы стимулов и мотивации сотрудников» [7, с.199]. При этом в организациях, обладающих значительным количеством штатных сотрудников необходимо учитывать группы и подгруппы работников, так как текущее поколение сотрудников все больше нуждаются в «дифференцированной, гибко откликающейся на индивидуальные потребности системы стимулирования и мотивации» [8, с.114].

Продолжая изучение вопросов мотивации и стимулирования, Д.А. Лукашевская отмечает, что во многих исследованиях «значение понятий «стимулирование» и «мотивация» взаимозаменяются не принимая во внимание отличительные особенности как: направленность, существование, постановку целей, принадлежность» [9, с.159]. Указанное перечисление возможно расширить с помощью фактора влияния во временном промежутке, так как «различают мотивационные и стимулирующие побуждения длительного и короткого действия» [10, с.86].

Исследователи О.С. Сувалов и Т.В. Сувалова считают, что помимо направлений деятельности менеджеров по отношению к персоналу в виде мотивации и стимулирования, также «присутствует эффект психологической заинтересованности персонала в эффективной деятельности, называемой вовлеченностью» [11, с.54]. «Степень вовлеченности» и «представления о мотивированности подчиненных» А.В. Колесниковым называются как основные факторы, влияющие на корпоративную культуру организации, самой распространенной из которых является бюрократическая. Также исследователь отмечает, что в рамках бюрократической корпоративной культуры основой мотивации персонала является «экономический интерес» [12, с.107].

В целом, разработка и внедрение системы оплаты труда представляет собой сложную и многоступенчатую процедуру. При этом, как отмечают Л.С. Бабынина и Т.В. Аркадьева в реализации данной деятельности не следует останавливаться, ввиду того что процесс совершенствования систем оплаты труда является «непрерывным» [13, с.96]. Кроме того, К.С. Биктяров исследуя «системы стимулирования персонала» резюмирует, что «структура заработной платы должна обладать внутренней логикой, которая имеет смысл по крайней мере для большинства работников» [13, с.101], а также что в «процесс разработки структуры оплаты необходимо включать сотрудников компании» [13, с.102], так как существуют ситуации, связанные с «возможным сопротивлением персонала» [12, с.99].

Здравоохранение Республики Казахстан представляет собой значительную часть социальной сферы, обслуживающие базовые потребности населения и обеспечивающие жизнедеятельность человека. Система здравоохранения состоит из государственного и негосударственного секторов здравоохранения, насчитывающие сотни медицинских организаций.

Система оплаты труда, прежде всего система взаимоотношений работодателя и работника, обеспечивающая работнику вознаграждений за его труд. В зависимости от некоторых внешних и внутренних факторов система оплаты труда имеет вариативный характер.

Таблица 1. Информация по средней заработной плате в Республике Казахстан

тенге

Наименование	Период						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
	за год	за год	за год	за год	за год	за год	3 квартал
Республика Казахстан	126 021	142 898	150 827	162 673	186 815	213 003	243 667
Здравоохранение и социальные услуги	97 225	104 125	95 800	97 650	116 700	123 850	119 833
Темп прироста в % к предыдущему году РК	4%	13%	6%	8%	15%	14%	14%
Темп прироста в % к предыдущему году Здрав		7%	-8%	2%	20%	6%	-3%
Соотношение сзп работников здравоохранения к сзп в экономике	0,77	0,73	0,64	0,60	0,62	0,58	0,49

Примечание: Согласно данным Бюро национальной статистики

Как отображено в таблице 1, в сфере здравоохранения Республики Казахстан за последние 6–7 лет наблюдается рост среднемесячной заработной платы. Однако такие показатели как соотношение среднемесячной оплате труда работников здравоохранения к среднемесячной оплате труда в экономике, процент увеличения оплаты труда работников здравоохранения ко всем работникам в республике указывают на увеличения предмета внимания к другим отраслям экономики.

Таблица 2. Информация по средней заработной плате в СНГ

долларов США

Страна	Период						Темп прироста заработной платы 2020 к 2015, %
	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год	
Казахстан	568	418	463	472	488	498	-12%
Россия	561	549	672	699	740	708	26%
Украина	193	203	273	328	409	432	124%
Кыргызстан	209	212	228	239	247	240	14%

Примечание: Согласно данным Бюро национальной статистики

Отдельно рассмотрена средняя заработная плата в экономике стран Содружества Независимых Государств (СНГ). В целях одностороннего подхода к данной информации, выбранные данные, отображаются как отношение национальной валюты страны к доллару Соединенных Штатов Америки (США). Как показывали данные таблицы 1, в Республике Казахстан наблюдался рост средней заработной платы в национальной валюте, однако при конвертировании в мировую резервную валюту как доллар США, темп прироста средней заработной платы 2020 года к 2015 году показывает обратную динамику, тогда как в других странах, как Российская Федерация, Республика Украина существуют положительные показатели.

Традиционно на тенденции заработной платы отрасли здравоохранения оказывают влияние множество факторов, среди которых одним из основных является занимаемая

должность, в частности: руководители организаций, специалисты высшего уровня квалификации, административные работники.

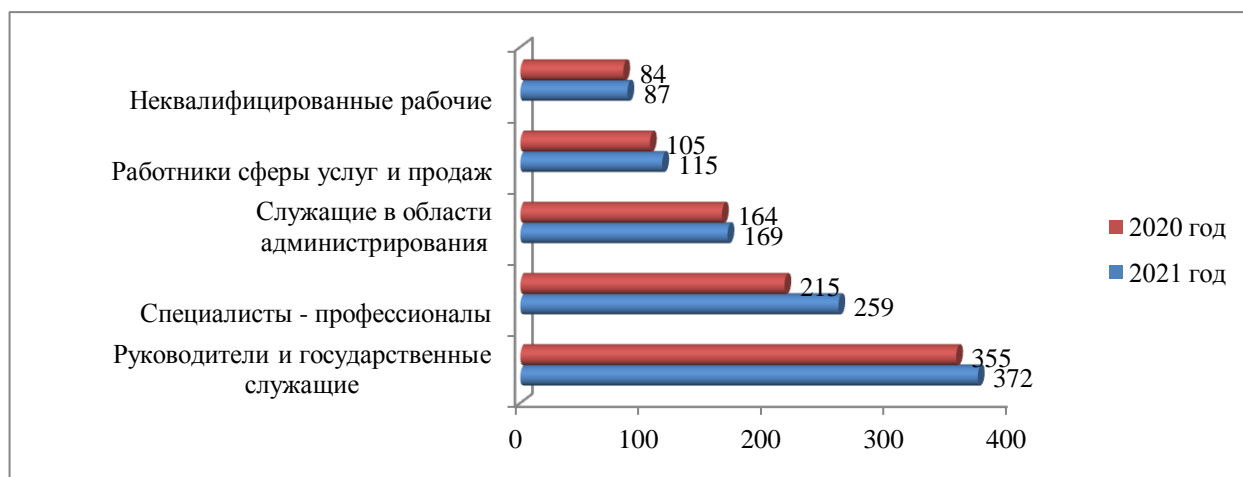


Рисунок 1. Информация по средней заработной плате по укрупненным группам занятий

В соответствии с рисунком 1 руководители и государственные служащие имеют наиболее высокие уровни заработной платы. В 2021 году заработная плата у этой категории работников также выросла, и составила 372 тыс. тенге.

Заработная плата специалистов – профессионалов в сравнении 2021 год к 2020 году выросла на 44 тыс. тенге и составила 259 тыс. тенге.

Сравнительно низкий уровень заработной платы имеют работники сферы услуг и продаж, а также неквалифицированные работники.

В случае концентрации внимания исследования систем оплаты труда именно на отрасли здравоохранения, то в 2021 году негосударственные и государственные организации здравоохранения, как правило, в качестве системы оплаты труда придерживаются Постановления Правительства Республики Казахстан от 31 декабря 2015 года № 1193 «О системе оплаты труда гражданских служащих, работников организаций, содержащихся за счет средств государственного бюджета, работников казенных предприятий» или различных модификаций и дополнений к данному постановлению. Данная система основывается на базовом должностном окладе, различных видов доплат и надбавок, а также коэффициентах, устанавливаемых в зависимости от стажа работы.

Недостатком данной системы оплаты труда является низкая заинтересованность медицинских работников в увеличении количества и повышении качества предоставляемых услуг.

В системе здравоохранения высокая заработная плата свойственна исключительно работникам руководящего состава, или некоторым специалистам занимающимся частной практикой. В рамках прочих групп работников наблюдается относительно небольшой уровень заработной платы, что делает актуальным проблемы совершенствования, улучшения, и соответствия нормативно – правовым актам систем оплаты труда в данной области.

В целях повышения уровня заработной платы, объема медицинских услуг, а также улучшения качественных показателей сотрудников медицинской организации, автором предлагается отказаться от текущей системы оплаты труда, вышеуказанном нормативно – правовом акте, в сторону разработки собственной корпоративной системы оплаты труда, которая будет учитывать: нагрузку и объем выполненной работы, квалификацию и навыки сотрудников, что, как ожидается, положительно отразится на повышении заинтересованности и вовлеченности медицинских работников.

Методы

Методы, используемые в рамках исследования: анализ вторичных данных, статистический метод и эмпирический методы. Сбор первичных данных, осуществлялся посредством распространения информации среди сотрудников, состоящих в различных группах системы мгновенного обмена сообщениями «WhatsApp». Опрос проводился автором и сотрудниками административного персонала медицинской организации, методом анкетирования в период с 22 июня по 7 июля 2021 года, с последующим анализом полученных данных. Анкета опроса носила структурированную форму и состояла из 2-х частей. В первой части анкеты запрашивались вводные данные респондента, такие как: место работы, пол, возраст, а также уровень должности. Вторая часть анкеты состояла из 35 закрытых вопросов. Оценка вопросов осуществлялась по 10 бальной шкале, выявляющих отношения к работе организации, где 1 – неудовлетворительный показатель, а 10 – показатель, отражающий высокую степень приемлемости к условиям работы.

Опросу было подвергнуто 89 сотрудников клиники, что составило 5,8% от фактической численности указанной организации.

Результаты опроса сотрудников организации по 6 (шести) категориям персонала: руководители первого уровня составили 2% или 2 человека из опрошенных респондентов, руководители среднего уровня 18% или 16 человек, врачебный персонал 19% или 17 человек, средний медицинский персонал 52% или 46 человек, младший медицинский персонал 3% или 3 человека, административно – управленческий персонал 6% или 5 человек.

Результаты исследования

Система оплаты труда является одной из наиболее актуальных задач, стоящих перед текущими руководителями и менеджерами отрасли здравоохранения, требующая систематического подхода и непрерывного поиска, и совершенствования.

Недостаток индивидуальных или коллективных стимулирующих показателей в структуре заработной платы, по которым возможно дифференцировать заработную плату является одной из основных проблем систем оплаты труда организаций здравоохранения.

В Трудовом кодексе Республики Казахстан установлены факторы дифференциации оплаты труда работников, к которым отнесены: квалификация работника, сложность выполняемой работы, количество и качество работы, условия труда. Среди законодательно установленных факторов дифференциации размеров заработной платы стаж работника не рассматривается, и для потенциального работодателя имеет скорее второстепенный характер.

Также, в целях получения обобщенного мнения сотрудников и выявления возможных проблем неэффективной системы оплаты труда использовался метод заочного опроса респондентов – анкетирование. В таблице 4 представлены вопросы, по которым результаты анкетирования показали наименьшее среднее значение.

Таблица 3. Информация по проведенному опросу сотрудников исследуемой организации

Наименование вопроса	Врачи	СМП	ММП
Я планирую работать здесь следующие год-два года.	8	8	8
Мой начальник ко мне относится так, что мне хочется работать с желанием.	6	7	10
Моя нагрузка, соответствует моим обязанностям.	8	7	7
Рабочие места у нас обустроены.	7	7	9

Мой начальник на практике применяет индивидуальный подход к каждому сотруднику.	6	8	8
Я понимаю, за что и сколько мне оплачивают.	8	7	7
Мой начальник замечает, признает и поощряет мои старания.	6	7	8
Спорные ситуации разрешаются с учетом обстоятельств, причин и мнений всех участников.	7	8	8
В организации (больнице, клинике, МедЦентре) обучают начальников отделов, КАК объективно оценивать работу подчиненного и понятно объяснять задания.	6	8	8
У меня бывали серьезные обсуждения результатов моей работы с моим начальником.	4	7	9

Согласно таблице 4, врачебный персонал медицинского учреждения выражают несогласие с обеспечением необходимыми изделиями медицинского назначения и лекарственными средствами, а также с оценкой результатов работы сотрудников вышестоящим руководством. Показатели среднего медицинского персонала отражают неудовлетворительное отношение к работе со стороны руководства, и высокой нагрузке, не соответствующей обязанностям и уровню заработной платы. Результаты анализа анкетирования младшего медицинского персонал показывают отсутствие понимания к системе оплаты труда.

