

**Алматы экономика және статистика академиясы
Әзербайжан туризм және менеджмент
университеті**

**Алматинская академия экономики и статистики
Азербайджанский университет туризма и
менеджмента**

**Almaty Academy of Economics and Statistics
Azerbaijan University of Tourism and Management**



**«ЭКОНОМИКА, БАСҚАРУ ЖӘНЕ МАРКЕТИНГТІК
ДАМУДЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ЖОЛДАРЫ»
АТТЫ СЫРТТАЙ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҒЫЛЫМИ-
ПРАКТИКАЛЫҚ КОНФЕРЕНЦИЯСЫНЫҢ
МАТЕРИАЛДАРЫ
26 ҚАҢТАР 2018 Ж**

**МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ ЗАОЧНАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ «ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ РАЗВИТИЯ
ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И МАРКЕТИНГА»
26 ЯНВАРЯ 2018 Г.**

**INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE
"INNOVATIVE APPROACHES TO THE ECONOMY,
MANAGEMENT AND MARKETING DEVELOPMENT"
26 JANUARY 2018**

Алматы, 2018

УДК 330 (075.8)

ББК 65.01Я73

Э40

Редакционно-издательский совет:

Корвяков В.А., Мухамбетов Д.Г., Бекенова Л.М., Джаббаров Ф., Сейтхамзина Г.Ж., Сейфуллин Ж.Т., Дуйсен Г.М.

Э40 «Экономика, басқару және маркетингтік дамудың инновациялық жолдары» атты сырттай халықаралық ғылыми-практикалық конференциясының материалдары 26 қаңтар 2018 жыл = Материалы международной научно-практической заочной конференции «Инновационные подходы развития экономики, управления и маркетинга» 26 января 2018 г.= Materials international scientific-practical conference "Innovative approaches to the economy, management and marketing development" 26 January 2018/– Алматы: Алматинская академия экономики и статистики, 518 стр.

ISBN 978-601-7331-69-6

В сборник включены доклады, представленные на Международную научно-практическую заочную конференцию «Инновационные подходы развития экономики, управления и маркетинга» 26 января 2018 г.

УДК 330 (075.8)

ББК 65.01Я73

Э40

ISBN 978-601-7331-69-6

© Алматинская академия
экономики и статистики, 2018



Приветственное слово участникам конференции

Уважаемые участники Международной научно-практической заочной конференции «Инновационные подходы развития экономики, управления и маркетинга»! Конференция посвящена вопросам инновации и новых тенденций в сфере экономики, менеджмента и маркетинга.

В Ежегодном Послании Президента Республики Казахстан отмечается, что в Казахстане выстроена и успешно функционирует модель рыночной экономики, что подтверждается тем, что по итогам 2017 года, страна, преодолев негативные последствия мирового кризиса, вернулась на траекторию уверенного роста. Все это мы можем проанализировать, просмотрев статистические данные по экономическому развитию страны. Немалое значение в экономическом росте имеет развитие малого и среднего предпринимательства, в результате проделанной работы в Казахстане сформировывается средний класс. Последующие шаги по реализации Стратегического плана развития Республики Казахстан до 2025 года потребуют от нас еще больше усилий и работы в области образования и науки, подготовки высококвалифицированных специалистов. Поэтому целью нашей конференции является предоставить возможность молодым ученым, студентам и магистрантам опубликовать результаты своих научных изысканий, а также обменяться опытом и знаниями с коллегами из других вузов.

В этом сборнике представлены материалы, тезисы и статьи Международной научно-практической заочной конференции «Инновационные подходы развития экономики, управления и маркетинга», подготовленные вами в свете новых тенденций развития экономики.

Данная конференция подготовлена и организована профессорско-преподавательским составом кафедры «Экономика и менеджмент» Алматинской академии экономики и статистики совместно с нашими партнерами - кафедрой «Менеджмента» Азербайджанского университета туризма и менеджмента.

СОДЕРЖАНИЕ

ПРИВЕТСТВЕННОЕ СЛОВО УЧАСТНИКАМ КОНФЕРЕНЦИИ	3
Абдикадырова Р. А. Роль и значение нефтегазовой промышленности в экономике Казахстана	9
Абжанова А. Н. К проблеме мотивация труда персонала предприятий в рыночных условиях	14
Адамбекова М. Р. Понятие туризма как сферы экономической деятельности	18
Адиетова Э.М., Альдешова С.Б., Канатова А.Ж. Бағалы қағаздар қоржынының болашақ табыстылығын бағалау мақсатында орташа табыстылыққа негізделетін оңтайландыруды жүзеге асыру жолдары	25
Азатова А., Биготанов Қ.С. Прагматизмнің экономикалық мәні	28
Акылбекова Н.И., Канатбекова С. Инвестиции - важнейший фактор развития туризма	32
Алимова Н.Т., Лухманова Г.К. Дамыған елдердегі жанама салық салу жүйесі	36
Alyakhimet U.G., Shiganbaeva N.B. Internet advertising as a complex of tools for effective marketing promotion of a small business enterprise	41
Амангельдиева Ж. А. Қазақстан Республикасында кәсіпкерлікке салық салу мәселелері	44
Амерханова И.К. Проблема правового обеспечения в условиях перехода республик Казахстан к зеленой экономике	49
Амирова А., Курманалина А.К. Некоторые вопросы государственных закупок в системе управления финансами в республики Казахстан	52
Амирова М.О. Қазақстан – Қытай қатынастарындағы экономикалық ынтымақтастық	57
Ан Алина Анатольевна, Адамов А.А. Маркетинг эмоций как инновационная технология манипулирования потребителем и его применение в коммерческой деятельности	61
Анапияева Д. А., Нурмуханова Г.Ж. Повышение конкуренции на телекоммуникационном рынке	66
Асанова Т.А. Қазақстан Республикасының бөлшек сауда нарығын маркетингтік талдау	73
Асылхан А., Омарова С.К. Өнімің сапасын басқару үдерісі және оның әдістері	78
Аубакирова З. А. Состояние и перспективы развития сферы услуг в Казахстане	81
Ахатова Э.Х. Развитие строительной отрасли на современном этапе	86
Ахметова З.Ш., Исламова М. Роль информации и коммуникации при формировании клиентской базы банка	89
Ачкасов О. Д., Тлеубекова А. Д. Управление ценовой политикой предприятия	93

Байдалина Г. Ш. Факторы инновационного развития сельскохозяйственных кооперативов	97
Байжомарт З. Е. Бухгалтерский учет по Казахстанским бухгалтерским стандартом	100
Баймаханова С. Баға тағайындау әдістері және өткізу саясаты	103
Баймұханова М.Т., Жантемірова А. Ұйымдағы персоналды басқару жүйесінің элементтері	106
Балабин Р., Сейфуллин Ж.Т. Сущность и значение производительности труда	110
Беймурзаева М., Искаков А.Ж. Роль и значение маркетинговой деятельности на предприятии	114
Биболова А., Шиганбаева Н.Б. Криптовалюта және оның Bitcoin ретінде қолданып, қазіргі заманғы экономикаға әсері	118
Бисенбина А., Шиганбаева Н.Б. Жарнаманың нақты түрін және оның тиімділігін таңдау.	122
Болатқызы С., Сарсенова К.Б. Қызылорда облысындағы құрылыс саласының болашағы	124
Борисова Е.И., Аманжолов А. Роль иностранных инвестиций в Казахстане	129
Борисова Е.И., Шамшиден М.Ж. Инвестиционная деятельность накопительного пенсионного фонда (ЕНПФ) в Республике Казахстан	134
Валишанов И. Р. Инновационное управление в области охраны окружающей среды	137
Гусманова Ж.А. Текущее состояние и роль АО « Жилстройсбербанк Казахстана» на рынке ипотечного кредитования в Республике Казахстане.	142
Джамалова Г.Г. Рынок образовательных услуг Казахстана	146
Джангарашева Н.В., Шакенова М.Б., Бектурганова А. Современное состояние оплаты труда в системе здравоохранения Республики Казахстан	150
Джангарашева Н.В., Шакенова М.Б., Толепберген У. Теоретические основы налогового бюджета государства.	153
Dzhangarasheva N.V., Shakenova M.B. Current state of business development in light industry	158
Джаркинбаев Ж. А. Разработка и использование интегрированных макроэкономических счетов	161
Джумадилдаева Ж. Б. Особенности организации франчайзинга и его сетей, определение его потенциальных субъектов как интегрированной формы предпринимательской деятельности	167
Джумаева А. К., Казбекова А., К. Стратегии создания конкурентных преимуществ малого и среднего бизнеса	172
Джусупова С.Т. Маркетинг в аграрном секторе	176
Дүйсебаева А.М. Әлемдік және Қазақстандық сауда-саттық нарығындағы ұнтарту саласына аналитикалық шолу	178
Gornaya M.A., Blyalov B.Y. The influence of organizational culture on the development of enterprises	181

