

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ

«Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ» КЕАҚ

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»
XIX Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XIX Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»**

**PROCEEDINGS
of the XIX International Scientific Conference
for students and young scholars
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»**

**2024
Астана**

УДК 001

ББК 72

G99

«GYLYM JÁNE BILIM – 2024» студенттер мен жас ғалымдардың XIX Халықаралық ғылыми конференциясы = XIX Международная научная конференция студентов и молодых ученых «GYLYM JÁNE BILIM – 2024» = The XIX International Scientific Conference for students and young scholars «GYLYM JÁNE BILIM – 2024». – Астана: – 7478 б. - қазақша, орысша, ағылшынша.

ISBN 978-601-7697-07-5

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

УДК 001

ББК 72

G99

ISBN 978-601-7697-07-5

**©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2024**

технологических предприятия получил распространение феномен дорожных карт. Данные карты закладывают основные целевые показатели, технологии и маркетинговые показатели на средне- и долгосрочную перспективу. Благодаря данной карте предприятие информирует общественность о том, какие продукты и когда она планирует вывести на рынок. Данные дорожные карты служат ориентиром для малых предприятий в отношении того, на какие технологии запланирован спрос в будущем, что, соответственно дает им стимул для разработки технологии, поскольку ее можно сразу выгодно продать на рынке инновации. Более того, помимо облегчения взаимодействия между малым и средним бизнесом дорожные карты дают возможность потенциальным инвесторам оценить, в какие стартапы может быть выгоднее инвестировать на том или ином этапе [8].

Таким образом любое предприятие представляет собой отдельно функционирующую систему, бизнес-модель, работающую согласно определенным законам. Использование модели «открытых» инноваций предполагает определенную долю внешнего вмешательства, которое для того, чтобы оставаться эффективным, должно являться неотъемлемой частью бизнес-модели. Сложности, сопутствующие органичному внедрению «открытых» модели инновационного развития требует ввести в структуру предприятия специальный отдел по внедрению инновации. В связи с этим управленческий риск выступает одним из основных препятствий на пути перехода к «открытой» модели инновационного развития предприятия.

В заключении можно сказать, что внедрение «открытой» модели инновационного развития предприятия с адаптированной системой управления позволяет сократить издержки, время запуска продукта на рынок, усиливает процессы дифференциации продуктов, что в итоге приводит к увеличению прибыли предприятия.

Список использованных источников

1. Фролова, Т.А. Экономика предприятия: конспект лекций / Т.А. Фролова.– http://www.aup.ru/books/m170/1_1.htm (дата обращения 15.03.2024).
2. Толысбаев Б.С., Кирдасинова К.А., Курманов Н.А., Жагалбаев Б.Т. Қазақстандағы қызмет көрсету саласындағы кәсіпорындардың цифрлық трансформациясы: дайындықты бағалау, даму сценарийлері және ынталандыру тетіктері. Монография.. – Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті. Астана, 2022. – 203 б.
3. Jackson D.J., What is an Innovation Ecosystem?/ National Science Foundation, P. 2 [Электронный ресурс] URL: http://ercassoc.org/sites/default/files/topics/policy_studies/DJacksonInnovation%20Ecosystem_03-15-11.pdf (дата обращения 18.03.2024)
4. Васильцов В. С. Развитие рынка инноваций в хозяйственной системе России / В. С. Васильцов. — СПб.: Издво политехн. ун-та, 2017.
5. Всемирная организация интеллектуальной собственности: [Электронный ресурс] URL:<http://www.wipo.int/reference/ru/> (дата обращения 10.03.2024)
6. Фахрисламов, В.Г. Управление инновационным потенциалом организации – фактор конкурентоспособности / В.Г. Фахрисламов, С.Г. Фахрисламова. – <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2012/thesis/s005/s005-158.pdf> (дата обращения 15.03.2024).
7. Толысбаев Б.С., Исаков Б.М. Инновациялық менеджмент. Оқу құралы. Алматы. Техно-Эрудит. 2018. – 1-2-том. 500 б.
8. Porter, M. E., The Competitive Advantage of Nations: [Электронный ресурс] URL: <https://hbr.org/1990/03/the-competitive-advantage-of-nations> (дата обращения 03.03.2024)