В целом, большинство проблем системы оплаты труда исследуемой организации, полученных в результате анализа в отредактированной версии представлены в рисунке 2.

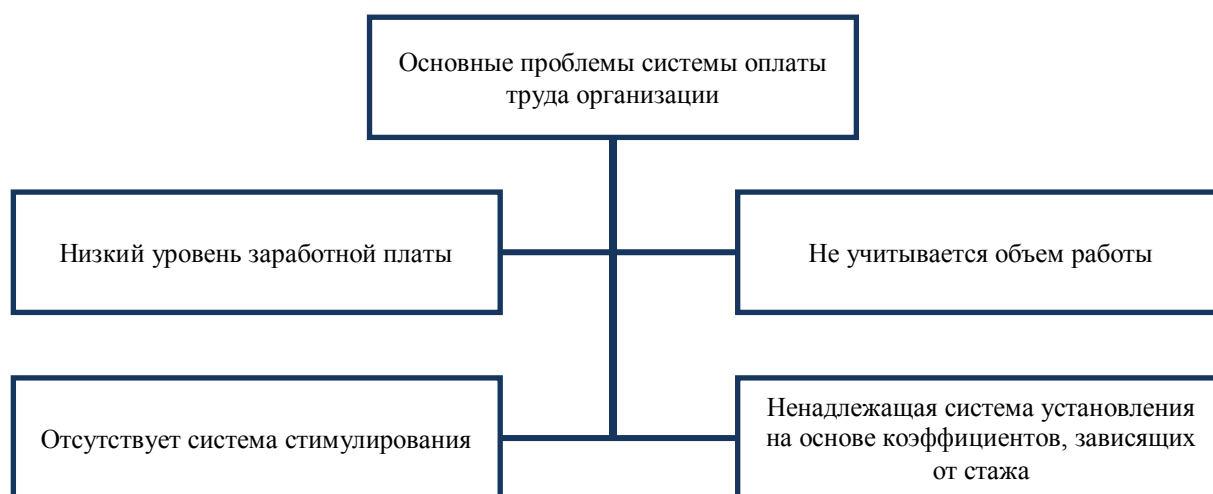


Рисунок 2. Информация по проблемам исследуемой организации здравоохранения

Кроме того, необходимо отметить, что система оплаты труда в исследуемой организации не совершенствовалась с 2007 года, и основывалась на Постановлении Правительства РК от 29 декабря 2007 года № 1400 «О системе оплаты труда гражданских служащих, работников организаций, содержащихся за счет средств государственного бюджета, работников казенных предприятий». Данное постановление утратило силу 31 декабря 2015 года.

Для того чтобы рассмотреть возможные альтернативные решения проблемы организации, необходимо определить составные элементы заработной платы.

Схематично применяемые в организациях здравоохранения разновидности оплаты труда, отображены рисунке 3.

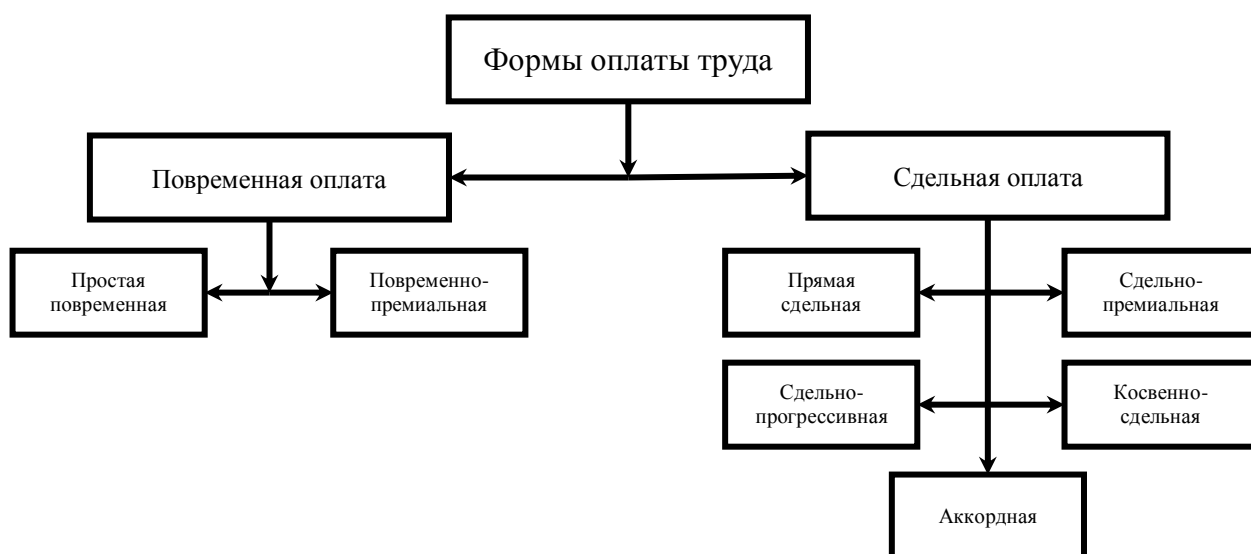


Рисунок 3. Информация по формам и видам оплаты труда

По состоянию на 2021 год в организации действует повременная система оплаты труда, основанная на суммировании должностного оклада, зависящего от стажа работы, доплат за категорию, за психоэмоциональные и физические нагрузки. Помимо перечисленных доплат, к должностному окладу применяется несколько видов персональных надбавок, установление и регламентация которых имеет субъективный характер.

Для достижения оптимального результата предлагается разработать полностью новую систему оплаты труда, основанную на комбинации сдельной и повременной форм оплаты труда. В данном предложении повременная оплата труда будет представлена в виде схемы должностных окладов, зависящих от квалификации сотрудника, его знаний и умений заработная плата, сдельная оплата труда будет зависеть от объема выполненной работы (сдельных расценок, или тарифов за оперативные вмешательства, манипуляции и консультативную деятельность), и разделена на коллективную и индивидуальную системы.

Таблица 4. Информация по средней заработной плате сотрудников организации

тенге

Наименование персонала	Текущая средняя заработная плата	Прогнозируемая средняя заработная плата	Отклонение
Врачебный персонал	233 678	300 000	66 322
Средний медицинский персонал	127 590	200 000	72 410
Младший медицинский персонал	83 061	150 000	66 939

Увеличение заработной платы позволит повысить обеспечение кадрами, а также в значительной степени повысить количественные и качественные показатели организации.

Обсуждение

Многие ученые и исследователи рассматривали и проектировали отдельные составляющие системы оплаты труда. Так, Попсуйко А.Н., Бацина Е.А., Артамонова Г.В.

рассматривали проблемы повышения производительности труда, Сувалов О.С. и Сувалова Т.В. делали оценку улучшения навыков и саморазвития на повышение уровня вовлеченности сотрудников, Колесников А.В. определял влияние корпоративной культуры и доходов сотрудников, Биктяров К.С. исследовал системы стимулирования, мотивации и управление персоналом.

Создание, разработка и внедрение корпоративных систем оплаты труда является непрерывным процессом, ввиду того, что изменяются формы собственности организаций, происходят изменения организационных структур, а также перемены, связанные с политикой и стратегией государственных органов.

Ряду сотрудников медицинского блока недоступно понимание процессов установления, начисления заработной платы. Результаты проведенного исследования показывают, что сотрудники исследуемой медицинской организации также стремятся к изменениям, связанные с оценкой и соответствующей оплатой трудовой деятельности.

Ввиду того, что исследуемая медицинская организация — это социальный объект, результаты от реализации данного проекта, как ожидается, должны оказать положительный социальный эффект, то есть повышение уровня заработной платы, уровня корпоративной культуры.

В процессе исследования приходилось сталкиваться и встречать некоторые ограничения, которые возможно разделить на 2 (две) группы. Первая, ограничения, связанные с потенциальными рисками негативного организационного поведения отдельной части персонала, возможным отразить термином «сопротивление». С сопротивлением связана неопределенность и ожидание потерь. Вторая группа ограничений имеет причины, относящиеся к ограничениям финансовых возможностей клиники.

Заключение

В настоящем исследовании автором предпринята попытка изучения и выявления актуальных и современных систем оплаты труда, внедрение и разработка которых возможна в медицинских учреждениях. Результаты исследований публикаций по данной тематике показывают наличие значительного количества специалистов, интересующихся подобными проблемами.

Несмотря на значительные усилия руководства страны и в частности министерства здравоохранения по увеличению оплаты труда, а также самого «статуса» медицинского работника, мы наблюдаем несоответствие между нагрузкой и объемом выполняемой работы, и получаемыми результатами, в виде оплаты труда.

Данная ситуация усугубляется снижением кадрового обеспечения медицинских учреждений, в том числе оттоком кадров в другие страны или отрасли экономики, а также обстоятельствами, связанными с распространением короновирусной инфекции (COVID – 19).

Выявленные проблемы позволяют сделать вывод, что разработка и внедрение новых систем оплаты труда, основанных на конечных показателях деятельности, окажет комплексное влияние на развитие и уровень качества жизни медицинских сотрудников.

Список литературы

1. Биктяров К.С. Управление персоналом. Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. 2017;(4):93-97.
2. Ибраимова С.Ж., Эрнзаров Т.Я., Каримбергенова М.К. Экономические приоритеты совершенствования системы оплаты труда работников социальной сферы (на материалах Павлодарской области). Экономическая серия Вестника ЕНУ имени Л.Н. Гумилева, №2-2020;23-35.

3. Чилилов А.М., Кадыров Ф.Н. Анализ изменений в системах оплаты труда работников здравоохранения. Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. 2020;(3):61-72. <https://doi.org/10.21686/2413-2829-2020-3-61-72>
4. Обухова, О.В. Подходы к обоснованию размера должностного оклада медицинских работников / О.В. Обухова, И.Н. Базарова, О.Ю. Гавриленко // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. – 2020. – № 4. – С. 132-145.
5. Попсуйко А.Н., Бацина Е.А., Артамонова Г.В., Морозова Е.А. Производительность труда в медицинских организациях как объект научного анализа. Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. 2021;18(2):77-89. <https://doi.org/10.21686/2413-2829-2021-2-77-89>
6. Роцин С.Ю., Сидорова А.С., Солнцев С.А. Структура заработной платы и кадровая политика российских компаний Российский журнал менеджмента16(4): 481– 498 (2018).
7. Лукашевская Д.А. Адаптация и совершенствование системы стимулирования и мотивации персонала к изменениям среды. Вестник университета. 2020;(2):194-200.
8. Леднева С.А. Разработка индивидуальных систем мотивации сотрудников с учетом их социально-психологической компетентности. Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. 2017;(3):111-119. <https://doi.org/10.21686/2413-2829-2017-3-111-119>.
9. Лукашевская Д.А. Различия между мотивацией и стимулированием персонала. Вестник университета. 2020;(1):156-163. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2020-1-156-163>
10. Mukhambetov T.I. Distant motivation against short motivation Вестник Карагандинского университета Серия Экономика. № 1(101)/2021: 83-91.
11. Сувалов О.С., Сувалова Т.В. Повышение вовлеченности персонала: практический опыт. Вестник университета. 2020;(11):53-58.
12. Колесников А.В. Особенности влияния корпоративной культуры на структуру организации. Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. 2017;(2):104-109.
13. Бабынина Л.С., Аркадьева Т.В. Методические аспекты совершенствования корпоративных систем оплаты труда. Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. 2019;(3):94-102. <https://doi.org/10.21686/2413-2829-2019-3-94-102>
14. Биктяков К.С. Система стимулирования персонала. Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. 2017;(2):100-103. <https://doi.org/10.21686/2413-2829-2017-2-100-103>
15. Пантелеева Т.А., Харченко Л.И. Современные подходы к организации оплаты труда в торговых организациях: специфика и тенденции // Мировые цивилизации Том 1, №1 (2016):1-6.
16. Яценко В. Основные понятия систем оплаты труда по результату // Formag Forwarding. [Электронный ресурс].- URL: <http://blog.formag.com/posts/445>
17. Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [Электронный ресурс]. <https://stat.gov.kz/>.
18. Бесплатная интернет – библиотека [Электронный ресурс]. Виды систем оплаты труда тк РФ характеристики на предприятии. <https://bibliotekar.ru/buhgalterskiy-uchet-2/65/.htm>.