Жанатова А.С. ҚР агроөнеркәсіптік кешенінің инновациялық дамыту азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету мүмкіндігі ретінде	184
Жангужина К. Р., Ахмедьяров Е.А. О необходимости государственной поддержки прямых инвестиций	186
Жолдасова Г. Т., Серікқалиева Г. Б., Сабирова Р. К. Ғылыми-технологиялық және инновациялық қызметтерді дамытудың шетелдік тәжірибесі	190
Жунусбекова Б.Б., Смыкова М.Р., Устенова О.Ж. Маркетинговая оценка развития въездного туризма в Казахстане	193
Zhunussova G. S., Pazylkhaiyr B. M. Local communities' management in sustainable tourism development	200
Зейнуллина А. Б. Проблемы женской занятости в стране	205
Ильяс А. Қазақстан мұнай өңдеу өнеркәсібіннің қазіргі жағдайы мен дамуы	211
Iyembergenova A.K., Kereeva A.R. Economic indicators. the system of indicators of economic statistics	215
Иманханова М.Қ., Кереева А.Р. Қазіргі жағдайдағы ауыл шаруашылығының әлеуметтік-экономикалық мәселелері	216
Ирkitбаева А.Б. Инновационная культура взаимодействия государства, бизнеса и образования в условиях экономического кризиса	220
Кажатова Г.Н., Джакупова А.Н. Методы планирования прибыли на предприятии	224
Калауов А. Шағын инновациялық бизнесті мемлекет тарапынан қолдауды қалыптастыру бағыттары	230
Калимжан А. Н. Агроөнеркәсіп кешенінде инновациялық үрдістерді басқарудағы мәселелер	235
Калкабаева Г.М., Абдрахманова А. Источники финансирования инвестиционно-инновационных проектов в Казахстане	239
Кенжешов А. Ауыл шаруашылығы саласын инновациялық дамыту мәселелері проблемасы	244
Кереева А.Р., Абдинова А.М. Шағын және орта бизнес кәсіпорындардағы бухгалтерлік есепті дамыту	248
Кәрібай Г.Н., Биготанов Қ.С. Қазақстандағы сыбайлас жемқорлықпен күресті ұйымдастыруды жетілдірудің кейбір экономикалық аспектілері	253
Кожекенова А. М. Теоретические аспекты роли иностранных инвестиций	256
Қонысбаева Г.Б., Нурғалиева М. Кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдау және банкроттық болжамдардың теориялық аспектілері	261
Королева А.А. Маркетинговые проблемы развития «умных городов» в Казахстане	265
Кренгауз И.Н. Влияние социальных сетей на социум	269
Лустов Н.С. Факторы, влияющие на формирование и рост прибыли	272
Лухманова Г.К., Жылқыбаева А.К. Эффективность деятельности банков второго уровня: сущность и методы оценки	275
Лухманова Г.К., Қанабекова Т. Қ. Қазақстан Республикасы банк секторы қызметі табыстылығының қазіргі жағдайы	280

Мукашева Г.Ж., Кусаинов К.К. Өндірістің ресурстық потенциалын пайдалану тиімділігінің мәні мен маңыздылығы және оның түрлері	285
Мурзабекова Б.М. Жергілікті басқаруда маркетингті пайдалану	289
Мурзабекова Б.М. Жергілікті басқаруда маркетингтік қызметтің дамыту жолдары	293
Мурзабекова Б.М. Мемлекеттік және жергілікті өзін-өзі басқару өкілеттіктерін бөлу үрдісінің тарихи алғышарттары мен объективті қажеттілігі	297
Мурзабекова Б.М., Садвакасова Ж.С. Білім беру жүйесінде инновацияларды жетілдіру	302
Мурзабекова Б.М., Садвакасова М.Е. Жергілікті өзін-өзі басқарудың мемлекет пен қоғам дамуындағы рөлі	305
Мусаханова С. М., Ниеталина Г.К. Вирустық маркетинг	309
Мусина Р. С. Сущность и содержание инноваций и инновационных процессов	311
Нам Е.Г. Роль интеллектуального капитала в развитии национальной экономики	316
Ниеталина Г. К. Маркетинг в агропромышленном комплексе	323
Нурмуратова Л.С., Жунусбекова Б.Б. Развитие инновационных процессов как условие экономического роста в Казахстане	327
Овчинникова Т.В. Инновационное развитие Республики Казахстан: понятие и сущность	332
Олжабай Б. Ә., Тлеубекова А. Д. Совершенствование управления кадровым персоналом на предприятии	337
Омарова А.И. Энергетическая безопасность Республики Казахстан.	340
Омарова Г. О. Агроөнеркәсіптік кешеннің экономикалық механизмінің қалыптасуы және факторы	344
Оразбекова А. А. Қазақстан Республикасында инновациялық менеджмент теориясының қалыптасуы	351
Оразбекова Р.С, Сарсенбаева К.А. Менеджерлік басқару арқылы цифрлық білім беру ресурстарын дамыту мәселелері	356
Орысбаева М.С. Екінші деңгейлі банктердің заңды тұлғаларды несиелендіруін талдау	359
Оспанова К.М. Основные виды и концепции лояльности потребителей	365
Оспанова Р. Кәсіпорындарда шығындарды басқарудың мәні	369
Разакова Б.С., Панзабекова А.Ж. Кәсіпорынның өткізу саясатында заманауи баға тағайындау әдістерін қолдану	372
Разакова Д.И. Особенности агоромаркетинга в Казахстане	375
Рахманова А. Э., Тлеубекова А. Д. Кәсіпорында экономикалық тиімділікті арттырудағы өндірісті басқару жолдары	380
Рустембаев Б.Е., Алимжанова Д.Б., Альжапарова А.А. «Формирование парадигмы к вопросам региональной политики индустриально-инновационного развития северных регионов Казахстана»	388

Рүстембаев Б.Е., Карыбекова К.Е. Кәсіпорынның маркетингін заманауи интернет технологиялары арқылы дамыту мүмкіндіктері	393
Рустамов Н.Ф. Важность логистических центров в Азербайджане и анализ существующих логистических центров	398
Сакен Г. Е., Исмағұлова А. Н., Кеңесбаева А. М. Ұйымдық мінез-құлықты басқару	402
Сакенова С.С., Тулешова Г.Б. Бәсекеге қабілеттілік	406
Сапарова Айымгул Саламатовна., Сабурова Л.У., Токумбаев Б.С., Сабирова Р.К. Жастар арасындағы жұмыссыздықты шешуде шағын бизнесті дамытудың маңызы	410
Сарсембаев Ж.Ж., Әділхан Ж. Кәсіпорындардың экономикалық тиімділік көрсеткіштері және оған әсер ететін факторлар	416
Сарсенбаева К. А., Оразбекова Р.С. Қазақстанның тұрақты экономикалық өсуін қамтамасыз ету перспективалары	419
Сауытова Н. С., Глеубекова А. Д. Управления рисками предприятия и процедуры их выбора	423
Сейтхамзина Г.Ж., Касанов А. Основные этапы развития лизинга в Казахстане	428
Сериев Б. А., Тұрғамбекова Ж.Е. Аграрлық өндірісте инвестициялық қызметті мемлекеттік реттеудің механизмдері	432
Сулейменова Г.С. Мировое производство меди	436
Танжарикова А.Ж, Абдраимова А.М. Экономическая добавленная стоимость как альтернативный подход в анализе эффективности деятельности предприятия	441
Танжарикова А.Ж, Тыныш А.А. Факторный анализ Дюпон при принятии управленческих решений	442
Таракбаева Р.Е. Қонақжайлылық индустриясында жоспарлау ерекшелігі	446
Тарасевич И.Ю. Ахмедьяров Е.А. Проблемы реализации бюджетной политики в республике Казахстан	449
Тинасилов М.Д., Уркумбаева А.Р. Научная интеграция в секторе экономики РК	453
Тойлыбек Т.Г. Роль малого бизнеса в развитии среднего класса в Республике Казахстан	458
Төреханқызы А., Тулешова Г.Б. Жұмыссыздық қазіргі әлемнің жаһандық проблемаларының бірі ретінде	463
Турысбекова Р. К., Жайбосынов А. Применение МСФО на предприятиях и ее интеграция в мировую экономику	467
Узбеканов Б.С. Аймақтың әлеуметтік-экономикалық маңыздылығы: өңірлік дамуды реттеу саясаты	472
Укасова Н.Н. Оптимизация управления ресурсами предприятия на примере функционирования зоны отдыха в Боровом.	475
Уркумбаева Ә.Р. Қазақстан Республикасында электр энергетикасын жаһандандырудың экономикадағы тиімділігі	478

Усенова А.С. Анализ экспорта и импорта продуктов химической и нефтехимической продукции РК	482
Фиськова В.О. Особенности формирования финансовой политики предприятия сферы ЖКХ на примере межрайонного предприятия	490
Фуад Джаббаров, Эльмаддин Гаджиев. Особенности развития устойчивого туризма в Азербайджане	495
Хамитова Эльвира., Биготанов Қ.С. Заманауи экономикадағы отбасылық бизнесті дамыту мәселелері	500
Шакенова М.Б., Жангарашева Н.В. Развитие рынка ценных бумаг в Республике Казахстан	504
Шиганбаева Н.Б., Тубекбаева А. Менеджменттік қызметкердің тұжырымдамасы	511
Shiganbaeva N.B., Zhandaraly Z.E. Logistical management in the conditions of the Kazakhstan economy	514

Абдикадырова Раушан Ахметшаевна
АО Университет Нархоз,
старший преподаватель

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ НЕФТЕГАЗОВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В ЭКОНОМИКЕ КАЗАХСТАНА

В современных условиях рыночных отношений, когда все шире происходит развитие процессов глобализации, возрастают объемы внешнеэкономических связей, в Республике Казахстан проблема конкурентного развития и конкурентоспособности отечественной экономики, ее хозяйствующих субъектов стала одной из ключевых и центральных. И в данной связи развитие Республики Казахстан как независимого суверенного государства, обеспечение экономического и социального продвижения общества связано с развитием нефтедобывающей и нефтеперерабатывающей отраслей, которые являются основой экономики страны.

Необходимо отметить, что казахстанская экономика стала претерпевать определенную зависимость от мирового нефтяного рынка. Стратегия использования топливно-энергетических ресурсов базируется на долгосрочном партнерстве с крупнейшими нефтяными компаниями мира с целью привлечения капиталов и современных технологий, создании системы экспортных трубопроводов с позиции эффективности использования будущих доходов от экспорта ресурсов. В контексте международного разделения труда Республика Казахстан прочно заняла свои позиции как производитель и экспортер углеводородных ресурсов среди стран, которые используют естественные и природно-географические условия производства и практически не развивают конкурентные преимущества более высокого порядка. [3]

Усиление позиций отечественных экспортеров на мировых рынках и улучшение ситуации на внутреннем рынке делает необходимым исследование

факторов, формирующих конкурентоспособность продукции и оказывающих влияние на конкурентные позиции фирм. Условием устойчивого развития нефтяных компаний становится стратегия, сформированная с учетом тенденций изменения внешних условий, потенциала внутреннего развития, выявления и наращивания конкурентных преимуществ.