УДК 339.13

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ МЕДИЦИНСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Касымова Мендыгуль

kassymova_polik3@mail.ru

Магистрант экономического факультета кафедры «Менеджмент»,

Проблематика стратегий развития имеет ключевое значение для организаций любой отрасли. Здравоохранение, конечно же, не является исключением. Стратегия является инструментом формирования целей функционирования медицинских организации. С помощью стратегии медицинских организации может распределять свои ресурсы и направления деятельности с учетом специфики влияния внешних и внутренних факторов и рисков. То есть стратегия показывает дальнейшее направление деятельности медицинских организации. Кроме того, разработка стратегии развития позволит обосновать эффективность потенциальных инвестиций. Несмотря на то, что понятие «стратегия» уже давно применяется в менеджменте, единого, общепринятого определения этого понятия пока не принято [1].

Не ставя в настоящей работе задачу, исследовать дефиницию термина «стратегия», считаем целесообразным придерживаться следующей современной формулировки: «Стратегия – иерархическая комплексная система решений, включающая в себя цели, сформированные на основе анализа внутренней и внешней среды предприятия; задачи, в рамках выработанных целей; а также, методы их достижения и выполнения; учитывающая оптимальное распределение имеющихся ресурсов (для скорейшего достижения целей высшего иерархического уровня)» [2]. Такое определение объединяет в себе различные взгляды на значение понятия «стратегия» в менеджменте.

Со стратегией связано понятие стратегического управления: «деятельности субъекта управления по определению основной траектории развития корпоративной системы и границ пространства допустимых траекторий развития, а также по формированию условий, обеспечивающих сохранение траектории развития в ходе текущей деятельности» [3, С. 35].

Стратегия развития медицинской организации предполагает сбалансированный подход к организации процессов таким образом, чтобы достижение стратегических показателей было следствием эффективной работы всех подразделений медицинских организации, а не методом отчетности перед вышестоящими организациями [4, 0]. В широком понимании стратегия разрабатывается и внедряется для обеспечения устойчивости экономического развития компании. Эффективная и детально разработанная стратегия гарантирует компании сильные и устойчивые позиции на конкурентном рынке.

Применительно к медицинской организации назначение стратегии развития в корне не меняется. Нуждаются в конкретизации только цели развития, возможные направления деятельности медицинских организации, технологии и инструменты управления, а также механизм получения и распределения ресурсов (финансовых, кадровых, материальных, лекарственное обеспечение). Основное отличие в том, что стратегия медицинских организации не является в полной мере самостоятельной – она должна удовлетворять государственным приоритетам и требованиям Минздрава. Медицинская организация, будучи частью гос. системы здравоохранения имеет ограниченный выбор стратегических решений. Поэтому стратегия развития конкретной медицинских организации должна отражать эти условия.

Стратегия развития обычно разрабатывается на высшем уровне руководства медицинских организации. Но реализацией стратегии занимаются руководители всех уровней. Стратегия развития компании (стратегия верхнего уровня организации), в свою очередь, детализируется деловыми (конкурентными) и функциональными стратегиями (инвестиционная, операционная, финансовая, инновационная, социальная, экологическая и другие стратегии).

Актуален вопрос о видах стратегий развития применительно к медицинским организациям. Как таковые специальные виды стратегий развития исключительно медицинских организаций в литературе не обнаружены.

Наиболее рискованной стратегией считается стратегия диверсификации.

На практике эти базисные стратегии, зачастую сочетаются, и фактическая стратегия

конкретной организации представляет собой конгломерат этих базисных стратегий с преобладанием какой-либо одной.

Выбор стратегии зависит от доступности ресурсов, готовности к риску, соотношения внешних и внутренних факторов. Считается, что успешная стратегия «держится на трех китах»:

- долгосрочные и согласованные SMART-цели;
- глубокое понимание конкурентной среды;
- объективная оценка ресурсов.