Основные теории и модели мотивации сотрудников: практика и влияние на эффективность организации

Турсунов Е.А.

Специальность: Менеджмент, магистрант 2 курса

Алматы Менеджмент Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

tursunov.int@gmail.com

Аннотация. В данной статье исследуется взаимосвязь между мотивацией сотрудников и производительностью организации. Мотивация сотрудников рассматривается как один из основных элементов производительности труда. Основное внимание в исследовании уделяется теоретическим принципам, мотивирующим и де-мотивирующим факторам. Статья акцентируется на различные подходы и инструменты, направленные на моделирование мотивации на организационном уровне, такие как финансовая, нефинансовая, психологическая, организационная среда, культурные, а также социальные факторы мотивации.

Понимание основных факторов, влияющих на мотивацию сотрудников, приводит к формированию эффективной политики управления персоналом, ориентированной на сотрудников. Анализ помогает определить основные проблемы, возникающие из-за отсутствия мотивации и вовлеченности сотрудников. Несомненно, мотивация варьируется в зависимости от внутренних и внешних факторов, которые резюмируются на основе анализа академических ресурсов.

Ключевые слова: мотивация, внешние и внутренние детерминанты, мотивационные теории, психологические факторы.

Abstract. The current article investigates interrelationships between employee motivation and organizational performance. Employee motivation is considered as one of the main determinants of the labor productivity. The research focuses on theoretical principles, motivational and de-motivational factors. Moreover, different approaches and instruments aimed at simulating motivation on organizational level such as financial, non-financial, psychological, organizational environment, cultural as well as social aspects of the motivation.

Understanding main factors influencing on employee motivation leads to the formation of effective human resources management employee-focused policies. Analysis helps to determine main challenges arising from the lack of employee motivation and engagement. Undoubtedly, motivation varies based on several internal and external factors, which are summarized based on the analysis of academic resources.

Key words: motivation, extrinsic and intrinsic determinants, motivational theories, psychological factors.

Аннотация. Бұл мақала қызметкердің мотивациясы мен ұйымдық өнімділік арасындағы байланысты зерттейді. Қызметкерлерді ынталандыру еңбек өнімділігінің негізгі элементтерінің бірі ретінде қарастырылады. Зерттеудің негізгі бағыты теориялық принциптерге, ынталандырушы және ынталандырушы факторларға бағытталған. Мақалада қаржылық, қаржылық емес, психологиялық, ұйымдық орта, мотивацияның мәдени және әлеуметтік факторлары сияқты ұйымдық деңгейде мотивацияны модельдеуге бағытталған әртүрлі тәсілдер мен құралдарға назар аударылады.

Қызметкерлерді ынталандыруға әсер ететін негізгі факторларды түсіну қызметкерлерге бағытталған тиімді персоналды басқару саясатын қалыптастыруға әкеледі.

Талдау қызметкерлерді ынталандыру мен тартудың болмауынан туындайтын негізгі проблемаларды анықтауға көмектеседі. Мотивация академиялық ресурстарды талдау негізінде жинақталған ішкі және сыртқы факторларға байланысты өзгеретіні сөзсіз.

Түйін сөздер: мотивация, сыртқы және ішкі детерминанттар, мотивациялық теориялар, психологиялық факторлар.

Введение

Мотивация сотрудников рассматривается как один из важнейших-факторов, влияющих на эффективность организации. В самом деле, его можно рассматривать как один из фундаментальных аспектов управления человеческими ресурсами, который является предметом исследования ученых и практиков. Понимание мотивации сотрудников, а также ее факторов может способствовать формированию в организации политики, ориентированной на сотрудников. Несмотря на большое количество академических работ, которые посвящены анализу и изучению мотивации сотрудников, бизнес-среда непрерывно меняется, что приводит к изменениям в восприятии сотрудниками своей профессиональной деятельности.

Методы исследования и полученные данные

Сложности в изучении данной темы связаны с многогранностью в детерминации поведения людей в организационной среде [1, с. 44]. Вышеуказанные изменения и наличие проблем в области изучения мотивации среди сотрудников может быть объяснено раздробленностью аспектов данного субъекта исследования. Основные направления изучения темы мотивации сотрудников можно классифицировать следующим образом:

1. Стимулирование (экономическое);
2. Мотивационное (психологическое);
3. Обучение (педагогическое);
4. Узко прикладное (специфические методы мотивирования).

Необходимо также отметить, что исследование мотивации на организационном уровне, с точки зрения организационного поведения и детерминации, взаимодействия между разными звеньями организации изучено не полностью, а отдельными частями [1, с. 45].

По мнению В.П. Пугачева, в зарубежной академической среде существуют более пятидесяти теорий о мотивации. Однако большинство теорий расходятся в интерпретации термина «мотивация» и ее фундаментальных принципов. Учитывая вышеуказанные аргументы, необходимо дать развернутое и широко используемое определение термина «мотивация». Термин определяется как сложный процесс определения человеческого поведения под влиянием внутренних, внешних и личных факторов. Иными словами, мотивация может быть интерпретирована как результат сложных процессов, которые включают в себя многогранное взаимодействие внутреннего мира личности, его потребностей, ценностей, соотношения Я-концепции, его стимулов, а также различных ситуаций, переживаемых человеком [2, с. 4].

Понятие мотивации человека можно рассмотреть в двух ключах: субъективный и объективный. Субъективный аспект включает специфику подсознания и психологическую активность человека, и реагирование на происходящие ситуации. Объективный аспект – это результат влияния окружающей среды и внешних факторов.

Е.В. Зарубина и Л.Н. Петрова проанализировали основные теории о мотивации, используемые в академической среде.

1. Политика кнута и пряника – одна из самых древних и распространённых методов

мотивации. Основным принцип данного метода заключается в том, что работник, выполнявший работу хорошо, получает вознаграждение, в то время как, работник, выполнивший работу плохо, будет наказан начальством за невыполнение, либо за выполнение работы ненадлежащим образом. Одним из преимуществ такого метода мотивации является эффективность, проверенная веками в реальной практике в разных сферах хозяйственной деятельности. Основным недостатком данной модели является ограниченность в применении в настоящее время, так как метод наиболее эффективен в отношении работников с низким уровнем материального достатка и уровня образования. В современной экономической деятельности применение такой практики может привести к оттоку кадровых ресурсов организации.

2. Теория мотивации Э. Мэйо является теорией, развитию которой поспособствовали практические исследования, более известные как «Хотторнский эксперимент». Эксперимент был впервые проведен в 1923-1942 годах на текстильной фабрике в Филадельфии, где Мэйо применил социально-психологические методы для мотивации труда среди работников фабрики. До проведения эксперимента фабрика страдала из-за высокой текучести работников, которая составляла 250%, в то время как в других участках текучесть составляла 5-6%. Необходимо отметить тот факт, что материальные методы стимулирования работников фабрики не давали никаких позитивных результатов. В целях эксперимента, Мэйо установил десятиминутный перерыв для работников дважды в день, что способствовало снижению текучести среди сотрудников и значительному росту производительности каждого работника. Кроме того, улучшилось моральное и психологическое состояние работников. Но, через некоторое время администрация фабрики отменила данную практику, что привело к возврату к прежнему состоянию и оттоку работников. Несмотря на то, что эксперимент Мэйо не привел к развитию новой теории мотивации, это послужило фундаментом для дальнейших работ в сфере исследований, посвященных изучению мотивации. Надо учесть, что эксперимент Мэйо доказал необходимость применения других моделей мотивации, а не только метода пряника и кнута. Кроме того, эксперимент доказал, что руководители должны учитывать психологические аспекты и «нелогичность» в поведении сотрудников [3, с. 2].

3. Теория мотивации А. Маслоу является одним из наиболее используемых теорий в исследованиях, посвященных анализу человеческой мотивации. По мнению Маслоу, мотивацию человека можно объяснить с помощью разных потребностей, которые человек испытывает в разные этапы развития. По работам Маслоу можно понять, что эффективная мотивация сотрудников – это воздействие на актуальные потребности людей в организации. Кроме того, Маслоу предположил, что человеческие потребности сложны, но могут быть построены в определенную иерархию.



Рисунок 1. Пирамида потребностей А. Маслоу

Согласно рисунку 1, первый (фундаментальный) уровень человеческих потребностей составляют физиологические потребности, которые включают базовые нужды такие как, еда, вода, кров и сон. Второй уровень потребностей составляют потребности в безопасности, третья потребность в принадлежности, на четвертом уровне потребностей отражена потребность в признании. На пятом уровне иерархии потребность в самореализации. Маслоу доказал, что вышеуказанные человеческие потребности удовлетворяются строго по вышеуказанной очередности [4, с. 2]. Например, социальные и духовные потребности могут быть удовлетворены только после удовлетворения материальных потребностей. Нужно учитывать, что человек стремится удовлетворить те потребности, которые наиболее актуальны в данном этапе развития. Теория Маслоу акцентирует внимание не на все человеческие потребности, а на те, которые являются актуальными для сотрудника организации. Потребности человека можно считать нескончаемыми, так как они возрастают по мере развития и их удовлетворения. Данная теория получила широкое применение в практике управления, внося вклад в понимание основных факторов, побуждающих к эффективной работе сотрудников. Несмотря на то, что пирамида потребностей является универсальной для всех, необходимо учитывать индивидуальные различия между сотрудниками в организации.

4. Следующей важной теорией мотивации является теория Ф. Герцберга разработанная в 50-е годы двадцатого века. Теория также базируется на социологических исследованиях, направленных на анализ потребностей сотрудников. Согласно теории, имеются два фактора, которые побуждают сотрудников к работе. Первая группа факторов называется гигиеническими, а вторая группа — это мотивационные факторы.

Гигиенические факторы включают условия рабочей среды, в которых сотрудник осуществляет производственную деятельность. К гигиеническим факторам могут быть отнесены условия содержания рабочего места, питание, санитарно-гигиенические факторы, жалование, провидимая в организации политика, взаимодействия и отношения с коллегами и руководством, уровень контроля над работой и т.д.

Мотивационные факторы могут включать в себе характер и содержание осуществляемой трудовой деятельности, признание труда, продвижение по карьерной лестнице, возможность креативной деятельности, высокий уровень ответственности. Согласно теории Герцберга, гигиенические факторы могут не мотивировать сотрудников должным образом, но отсутствие таких факторов может привести к неудовлетворенности сотрудника в отношении труда. На самом деле, мотивационные факторы являются основными в мотивации сотрудника. Необходимо учесть, что отделять эти два разных фактора невозможно, так как они более эффективны, когда используются вместе. Однако необходимо учесть, что все сотрудники мотивируются различным образом, следовательно, и факторы, мотивирующие сотрудников, также могут отличаться [5, с. 129].

5. Теория ожиданий В. Врума гласит, что актуальная потребность работника на самом деле не способствует к мотивации на продуктивную работу с целью ее удовлетворения параллельно с достижением организационных целей. На самом деле, мотивирующим фактором нужно считать ожидания сотрудника, связанные с выбранной им моделью поведения, для достижения определенной цели. Хорошим примером можно считать общее предположение о том, что усердная работа с полной отдачей сотрудника приведет к продвижению по карьерной лестнице, либо же повышению зарплаты.

По мнению В. Врума, имеются три взаимосвязанных фактора, которые мотивируют сотрудников к трудовой деятельности. Данные факторы лежат в области психологических ожиданий сотрудника: ожидания о том, что усилия, прилагаемые сотрудником, дадут результат, ожидания того, что результат приведет к вознаграждению и ожидания ценности вознаграждения, которая называется «валентность». По мнению В. Врума, в случае, когда сотрудник не видит взаимосвязи между указанными факторами, то есть, между результатом

труда и вознаграждением, мотивация сотрудника становится слабой [5, с. 130].

Мотивация и эффективность организации. Мотивация является одним из основных факторов, влияющих на производительность сотрудников. Факторы мотивации могут быть разными, начиная с потребности быть частью коллектива до мотивации к самоутверждению [6, с. 2]. В настоящее время разработка эффективной системы мотивации среди работников на организационном уровне является одним из наиболее сложных задач для руководителей организаций. Имеется ряд причин, которые объясняют низкий уровень мотивации среди сотрудников, такие как высокий уровень текучести кадровых резервов компании; высокий уровень конфликтности в коллективе; низкий уровень либо полное отсутствие исполнительской дисциплины; низкий уровень труда; низкий уровень связи между трудовыми результатами и поощрениями; халатное отношение сотрудника к работе; отсутствие возможностей для самореализации; низкий уровень вовлеченности сотрудников в деятельность организации, неэффективная система коммуникации, слабые возможности для карьерного роста, влияющие на тонус работника, отсутствие возможности профессионального развития, токсичные взаимоотношения между руководством и сотрудником, отсутствие эффективной системы оценки и мотивации сотрудников, низкий уровень морального духа и другие.