Нефтеперерабатывающая промышленность является одним из ведущих отраслей нефтегазового комплекса, от эффективного развития которого зависит реализация долгосрочной стратегии социально-экономического развития, сформулированной Президентом Республики Казахстан в стратегии «Казахстан-2030». «Нефтегазовый сектор Казахстана должен выступить главным донором для диверсификации экономики. Казахстан должен эффективно использовать энергетические преимущества страны и до конца 2012 года должен войти в десятку мировых экспортеров нефти и газа», - отметил президент страны Нурсултан Назарбаев, оценивая стратегические перспективы развития нефтегазовой отрасли. [4]

Исследования и разработки казахстанских экономистов показывают, что этапы развития нефтяной промышленности за 25-лет независимости изменили в корне ситуацию на нефтяном рынке Республики Казахстан. Заключены договоры, соглашения с крупнейшими иностранными фирмами и корпорациями, отечественные компании акционированы, развивается негосударственный сектор экономики, широко используется иностранный капитал. Можно с определенной уверенностью сказать, что нефтегазовая промышленность, другие отрасли экономики прошли самый критический период своего развития и в последние годы созданы условия для дальнейшего развития отечественной промышленности. [2]

Республика Казахстан входит в группу государств, обладающих крупными запасами углеводородов, которые оказывают существенное влияние на формирование и состояние мирового энергетического рынка. На ее территории открыто более 240 месторождений углеводородов, из которых половина - нефтяные, треть - нефтегазовые, остальные - газовые и газоконденсатные.

Закон Республики Казахстан «О нефти» от 28.06.1995 N2350 регулирует отношения, возникающие при проведении нефтяных операций на территории, находящейся под юрисдикцией Республики Казахстан, в том числе на море и во внутренних водоемах, а также устанавливает общие требования безопасности в области технического регулирования к нефти и процессам ее жизненного цикла для жизни и здоровья человека и окружающей среды. [1]

Этапы становления нефтегазового комплекса Республики Казахстан отражены в следующих источниках:

- Указы Президента Республики Казахстан, государственные законы, нормативные документы;
- архивные материалы;
- статистические данные;
- периодическая печать.

Подытоживая все вышесказанное, следует заметить, что для развития инновационной экономики Казахстана, роль и значение нефтегазовой отрасли

достаточно велики. Нефтегазовая отрасль дает возможность обеспечить значительные валютные поступления в казахстанскую казну, способствует развитию других сфер экономики, и как следствие, повышению уровня жизни, жизнеобеспеченности народа и экономических агентов, так как развитие нефтегазовой промышленности влияет на экономический подъем не только тех отраслей, непосредственно связанных с нефтью и газом. При соответствующей экономической политике добыча, переработка и транспортировка больших объемов нефти и газа, создают благоприятные предпосылки для развития отечественного энергетического, транспортного машиностроения, химии и нефтехимии, телекоммуникации, легкой промышленности, транспортных перевозок, строительство автодорог и инфраструктуры, промышленности, новых конструкционных и строительных материалов, сервиса и других отраслей. Это в свою очередь дает стимул, импульс развитию науки и высоких технологий в этих сферах. Потому, естественны те надежды, которые Республика Казахстан связывает с развитием нефтегазовой отрасли и ее международным значением.

Инвестиции в нефтегазовой отрасли составляют основу экономики Казахстана, способны вызвать мультипликативный эффект развития взаимосвязанных отраслей промышленности, способствовать избавлению республики от «голландской болезни» - зависимости от экспорта нефтегазового сырья без переработки на предприятиях обрабатывающей индустрии. [5]

Казахстан среди государств СНГ занимает 2-место после России по привлечению прямых иностранных инвестиций. По запасам нефти республика занимает 12-место в мире более 4 млрд. тонн нефти и 15-место - по запасам газа, которые составляют свыше 2 трлн. куб.м.

Определяющим фактором успешного развития нефтегазового сектора экономики страны является его инвестиционная привлекательность для крупных нефтегазовых компаний. Это объясняется: во-первых, крупными запасами углеводородного сырья в Западном Казахстане; во-вторых, благоприятной законодательной базой.

Сегодня нефтегазовый сектор стал одним из наиболее быстро развивающихся секторов экономики Казахстана и имеет стратегическое значение. Нефтедобыча является основной и наиболее динамично развивающейся отраслью экономики, налоговые поступления от нефтегазового сектора обеспечивают примерно 1/3 доходов госбюджета РК.

Обеспечение экономического роста базируется на открытой рыночной экономике с высоким уровнем иностранных инвестиций и внутренних сбережений. Это - важнейший приоритет, который основывается: «на использовании лучшего международного опыта в области макроэкономических показателей и предполагает низкую инфляцию, дефицит бюджета, сильную национальную валюту, высокую норму накопления».

Успешное экономическое развитие молодой республики не было бы возможным без участия финансового, интеллектуального потенциала ведущих иностранных компаний, без использования мирового опыта. Вопросы привлечения иностранных инвестиций и совершенствования инвестиционного

климата всегда находились в центре нашего внимания, - подчеркнул Президент РК Н.А.Назарбаев. [6]

Казахстан направляет все усилия на создание благоприятного инвестиционного климата, наращивание сотрудничества с международными политическими и финансово-экономическими организациям. К таковым можно отнести реформу таможенной системы для создания благоприятных условий участникам внешнеэкономической деятельности. Подтверждением служат принятые меры по упрощению таможенных процедур и приведение таможенного законодательства в соответствии с Киотской конвенцией об упрощении и гармонизации таможенных процедур.

Принят новый Закон РК «Об инвестициях», в котором сохранены все оправдавшие себя и положительно зарекомендованные положения прежнего законодательства об инвестициях и обобщен международный опыт. В 2011 году Казахстаном заключены 34 межправительственных соглашений о поощрении и взаимной защите инвестиций, в т.ч. между Правительством РК и Италией.

Активным инвестором является также «ЭНИ-Аджип» - одним из первых проявил заинтересованность сотрудничества с Казахстаном. Ныне компания принимает участие в 4-важных проектах, связанных с освоением Карачаганакского газоконденсатного месторождения. Ведет исследования и разведочные работы в казахстанском секторе шельфа Каспийского моря, со строительством экспортного нефтепровода Тенгиз-Новороссийск в рамках Каспийского трубопроводного консорциума и по созданию транспортной системы Актау-Баку-Тбилиси-Джейхан. При этом стоимость этих работ составила более \$ 1300 млн. Активно вкладывают инвестиции в нефтегазовую отрасль казахстанско-турецкое СП «КазахТуркМунай» и казахстанско-германское предприятие «КазГер-Мунай». Это показывает, что Казахстан становится одним из перспективных регионов в мире в отношении нефтегазоносности его недр.

В Казахстане сложился достаточно привлекательный инвестиционный климат, которому Глава государства придает особое значение. На сегодня практически все законы в области нефти и газа у нас усовершенствованы, обеспечена стабильность контрактов.

Казахстанский фонд Kazyna Capital Management (в составе гос фонда устойчивого развития «Самрук- Казына») планирует совместно с зарубежными партнерами создать порядка 10 фондов прямого инвестирования. АО «Kazyna Capital Management» было создано в мае 2007 года.

Основной целью его деятельности является повышение общей инвестиционной и инновационной активности, развитие не сырьевого сектора экономики РК, а также формирование здесь эффективного рынка прямого инвестирования и участие в зарубежных инвестиционных фондах.

Проведенный анализ позволяет сделать нижеследующие выводы:

Нефтегазовый комплекс Республики Казахстан по показателям объемов промышленного производства и внешней торговли занимает значительное место среди других отраслей экономики.

С обретением суверенитета и независимости в начале 90-х гг. Казахстан за 25-лет независимости выбрал инновационно-эволюционную модель, которая характеризует преобразования в нефтегазовом секторе. Наряду с этим начался процесс выработки и совершенствования их законодательной и нормативно-правовой базы.

Экономика Казахстана уже несколько лет функционирует в условиях Таможенного союза (ТС), создание которого явилось важнейшим этапом интеграционного сотрудничества Казахстана, России и Беларуси.

В соглашении о порядке организации, управления, функционирования и развития общих рынков нефти и нефтепродуктов Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации вводятся понятие общего рынка нефти и нефтепродуктов Единого экономического пространства и принципы его формирования.

Согласно целенаправленной экономической политике, для модернизации экономики Казахстана требуется осуществить крупномасштабные долгосрочные инвестиции в стабилизации нефтегазового сектора и в этом направлении будет продолжаться активная работа Правительства Республики Казахстан.

Список источников:

1. Закон Республики Казахстан «О нефти» от 28.06.1995 N2350
2. Закон Республики Казахстан «О газе и газоснабжении» от 9 января 2012 года № 532-IV
3. Закон Республики Казахстан «О государственных закупках» от 13 января 2012 года № 543-IV
4. Послания Президента РК народу страны от 27.01.2012.
5. Череповицын А.Е. Современная парадигма управления нефтегазовым комплексом как доминанта устойчивого развития углеводородной энергетики. - Проблемы современной экономики, 2011. №4 (24).
6. Инновационные процессы в РК как индикатор развития экономики: материалы Международной научно-практической конференции «Состояние окружающей среды - важнейшая проблема современности». - Орал: ЗКГУ, 2011.

Аннотация

С обретением независимости Республика Казахстан, на первых этапах своего развития основным источником экономического роста страны стал нефтегазовый сектор.

Нефтеперерабатывающая промышленность определена в числе ведущих отраслей нефтегазового комплекса, от эффективного развития которого зависит реализация долгосрочной стратегии социально-экономического развития, сформулированной Президентом Республики Казахстан в стратегии «Казахстан-2030».

Андатпа

Қазақстан Республикасы тәуелсіздік алысымен, өзінің дамуының бірінші кезеңінде елдің экономикалық өсуінің негізгі бастауы мұнайгаз секторы болды.

Мұнай өңдеуші өнеркәсібі жетекші мұнайгаз кешенінің есебінде болып анықталды, оның тиімді дамуынан Қазақстан Республикасының Президентімен қабылданған «Қазақстан - 2030» ұзақ мерзімді әлеуметтік-экономикалық дамудың стратегиясының жүзеге асуы байланысты.