Недостатки выбора и формирования стратегии развития в медицинской организации могут приводить к проблемам для медицинских организаций [6]:

- прямые финансовые потери вследствие недополучения денег из страховой компании и/или бюджета;
- косвенные финансовые потери из-за ухудшения репутации (увольнение специалистов, уход пациентов, судебные разбирательства, внеплановые проверки различными гос. контролирующими организациями и др.);
- усиление рисков (кадровых, медицинских и др.).

Проблема усугубляется тем, что она не является локальной для конкретной МО, и распространяется на регион присутствия медицинских организаций, превращаясь в социальную проблему общества:

- рост заболеваемости и смертности;
- социальная напряженность в районе данной медицинских организаций.

Разработать стратегию развития означает:

- сформулировать миссию организации, соответствующую стратегии;
- обосновать видение организации, т.е. описание организации, каким оно будет в результате реализации стратегии;
- обозначить стратегические цели и задачи, т.е. ориентиры, выполнение которых преследует стратегия;
- представить позиционирование организации во внешней и внутренней среде;
- обосновать потребность в ресурсах: человеческих, финансовых, материальных, временных и др.;
- составить план или сценарий развития, содержание конкретных программ, проектов, мероприятий, которые входят в реализацию стратегии;
- структурировать методологические аспекты – финансовые расчеты, оценки рисков, причинно-следственные диаграммы, карты стратегии, метрики качества стратегии и др.;
- детализировать стратегию развития в частных функциональных стратегиях (управления персоналом, финансами, рисками и др.).

Помимо разработки, формирование стратегии предполагает её внедрение. С точки зрения менеджмента – это задача управления изменениями. Поэтому целесообразно брать за основу инструменты управления изменениями.

В диссертации А.Ю. Царикаева [7] предложен механизм внедрения стратегии развития:

- 1) Оценка готовности организации и сотрудников к изменениям.
- 2) Оценка компетенций сотрудников.
- 3) Принятие необходимых мер, чтобы сгладить возможное сопротивление изменениям, если сотрудники не готовы к изменениям.
- 4) Повышение качества человеческого капитала при необходимости (с позиций соответствия новой стратегии).
- 5) Разработка, согласование и утверждение регулирующих документов: уставы проектов и программы, составляющих стратегию, диаграммы Ганта, матрицы распределения ответственности и др.
- 6) Распределение обязанностей между ответственными и исполнителями.
- 7) Выполнение утвержденных этапов, проектов, программ.
- 8) Мониторинг и контроль результатов промежуточный.

9) При необходимости корректировка плана.

10) Аудит и оценка результатов.

С точки зрения формирования адекватной стратегии развития важно также определить приоритеты развития. По результатам опросов руководителей медицинских организаций приоритетные направления стратегического развития на уровне самой медицинских организации:

- создание механизмов материального и нематериального стимулирования медицинского персонала;
- повышение качества оказываемых медицинских услуг;
- модернизация лечебно-диагностической базы медицинской организации.

Большинство жалоб от пациентов касаются именно этих направлений.

Однако само по себе внедрение стратегии развития ещё не гарантирует устойчивого роста медицинской организации. Например, на материалах зарубежных медицинских организаций за 2023 г. реализуя стратегию развития, достигают устойчивого роста показателей в течение 3 лет и более только 75,6 % организаций.

Для достижения устойчивого роста показателей долгосрочного развития необходимо не только сформулировать стратегию, но и обеспечить её выполнение во всех подразделениях медицинских организации, включая административно хозяйственные и вспомогательные службы. С этой целью необходимо вовлекать персонал в повышение эффективности процессов медицинских организации путем обучения на рабочем месте лучшим практикам. Такой комплексный подход повышает заинтересованность сотрудников и позволяет устойчиво развиваться организации в целом. По литературным данным можно выделить также факторы успеха самой стратегии развития в медицинской организации [8]:

- SMART-целеполагание – обоснование и утверждение долгосрочных целей медицинской организации, включающих в себя повышение медицинской, социальной и экономической эффективности работы медицинских организации и её подразделений;
- обоснование и утверждение ключевых показателей деятельности медицинских организации в рамках модели устойчивого развития, включающих в себя плановые показатели работы медицинских организации, дополнительное государственное задание, обеспеченность кадрами, ресурсами и др.;
- определение ключевых процессов для достижения долгосрочных SMART-целей МО, включая процессы профилактического осмотра, работа с диспансерными больными, оказание неотложной, паллиативной и других видов помощи;
- обоснование и утверждение ключевых показателей эффективности и результативности каждого процесса, включая промежуточные показатели медицинской и экономической эффективности;
- определение качества и количества ресурсов, необходимых для достижения долгосрочных SMART-целей медицинских организации;
- обоснование и утверждение технологий и инструментов обеспечения вовлеченности персонала медицинских организации, включая привлечение талантливых специалистов, обучение и стимулирование;
- регулярный мониторинг и анализ эффективности и результативности по утвержденным ключевым показателям деятельности медицинских организаций;
- бенчмаркинг, внутренний анализ деятельности подразделений с целью выявить лучший опыт и тиражировать его на другие подразделения, а в том случае, когда лучшего опыта внутри организации не было, изучается и тиражируется опыт других медицинских организаций;
- внедрение организационных улучшений и инноваций путем проектной работы в рамках модели бережливого производства;
- возможная корректировка долгосрочных SMART-целей и ключевых показателей деятельности под влиянием изменившихся условий внешней и внутренней среды. Т.е. стратегия развития должна быть гибкой.

Соответственно, просто выстраивать процессы медицинских организации в соответствии со стратегическими целями недостаточно для устойчивого развития медицинской организации. Необходимо применять управленческие методы для эффективного перераспределения ресурсов, мониторинга и анализа деятельности организации, проводить анализ удовлетворенности как пациентов, так и персонала и других стейкхолдеров медицинских организации, осуществлять эффективное управление не только основными, но и вспомогательными процессами.

В развитие представлений о факторах успеха предлагается систематизировать принципы эффективной стратегии развития медицинской организации. Следуя этим принципам, можно:

- организовать управление медицинских организации, ориентированное на результат и удовлетворение интересов разных стейкхолдеров;
- определить процессы управления медицинских организации, которые могут быть максимально формализованы и организованы так, чтобы всегда сохранялась возможность для улучшения;
- упростить управление рисками и неопределенностями;
- влиять на мотивацию и понимание сотрудников касательно задач и целей организации, управлять стремлением сотрудников к профессиональному развитию.

Таким образом, стратегия развития определяет содержание процессов стратегического управления медицинской организацией. Поэтому стратегия развития должна быть обоснованной, соответствовать современным реалиям, учитывать факторы и риски как внешней, так и внутренней среды. Важна также детализация стратегии развития всей организации в частных функциональных стратегиях (управление персоналом, финансами, рисками и др.).

Список использованных источников:

1. Шифрин М. Б. Стратегический менеджмент: учебник для вузов / М. Б. Шифрин. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2024. – 295 с.
2. Кузнецова О. А. Теоретические аспекты стратегического управления [Текст] / О. А. Кузнецова, Г. В. Махеев // Экономика, социология, право. – 2015, № 1. – С. 85-87.
3. Антонов В. Г. Как разработать эффективную стратегию для российских предприятий (Новая методология разработки стратегии) [Текст] / В. Г. Антонов, М. В. Самосудов // Управление. – 2016. – № 4 (14). – С. 33-44.
4. Латуха О. А. Комплексный подход к реализации стратегии в устойчиво развивающейся городской поликлинике / О. А. Латуха, И. М. Сон, Ю. И. Бравве, А. В. Калининченко, Я. В. Хмельницкая, и др. // Менеджер здравоохранения. – 2023. – С. 11-18.

УДК 338.24

ПРИМЕНЕНИЕ БОЛЬШИХ ДАННЫХ ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ

Кияшева Салтанат Нурлановна

kiyashevasalta@mail.ru

Магистрант 1 курса ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан

Научный руководитель - Хасенова К.К., к.э.н., ассоциированный профессор

В современном мире, где каждый клик, каждое взаимодействие в интернете оставляет цифровой след, большие данные становятся не просто ресурсом, а ценным активом, способным радикально трансформировать маркетинговые стратегии. Термин "большие данные" относится к массивам данных такого объема, скорости поступления и разнообразия, обработка которых традиционными методами оказывается неэффективной. Эти данные,