Одним из основных мотивирующих факторов является финансовое стимулирование сотрудников. Одним из ярких примеров применения финансовых стимулирующих подходов является компания Гугл в Кремневой долине, которая занимает лидирующее место по финансовому поощрению сотрудников. Среднее жалование сотрудников в компании достигает 10 000 долларов США в месяц. Кроме того, в случае рождения ребенка, сотруднику положен двухмесячный оплачиваемый отпуск, а в случае смерти сотрудника, его семья будет получать половину зарплаты до 10 лет. Гугл ввела бесплатное питание на территории компании. Такие благоприятные условия являются мотивирующими и влияют на производительность труда. Другие компании как Microsoft и Apple вынуждены создать схожие условия труда для конкуренции на рынке труда, которая является одной из самых конкурентных в мире [7, с. 3].

О.К. Харченко и А.Г. Черниченко акцентируют внимание на неправильном подходе в использовании финансовых стимулирующих факторов. По мнению авторов, во множестве компаний финансовые стимулирующие факторы скорее используются для наказания, в виде штрафов и санкций со стороны руководителей, что является демотивирующим фактором. Материальная мотивация сотрудников должна осуществляться в меру финансового развития компании и должна быть сфокусирована на полную реализацию возможностей сотрудника.

На сегодняшний день, применяются разные способы и модели мотивации. Основные модели указаны ниже на рисунке 2.

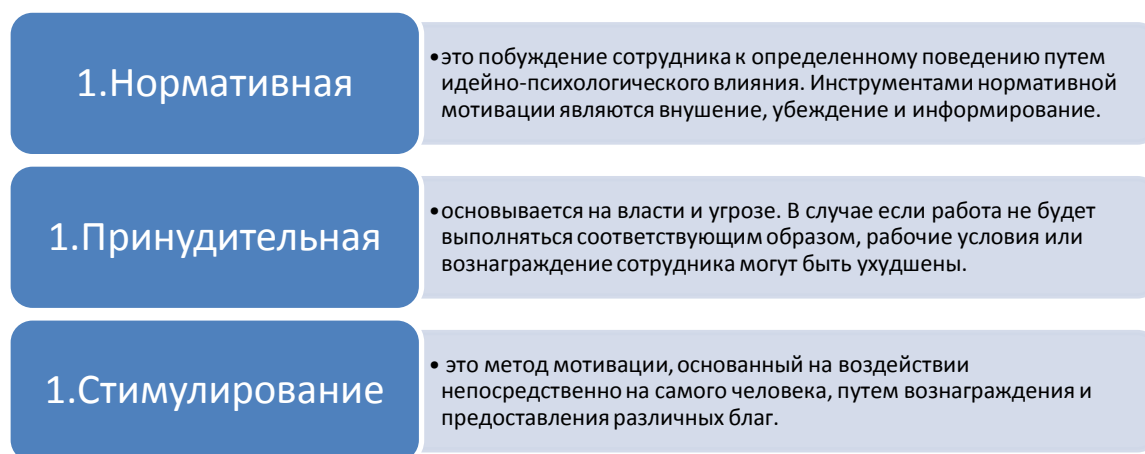


Рисунок 2. Основные модели мотивации

Стоит учитывать, что первые два метода мотивации относятся к прямым, так как они имеют прямое воздействие на человека. Но, третий метод, имеет косвенную характеристику, так как он больше акцентируется на окружающую среду.

Таким образом, все методы стимулирования мотивации среди сотрудников компании можно разделить на две группы:

1. Финансовые;
2. Нефинансовые.

Финансовые способы мотивирования включают денежные вознаграждения, участие в прибыли, в то время как нефинансовые вознаграждения могут быть следующими: выплаты по отпускам, бесплатное питание, прохождение обучения за счет компании, корпоративные и профессиональные праздники и т.д. [9, с. 78].

А. Наренова и М. Баянова считают, что мотивация сотрудников играет важную роль и во многом являются определяющим фактором организационной эффективности. Сотрудники с повышенным уровнем мотивации могут работать более продуктивно, с более высокой креативностью, и с большей долей ответственности по сравнению с сотрудниками с наиболее низким уровнем мотивации. Согласно мнению данных авторов, при исследовании мотивация сотрудников, необходимо учесть такие ее краеугольные камни как мотивы, стимул и цели. То есть, у каждого человека, замотивированного работой, имеются все вышеуказанные элементы. Таким образом, можно считать, что мотивация человека состоит из вышеуказанных элементов. Мотивы являются внутренними побуждениями человека к действию в целях достижения каких-либо результатов. Стимул является противоположным элементом, возникающим под влиянием внешних факторов, побуждающих к действиям. Цели являются желаемым объектом действий человека.

Для повышения уровня мотивации среди сотрудников, необходимо развивать и ставить конкретные и сложные цели, достижение которых приведет к продуктивности, реализации творческого потенциала, что повлечет за собой улучшение организационной эффективности компании [10, с. 80]. Кроме того, необходимо создавать условия для обучения персонала. Нужно отметить, что финансовые вознаграждения за труд, как инструмент поощрения сотрудников, имеет краткосрочный характер. Следовательно, установление более сложных задач может привести к стимулированию сотрудников к обучению и получению новых знаний, для решения таких задач, что приводит к организационной эффективности. В дополнение, стимулирование должно быть не только индивидуальным, но и групповым для достижения максимального положительного эффекта.

Заключение

В заключение можно сделать вывод, что мотивация является одним из существенных факторов, влияющих на действие или бездействие сотрудников. Исследование данной темы позволяет понять сущность факторов, которые влияют на поведение сотрудников. Высокая мотивация сотрудника приводит к его удовлетворенности, что непосредственно влияет на организационную эффективность, так как замотивированный сотрудник работает усерднее и качественнее. Мотивированные сотрудники вносят большой вклад через улучшение производительности труда, креативности и вовлеченности в рабочие процессы внутри организации. Стимулирование сотрудников может осуществляться путем финансовых и нефинансовых методов. Вместе с тем, требуют внимания внешние и организационные факторы, которые влияют на психологическое состояние сотрудника. Для создания комфортных условий на рабочих местах и мотивирования сотрудников необходимы комплексные меры, которые включают в себя, внешние, внутренние, финансовые, нефинансовые и прочие методы.

Список литературы

1. Пугачев В.П. Модель эффективного использования методов мотивации персонала. Вестник Московского университета. Серия 21. Управление (государство и общество). 2017.
2. Баженов С.В. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. Вестник Евразийской науки. 2015; 7(4 (29)).
3. Зарубина, Е.В., Петрова Л.Н. Основные теории мотивации. Аграрное образование и наука (4; 41). 2016.
4. Аваев В.Е. Теория мотивации А. Маслоу: классика и современность. Приоритетные направления развития науки и образования. 2016(2):211-5.
5. Филатова А.В. Сущность и основные теории мотивации эффективности труда персонала. Основы экономики, управления и права. 2012(1 (1)).
6. Комов М.С., Лысова Д.В. Мотивация персонала как фактор повышения эффективности деятельности организации. Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2017 (6-1).
7. Харченко О.К., Черниченко А.Г. Влияние материальных мотиваторов на эффективность управления персоналом. Электронный вестник Ростовского социально-экономического института. 2014(3).
8. Савельева Н.Ф. Влияние мотивации на эффективность управления человеческим капиталом предприятия. Известия Южного федерального университета. Технические науки. 2006; 59(4).
9. Поскряков И.А. Развитие системы мотивации сотрудников компании. Транспортное дело России. 2017(5).
10. Наренова А., Баянова М. Влияние мотивации на повышение эффективности управления персоналом. InterConf. 2021.

Problems and methods of improving capital management

Turlybekova Y.M.¹

Advisor Serikbayeva Zh.D.²

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

^{1 2} Almaty Management University, Almaty, Republic of Kazakhstan

Abstract. The article examines the concept of fixed capital from the standpoint of various economists. Defined the concept of management of fixed assets. The depreciation policy as a method of managing the fixed capital of an enterprise has been studied. The stages of the formation of the depreciation policy of the enterprise have been determined. The factors of formation of the depreciation policy are reflected. Possible ways of calculating depreciation on fixed assets in accordance with the Regulation on accounting "Accounting for fixed assets" are considered, the advantages and disadvantages of each method are revealed. The problems of fixed capital management associated with the implementation of an ineffective depreciation policy are identified, and ways of solving them are proposed.

Key words: fixed capital, fixed capital management, depreciation, depreciation policy.

Аннотация. В статье исследуется понятие основного капитала с точки зрения различных экономистов. Определено понятие управления основными фондами. Изучена амортизационная политика как метод управления основным капиталом предприятия. Определены этапы формирования амортизационной политики предприятия. Отражены факторы формирования амортизационной политики. Рассмотрены возможные способы начисления амортизации по основным средствам в соответствии с Положением по бухгалтерскому учету «Учет основных средств», выявлены преимущества и недостатки каждого метода. Выявлены проблемы управления основным капиталом, связанные с реализацией неэффективной амортизационной политики, и предложены пути их решения.

Ключевые слова: основной капитал, управление основным капиталом, амортизация, амортизационная политика.

Аннотация. Мақалада негізгі капитал түсінігі әртүрлі экономистердің көзқарасы бойынша қарастырылады. Негізгі қорларды басқару түсінігін анықтады. Кәсіпорынның негізгі капиталы басқару әдісі ретінде амортизациялық саясат зерттелді. Кәсіпорынның амортизациялық саясатын қалыптастыру кезеңдері анықталды. Амортизациялық саясатты қалыптастыру факторлары көрсетілген. «Негізгі құралдардың есебі» Бухгалтерлік есеп ережесіне сәйкес негізгі құралдардың амортизациясын есептеудің мүмкін болатын жолдары қарастырылып, әрбір әдістің артықшылығы мен кемшіліктері ашылған. Тиімсіз амортизациялық саясатты жүргізуге байланысты негізгі капиталды басқарудың мәселелері айқындалып, оларды шешу жолдары ұсынылды.

Түйін сөздер: капитал, капиталды басқару, амортизация, амортизация саясаты.

The current economic situation requires innovation in enterprise management in order to withstand fierce competition and gain a strong position in the market. In this situation, a systematic and rational management of the company's fixed assets is of great importance. This is possible with the innovative direction of the enterprise, which requires, first of all, significant capital investments in fixed assets [6]. Management of fixed assets is the activity of management personnel aimed at forming a rational composition and structure of fixed assets and their effective use in accordance

with the current and strategic goals of the enterprise [6].

Management of fixed assets in the enterprise plays an important role, since the final results of the financial and economic activities of the enterprise depend on it. Fixed capital management is carried out using a certain methodological toolkit. One of the elements of the method of managing fixed assets is the depreciation policy [5]. Depreciation policy is the choice and regulation of methods for calculating depreciation on fixed assets, as well as the direction of use of the depreciation fund. In turn, depreciation is the process of transferring an object of its value to value. The formation of the depreciation policy is carried out in several stages.

At the first stage, the choice of the optimal method for calculating depreciation is carried out. The choice of the optimal method for calculating depreciation plays an important role in the formation of the depreciation policy of the enterprise. Depreciation policy is the choice and regulation of methods for calculating depreciation on fixed assets, as well as the direction of use of the depreciation fund. In turn, depreciation is the process of transferring an object of its value to value. The formation of the depreciation policy is carried out in several stages. The chosen method of depreciation calculation depends on:

- the cost of finished products;
- the final results of the economic activity of the enterprise;
- the amount of income tax;
- the amount of property tax;
- the rate of replenishment of the amortization fund [4].

According to PBU 6/01, depreciation of fixed assets is calculated in one of the following ways:

- 1) linear method;
- 2) method of diminishing balance;
- 3) the method of writing off the value according to the sum of the numbers of years of the useful life;
- 4) the method of writing off the cost in proportion to the volume of products (works) [1].

In tax accounting, the last three methods are considered non-linear.

With the linear method, the annual amount of depreciation deductions is determined based on the initial cost (in case of revaluation of objects - from the replacement cost) of the item of fixed assets and the depreciation rate calculated on the basis of the useful life of this item. The depreciation rate in a linear way is calculated as follows:

$$N_a = \frac{1}{n} * 100 \%$$

where N_a is the annual rate of depreciation deductions, %;

n is the useful life of the inventory item, years.