Summary

Since gaining independence, the Republic of Kazakhstan, in the early stages of its development, the main source of economic growth the country has oil and gas sector. Petroleum industry is defined in the leading sectors including oil and gas industry, on the effective development of which depends on the implementation of long-term strategy for socio-economic development, formulated by the President of the Republic of Kazakhstan in the Strategy "Kazakhstan - 2030".

Абжанова Айман Ниязбековна
Бакалавр экономика и бизнеса

К ПРОБЛЕМЕ МОТИВАЦИЯ ТРУДА ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ

В странах с исторически развитой рыночной экономикой наемные работники составляют 80% - 90% занятого населения, а заработная плата - 60% - 80% его доходов и более половины ВВП [1], соответственно доминирующий характер мотивационного потенциала трудовых рыночных доходов очевиден.

В нашей стране многие работники имеют до сих пор неправильное трудовое сознание, из которого вытеснено многое из того, что относится к общественно-полезному смыслу трудовой деятельности, к развитию профессиональных качеств, к пониманию необходимости интенсивно работать ради заработка. Суть трудовой мотивации у большинства работников зачастую сводится к желанию иметь гарантированную заработную плату при низкой интенсивности и низком качестве труда.

Преобладающая на предприятиях скудость мотивации и неразвитость потребностей, удовлетворяемых посредством трудовой деятельности, делают работника трудноуправляемым. К этому стоит прибавить все еще бытующее патерналистское сознание: все блага - от премии до квартиры - работник привык не зарабатывать, а получать от руководства и государства. Иждивенческий подход к труду породил и изменения в психологическом восприятии трудовой деятельности: довольно широко распространено нежелание воспринимать мотивации, повышать квалификацию и получать новые знания, новую профессию. Сказанное относится и к рабочим, и к специалистам, и нередко к управленцам среднего звена. Таким образом, на биржи труда при массовых высвобождениях все чаще попадает большое количество работников с обедненной мотивацией, неспособных приспособиться к новым условиям труда, с низким уровнем профессионализма, не желающих или не стремящихся к саморазвитию в труде, включая переобучение.

В большей своей части такие работники претендуют на спокойную, рутинную работу с гарантированным заработком на предприятии. В меньшей своей части они согласны на интенсивную работу с высокой оплатой.

Кроме названных работников на рынок труда выходит часть работников с богатой трудовой мотивацией, развитым профессионализмом и нравственными основами трудового сознания. Их слабость только в одном - в возрасте: как правило, им около и больше 50 лет. Шансов найти работу и принести фирмам реальную пользу у этих людей очень мало. Поэтому сегодня, с нашей точки зрения, важнейшей задачей исследований в области мотивации и мотивационного управления персоналом является, как нам представляется, формирование понимания процессов мотивации трудовой деятельности, адекватной современному состоянию экономики; понимание персоналом и руководителями психологии внутрифирменного общения, усвоение ими принципов и методов демократического управления персоналом.

Мотивация есть процесс воздействия на человека с целью пробуждения в нем определенных мотивов. Мотивация составляет в этом смысле экономическую основу управления персоналом. Труд, как известно, является средством удовлетворения всего комплекса потребностей, что обуславливает множественность мотивов труда. В этом комплексе мотивов можно выделить наиболее актуальные и менее значимые. В трудовой мотивации могут преобладать как экономические (получение материальных благ), так и социальные (отношения с окружающими) или иногда психологические мотиваторы (ориентация личности на саморазвитие, к работе). Все эти ориентации так или иначе определяют трудовую мотивацию.

Трудовая мотивация (формирование у человека внутренних потребностей, причин для трудовой деятельности) лежит в основе всей системы управления предприятием и, персонала в частности, и представляет собой довольно сложный механизм, который формируется под влиянием многочисленных элементов: стимулов, потребностей, мотивов, целей, установок, интересов, побуждений, стремлений [2].

В современной научной литературе нет единого мнения, относительно определения сущности мотивации. Однако применительно к исследуемому вопросу наиболее значимым представляется характеристика мотивации к трудовой деятельности как центрального звена в системе управления социально-экономическими отношениями на предприятии.

Принятый нами стоимостный подход к определению распределения как рыночной экономической категории позволяет преодолеть узкие рамки понимания мотивации труда как механизма заинтересованности в нем преимущественно собственников рабочей силы, т.е. наемных работников. В экономико-теоретическом плане мотивация — это побудительные причины для собственников любого фактора производства. Стоимость рабочей силы, как и любого фактора, имеет значение в той мере (и в той сфере), в какой она позволяет собственнику получить, определенную часть общественного продукта. Распределение по стоимости в условиях рынка представляется социально справедливым, так как оно применимо, во-первых, к оценке деятельности всех

участников общественного производства, во-вторых - и это главное, соответствует рыночной организации производства.

Таким образом, мотивация трудовой деятельности носит обменный, стоимостный характер, и человек, в обмен на затраченное время и силы, получает некоторое вознаграждение материального характера, наиболее очевидным средством которого являются деньги.

Можно утверждать, что оплата труда является мотивирующим фактором, но при условии, если она непосредственно зависит от результатов труда, когда работники убеждены в наличии устойчивой связи между зарплатой и производительностью труда.

С начала 80-х годов в ряде исследований было обращено внимание на усиление роли экономической (косвенной) мотивации и снижение роли прямой мотивации (интерес к самому труду) [3]. В настоящий период в условиях реализации рыночных отношений и усилении экономических регуляторов труда доминирует косвенная мотивация (получение материальных благ), преобладание материальных ориентации.

В условиях рынка приходится ставить и решать нестандартные задачи: как осуществить переход от одной окладной системы оплаты труда к оплате в зависимости от результатов работы персонала организации в целом? Как избежать ошибки в уровне оплаты труда при приеме новых работников? Как оценивать и оплачивать персонал при качественном выполнении ими своих текущих функций, приказов, распоряжений и т.д.

Постановка и решение таких вопросов представляются весьма важным и необходимым. Этот интерес обусловлен тем, что рано или поздно решения о вопросах мотивации входят в противоречие не только с задачами развития бизнеса, но также с качеством и эффективностью исполнения предписанных функций. Традиционный отечественный подход - «твердый» оклад плюс стабильная премия, довольно скоро превращающийся в дополнительный оклад, - вряд ли может служить стимулом к повышению эффективности. К сожалению, многие руководители слабо представляют, как правильно построить систему оплаты и стимулирования труда с учетом специфики их организаций, задач и функций каждого из сотрудников, задач развития фирмы и ее возможностей.

В большинстве организаций прочно укрепились первоначальные концепции мотивации, существовавшие в течение многих лет. С годами они, конечно, видоизменились, но многие руководители, в силу различных причин, следуют им до сих пор, в основном из-за их простоты и прагматичности. При этом часто не принимается во внимание современный уровень развития работников и необходимость дифференцированного подхода к ним.

Одной из главных целей любого предприятия является повышение эффективности труда ее работников, для ее достижения в области управления персоналом необходимо обеспечить усиление процессов мотивации трудовой деятельности. Проблема мотивации труда является одной из важных проблем, стоящих перед современным предприятием.

Большинство руководителей отечественных предприятий рассматривают систему мотивации, как инструмент, основанный на персональных выплатах

работнику. На большинстве предприятий система мотивации тесно связана с фондом оплаты труда [4].

Работники современных казахстанских предприятий в рамках распространенной системы мотивации получают:

- базовую заработную плату (должностной оклад/тарифная ставка в соответствии с занимаемой должности по штатному расписанию и доплаты, согласно законодательству Республики Казахстан и внутренними документами предприятия).

- премии и бонусы по результатам деятельности подразделения (выполнения ключевых показателей) за отчетный период (месяц, квартал, год);

- премии и бонусы по результатам личной деятельности работника (доплаты за исполнение проектов, общественный контроль, за наставничество, внесение рациональных предложений и др.).

- различные льготы и дополнительные меры поощрения, в основном материального характера: оплата жилья приезжим специалистам, медицинское обслуживание, питание на работе, обучение за счет организации, ценные подарки, отгулы, дополнительные отпуска и др.

Такая схема мотивации достаточно эффективна в силу довольно распространенного низкого уровня жизни и для большинства предприятий сохраняет свою актуальность. Тем не менее, подобная схема постепенно теряет свою эффективность в связи со следующими причинами:

1. При регулярной выплате премий, бонусов, их ценность и мотивирующее воздействие снижается – происходит привыкание, эти дополнительные выплаты расцениваются как форма заработной платы и любое снижение их воспринимается как ущемление прав работника со стороны работодателя.

2. Переменная часть заработной платы первоначально имеет мотивирующее воздействие и активизирует творческое начало работника. Однако на практике активное творчество работодателю практически не требуется. С точки зрения работодателя оно мешает текущей регулярной работе, достаточно качественно выполненной работы.

3. При равных условиях материального стимулирования на различных предприятиях работник сделает выбор в пользу того предприятия, где будет больше возможности проявить свободу выбора действий, требования к трудовой деятельности менее строгие (объем работы, практика депремирования и др.).

Таким образом трудовая мотивация (формирование у человека внутренних причин для трудовой деятельности) выступает в качестве экономической основы управления персоналом на предприятии. Снижение эффективности существующих мотивационных схем вынуждает менеджеров и собственников предприятия искать новые схемы мотивации персонала.

Список источников:

1. Мотивация трудовой деятельности: материальное стимулирование. Экономика и учет труда. 2002, №3,3-13с.

2. Кочеткова А. И. Управление персоналом в организациях малого и среднего бизнеса России : Дис. ... канд. экон. Наук. Электронный ресурс:

<http://www.dslib.net/economika-xoziajstva/upravlenie-personalom-v-rganizacijah-malogo-i-srednego-biznesa-rossii.html>

3. М. Х. Айдинов. Формирование мотивационного механизма управления персоналом на предприятиях текстильной промышленности: автореферат диссертации на соискание ученой степени канд. экон. наук: - М., 2004., - 36,40 с.

4. Хлебников Д.В., Применение пирамиды иерархии потребностей Маслоу при проектировании системы мотивации. Электронный ресурс: <http://www.cfin.ru/management/people/maslow.shtml>

Аннотация

В статье рассматриваются проблемные вопросы мотивации труда персонала предприятий в современных рыночных условиях. На данный момент развития экономики основой мотивации труда являются различные виды материального стимулирования труда работников. Однако существующие схемы мотивации не влияют на повышение эффективности трудовой деятельности, что вынуждает собственников и руководителей предприятий искать новые пути повышения трудовой мотивации.

