

Развитие банковского кредитования экономических субъектов в Казахстане сдерживается рядом факторов: высоким уровнем рисков в кредитной сфере; сокращением количества кредитоспособных заемщиков в сфере производства и обращения, связанное со снижением капитализации предприятий, падением доходов, ростом износа основных производственных фондов и т.п.; повышением стоимости кредитных ресурсов, вызванной ростом средневзвешенных процентных ставок в стране, ужесточением условий кредитования; отраслевыми диспропорциями при кредитовании экономических субъектов, краткосрочный характер сложившейся ресурсной базы банков; снижение кредитного потенциала банков второго уровня, диспропорции в региональном распределении кредитных ресурсов, низкая заинтересованность банковской сферы в активизации кредитных процессов. Результаты проведенного анализа свидетельствуют, что в Казахстане имеет место явная недооценка роли банковского кредитования экономики страны, отдельные сектора экономики находятся в чрезмерной зависимости от банковских кредитов, возникший межсекторный дисбаланс необходимо устранять путем формирования оптимальной отраслевой структуры кредитных вложений банков второго уровня и улучшения финансового состояния субъектов экономики.

Литература:

1. О ситуации на финансовом рынке в декабре 2021 года. Национальный Банк Республики Казахстан. - <https://nationalbank.kz/ru/news/obzor-inflyacii/rubrics/1461>
2. Влияние программ, реализуемых Фондом «Даму» на развитие сектора МСБ и диверсификацию экономики (макроэкономический эффект). Обзор за 2014-2020 годы. - <https://damu.kz/poleznaya-informatsiya/informatsiya-fonda/analitika/>
- 3 Власенко М.Н. Об основных показателях долговой нагрузки на экономику. //Банковский вестник, 2016, №10, с. 35-41 <https://www.nbrb.by/bv/articles/10187.pdf>
- 4 Статистический бюллетень Нацбанка РК. - <https://nationalbank.kz/ru/news/statisticheskii-byulleten/rubrics/1675>
- 5 Динамика основных социально-экономических показателей. Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам РК.- <https://stat.gov.kz/official/dynamic>
- 6 Кравец Л.Г., Потапова С.В. Подходы к оценке доступности банковских кредитных услуг и ее влияние на уровень стабильности банковского сектора. //Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета, 2017, с. 42-46. - <https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-otsenke-dostupnosti-bankovskih-kreditnyh-uslug-i-ee-vliyanie-na-uroven-finansovoy-stabilnosti-bankovskogo-sektora>
- 7 Национальный Банк РК. Конъюнктурный обзор. Результаты опросов предприятий по экономике. - <https://nationalbank.kz/ru/page/konyunktturnyy-obzor>

Мейрамов Н.М., Карагандинский университет имени академика Е.А. Букетова, экономический факультет, гр. ММН-61, магистрант
(*Научный руководитель – к.э.н., доцент Мамбетова С.Ш.*)

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К НАУКЕ МЕНЕДЖМЕНТА

Теория науки менеджмент - это одна из теорий управления, которая приписывает эффективность применения научных методов. Она идет на шаг дальше известной научной теории управления, применяя инструменты и методы исследования операций для решения практических проблем. Подход науки управления использует компьютерные приложения и инструменты исследования операций для решения бизнес-проблем, связанных с количественным управлением, исследованием в области анализа персонала, всеобщим управлением качеством и информационными системами. Основным ограничением теории менеджмента является ее неспособность точно предсказывать бизнес-феномены, содержащие поведенческие элементы.

С девятнадцатого века появилось несколько концептуальных теорий управления. Взгляд на менеджмент как на искусство и науку привел к тому, что некоторые ученые в области менеджмента приписывают эффективность управления определенным факторам и

обстоятельствам [1, 25]. Теория науки менеджмента фокусируется на достижении точности путем выражения взаимосвязи между переменными с помощью количественных моделей. Это современный подход к управлению, продолжение научной теории управления, которая применяет научные процедуры (например, разделение труда и специализацию) для управления соответствием работника задаче с целью повышения эффективности организации.

Наука управления просто применяет этот метод к таким проблемам бизнеса, как принятие решений, процессы проектирования и стратегическое планирование. Она определяет операционную проблему, выдвигает возможные объяснения причин ее возникновения, а затем предлагает возможные решения. Этот процесс похож на то, как ученые создают модели для проверки своих теорий, а затем получают информацию из результатов.

В последнее время появился ряд работ о менеджменте, в которых высказывается мнение, что лидерство является отдельной и самостоятельной функцией в фирме. Согласно этим работам, менеджмент изображается рутинным [2, 42]. Таким образом, для обеспечения успеха бизнеса предлагается отдать предпочтение лидерству в ущерб менеджменту, который представляется устаревшей концепцией. Ряд авторов поддерживают разграничение между менеджментом и лидерством, хотя основа этого разграничения не ясна [3, 71]. Однако существует и другая тенденция, когда рассматривают менеджмент и лидерство как единое целое, как это делают основополагающие авторы по менеджменту. Ведь несмотря на продолжающиеся дебаты, окончательного ответа на вопрос о роли и значении менеджмента и лидерства в успехе бизнеса пока нет. Таким образом, определение направления развития теории менеджмента переплетается с выживанием и ростом. Выживание и рост также подразумевают мораль, в частности, сопротивление краткосрочной финансовой выгоде ради долгосрочного выживания и роста. Балансирование конфликтующих интересов - личных, деловых и интересов персонала также подразумевает принятие решений и включает в себя социальную ответственность.