The annual depreciation amount is determined by the formula:

$$S_{a.r.} = \frac{P_{st.} * N_a}{100 \%}$$

where $S_{a.r.}$ - the annual amount of depreciation deductions, rubles; $P_{st.}$ - the initial (replacement) cost of the object, rubles.

In the diminishing balance method, depreciation is charged on the basis of the residual value of an item of fixed assets at the beginning of the reporting year and the depreciation rate calculated based on the useful life of this item and the coefficient set by the organization, the value of which should not exceed 3.

The annual amount of depreciation in this method is determined by formula:

$$A_r = \frac{S_{ost.} * N_{a.ost.}}{100 \%}$$

where $S_{st.}$ - residual value of funds in a specific period, rubles; $N_{a.ost.}$ - the rate of depreciation deductions, calculated on the basis of the useful life and the established coefficient, %.

$$N_{a.ocr.} = K * N_a$$

where K is the coefficient established by the organization [2].

With the method of writing off the value by the sum of the number of years of useful life (cumulative method), the annual amount of depreciation is determined based on the initial cost of the item of fixed assets and the annual ratio, where the numerator indicates the number of years remaining until the end of the useful life of the item, and in the denominator the amount numbers of years of useful life, which is commonly called the cumulative number.

$$S = N * \frac{N+1}{2}$$

The cumulative number can be calculated by the formula:

where S is the cumulative number.

N is the number of years of service.

The method of calculating depreciation in proportion to the volume of products (works) produced is applied to the active part of fixed assets in cases where the volume of production can be associated with specific items of fixed assets, as a result of the operation of which it was obtained.

In this case, the useful life of an item of fixed assets is determined by the volume of products produced.

With this method, the annual amount of depreciation is determined by the formula:

$$A_{\Gamma} = S_{\text{перв}} * \frac{\Pi_k}{\Pi_{\text{норм}}}$$

(where Pk - the amount of products produced in the reporting year;

Pnorm - the estimated volume of production for the entire useful life of the fixed asset.

Each of the presented depreciation methods has both advantages and disadvantages. Consider them in the following table.

Table 1 Advantages and disadvantages of depreciation methods

Method	Advantages	Disadvantages
Linear method	- simplicity of calculating annual depreciation amounts;	does not guarantee a complete transfer of the cost of fixed assets to finished products
	uniformity of depreciation charges	real obsolescence is not taken into account
	proportionality in attributing the cost of fixed assets to the cost of finished products	does not provide quick replacement of worn out equipment
Non-linear methods	- reduce the tax base for corporate income tax;	the complexity of calculating the amount of depreciation
	provide fast replenishment of the amortization fund	- rapid obsolescence of fixed assets
	contribute to the acceleration of the reproduction of fixed capital	overestimation of the cost of finished goods at the initial stages of depreciation.

To choose the most optimal method for a particular enterprise, it is necessary to conduct a comprehensive analysis of the composition and structure of fixed assets, analyze the useful life in order to determine the appropriateness of applying one or another method of depreciation to each specific group of fixed assets.

At the next stage, the targeted use of the depreciation fund is ensured. Ensuring the targeted use of the depreciation fund means strict control over the use of depreciation deductions for the reproduction of fixed capital. Since the target use of depreciation funds is not provided for at the

legislative level, it should be regulated and monitored at the enterprise.

The third stage is to assess the effectiveness of the depreciation policy at the enterprise. In a modern economy, the depreciation policy pursued at enterprises is often ineffective. This is due to the following reasons:

- enterprises do not analyze the results of the selected depreciation policy;
- the chosen depreciation method does not accurately reflect the real depreciation of fixed assets;
- the revaluation of fixed assets is not performed, as a result of which the depreciation deductions are not adjusted;
- the depreciation fund is used for other purposes [3].

In this regard, it is necessary to determine the ways to improve the depreciation policy in order to increase the efficiency of the use of fixed assets and improve the financial results of the enterprise.

To do this, it is recommended to carry out the following activities:

- conduct a regular analysis of the effectiveness of the depreciation policy by monitoring the dynamics of indicators of the condition and use of fixed assets;
- to establish methods for calculating depreciation depending on the groups of fixed assets;
- to revalue fixed assets and, on its basis, to make adjustments to depreciation deductions; - to regulate the intended use of the depreciation fund;
- to direct depreciation deductions for the reproduction of fixed capital.

These measures to improve the depreciation policy will contribute to an increase in the efficiency of the use of fixed capital and, as a result, will lead to an improvement in the results of the financial and economic activities of the enterprise.

References

1. Абдулов П.В., Гойзман Э.И., Жандаров А.М. Методы анализа и обоснования решений в управлении экономикой. М.: АНХ, 1989. - 450 с.
2. Абушева Л.А., Васильев В. Д., Зенкина М. В. Использование механизма в оптимизации структуры капитала в управлении экономической устойчивостью предприятий строительного комплекса. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ. 2001.- 171 с.
3. Белых Л.П., Федотова М.А. Реструктуризация предприятия. М.:ЮНИТИ-ф ДАНА, 2001.- 399 с.
4. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента. Т. 1,2. К.: Ника-Центр. 1999.-512 с.
5. Ванхорн, Дж.К. Основы управления финансами. Пер. с англ. // Ред. Я.В. Соколов. М.:
6. Грабовый П.Г., Петрова С.Н., Полтавцев С.И. Риски в современном бизнесе. М.: АЛАНС, 1996. - 237с.

Международная практика трансформации FinTech и финансовых процессов

Хазин Д.О.¹

Специальность: Финансы, магистрант 2 курса

Научный руководитель к.э.н, доцент Бирмагамбетов Т.Б.²

^{1 2} Алматы Менеджмент Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация: данное исследование направлено на изучение международного опыта процессов трансформации финансовых технологий с возможным применением тех или иных приемов на финансовом рынке Республики Казахстан. Данный труд предусматривает анализ различной отечественной и иностранной литературы с целью восстановления хронологии развития финансовых технологий, учитывая текущую кризисную ситуацию, вызванную пандемией COVID-2019. В рамках исследования было выявлено, что феномен FinTech нуждается в разработке специальных структурных элементов, объясняющих почему FinTech имеет разрушительный потенциал для финансового рынка и выходит за рамки простого линейного продолжения и возможных существующих проектов.

Ключевые слова: FinTech, трансформация, Казахстан, COVID-19, международный опыт.

Abstract: This research is aimed at studying the international experience of the processes of transformation of financial technologies with the possible use of certain techniques in the financial market of the Republic of Kazakhstan. This work provides for an analysis of various domestic and foreign literature in order to restore the chronology of the development of financial technologies, considering the current crisis situation caused by the COVID-2019 pandemic. As part of the study, it was revealed that the FinTech phenomenon needed the development of special structural elements to explain why FinTech has a disruptive potential for the financial market and goes beyond a simple linear continuation and possible existing projects.

Key words: FinTech, transformation, Kazakhstan, COVID-19, international experience.

Аннотация: бұл зерттеу Қазақстан Республикасының қаржы нарығында белгілі бір әдістерді қолдану мүмкіндігімен қаржылық технологияларды трансформациялау процестерінің халықаралық тәжірибесін зерттеуге бағытталған. Бұл жұмыста COVID-2019 пандемиясынан туындаған дағдарыстық жағдайды ескере отырып, қаржылық технологиялардың даму хронологиясын қалпына келтіру мақсатында әртүрлі отандық және шетелдік әдебиеттерді талдауды қарастырады. Зерттеу FinTech феномені FinTech-тің қаржы нарығы үшін неліктен бұзушы әлеуетке ие екенін және қарапайым сызықтық жалғастығы мен мүмкін болатын жобалардан тыс екенін түсіндіретін арнайы құрылымдық элементтерді әзірлеуді талап ететінін анықтады.

Түйін сөздер: FinTech, трансформация, Қазақстан, COVID-19, халықаралық тәжірибе.

Введение

Одной из актуальных проблем, требующих исследования аналитиков – это процессы трансформации FinTech, а также финансовые вопросы рынка. На данный момент проводится крайне большое количество исследований на тему финансовых технологий, особенно в период пандемии COVID-2019, которые будут описаны ниже. В исследовании разберем механизмы возможной трансформации финансовых технологий и электронных рынков. Это

может свидетельствовать о том, что FinTech является активной областью исследований. Это примечательно, поскольку сам термин только недавно привлек широкое внимание.

Например, простой запрос в Google Trends показывает, что только в 2018 году сложный термин «FinTech» появился в широком масштабе и сделал трансформацию финансовой индустрии, видимой для всех [1]. Отрасль, которая оставалась довольно стабильной на протяжении десятилетий, очевидно, внезапно столкнулась с новыми участниками рынка и ускорением цифровых инноваций. Произошел всплеск основания новых компаний («стартапов»), которые обещали изменить всю отрасль, а некоторые даже заявили, что это будет началом конца банков. Это подтвердило бы утверждения 1990-х годов о том, что «банковское дело важно, а банки нет» или что «банки — это сталелитейная промышленность девяностых» [2]. Примерно через 25 лет мы можем увидеть начало этой (цифровой) трансформации. Хотя финансовая индустрия в целом и многие традиционные игроки из мира, в том числе Казахстана, «крупных банков» существуют, движение «FinTech» существенно повлияло на этот сектор.

Литературный обзор

Подобно подобным сложным терминам, таким как «Биотехнология», «ФинТех» представляет собой довольно простую и очевидную комбинацию прикладной области («финансы») и «технологии». Финансовый сектор вырос за последние столетия: первый банк был основан в 1472 году, а за ним последовало большое количество других предприятий (например, фирмы по ценным бумагам, страховые компании, агенты по недвижимости) [3]. Финансовые компании часто называют поставщиками услуг, поскольку они поддерживают фирмы на первичном рынке в ведении бизнеса и со временем сформировали вторичный рынок, на котором поставщики финансовых услуг (например, ипотечные брокеры, коммерческие банки, инвестиционные банкиры) взаимодействуют друг с другом [3,4]. В результате возникла «обширная сеть взаимосвязей, которая является более сложной, взаимной и менее линейной, чем в традиционных отраслях производства и розничной торговли» [4]. Технологии - второй элемент термина FinTech - стали ключевыми в управлении финансовыми процессами. Следуя Vouwman et al и Есмухановой Э. Б. технология — это способ организации вещей, координации процессов и более легкого выполнения задач. В этом общем определении признаются как аналоговые, так и цифровые технологии, которые получили распространение в финансовом секторе. Предыдущая работа по эволюции FinTech уже предполагает, что финансовые технологии имеют более долгое наследие, чем сам термин FinTech. Например, Ли и Шин связывает корни FinTech с распространением Интернета с 1990-х годов. Arner et al рисуют более широкую картину и признают финансовые технологии уже в середине девятнадцатого века. Историческая перспектива может даже начаться раньше, с появлением финансовых институтов (см. Рисунок 1).



Рисунок 1. Эволюция финансовых технологий

Из рисунка можно сделать вывод, что первые применения технологий, используемых банками и торговыми компаниями, основывались на физических носителях, содержащих информацию и ценности продукта. Поскольку пересылка этих документов и ценностей на расстояния была возможна только физическими видами транспорта, рынки были в основном ограничены региональными масштабами. Ситуация изменилась с появлением инноваций в области информационных и коммуникационных технологий (сокращенно «ИТ»). В частности, визуальный, а затем и электрический телеграф позволили отделить информацию от ее физического представления и быстрее передавать ее на большие расстояния. Экономические последствия были фундаментальными, и телеграф был признан элементом индустриализации в современных обществах [5]. Эти аналоговые технологии можно рассматривать как вторую фазу финансовых технологий, продолжавшуюся до середины двадцатого века.

Начиная с зарождения цифровых информационных и коммуникационных технологий, началась эра цифровых финансовых технологий, иногда также называемых «электронными финансами» Бексултанова А. Е., и Arner et al утверждают, что «безусловно, к концу 1980-х финансовые услуги стали в значительной степени цифровой индустрией, основанной на электронных транзакциях между финансовыми учреждениями, участниками финансового рынка и клиентами по всему миру». В банковском секторе технологии распространились по всей цепочке создания стоимости банковского дела, которая в результате эволюции состоит из четырех кластеров [6]: клиенты (например, розничные, коммерческие, инвестиционные), каналы (например, филиалы, брокеры, интернет, мобильные устройства, социальные сети), поставщики финансовых услуг (например, банки, небанковские организации) и межбанковские поставщики (например, биржи, сети).