Summary

The article deals with the problematic issues of motivating the work of the personnel of enterprises in modern market conditions. At the moment of economic development, the basis for motivation for work is various types of material incentives for workers. However, the existing schemes of motivation do not affect the increase in the efficiency of labor activity, which forces the owners and managers of enterprises to look for new ways to increase labor motivation.

Аннотация

Мақалада қазіргі нарықтық жағдайда кәсіпорын қызметкерлерінің еңбегін мотивациялау сұрақтары қарастырылады. Қазіргі уақытта экономиканың дамуы, еңбекті мотивациялау кезінде қызметкерлердің еңбегін материалдық жағынан ынталандырудың түрлері болып табылады. Бірақ әрекет етіп отырған мотивациялау сызбасы еңбектегі қызметтің тиімділігін арттыруға ықпал етпейді. Бұл меншік иелері мен кәсіпорын басшыларының еңбек мотивациясын арттырудың жаңа жолдарын іздеуге итермелейді.

Адамбекова Мулдир Рахматиллаевна
Алматинский казахско-турецкий
гуманитарно-технологический колледж
Преподаватель туризма

ПОНЯТИЕ ТУРИЗМА КАК СФЕРЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В наши дни невозможно представить себе крупный город без иностранных туристов. Их сегодня можно встретить повсюду – в Париже, Лондоне, Риме, Нью-

Йорке, Москве и других городах мира.

Сегодня туристская индустрия охватила не только Европу, которая является традиционным туристским центром, но и страны Америки, Африки, Азии и Австралии [1].

Туристская индустрия - это совокупность средств размещения; транспортных средств; объектов питания, развлекательного, познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения; организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков. Туристская индустрия располагает солидной материально-технической базой, обеспечивает занятость большого числа людей и взаимодействует со всеми отраслями экономического комплекса.

В более широком плане туристскую индустрию можно определить как межотраслевой комплекс, включающий: а) пассажирский транспорт (воздушный, водный, автомобильный, железнодорожный) с его разветвленной сетью технических служб; б) различные специализированные туристские предприятия и предприятия отраслей, не имеющих ярко выраженного туристского характера (в частности, транспортного машиностроения и автомобилестроения, топливной промышленности, капитального и дорожного строительства, местной промышленности по изготовлению сувениров, пищевой промышленности, многих отраслей сельского хозяйства и т. д.); в) широкую сферу услуг, которыми пользуется турист. Туристская индустрия опирается на материально-техническую базу (МТБ), которая является основой развития организованного туризма.

К материально-технической базе туризма относятся: туристские фирмы (туроператоры и турагенты), гостиницы, туристские базы, предприятия питания и торговли, автотранспортные предприятия, пункты проката туристского снаряжения и инвентаря, бюро реализации туристских путевок, контрольно-спасательные службы (посты), туристские клубы, станции и т. п.

В основу классификации объектов МТБ туризма положены три основных признака: виды предоставляемых услуг, экономические элементы, виды собственности хозяйствующих субъектов.

Туризм - это индустрия, включающая в себя множество видов деятельности. Все сегменты индустрии туризма взаимосвязаны и зависят друг от друга. Например, успех горнолыжного курорта зависит от доставки лыжников на склоны, уровня размещения, питания и других услуг, предлагаемых туристам во время отдыха на курорте. Небольшие предприятия, соединенные с горнолыжными курортами, действуют как независимые предприятия, но на самом деле они зависят друг от друга. Эта зависимость требует совместных усилий, однако их бизнес конкурирует и борется за потребительский рынок, что затрудняет взаимодействие.

Рассмотрим международные стандарты экономической деятельности, которые позволят приблизиться к рассмотрению туристской деятельности. Статистическая комиссия ООН во введении к третьему варианту Международной стандартной отраслевой классификации (МСОК) дает следующее определение отрасли:

отрасль экономики совокупность всех производственных единиц, осуществляющих преимущественно одинаковый или сходный вид производственной деятельности.

Межотраслевой комплекс индустрии туризма является катализатором развития различных секторов экономики, а туристская хозяйственная деятельность — сложный процесс, который охватывает отрасли материального и нематериального производства, выполняет специфические общественные функции, которые непосредственно направлены на удовлетворение материальных и духовных потребностей человека. Поэтому относительно такой деятельности используют понятие «комплекс», «хозяйство», «система», «индустрия». Взаимодействие межотраслевого комплекса индустрии туризма со смежными отраслями национальной экономики, проблемы регулирования развития межотраслевого комплекса индустрии туризма в региональном аспекте, разработка организационно-экономического механизма регулирования их развития, отвечающего условиям современности еще не получили достаточного отражения в современных научных исследованиях. Кроме того, степень изученности вопросов формирования системы механизмов регулирования регионального развития не позволяет предлагать конструктивные решения многочисленных практических проблем, существующих в этой сфере. Первая и очевидная проблема — нескоординированность усилий по развитию национального туризма. В результате — новый импульс к разобщению не только на межотраслевом уровне, но и во внутриотраслевых структурах. Казалось, практика подсказывает многообразие форм управления и экономического регулирования туристских потоков и обслуживания, но сложившиеся стереотипы управления справедливо ассоциируются с единообразием, хотя за ним оскудение не только приемов и методов управления, но и самого туристского продукта, сужение сферы охвата населения туристскими мероприятиями. С точки зрения рассмотренных выше отраслевых стандартов, наиболее рациональным является включение туризма в единый отраслевой комплекс вместе с физической культурой и санаторно-курортным делом. В то же время туризм необходимо рассматривать и как экономическую деятельность. В этом случае туристские предприятия нуждаются в значительном расширении экономической самостоятельности, а некоторые виды туризма (внутренний, въездной, социальный, детский туризм) — в приоритетной поддержке со стороны государства. Во многих странах туризм входит в тройку ведущих отраслей страны, развивается довольно быстрыми темпами и имеет важное социальное и экономическое значение, так как:

- увеличивает местный доход;
- создает новые рабочие места;
- развивает все отрасли, связанные с производством туристских услуг;
- развивает социальную и производственную инфраструктуру в туристских центрах;
- активизирует деятельность центров народных промыслов и развитие культуры;
- обеспечивает рост уровня жизни местного населения;

– увеличивает валютные поступления[2].

С 2011 года Республика Казахстан перешла на международные стандарты классификации видов экономической деятельности, обеспечив введение в экономическую и статистическую практику.

Положительное влияние туризма на экономику государства происходит лишь в том случае, когда туризм в стране развивается всесторонне, т. е. не превращает экономику страны в экономику услуг. Другими словами, экономическая эффективность туризма предполагает, что туризм в стране должен развиваться параллельно и во взаимосвязи с другими отраслями социально-экономического комплекса [3].

Особенности бухгалтерского учета в туристической фирме исходят из организационных форм туризма - международного и внутреннего и структуры туристических услуг.

Международный туризм подразделяется на:

– въездной туризм - путешествия в пределах РК лиц, не проживающих постоянно на ее территории;

– выездной туризм - путешествие граждан РК и лиц, постоянно проживающих в РК, в другую страну.

Внутренний туризм - путешествие в пределах РК граждан РК и лиц, постоянно проживающих на ее территории.

Оказание туристских услуг, связанных с организацией въездного туризма на территорию РК, является экспортом туристских услуг.

Оказание туристских услуг, связанных с выездом в другую страну, является импортом туристских услуг.

В структуре туристических услуг различают основные:

– услуги по организации перевозки;

– размещение;

– питание туристов;

– и дополнительные, к которым относятся услуги по организации экскурсий, услуги гидов, гидов-переводчиков, услуги перевозки туриста от места его пребывания в страну (место его временного пребывания) до места размещения и обратно (трансферт), а также любой другой перевозке в пределах страны (места временного пребывания), предусмотренной условиями путешествия и др.

Важным элементом бухгалтерского учета является документальное оформление взаимоотношений туристической фирмы с поставщиками услуг и клиентами [4].

При взаимоотношениях с клиентами такими документами являются:

1. Документы для заказа (заказ, лист бронирования, подтверждение бронирования).

2. Документы для клиента (договор, путевка, ваучер, памятка, страховой полис, билет на транспорт).

3. Документы, утверждающие личность туриста (паспорт, доверенность на детей и т.п.)

При заполнении листа бронирования, или как он еще называется - заявки на тур, клиент в подтверждение своих намерений оплачивает часть стоимости тура.

В зависимости от того, будет ли в документе эта сумма названа авансом или задатком, заявка может иметь разный правовой статус.

Так, если предварительная оплата признается авансом, то оформленная заявка (или лист бронирования) признается в качестве предварительного договора, по которому стороны в дальнейшем обязуются заключить основной договор на условиях, предусмотренных предварительным. Поэтому после оформления заявки должно последовать оформление основного договора, а предварительный может быть лишен юридической силы или по договоренности между сторонами включен в основной в качестве неотъемлемой части с последующей выдачей путевки [5].

Варианты с оформлением заявки-листа бронирования целесообразны, в первую очередь, для туристических агентств, которые реализуют туры туроператоров и не располагают полной информацией о возможностях последних сразу же предоставить клиенту требуемую услугу, а также при разработке индивидуальных туров. Если услугу оказывает непосредственно туроператор, то составление предварительного договора в виде заявки нецелесообразно. Гораздо проще оформить один основной договор.

Договор на туристское обслуживание заключается в письменной форме и должен соответствовать законодательству Республики Казахстан.

К существенным условиям договора относятся:

1. Информация о туроператоре или турагенте, включая данные о лицензии на осуществление туристской деятельности, его наименование, местонахождение и банковские реквизиты.

2. Сведения о туристе в объеме, необходимом для реализации туристского продукта.

3. Достоверная информация о потребительских свойствах туристского продукта, включая информацию о программе и маршруте путешествия в стране (месте) пребывания с указанием всех пунктов пребывания, об условиях безопасности туристов, о наличии сертификата на туристские услуги.