Мобилизация сотрудников в концептуальной теории менеджмента переплетается с достижением целей (часть определения направления), определением эффективности с точки зрения клиентов и организации, созданием и поддержанием среды, в которой сотрудники могут работать, и поддержанием потенциала фирмы. Определение приоритетов подразумевает решительность и распределение ресурсов для достижения целей, задач фирмы и вытекает из этих целей. В то же время задача определения приоритетов также связана с координацией, чтобы обеспечить движение всего бизнеса в одном направлении. Определению приоритетов, координации и мобилизации сотрудников способствует организационная структура. Организационная структура, в свою очередь, находится под влиянием стратегии, которая является частью определения направления. А определение приоритетов также переплетается с коммуникацией, поскольку сотрудники должны быть проинформированы о том, на что направлена деятельность компании, чтобы направить свою энергию соответствующим образом; это также влияет на степень управления сотрудниками. Потребности и желания клиентов вытекают из концепции «предвидения будущего», которая неразрывно связана с окружающей средой. Это, в свою очередь, связано с установлением направлений и определением приоритетов, а также с созданием среды, в которой сотрудники могут работать для достижения целей фирмы. Потребности и желания клиентов также связаны с выбором рынка, на которой фирма хочет конкурировать, а также с обеспечением ценности для клиентов. Понимание среды подразумевает адаптацию к изменениям, поскольку среда содержит переменные, которые постоянно меняются, что может открыть возможности или создать угрозы для выживания и роста фирмы, оба этих фактора очевидны из информационной базы. Информационная база в свою очередь включает ведение учета, нормы и стандарты для мониторинга, контроля прогресса, а также процессы и процедуры, которым необходимо следовать при осуществлении деятельности. В свою очередь, эти действия влияют на производительность в достижении целей фирмы. На производительность также влияет доступ к знаниям, навыкам, активам, ресурсам и процессам для предоставления ценности клиентам. Последние два вида деятельности также влияют на прибыльность.

Системы менеджмента в целом относятся к совокупности информационных систем, которые обеспечивают менеджеров информацией как о внутренних, так и о внешних событиях. Информация уменьшает неопределенность, поэтому менеджеры принимают более качественные решения, когда имеется больше данных. Эта отрасль теории науки менеджмента помогает проектировать информационные системы (например, системы обработки транзакций, системы поддержки принятия решений, системы автоматизации офиса и т.д.), которые обеспечивают менеджеров внутренней и внешней информацией для принятия качественных решений.

Современные ИТ предлагают менеджерам новые и усовершенствованные способы работы с информацией, которые помогают им более точно оценивать ситуацию и принимать обоснованные решения. В отличие от предшествующих теорий управления, подход науки управления применяет математические модели и методы в научной манере для улучшения бизнес-процессов. Математические модели раскрывают взаимосвязи между несколькими переменными в рамках отраслей. Такие математические модели, как метод ограничивающих факторов и линейное программирование, могут выявить узкие места, замедляющие производственный процесс, и предложить наилучший способ обойти эти узкие места.

В настоящее время это помогает предприятиям оптимизировать затраты на рабочую силу. Хотя применение теории науки управления очевидно во многих управленческих практиках (особенно в планировании, операциях и контроле), ее нельзя применить ко всем видам управленческих процессов. Реализация теории науки управления предполагает некоторые исходные предположения (например, бизнес-процессы могут быть оценены количественно), и иногда эти предположения не соответствуют реальным ситуациям. Проблемы управления, которые являются скорее человеческими, чем техническими (например, подбор персонала, лидерство, организация и т.д.), вряд ли могут быть решены с помощью количественных инструментов науки управления. Это одно из самых больших ограничений подхода науки управления. В некоторых исследованиях теория науки управления рассматривается как преувеличение необходимости технических управленческих навыков при преуменьшении необходимости человеческих управленческих навыков, в то время как другие по-прежнему считают, что наука менеджмента - это наука о человеке. Теория игнорирует важность людей, отношений и других не поддающихся количественной оценке факторов. Некоторые аспекты управленческой деятельности не могут быть легко количественно оценены, потому что они включают в себя некоторые человеческие элементы, которые непредсказуемы. Кроме того, теория науки управления предписывает ограниченное количество инструментов для решения конкретных проблем, а также эффективное использование этих инструментов требует определенного уровня знаний и технических навыков. Повышение точности основывается на предположении об измеримости бизнес-процессов в количественном выражении. Бизнес-модели, созданные с помощью инструментов науки управления, могут прогнозировать различные бизнес-переменные и предлагать оптимальное сочетание ресурсов, способное максимизировать результат.

Представленная до сих пор информация говорит о том, что со времен возникновения и первых записей о менеджменте мало что изменилось. Таким образом, выживание и рост фирмы могут оказаться под угрозой из-за неспособности менеджера «предсказать будущее» или сделать акцент на значимых переменных. То же самое относится и к морали, особенно к балансированию между краткосрочной финансовой выгодой и долгосрочным выживанием, ростом.

Литература:

1. Панчин А.В. Основы менеджмента. – М.: Интер, 2011. – 25.
2. Шашкова А.Д. Концептуальные теории о менеджменте // Экономик и управление. – 2017. – 4(2). – 40-46.
3. Артемов У.С. Управление персоналом. – М., 2013. – 71.

Омарова А.К., Карагандинский университет имени академика Е.А.Букетова, экономический факультет, гр. ММК-52, магистрант
(*Научные руководители — к.э.н., ассоциированный профессор Мамраева Д.Г., к.э.н. Ташенова Л.В.*)

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА РЫНКЕ В2В

На данный момент рынок интернет-рекламы во всем мире видоизменился. Если раньше рекламодателям предлагали размещаться только на сайтах и в поисковых системах с помощью контекстной рекламы, то сейчас, практически каждый бренд имеет страницу в социальных сетях.

Достижения в области новых технологий, на которых основывается формирование информационного общества, во многом изменили характер коммуникации. Ввиду