Примеры такого технологического распространения:

- С 1960-х годов крупные поставщики финансовых услуг, в частности банки, стали первопроходцами в использовании ИТ внутри компании. В особо крупных банках созданы ИТ-отделы, которые часто насчитывают несколько тысяч сотрудников. Эти организационные подразделения разработали собственные прикладные системы и управляют корпоративными сетями, связывающими внутренние подразделения, включая их филиалы. На протяжении многих лет эти системы также обеспечивали электронные интерфейсы с клиентами (например, банкоматы, онлайн-банкинг) и с внешними заинтересованными сторонами (например, с другими банками, финансовыми биржами) [7].
- В межбанковской сфере появились международные электронные сети, такие как Общество всемирных межбанковских финансовых телекоммуникаций (SWIFT) в 1973 году и Трансьевропейская автоматизированная система экспресс-переводов валовых расчетов в реальном времени (TARGET) в 1999 году. Они стали важным строительным блоком для цифровизации между банками, которые установили интерфейсы со своими внутренними системами (межбанковская зона). Более новой сетью является Европейская единая зона платежей в евро (SEPA), которая началась в 2009 году и только недавно была усовершенствована для обработки процессов между банками в реальном времени (например, мгновенный перевод кредита SEPA). Кроме того, в 1980-х провайдеры бирж начали замену физических торговых площадок электронными торговыми и клиринговыми системами [8].
- В целом необходимость в стандартизации стала очевидной из-за разнообразия индивидуальных и несовместимых информационных систем в цепочке создания стоимости в банке. Инициативы в отношении стандартов интерфейса (например, NBSI для онлайн-банкинга, FIX для торговли акциями, UNIFY для кредитов) были инициированы поставщиками финансовых услуг, а комплексные программные системы стали доступны поставщикам ИТ (например, Finastra, SAP, Temenos). Обе

разработки (т.е. стандарты интерфейсов и стандартное программное обеспечение) были направлены на снижение неэффективности, присущей проприетарным системам [8,9].

Подобные изменения произошли в страховой отрасли, хотя и в меньшем масштабе из-за меньшей интерактивности страхового бизнеса. В целом, этап цифровых финансовых технологий показал, что продукты и услуги всей финансовой индустрии могут поддерживаться ИТ. Это также привело к размышлениям о том, существуют ли регулирующие институты, чтобы воспользоваться этими нововведениями и ограничить риски, присущие деятельности, осуществляемой в электронном виде. Хотя во многих случаях преимущества перевешивали риски, финансовый кризис, начавшийся в 2007 году, и последовавшие за ним нормативные ограничения подчеркнули свою роль как в обеспечении, так и в сдерживании преобразований в финансовой отрасли. Фактически, конкурентная среда во время цифровой фазы оставалась довольно стабильной, и ИТ в значительной степени улучшили существующие структуры [9].

На это наблюдение указывают различные факторы. Во-первых, хотя распространение ИТ привело к увеличению числа процессов и операций, передаваемых на аутсорсинг, степень вертикальной интеграции в банковской отрасли остается высокой. Например, исследование Gellrich et al обнаружило снижение всего на 5% в своем анализе 859 европейских банков. Их показатель вертикальной интеграции снизился со среднего 82,2% в 1995 году до 142,7% в 2020 году. С тех пор в этом секторе, по-видимому, наблюдалось дальнейшее сокращение собственного производства и стремление к большему аутсорсингу, специализации и диверсификации. Во-вторых, количество банков уменьшилось во время цифровой фазы, а количество сотрудников увеличилось. В период с 1994 по 2020 год (октябрь) количество учреждений уменьшилось с 37 090 до 10 725 (США) и с 230 до 26 (Казахстан), а вот рабочая сила, наоборот, выросла. Это можно рассматривать как потенциал для автоматизации и цифровых процессов, которые преодолевают проблему ручной работы между различными информационными системами. Заявление от отчета с 2016 по поддержке бизнес - процессов с ИТ может поддерживать это: «По всей Европе и Азии, розничные банки оцифрованы только 20 до 40 процентов от их процессов, 90 процентов европейских банков инвестируют менее 0,5 процента своих общих расходов в цифровые технологии» [9,10]. Такой низкий уровень инвестиций в инновации может показаться неожиданным, поскольку банки известны как первые пользователи ИТ и, как сообщается, инвестировали в ИТ больше своих доходов, чем компании в других отраслях. Например, Gopalan et al сообщает, что «во всем мире банковский сектор тратит в среднем от 4,7% до 9,4% операционного дохода на ИТ, в то время как другие секторы тратят меньше: страховые компании и авиакомпании, например, тратят 3,3% и 2,6% дохода, соответственно». Похоже, что высокие инвестиции в ИТ не были похожи на цифровую трансформацию бизнес-процессов и бизнес-моделей [10].

Неэффективность, присущая этой ситуации, стала плодородной почвой для нынешней фазы движения FinTech, которая примерно совпала с финансовым кризисом. Он основан на четырех движущих силах, которые были резюмированы в позиционном документе из последнего специального выпуска по банковскому делу, опубликованного Electronic Markets в 2018 году [11].

Это были:

- растущие темпы распространения инновационных ИТ-решений. Когда в 2017 году был опубликован документ с изложением позиции, «ингредиенты» FinTech были предсказуемы, но понятие «FinTech» получило широкое распространение лишь вскоре после этого. Вместо этого в позиционном документе эти разработки назывались «инновации в области банковских ИТ». После основных бизнес-услуг в банковской сфере, набор новых цифровых услуг в области финансовой информации, планирования и консультирования, платежей, инвестиций, финансирования и

межпроцессной поддержки позволил получить представление о широком спектре решений FinTech в банковской сфере. Очень часто решения были ограничены по объему и касались конкретной проблемы клиента [10,11,12].

- появление небанковских организаций и новых начинающих предприятий, предлагающих специализированные финансовые услуги. После финансового кризиса произошел рост инвестиций в начинающие финансовые предприятия. Например, глобальный объем ежегодного венчурного финансирования вырос с 3,7 млрд долларов США в 2013 году до 16,5 млрд долларов США в 2019 году [12]. Менталитет стартапов можно рассматривать как ключевой элемент FinTech, и хотя действующие операторы начали создавать новые организационные единицы (например, инновационные лаборатории, аналитические центры, дочерние предприятия), похоже, что ни банки, ни страховые компании не были способны продемонстрировать то же самое творческое, динамичное и «цифровое» мышление, которое было и остается в основе многих начинающих предприятий [13].
- изменение поведения клиентов банков в отношении онлайн-банкинга и межбанковских отношений. Распространение мобильных устройств и цифровых финансовых услуг позволило клиентам получить повсеместный доступ к финансовой информации. Кроме того, электронные инструменты предлагают функции, которые ранее были зарезервированы за банковскими консультантами. В целом, лояльность к основному банку снизилась, и клиенты, как правило, предпочитают отношения с несколькими поставщиками финансовых услуг. Например, более половины клиентов розничных банковских услуг в Казахстане уже пользуются услугами конкурирующих поставщиков и открыты для финансовых продуктов, предлагаемых ИТ-компаниями [12,13].
- регуляторные и конкурентные последствия финансового кризиса, произошедшего в 2007 году. Они включали новые правила разделения розничного и инвестиционного банкинга (например, Закон Додда-Франка), для защиты потребителей и рынков (например, MiFID), схемы отчетности для запрещения мошенничества (например, AIA, FATCA) и требования к более высокому покрытию капитала (например, Базельские соглашения). Эти растущие правовые ограничения в основном увеличили давление на традиционных поставщиков финансовых услуг [14].

В специальном выпуске Electronic Markets 2018 года сделан вывод о том, что банки только начинают осознавать потенциал мобильных и интернет-технологий [14,15]. В 2018 году можно сказать, что это развитие произошло. Помимо дальнейшего роста финансирования стартапов FinTech, многие традиционные операторы увеличили цифровизацию своих процессов, а иногда даже представили новые продукты и услуги (например, улучшенный онлайн-банкинг, клиентские приложения и видеоконференцсвязь, криптоактивы). Таким образом, появление FinTech впечатляет, но не произошло «внезапно» и опирается на долгое наследие финансовых технологий. FinTech действительно можно рассматривать как простую эволюцию, если бы можно было наблюдать линейный путь развития. Однако достижения в области ИТ (например, искусственный интеллект, большие данные, платформы, социальные сети), принятие ориентированной на клиента точки зрения и менталитета стартапов могут представлять собой аспекты, которые приводят к разрывам. Это также отражено в определениях FinTech, которые вводятся с 2015 года. В этом ключе Gimpel et al относятся к FinTech, когда «цифровые технологии, такие как Интернет, мобильные вычисления и аналитика данных, позволяют создавать, вводить новшества или разрушать финансовые услуги». Нарушение процессов и трансформация услуг называются ключевыми факторами для FinTech помимо технологических инноваций, а также в качестве основного отличия от предыдущих терминов «цифровое финансирование» или «электронное финансирование» [14, 15].

Методология

Чтобы охарактеризовать уровень изменений, вызванных ИТ, пять степеней трансформации бизнеса из Венкатрамана стали хорошо известной структурой. Они включают два эволюционных уровня (локализованное использование, внутренняя интеграция) и три революционных уровня (редизайн бизнес-процессов, редизайн бизнес-сети, переопределение сферы деятельности). Для простоты три внутриорганизационных уровня должны быть объединены, что приводит к трем уровням. Во-первых, они служат для того, чтобы охарактеризовать, чем этап FinTech отличается от предыдущего этапа цифрового банкинга (называемого «Банковские ИТ» в таблице 1.): ИТ могут либо улучшить деятельность и процессы в организации, улучшить взаимодействие с участниками бизнес-сети, либо повлиять на «бизнес-рамки и логику бизнес-отношений в расширенной бизнес-сети»[16]:

- На уровне внутренней организации FinTech включает в себя изменение бизнес-фокуса с внутренних бизнес-процессов на ориентацию на клиента [15,16,17,18]. Множественные согласованные онлайн-каналы дополнили и частично заменили классические филиалы [15,16,17], а основные компетенции сместились с обслуживания клиентов, продуктов и обработки транзакций в сторону управления онлайн-каналами, аналитикой данных и платформами [16,17,18]. Это связано с растущим числом оцифрованных (автоматизированных) процессов [18], которые менее интегрированы в основные банковские системы, но часто разрабатываются собственными силами в соответствии с гибкими методологиями с определенными интерфейсами API [16,17,18,19].
- На уровне бизнес-сетей предприятия в эпоху FinTech в большей степени связаны со специализированными внешними партнерами [17,18] и конкуренция, как правило, более интенсивна с более низкой маржой [19]. В дополнение к традиционному миру финансовых услуг, конкурентная среда FinTech теперь включает в себя новые стартапы и сторонних участников [20], корпоративная культура которых отличается от традиционных компаний финансовых услуг [20]. Из-за снижения затрат на переключение между провайдерами FinTech удержание клиентов также имеет тенденцию к снижению [19,20].
- На уровне внешней организации регулирование меняется от более низких требований к капиталу, меньшего надзора и высокой защиты со стороны национального законодательства в сторону более строгих правил для удерживаемого капитала, большего надзора на международном уровне и меньшей защиты, предлагаемой национальным законодательством [21].

Это также необходимо, поскольку ключевые инфраструктуры (например, национальный банк, платежные сети) больше не будут предоставляться централизованными национальными органами или координационными фирмами, а будут предоставляться электронными системами, которые управляются различными сетевыми партнерами для выполнения конкретных задач (например, платежи, инвестиции, финансирование) или даже работать на полностью децентрализованной основе (например, блокчейны) [20,21]. Широкое использование цифровых инфраструктур обеспечивает рентабельные операции и переход к безналичным операциям.