4. Дата и время начала и окончания путешествия.

5. Порядок встречи, проводов и сопровождения туристов.

6. Цена туристского продукта и порядок его оплаты.

7. Права, обязанности и ответственность сторон.

8. Условия изменения и расторжения договора.

9. Сведения и условия доставки багажа туриста в пункт назначения и правовые последствия ненадлежащего исполнения данного пункта договора.

10. Иные условия договора, определяемые по соглашению сторон.

В случае неисполнения или ненадлежащего исполнения договора туроператором или турагентом турист вправе расторгнуть договор на условиях и в порядке, предусмотренных законодательством Республики Казахстан. При этом туристическая фирма несет убытки от возмещения затрат по произведенным расходам и оплате неустойки. Правомерность таких расходов должна быть определена наличием в договоре определенных условий [6].

Турист вправе отказаться от исполнения договора до начала путешествия при условии оплаты туроператору или турагенту фактически понесенных им расходов

за услуги, оказанные до уведомления об отказе от исполнения договора. Исходя из этого, у туристической фирмы возникают ситуации компенсации понесенных расходов, доход от которых в бухгалтерском учете необходимо отражать обособленно от дохода по реализации услуг.

Неотъемлемым приложением к договору фирмы с клиентом при продаже тура является туристическая путевка.

Туристическая путевка - это документ, подтверждающий факт передачи турпродукта.

Туристическая путевка является письменным акцептом оферты туроператора и турагента на продажу турпродукта и неотъемлемой частью договора, а также документом первичного учета туроператора или турагента. Для туристической фирмы туристическая путевка является готовой продукцией, себестоимость которой складывается из расходов, понесенных на оплату услуг, включенных в туристическую путевку.

Типичными затратами, составляющими себестоимость готовой продукции - туристической путевки - для туристических фирм являются расходы по оплате стоимости проезда, мест проживания, питания, проведения экскурсий и т.п.

При этом расходы по выездному туризму связаны с оплатой услуг, предоставляемых иностранными туристическими фирмами или непосредственно компаниями, оказывающими такие услуги.

Принципиальным вопросом сделки с иностранной турфирмой являются условия расчетов за туристов. При их обсуждении необходимо согласовать следующие детали: форму или способ платежей, сроки платежей, основание платежей. Фирма может также поставить вопрос о санкциях за просрочку платежей.

Для расчетов с иностранными турфирмами чаще всего используются банковские переводы. Для выполнения переводов за границу туроператору необходимо иметь валютный счет в банке, имеющем корреспондентские связи с зарубежными банками.

Доход от реализации у туроператоров определяется на основании стоимости реализации туристических путевок по ценам, указанным в договоре на оказание туристических услуг [7].

Самый простой метод определения цены реализации - их установление путем добавления к себестоимости туристических путевок определенных наценок, характеризующих затраты, налоги и нормы прибыли на пути движения турпродукта от производителя к потребителю.

Ценообразование включает не только установление цены, но и способ оплаты, виды скидок, политику изменения цен, определение цен на дополнительные услуги.

В связи с тем, что в туризме сезонные колебания спроса очень существенны, цены также меняют с учетом времени - в зависимости от сезона.

Доходом турагента является сумма комиссионного вознаграждения, полученного от реализации турпродукта, сформированного туроператором.

При этом следует иметь в виду, что в соответствии с п. 1 ст. 212 Налогового кодекса оборот, совершаемый за пределами РК, не является облагаемым оборотом

по НДС. Место реализации услуг по организации деятельности в сфере туризма определяется пп. 4 п. 2 ст. 215 Налогового кодекса, в соответствии с которым место реализации по услугам в сфере туризма определяется там, где находится место предпринимательской или любой другой деятельности покупателя этой услуги, т. е. туриста.

Таким образом, не подлежат обложению НДС услуги туроператоров и турагентов по въездному туризму туристам, являющимся гражданами иностранного государства или постоянно проживающим за пределами РК. Оказание таких услуг рассматривается как услуги, реализованные за пределами РК.

Услуги туроператоров и турагентов по выездному туризму туристам, являющимся гражданами РК и лицам, постоянно проживающим на ее территории, рассматриваются как услуги, реализованные на территории РК, и подлежат обложению НДС.

Эффективность производства туристических услуг оценивается прибылью, получаемой компанией. При этом прибыль должна обеспечить тот уровень рентабельности турпродукта, при котором турфирма сможет выжить в существующих условиях конкуренции на рынке турпродуктов.

Оценка прибыли как финансового результата деятельности может быть произведена по типичной схеме отчета о доходах и расходах:

выручка от реализации путевок минус себестоимость реализованных услуг минус расходы периода (заработная плата персонала, налоги на фонд оплаты труда, реклама, оплата консультаций специалистов, канцпринадлежности, услуги телекоммуникаций, почтовые расходы и т.п.)[8].

Список источников:

1. Балабанов И. Т., Балабанов А. И. Экономика туризма: Учеб. пособие. - М.: Финансы и статистика, 1999
2. Гостиничный и туристический бизнес. - М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», 1998
3. Квартальное В. А. Туризм: теория и практика: Избранные труды: В 5-ти т. - М.: Финансы и статистика, 1998
4. Квартальнов В. А., Романов А. А. Международный туризм: политика развития: Учеб. пособие. - М.: Советский спорт, 1998
5. Козырев В. М. Основы современной экономики: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 1998
6. Толковый словарь туристских терминов: Туризм. Туристская индустрия. М.: Финансы и статистика, 1999
7. Туризм: нормативные правовые акты: Сборник актов / Сост. Н. И. Волошин. - М.: Финансы и статистика, 1998
8. Официальный сайт Министерства РК По туризму и спорту <http://www.mts.gov.kz/>

Аннотация

Индустрии туризма является катализатором развития различных секторов экономики, а туристская хозяйственная деятельность — сложный процесс, который охватывает отрасли материального и нематериального производства.

Аннотация

Туризм индустриясы экономиканың салааралық дамуының катализаторы, ал туристік шараушылық іс-әрекет материалдық және материалдық емес өндірістің салаларының күрделі процесі болып табылады.

Summary

The tourism industry is a catalyst for the development of various sectors of the economy, and tourism economic activity is a complex process that spans branches of material and non-material production.

**Адиетова Э.М. э.ғ.к., Альдешова С.Б. магистр,
Канатова А.Ж. магистр
Х.Досмұхамедов атындағы Атырау
мемлекеттік университеті, Қазақстан, Атырау қ.**

БАҒАЛЫ ҚАҒАЗДАР ҚОРЖЫНЫНЫҢ БОЛАШАҚ ТАБЫСТЫЛЫҒЫН БАҒАЛАУ МАҚСАТЫНДА ОРТАША ТАБЫСТЫЛЫҚҚА НЕГІЗДЕЛЕТІН ОҢТАЙЛАНДЫРУДЫ ЖҮЗЕГЕ АСЫРУ ЖОЛДАРЫ

Бағалы қағаздар қоржынын оңтайландыру мәселесі көп критерийлі мәселе болып табылады. Бір жағынан, бұл инвестициялық кезең соңында ең жоғары мүмкін болатын табыс (немесе пайдалылық) алу мақсатында бір қоржын шеңберінде әрбір қаржы активіне инвестицияланатын ақша қаражаттарының санын (пропорциясын, үлесін) қалай анықтау керектігі жөнінде сұрақты туындатады. Екінші жағынан, тиімді табыстылық деңгейінде ең төменгі тәуекел деңгейіне қол жеткізу қажет.

Қазіргі қоржын теориясының негізі (Modern Portfolio Theory – МРТ) Нобель сыйлығының лауреаты Гарри Марковицтың кітабында және мақаласында [1] қаланды. Көптеген зерттеушілер теорияның пайда болуын қазіргі қаржы экономикасының туындауы ретінде қарастырады. Марковиц теориясының іргетасы болып табыстылық, тәуекел, әртараптандыру тұжырымдамасы табылады. Инвестициялық қоржын – қаржылық мақсатқа қол жеткізу мақсатында алынатын, пайда әкелетін активтер жиынтығы екендігі көпшілікке мәлім [2]. Алайда, «инвестициялық қоржын» тұжырым ретінде 1950 жылдардың соңына дейін қолданылған жоқ.

Қазіргі қоржындық теорияның (Modern Portfolio Theory, МРТ) бірнеше негізгі пайымдауларын қарастырамыз. МРТ инвестор ұтымды әрекет етеді және тәуекелді болдырмайды деп тұжырымдайды. Бұл пайымдау адамдар өздері үшін экономикалық тиімді баламаны таңдайды деген тиімді нарық гипотезасынан шығады. Басында Марковиц инвестордың рационалдылығын анықтылық пен

табыстылық терминдері арқылы түсіндірді. Ол өз үлгісін азға қарағанда көп табысты, анықсыздыққа қарағанда анықтылықты таңдайтын инвесторларға арнады. Сол мезетте алып сатарлар ретінде әрекет ететін инвесторлар бар екендігін де есепке алды. Алайда, ол тіпті рационалды инвестор өзгеше жағдайда тәуекелді іздеушіге айналатынын болжамады. Марковицке сәйкес МРТ бұндай жағдайларға арналмаған [3].

Марковиц үлгісінің адамның ментальділігін логикалық және практикалық құрылымға жүйелеп біріктірудің жаңа әрекеттерінің ішінде «ментальдік ерекшеліктерді есепке алғандағы қоржындық оңтайландыру» (2010) мақаласында жарияланған нәтижелерді атап өтуге болады. Бұл зерттеуде авторлар қоржынды түрлі қаржы мақсаттары мен тәуекел/ табыстылық қатынасы бойынша инвестордың қалауынан тұратын көптеген субқоржындар ретінде қарастырады. Мұның математикалық идеясы Марковиц үлгісінің пайдалылық квадраттық қызметін тәуекелді болдырмау коэффициентімен пайдалану болып табылады. Кейін олар Марковиц үлгісі бойынша әлеуетті оңтайлы қоржын ішінде әрбір субқоржынның ерекше мақсаттарына байланысты тәуекелді болдырмаудың түрлі деңгейін анықтады. “Бұл MVT (Mean-Variance Portfolio Theory) және BPT (Behavioural Portfolio Theory) теорияларын жүйеленген МА (Mental Accounting – ментальдік ерекшеліктерді есептеу) құрылымы арқылы жалпылау нәтижесінде инвестордың тұтынушылық мақсаты мен қоржындық қаржылық өнімділігі біріктіріледі” [4]. Алайда, көптеген сұрақтар осы уақытқа дейін шешімін тапқан жоқ.