Таблица 1. Особенности FinTech на трех уровнях трансформации [22]

Уровень трансформации	Банковские ИТ (примерно до 2008 г.)	FinTech (2008-2021 гг.)
Внешняя организация		

Уровень трансформации	Банковские ИТ (примерно до 2008 г.)	FinTech (2008-2021 гг.)
- Регулирование	низкие требования к собственному капиталу, низкий надзор	более строгие правила; меньше защиты
- Инновация бизнес-модели	отраслевой бизнес и офлайн-услуги	онлайн и мобильные сервисы
- Управление инфраструктурой	централизованное учреждение как координационная фирма	распределение задач
- Стиль оплаты	большинство клиентов используют наличные	увеличение безналичных платежей
Сетевая организация		
- Сеть	небольшое количество сетевых партнеров	много специализированных партнеров
- Маржа и структура затрат	высокая рентабельность в основном бизнесе	более низкая маржа, более высокая конкуренция
- Конкуренты	другие традиционные поставщики финансовых услуг	стартапы, боковые участники
- Культура	Иерархический	кооперативный, гибкий
- Удержание клиентов	высокая лояльность клиентов	снижение затрат на переключение
Внутренняя организация		
- Бизнес-фокус	ориентированный на процесс	ориентированный на клиента
- Взаимодействие с клиентами	сначала офлайн	сначала онлайн, многоканальный
- Основные компетенции	распространение, продукты, транзакции	онлайн-распространение; платформы
- Вертикальная интеграция	высокая интеграция	низкая интеграция
- Портфель услуг	банки являются поставщиками общих услуг	небольшие разнообразные провайдеры
- автоматизация	процессы требуют ручных шагов	полностью автоматизированные процессы
- IT-архитектура	монолитные системы, собственная разработка	модульные системы, API

Из таблицы, основываясь на развитии финансовых технологий, как описано выше, термин «FinTech» означает все приложения, использующие аналоговые и в первую очередь цифровые ИТ для предоставления финансовых решений [23]. Он включает в себя широкий спектр инновационных идей и новых бизнес-моделей, основанных на цифровых технологиях. Решения FinTech могут быть найдены для взаимодействия с клиентами (например, управление личными финансами), для платежных услуг (например, платежей на основе технологии блокчейн), для финансирования и кредитования (например, краудсорсинг / -

фандинг) и для страхования (например, использование- страхование на основе страховки). Обратите внимание, что это представляет собой функциональную перспективу, которая отличается от институциональной точки зрения, которая рассматривает FinTech как определенные типы (стартапов) предприятий. Эта функциональная перспектива открывает вид на три части FinTech:

- Специфика страхового бизнеса, в частности его ориентация на управление рисками, породила термин «InsurTech», который можно использовать с 2015 года. В связи с этим Stockli рассматривает InsurTech как «явление, включающее инновации одного или нескольких традиционных, или нетрадиционных участников рынка, использующих информационные технологии для предоставления решений, специфичных для страховой отрасли» [24].
- Актуальность вопросов соответствия и нормативных требований для финансовой отрасли привела к сочетанию «нормативных требований» и «технологий», то есть «RegTech». В нем описывается использование технологий, в частности ИТ, в контексте регулирования, мониторинга, отчетности и соблюдения [25]. Решения RegTech «направлены на облегчение соблюдения нормативных требований и замену ручного труда в стандартных процессах соблюдения нормативных требований и соблюдения нормативных требований» [26].
- Наконец, чтобы подчеркнуть традиционный банковский бизнес в рамках FinTech, некоторые авторы выбрали понятие BankTech [27]. Несмотря на более точное признание технологий и инноваций в банковском секторе, по общему признанию, он не получил широкого внимания.

Результаты

Комбинация трех подобластей FinTech и трех уровней трансформации дает двумерную матрицу. Он обеспечивает удобную основу для размещения статей, представленных в данном специальном выпуске (см. таблицу 2). Из восьми статей две являются междоменными и имеют отношение ко всем трем областям FinTech (статьи 1 и 6), тогда как пять явно посвящены BankTech (статьи 2, 4, 5, 7, 8) и одна статья (статья 3) на InsurTech. Следуя тематике электронных рынков, в большинстве работ рассматриваются преобразования, затрагивающие сеть и / или внешний организационный уровень. В документе, который представляет исследование на внутреннем уровне (документ 8), говорится о потенциалах внутри организации электронного рынка [28].

Таблица 2. Матрица уровней трансформации по статьям [28]

	BankTech	InsurTech	RegTech
Внешняя организация	1) Таксономия предложений услуг для стартапов		
	2) Потребительские решения в розничном банкинге		
	4) Участие в мобильных экосистемах		
Сетевая организация	5) Устойчивая добыча биткойнов	3) Типология инноваций Insurtech	6) КИР
	6) Краудсорсинговые инвестиционные решения		
	7) Платформы роботов-консультантов		
Внутренняя организация	8) Высоочастотная торговля		

Из матрицы уровней трансформации можем сделать сказать, что первая статья называется «Понимание стартапов FinTech» и написана Хеннером Гимпелем, Даниэлем Рау и Максимилианом Рёглингером. В нем представлена таксономия предложений услуг, основанная на нефункциональных характеристиках, для классификации ориентированных на потребителя предложений услуг для стартапов FinTech, полученная на основе 227 случаев [27, 28]. Хотя авторы явно не применяют конкретную теоретическую линзу, они преследуют систематический процесс разработки таксономии. Эмпирически подтвержденная таксономия служит для определения механизмов, лежащих в основе предложений услуг FinTech, тем самым создавая основу для разработки инновационных услуг. Он помогает понять логику стартапов, ориентированных на потребителя, и поэтому относится к уровню внешней организации [29].

Во втором документе исследуется «влияние цифровизации на принятие решений потребителями в розничных банковских услугах». Ки Пустчи и Майк Денерт сосредоточили внимание на том, как оцифровка финансовых услуг влияет на принятие решений потребителями в сфере розничных банковских услуг. Работа способствует пониманию контактов с клиентами и применяет теорию принятия решений для определения (личных, социальных, установочных и других) факторов, которые влияют на решения потребителей розничных банковских услуг о поиске, покупке и, наконец, использовании новой финансовой услуги. В матрице трансформации FinTech он может быть отнесен к уровню трансформации сети (построение внешних отношений с клиентами) и столбцу BankTech [29, 30].

В третьей статье исследуются «трансформационные характеристики и трансформационные возможности инноваций InsurTech». Эмануэль Штёкли, Криситиан Дремель и Фальк Уберникель анализируют 200 инноваций InsurTech и проводят различие между инновациями, создающими ценность на уровне фирмы, и инновациями, создающими ценность на сетевом уровне [31]. В документе представлен широкий взгляд на трансформацию, поскольку помимо аспектов внутреннего и сетевого уровня также обсуждается логика бизнеса InsurTech. Авторы применяют обоснованную теорию, чтобы получить типологию шести инноваций InsurTech, и теорию взглядов на ресурсы, чтобы определить 14 трансформационных возможностей, которые влияют на шесть типов инноваций [31, 32].

Четвертый документ вносит вклад в «Понимание участия финансовых организаций в зарождающейся экосистеме мобильных платежей». Куи Ду стремится объяснить, почему кредитные союзы США обновляют свои финансовые услуги, участвуя в зарождающейся экосистеме мобильных платежей, или нет. Автор использует три теории для определения трех факторов: теорию перспектив для определения фактора «потери производительности», теорию зависимости от ресурсов для определения фактора «возможности ИТ-отдела с учетом требований клиентов» и институциональную теорию для определения фактора «конкурентное давление». Исследование вносит свой вклад в BankTech с упором на уровень внешней организации, который можно применить на финансовом рынке Республики Казахстан [33].

Пятый вклад озаглавлен «От объединения блоков к безубыточности» и анализирует долгосрочную устойчивость майнинга PoW с 2012 по 2016 год. Йона Деркс, Яап Гордийн и Арьен Зигманн анализируют участников сети Биткойн: а также потоки ценностей между этими участниками, используя общедоступные данные [34]. Они пришли к выводу, что сеть Биткойн не была устойчивой на протяжении большей части исследуемого периода и что сеть станет устойчивой только в том случае, если станут доступны более эффективные с вычислительной точки зрения алгоритмы (что приведет к снижению затрат на электроэнергию на 50%) или если майнеры получают значительно более высокие комиссии за майнинг Биткойн. (+ 50%). В исследовании применяется теория сетей и метод моделирования стоимости для расчета прибыльности и устойчивости финансовой сети

Биткойн, в частности, для метода майнинга Proof-of-Work [33, 34, 35].

Шестое исследование поднимает вопрос «Как решают инвесторы?» и исследует факторы, влияющие на то, как краудинвесторы принимают инвестиционные решения. Андреас Хоеген, Деннис М. Штайнингер и Даниэль Вайт считают, что принятие решений в краудфандинге отличается от традиционных финансовых решений. Они дают представление в краудсорсинге процессов на уровне сети и применяют теории принятия решений для анализа инвестиционных решений в краудфандинге (Hoegen и др. 2018). Основываясь на метаанализе 68 опубликованных исследований, они находят различия между факторами, влияющими на инвестиционные решения в краудфандинге, по сравнению с традиционными финансовыми решениями. Социальный капитал определяется как ключевой фактор для принятия инвестиционных решений по краудфандингу и требует не только личных контактов с важными людьми и инвесторами, но и широкого социального охвата для повышения осведомленности о кампании и привлечения многих ранних инвесторов. Другими факторами, необходимыми для привлечения инвестиций в краудфандинг, являются цифровые платформы, а также дизайн и особенности платформы [36].

Седьмая статья — это «Разработка робо-советника для малобюджетных инвесторов, не склонных к риску». Доминик Юнг, Верена Дорнер, Кристоф Вайнхардт и Хакан Пусмаз отметили, что клиенты неохотно принимают новые решения FinTech от банков, и определили отсутствие удобства использования в качестве основного препятствия. Они решают эту проблему, применяя комбинированный подход, основанный на теории принятия технологий («простота использования» и «полезность технологии») и теории когнитивной нагрузки («когнитивные ограничения пользователя»), чтобы вывести четыре принципа проектирования для фирм, которые нацелены на разработку решений роботов-консультантов в банковской сфере. Проверка показывает, что эти принципы помогают реализовать и улучшить ориентированность на клиента, которая была признана важной составляющей FinTech [35, 36].

Восьмой и последний документ «Скорость вычислений и прибыльность высокочастотной торговли» был написан Александру-Иоаном Стэном и посвящен высокочастотным трейдерам на фондовых рынках. В нем исследуется вопрос о том, как мощность обработки данных, точность и интенсивность поступления новостей могут повлиять на прибыльность торговли при различных торговых стратегиях [36]. Основываясь на теориях производительности ИТ, автор оценивает, как на производительность высокочастотной торговли ценными бумагами влияет торговое поведение трейдеров, рыночные условия для торговли ценными бумагами, а также точность и интенсивность новостей, предлагаемых трейдерам. Эксперименты по моделированию Монте-Карло показывают, что вложения в ИТ улучшают торговые показатели сверхвысокочастотных трейдеров больше, чем высокочастотных трейдеров [35, 36].

Выводы и обсуждение

Цель этого исследования заключалась в том, чтобы представить специальный процессуальный аппарат FinTech с кратким изложением эволюции феномена FinTech и вывести формирующие элементы, которые могут служить объяснением того, почему FinTech обеспечивает разрушительный потенциал для финансовой индустрии и выходит за рамки простого линейного продолжения, существующих разработок. Как описано в ретроспективе, финансовые технологии восходят к истокам финансовых институтов, и текущий этап FinTech начался примерно в 2008 году. С одной стороны, этот этап основан на развитии и конвергенции множества технологий (например, мобильных устройств, беспроводных сетей, интернета, технологий), с другой стороны, ни ориентация на клиента, ни инновации, ни предпринимательский дух не имели такого же присутствия и сочетания до движения FinTech

[37].

Во-первых, материалы, представленные в специальном выпуске, отражают доминирование банковского сектора в сфере FinTech. Хотя в этих статьях содержится дополнительная информация о целевых областях широкой области FinTech, необходимы дополнительные исследования двух других областей FinTech (InsurTech, RegTech). В то время как статья об InsurTech указывает на существование множества инноваций, краткий анализ, проведенный в Google Scholar, подтвердил впечатление об ограниченных доступных исследованиях в области RegTech. Это примечательно, поскольку законодательные и нормативные требования и проверки были накоплены ввиду растущего регулирования, которое произошло в финансовой отрасли после финансового кризиса 2008 года. Решения RegTech направлены на автоматизацию стандартных процедур и предоставление предложений для более сложных решений. Как показывает анализ Deloitte, который предполагает, что стартапы RegTech сосредотачиваются не только на соблюдении требований, но и на управлении идентификацией, управлении рисками, нормативной отчетности и мониторинге транзакций. От этих новых бизнес-моделей можно ожидать увеличения аутсорсинга регулирующей деятельности, что приведет к большей цифровизации и созданию сетей в финансовых цепочках создания стоимости.