Жалпы әртараптандыру - бұл қоржындағы түрлі қаржы құралдарының (активтерінің) тәуекелді және транзакциялық шығындарды төмендетуді қамтамасыз ету үшін қаншасы қажетті және жеткілікті болатындығы туралы мәселе. Сонымен қатар, әртараптандырудың тиімді деңгейі қоржынды басқаруда ыңғайлылықты қамтамасыз етуі қажет. Біз бұл мәселені алдағы уақытта қарастырамыз.

Қазіргі қоржындық теория активтердің табыстылығы кездейсоқ шаманың қалыпты бөлінуі дегенге негізделеді. Алайда, 1960 жылдардың басында кейбір ғалымдар Гаустық (қалыпты) бөлу нақты тарихы табыстылықты сипаттауға бармайды деп көрсетті. Мысалы, Мандельброт және Фама ауыр «соңғысымен» ерекшеленетін қаржы активтерінің табыстылығын бөлу үлгісін көрсетті. Бұл эмпирикалы алынған табыстылықты кездейсоқ бөлу үшкір шығын, асимметриялы қисаю және ауыр “соңғысын” көрсетті.

Бүгінгі таңда табыстылықты бөлу «соңғысына» ие деген пікір қалыптасқан. Бұл «соңғылар» қоржындық инвестициялауда экстремалды табыстар немесе шығындар себебі болып табылатын қаржы нарығындағы сирек, бірақ айтарлықтай оқиға ретінде анықталады. Қалыпты бөлу аясында бұл оқиғалардың ықтималдылығы 0.1% тең, ал шын мәнісінде ауыр «соңғыны» қалыптастыратын бұл оқиғалар неғұрлым жиі болып тұрады.

Марковиц үлгісі қоржынның болашақ табыстылығын бағалау мақсатында тарихи орташа табыстылыққа негізделетін оңтайландыруды жүзеге асырады. Бұл қоржын өткен уақыттағы нарықтың қозғалысын көрсететін мәліметтердің ковариациялық матрицасы мен орташа табыстылығын пайдаланған есептеулердің

негізінде құрылады дегенді білдіреді. Алайда, тарихи бағалаулар көбінесе нарықтың нақты жағдайында қаржы активтерінің болашақ әрекетінің әлсіз болжамын көрсетеді. Сондықтан қоржынды таңдау мәселесін эмпирикалық зерттеулердің көпшілігі тек таңдаулар негізіндегі үлгілер жұмысының нәтижелерін ғана емес, таңдаудан тыс мәліметтерді де тестілеуден құралады.

МРТ –ның басқа да кемшіліктері инвестициялық қоржынның қаржылық нәтижесіне айтарлықтай әсер ететін есепке алынбаған транзакциялық шығындар болып табылады. Бір жағынан, тез өзгеріп тұратын бағалы қағаздар нарығы жағдайында қоржында қайта қарау сатысы оның оңтайлылығын қолдау мақсатында өте үлкен рөл атқарады. Бұл операция транзакциялық шығындардың өсуіне алып келе отырып, ағымдық табыстылықты төмендетеді. Екінші жағынан, қоржынды таңдау үлгісінде транзакциялық шығындарды елемеу, іс жүзінде қоржынның қаржылық тиімсіздігіне алып келеді.

Жоғырыдағы айтылған пікірлерді ескере отырып, МРТ тәжірибелік ахуалдың кең аясында айтарлықтай жалпы және тұрақты теория, сонымен қатар ол теориялық талдау мен сандық шешімдер үшін қарапайым деген қорытынды жасаймыз. Алайда, қаржы қоржынын таңдау мәселесі инвесторлардың қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін көп факторлы үлгі мен құралдарды қажет ететін қазіргі экономикалық жағдайда неғұрлым күрделенсе, ал МРТ постулаттары ауыр шектеулерге әкеп соқтырып отыр. Кертиз «МРТ - бұл өте пайдалы, сонымен қатар түсіндірмелі үлгі, ол әр уақытта шынайы болмауы мүмкін деген пікірге сүйенеді» [5].

Қазіргі зерттеулер шынайы жағдайларда қалыптастыру мүмкін емес қоржынды басқарудың классикалық үлгілерінің мәселелерін шешуге тырысады. Бұл үлгілердің негізгі кілті тәуекел және табыстылықты бағалау детерминистикалық емес, кездейсоқ екендігін ескеріп, шынайы қоржынды қалыптастыруға бағытталған. Күтілетін табысты бөлшектеудің жоқтығы олардың дисперсиясына қарағанда сыни болып табылатындығын ескеру қажет.

Нәтижесінде қоржынды оңтайландырудың дәстүрлі әдістерінде кездесетін қателерді шамамен бағалау мақсатында инвестициялық талдаушылар үшін неғұрлым ыңғайлы қоржынды таңдаудың жаңа әдісі жасақталды. Көп өлшемді қалыпты бөлуден таңдаудың жүйеленген әдістемесі (Монте Карло әдісі бойынша жасанды ету деп аталатын параметрикалық әдіс), қазіргі уақытта оңтайлы қоржынды таңдаудың қатесін бағалау мәселесін шешудің жолы болып табылады. Қайталама таңдау мен дәстүрлі тәсілді қолдану нәтижесін салыстыру арқылы соңғысының сәтті екендігі туралы қорытынды жасауға болады.

Дереккөздер тізімі

1. Markowitz, H. Portfolio selection / H. Markowitz // The Journal of Finance. "— 1952. "— Vol. 7, no. 1. "— Pp. 77–91.
2. Rubinstein, M. Markowitz's portfolio selection: a fifty-year retrospective / M. Rubinstein // The Journal of Finance. "— 2002. "— Vol. 57, no. 3. "— Pp. 1041–1045.
3. Markowitz, H. Portfolio selection: efficient diversification of investments / H. Markowitz. "— New York: John Wiley & Sons, 1959. "— P. 344.

4. Das, S. Portfolio optimization with mental accounts / S. Das, H. Markowitz, J. Scheid, M. Statman // Journal of Financial and Quantitative Analysis. "— 2010. "— Vol. 45, no. 2. "— Pp. 311–334.

5. Curtis, G. Modern portfolio theory and behavioral finance / G. Curtis // The Journal of Wealth Management. "— 2004. "— no. Fall. "— Pp. 16–22.

Аннотация

Бағалы қағаздар қоржынын оңтайландыру мәселесі көп критерийлі мәселе болып табылады. Бір жағынан, бұл инвестициялық кезең соңында ең жоғары мүмкін болатын табыс (немесе пайдалылық) алу мақсатында бір қоржын шеңберінде әрбір қаржы активіне инвестицияланатын ақша қаражаттарының санын (пропорциясын, үлесін) қалай анықтау керектігі жөнінде сұрақты туындатады. Екінші жағынан, тиімді табыстылық деңгейінде ең төменгі тәуекел деңгейіне қол жеткізу қажет.

Аннотация

Проблема оптимизации портфеля ценных бумаг это многокритериальная проблема. С одной стороны это вопрос о том, как определить количество (пропорции, доли) денежных средств, инвестируемых в каждый финансовый актив в рамках одного портфеля в целях получения наивысшего возможного дохода (или полезности) на конец инвестиционного периода. С другой стороны, должен быть достигнут минимальный уровень риска при приемлемом уровне доходности.

Summary

The problem of optimization of a securities portfolio is a multicriteria problem. On the one hand it is a question of how to determine quantity (proportions, shares) the money invested in each financial asset within one portfolio for the purpose of receipt of the highest possible income (or useful things) for the end of the investment period. On the other hand, the minimum level of risk in case of the acceptable level of profitability shall be reached.

Азатова Айсұлу

І.Жансүгіров атындағы ЖМУ, «Экономика»

мамандығының 2-курс студенті

Ғылыми жетекші: Биготанов Қ.С.

І.Жансүгіров атындағы ЖМУ, аға оқытушы

ПРАГМАТИЗМНІҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ МӘНІ

Елбасы өзінің «Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру» атты мақаласында ХХІ ғасырдағы ұлттық сананың өзгеруі бүгінгі қоғам дамуының басты талабы екенін көрсете отырып, оны экономикалық, саяси, рухани дамудың өзегіне, қозғаушы күшіне айналдырудың маңыздылығын атап өткен. Заман талабына сай біртұтас ұлт болу үшін Елбасы рухани жаңғырудың әдістемелік ұстанымдары мен қағидаларын, дүниетанымдық бағыттары мен құндылықтарын саралай отырып, өз көзқарасын оқырман назарына ұсынған.

Елбасы «бүгінгі радикалды идеологиялар ғасыры келмесе кетті. Енді айқын, түсінікті және болашаққа жіті көз тіккен бағдарлар керек. Адамның да, тұтас ұлттың да нақты мақсатқа жетуін көздейтін осындай бағдарлар ғана дамудың көгіне темірқазық бола алады. Ең бастысы, олар елдің мүмкіндіктері мен шама-шарқын мұқият ескеруге тиіс. Яғни, реализм мен прагматизм ғанатаяу он жылдықтыңұраныболуғажарайды» дегенойдыалғатартады. Сонымен, прагматизм идеологиясы – қазаққоғамыныңбастықозғаушыкүштерініңбірі, дүниетанымымыздыңнегізі, іс-қимылымыз бен ұстанымдарымыздың, құндылықтарымыздыңтемірқазығы. Қысқашаайтқанда,

руханижаңғырудыңбағыттарынайқындайтынөмірсүруфилософиясы. Олбәсекеліккеқабілеттіліктің де, білімсапасы мен салтанатқұруын да, жаңа сана үлгісін де, өмірсалтымыз бен адамиқатынастарымызды, санамыздыңашықтығы мен өзгерубағытымыздыайқындайтынпарадигмағаайналмақшы. Жалпы, оқырманғатүсінікті болу үшін, «прагматизм» ұғымына сәлүңілгенартықболмас. Прагматизм (*pragma* — іс-әрекет) — қазіргі заманғы философиядағы субъективті-идеалистік бағыт. Прагматизмді таза АҚШтық философия деп түсінуге болады, ол күні бүгінге дейін АҚШ қоғамында ықпалға ие Американдық төл философия. Прагматизм терминін мәдени айналымға 19 ғ-дың 70-жылдары америкалық философ Ч.С. Пирс (1839 — 1914) енгізді. Прагматизм негізінде ақиқаттың мәнділігі оның прагматикалық тиімділігімен анықталады деген “прагматизм принципі” жатыр. Прагматизм іргелі ақиқатты іздестіру қажеттілігін мойындамайды және абстрақтылы философиялық жүйелер жасаудан бас тартады. Мұның орнына ол нақты тәжірибе мен тілге негізделген, өзгеріп отыратын көптеген ақиқаттарды қарастырып, онда ақиқат практикалық нәтижелерінің құндылығына қарай анықталады.