Во-вторых, связи инноваций FinTech с первичным сектором также уделяется мало внимания. Как упоминалось в третьем абзаце этого предисловия, основная цель финансового сектора - обеспечение операций на первичном рынке. Среди примеров - интегрированные решения для платежей и денежных потоков, которые поддерживают цепочки поставок в обрабатывающей промышленности. Другим примером является распространение (интеллектуальных) моделей обслуживания (например, бесшовных транзакций в рамках экономики совместного использования), которые требуют большего количества транзакций, чем модели, ориентированные на товары. Такие инновации открывают возможности для традиционных операторов, стартапов и посредников, стирая тем самым границы между отраслевыми секторами и финансовым сектором. Помимо возросшей интеграции решений FinTech с первичным сектором, другой путь интеграции указывает на более сильную интеграцию во второстепенных секторах. По мере того, как FinTech-бизнес становится зрелым, необходимо будет решать вопросы взаимодействия между FinTech-системами и традиционными базовыми банковскими системами, чтобы преодолеть изолированность многих сегодняшних FinTech-моделей. В этих интерфейсах появляются новые бизнес-модели, которые будут способствовать дальнейшему продвижению FinTech на сетевом уровне. Очевидно, что здесь необходимы дополнительные исследования инновационных бизнес-моделей в различных отраслях, что будет способствовать дальнейшему продвижению FinTech на сетевом уровне [37].

В-третьих, эти размытые границы еще больше подпитываются дебатами о технологиях блокчейна (или распределенного реестра). Считается, что, изменяя передачу цифровых активов и прав собственности внутри и между отраслями, они создают новые возможности для бизнеса FinTech. Хотя исследования в этой области возникли из банковской области (например, электронных валют, в частности биткойнов), более широкие исследования использования этих ценностных инфраструктур только развиваются, и требуется более активное внимание ученых, чтобы полностью понять изменения в интерфейсе различных технологий и отраслей, а также связанных потоков активов и услуг. Один из возможных путей эволюции был предложен в недавно опубликованной редакционной статье Electronic Markets о «гипотезе коэволюции» [36, 37].

В-четвертых, FinTech-компании — это больше ИТ-компаний, чем раньше были финансовые провайдеры. Однако даже для компаний FinTech ИТ поддерживают бизнес-цели, и они также должны решать классическую и повторяющуюся проблему ИТ-организаций, известную как «несоответствие между бизнесом и ИТ» [37]. Разница в организационной

культуре между существующей финансовой индустрией и предпринимательскими стартапами также видна в том, как рассматривается ИТ-архитектура: ИТ-менеджеры в существующей отрасли, как правило, сосредотачиваются на разработке архитектур, определений и онтологий вместо того, чтобы сосредоточиться на влиянии на бизнес или клиентоориентированности. Это несоответствие между ИТ и бизнесом необходимо устранить для формирования цифрового мышления в масштабах всей организации и для принятия предпринимательского духа, присущего начинающим компаниям. В то время как должностным лицам необходимо научиться генерировать инновации «изнутри» и реализовывать результаты своих инновационных организаций (например, исследовательских / инновационных лабораторий и аналитических центров).

Список литературы

1. Альт Р. Электронные рынки и текущие общие исследования. Электронные рынки, 28 (2), - 2018 г. – с. 123–128. <https://doi.org/10.1007/s12525-018-0299-0>.
2. Есмуханова Э.Б. Трансформация бизнеса с помощью ИТ: от автоматизации к новому определению сферы деятельности. Sloan Management Review, 35 (2), - 2020 г. – с. 73–87.
3. Бексултанова А.Е. Расцвет цифрового банка. Financial Times, 25 октября. - 2017 г. – с. 23.
4. Альт Р., Пушманн Т. Рост клиентоориентированного банковского дела - электронные рынки открывают путь изменениям в финансовой индустрии Электронные рынки, 22 (4), - 2016 г. – с. 203–215. <https://doi.org/10.1007/s12525-012-0106-2>.
5. Альт Р., Пушманн Т. Оцифровка финансовой индустрии - основы эволюции финтеха. Шпрингер, Берлин / Гейдельберг - 2016 г. – с.12.
6. Арнер Д.У., Барберис Дж., Бакли Р.П. Эволюция FinTech: новая посткризисная парадигма? Джорджтаунский журнал международного права, 47 (4), - 2016 г. – с. 1271–1319.
7. Арнер Д.У., Барберис Дж., Бакли Р.П. FinTech, RegTech и переосмысление финансового регулирования. Северо-западный журнал международного права и бизнеса, 37 (3), - 2017 г. – с. 371–413.
8. Bain & Company (2017). Повышение качества обслуживания клиентов в банковской сфере. http://www.bain.de/en/Images/BAIN_REPORT_Evolving_the_Customer_Experience_in_Banking.pdf, по состоянию на 23 июля 2018 г.
9. Бек Х. Банковское дело важно, банки - нет. Будущее финансового посредничества в эпоху Интернета. Нетномика, 3 (1), - 2016 г. – с. 7–22. <https://doi.org/10.1023/A:1009927623530>
10. Бонс К, Альт Р., Ли Х.Г., Вебер Б. Банковское дело в эпоху Интернета и мобильной связи. Электронные рынки, 22 (4), - 2017 г. – с. 197–202. <https://doi.org/10.1007/s12525-012-0110-6>.
11. Бауман Х., ден Хофф, В., ван де Вейнгерт, Л., ван Дейк, Дж. Информационные и коммуникационные технологии в организациях: принятие, внедрение, использование и эффекты. Публикации Sage. <https://doi.org/10.4135/9781446211519>. - 2018 г. – с. 111-115.
12. CBInsights Отчет Global Fintech за 1 квартал 2019 г. <https://www.cbinsights.com/research/report/fintech-trends-q1-2018/>, по состоянию на 23 июля 2018 г.
13. Дэвис С., Джакетт Д., Кашьяп М., Николакакис Д., Куреши М., Шипман Дж. Клиенты в центре внимания: как FinTech меняет банковское дело - Global FinTech Survey 2016. PricewaterhouseCoopers. <https://www.pwc.com/il/he/bankim/assets/fin-tech-banking.pdf>, по состоянию на 9 июня 2018 г.
14. Делойт. RegTech - это новый FinTech: как регуляторные технологии помогают компаниям лучше понимать свои риски и управлять ими. Делойт.

https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ie/Documents/FinancialServices/IE_2016_FS_Reg_Tech_is_the_new_FinTech.pdf, по состоянию на 23 июля 2018 г.

15. Деркс Дж., Гордийн Дж., Зигманн А. (2018). От объединения блоков к безубыточности: исследование прибыльности добычи биткойнов с 2012 по 2018 годы. *Электронные рынки* 28 (3).

16. Дхар В., Стейн Р.М. Платформы и стратегия FinTech - интеграция доверия и автоматизации в финансах. *Сообщения АСМ*, 60 (10), - 2017 г. - с. 32–35. <https://doi.org/10.1145/3132726>.

17. Ду К. Самоуспокоенность, возможности и институциональное давление: понимание участия финансовых организаций в зарождающейся экосистеме мобильных платежей. *Электронные рынки*, 28 (3). - 2018 г. - с. 59-84. <https://doi.org/10.1007/s12525-017-0267-0>.

18. Эренфельд Дж. Автоматизация рынка ценных бумаг от стандартов до самообучающихся машин: текущее состояние и перспективы на будущее. *Журнал операций с ценными бумагами и депо*, 9 (3), - 2017 г. - с. 245–252.

19. Геллрих Т., Хакетал А., Хольцхойзер М. Вертикальная интеграция и эффективность банка. В: ОК Ferstl, EJ Sinz, S. Eckert, & T. Isselhorst (Eds.), *Wirtschaftsinformatik* - 2016 г. - с. 547–566. https://doi.org/10.1007/3-7908-1624-8_29.

20. Гимпель Х., Рау Д., & Рёглингер М. Понимание стартапов FinTech - таксономия предложений услуг, ориентированных на потребителя. *Электронные рынки*, 28 (3). - 2018 г. - с. 20-27. <https://doi.org/10.1007/s12525-017-0275-0>.

21. Гомбер П., Кох Дж., Сиринг М. Цифровые финансы и FinTech: текущие исследования и направления будущих исследований. *Журнал экономики бизнеса*, 87 (5), - 2017 г. - с. 537–580. <https://doi.org/10.1007/s11573-017-0852-x>.

22. Гомбер П., Кауфман Р. Дж., Паркер К., Вебер Б.В. О финтех-революции: интерпретация сил инноваций, подрывов и преобразований в финансовых услугах. *Журнал информационных систем управления*, 35 (1), - 2018 г. - с. 220–265. <https://doi.org/10.1080/07421222.2018.1440766>.

23. Гудейл Дж. (2012). Успех Банка 1.0 и Банка 2.0 предполагает изучение передового опыта друг друга. Технический документ TSYS, <https://digitalpayments.files.wordpress.com/2013/03/bank-1-0-and-bank-2-0.pdf>, по состоянию на 9 июня 2018 г.

24. Гопалан С., Джайн Г., Калани Г., Тан Дж. Прорыв в ИТ-банкинге. *McKinsey о бизнес-технологиях*, - 2015 г. - с. 30–35.

25. Hoegen, A., Steininger, DM, & Veit, D. Как решают инвесторы? Междисциплинарный обзор принятия решений в краудфандинге. *Электронные рынки*, 28 (3). - 2018 г. - с. 49-76. <https://doi.org/10.1007/s12525-017-0269-y>.

26. Юнг Д., Дорнер В., Вайнхардт К., Пусмаз Х. Разработка робо-советника для небезопасных потребителей с низким бюджетом. *Электронные рынки*, 28 (3). - 2018 г. - с. 200-210. <https://doi.org/10.1007/s12525-017-0279-9>.

27. Лоуренс А., Великобритания. Адаптивное финансовое регулирование и RegTech - концептуальная статья о реальной защите жертв банкротств банков. *Duke Law Journal*, 66 (3), - 2016 г. - с. 567–604.

28. Ли И., Шин Ю., Дж. Финтех: экосистема, бизнес-модели, инвестиционные решения и проблемы. *Бизнес-горизонты*, 61 (1), - 2018 г. - с. 35–46. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.09.003>.

29. Мэлоун Т.В., Йетс Дж., Бенджамин Р.И. Электронные рынки и электронные иерархии. *Сообщения АСМ*, 30 (6), - 2015 г. - с. 484–497. <https://doi.org/10.1145/214762.214766>.

30. Маринч М. Банки и информационные технологии: конкурентоспособность vs. отношения. *Исследование электронной коммерции*, 13 (1), - 2016 г. - с. 71–101.

<https://doi.org/10.1007/s10660-013-9107-2>.

31. Марьянович О., Мурти В. От продуктово-ориентированных к клиенто-ориентированным услугам в финансовом учреждении - изучение организационных проблем в процессе перехода. Границы информационных систем, 18 (3), - 2016 г. - с. 479–497.

<https://doi.org/10.1007/s10796-015-9606-x>.

32. Nemcova Z., & Dvorak J. Технология связи платежных карт с банковскими учреждениями в сфере безналичной оплаты. Научные труды Пардубицкого университета. Серия D, факультет экономики и управления, 18 (26), - 2017 г. - с. 116–128.

33. Пеппард Дж., Уорд Дж. «Обращайте внимание на пробелы»: диагностика взаимоотношений между ИТ-организацией и остальной частью бизнеса. Журнал стратегических информационных систем, 8 (1), - 2015 г. - с. 29–60.

[https://doi.org/10.1016/S0963-8687\(99\)00013-X](https://doi.org/10.1016/S0963-8687(99)00013-X).

34. Поустчи К., Денерт М. Изучение влияния цифровизации на принятие решений потребителями в розничном банкинге. Электронные рынки, 28 (3). - 2018 г. - с. 15-62.

<https://doi.org/10.1007/s12525-017-0283-0>.

35. Шваб Ф., Гибо С. Подъем BankTech - красота гибридной модели для банков. В книге С. Чишти и Дж. Барбериса (редакторы), книга FinTech. - 2016 г. - с. 245–247.

36. Шим Ю., Шин Д. Анализ финтех-индустрии Китая с точки зрения теории акторов и сетей. Политика в области электросвязи, 40 (2–3), - 2016 г. - с. 168–181.

<https://doi.org/10.1016/j.telpol.2015.11.005>.

37. Штёкли Э., Дремель К., Уберникель Ф. (2018). Изучение характеристик и трансформационных возможностей инноваций InsurTech для понимания создания страховой стоимости в цифровом мире. Электронные рынки, 28 (3). - 2018 г. - с. 150-184.

<https://doi.org/10.1007/s12525-018-0304-7>.

УО «Алматы Менеджмент Университеті»

«Коллоквиум Алматы Менеджмент Университеті»
27 желтоқсан, 2021 жыл

«Colloquium Almaty Management University»
27 December, 2021