Прагматизм бойынша қазіргі заман философиясы екі бағытта дауласуда, бірі рационализм (ақылшылдық), ол идеалды, сезімге бай, ақылға жүгінеді, үміткер, дінге сенеді, еркін ерік-жігерді дәріптейді. Енді бірі, эмпиризм (тәжірибешілдік), олар материалистер, суыққанды, сезімдік танымға мән береді, үмітсіз, атеист, себеп-салдар заңын (детерминизм) ұстанады. Прагматистер осы екеуінің арасынан жаңа жол тапқысы келеді, "тәжірибешілдік ойлау әдісі мен адамзаттық діни сенім дәстүрін лайықты үйлестіруді" дәріптейді.

Прагматистер шындыққа адал болуды жақтайды, бірақ дінге де сын айтқысы келмейді. Егер діндегі кейбір ұғым-түсініктердің тұрмыс үшін құнды екені мойындалса, онда діннің де рас екені дәлелденеді. Олар философиялық ойлауды жеке адамдық өмірдің нақты кешірмесіне дейін төмендетуді дәріптейді, бірақ діни сенімді сақтауды жақтайды. Олар әрі Дарвинизмді жақтайды, әрі дінді жақтайды, олар өздерін плюралистер деп атағанды ұнатады. Дегенмен, мысалы У.Джеймс те, басқа прагматистер де дінді этиканың тағаны деп есептемейді. [1]

Жалпы, прагматизм ұғымын бірнеше бағытта көрсетуге болады:

- өзіңнің ұлттық және жеке ресурстарыңды дәлме-дәл білу, оларды үнемдеп жұмсау, өз болашағыңды жоспарлай білу
- ысырапшылдықтан, астамшылдықтан, «көзбояушылық өмірден» бас тарту
- адам ретінде және жалпы ұлт ретінде өз мүмкіндіктерің мен шамаларыңды есепке ала отырып, нақты мақсаттарға қол жеткізуге бағдарлану

- шынайы мақсаттарға жетуге, білім алуға, салауатты өмір салтына және кәсіби жетістікке ерекше мән беру арқылы ұтымды өмір сүре білу.

Прагматизмнің негізгі ұстанымдары бар. Олар:

- білім шындықты меңгерудің құралы, шындықты өзгертуге болады;
- нақты тәжірибе бәрінен маңызды, ереже мен ұстаным екінші орында;
- сенім мен түсініктің рас-жалғандығы оның әкелген нақты игілігіне

байланысты;

- ақиқат идеяның табысты түрі, нәтижеге ие ететін, мақсатқа жеткізетін сана қозғалысы;

- теория әрекеттің болжалды қорытындысы, ол да құрал. Оның құндылығы әрекетті табысты ете алуына қатысты;

- адамның шындықты түсіндіруі шындықтың адамға пайдасы мен игілік өніміне байланысты;

- әрекет ережеден маңызды, ол қатып қалған ережені үздіксіз бұзып отырады;

- ұғымның мәні оның нәтижеге ие етуі, ақиқаттың құны оның қысқа уақытта, аз шығынмен, өте мол табысқа жеткізуі. [2]

Прагматизм тек әлеуметтік саясат пен руханиятқа ғана емес, сонымен қатар экономикаға да тән болып табылады. Прагматизмнің негізі – бұл пайдалы нәтижені алуға бағыттылық болып табылады.

Жалпы, экономикалық прагматизм мемлекеттің экономикаға саналы түрде қатысуын ұйғарады. Экономикалық прагматизм қағидаларына сүйене отырып, XVIII-XX ғғ. еуропалық мемлекеттер индустриалды төңкеріске қол жеткізгенін атап өткен жөн.

Қазіргі кезеңде, «ақылды реттеу» атауына ие болған, экономикалық прагматизм қағидалары Еуроодақтың 2020 ж. дейінгі даму Стратегиясы аясында жүзеге асуда. «Ақылды реттеу» келесілерді ұйғарады:

- мемлекеттік-басқарушылық айналымның барлық кезеңдерінде – жаңа актілерді жобалаудан бастап қолданыстағы жобаларды өткен кезеңге сәйкес тазартуға дейін – реттеу әсерін бағалау;

- ЕО мүше-елдерінің атқарушы, заң шығарушы және бақылаушы органдарының кооперациясы;

- реттеуші әсерді бағалау үрдісіне мүдделер тобы мен азаматтардың қатысуы.

Осылайша, экономикалық прагматизм сапа мен тиімділіктің жоғары талаптарына сай келетін, және субсидиарлылық пен үйлесімділік қағидаларына негізделген мемлекеттік саясаттың сапалы жаңа деңгейіне қол жеткізуді жорамалдайды.

Экономикалық прагматизм – 2012 ж. 14 желтоқсанында Қазақстан Республикасы Президентінің «Қазақстан-2050» Стратегиясы» Жолдауында жарияланған жаңа саяси бағыттың экономикалық құрамасының ядросы.

Президент Жолдауына сәйкес, жалпы экономикалық прагматизмнің 4 компоненттері алға тартылды:

- 1) мүдделердің экономикалық мақсатқа лайықтылығы мен ұзақ мерзімділігі;
- 2) экономикалық өсудің жаңа тіректері мен нүктелерін анықтау;

3) салымдардың қайтарымдылығы мен табыстылығын ұйғаратын инвестициялық ахуал;

4) мемлекеттік-жеке серіктестік қағидаларының негізінде жеке секторды құру. [3]

Толығырақ айта кететін болсам, Елбасы: жаңа бағыттың экономикалық саясаты – бұл табыстылық, инвестиция қайтарымы және бәсекеге қабілеттілік принциптеріндегі жалпыны қамтитын экономикалық прагматизм. Бюджеттік саясаттың басты ұстанымы мүмкіндіктер шегінде ғана жұмсау және тапшылыққа, минимумға дейін қысқарту. Мемлекет салған қаржы табыс әкелуі тиіс. Бізге қорды еселей отырып, олардың сақталуын қамтамасыз ету қажет.

Жаңа салық саясаты әлеуметтік бағыт алуы тиіс, деді Президент. Яғни, ынталандыру ісіне мән берілмек. Мысалы, білім беруге, өзін, өз отбасын, қызметшісін медициналық сақтандыратын азаматтар мен компаниялар салықтан босату тәжірибесін қолдану. Бұл, әрине салық саясатының бір парасы ғана.

Әлемдегі прагматизмге қысқаша тоқталатын болсам, әртүрлі рейтингтерде жоғарғы орындарды иеленетін скандинавиялық елдер мен Сингапур, мемлекетті құру кезінде радикалдық идеологиялардан бас тартудың және прагматикалық тәсілдемені қолданудың айқын мысалы болып табылады.

Бұл елдердің жетістігі икемділік пен прагматизмнің едәуір дәрежесімен, орын алған жағдайға бейімделу қабілетімен шартталған. Скандинавиялық үлгі капитализмнің (нарықтық экономика) және социализмнің (мемлекеттік реттеу) анағұрлым сәтті элементтерін прагматикалық тұрғыдан біріктіргенін көрсетеді.

Сингапурдың стратегиялық прагматизмі ұлттық дамудың анағұрлым серпінді бағыттарын анықтаумен және дұрыс мағыналы логикаға негізделген бірізді батыл әрекеттермен айқындалады.

Сонымен бірге, үздіксіз жақсарулар мен тұрақты өзін-өзі жетілдіру саясаты Сингапурдың «ұлттық бірегейлігінің» өзегіне айналды. [4]

«Егемен Қазақстан» газетінің 2017 жылғы 17 сәуірдегі номерінде Президентіміздің «Болашаққа бағдар – рухани жаңғыру» атты мақаласы шықты. [5] Онда экономикалық жаңғыру жолындағы мақсатқа «біз санамыз ісімізден озып жүруіне, яғни одан бұрын жаңғырып отыруына» жете аламыз деді. Мақалада сана-сезіміміз бен дүниетанымымызға әбден сіңіп қалған таптаурын қағидалардан арылуымыз қажет екенін баса айтты. Рухани әлеміміздегі прагматизм – халқымыздың ұлттық және жеке байлығын сақтай білу арқылы болашағын жоспарлай алуы, ысырапшылдыққа, артықшылыққа, мақтан мен меймананың тасуына жол бермеу қажеттігін айтты. Бұл қасиеттер орныққан жағдайда елде экономикалық өрлеуге жол ашылып, тұрақтылыққа жетеріміз кәміл.

Қорытындылай айтқанда, прагматизм – өзіңнің ұлттық және жеке байлығыңды нақты білу, оны үнемді пайдаланып, соған сәйкес болашағыңды жоспарлай алу, ысырапшылдық пен астамшылыққа, даңғойлық пен кердеңдікке жол бермеу деген ұғымды білдіреді. Қазіргі қоғамда шынайы мәдениеттің белгісі – орынсыз сән-салтанат емес. Керісінше, ұстамдылық, қанағатшылдық пен қарапайымдылық, үнемшілдік пен орынды пайдалану, көргенділікті көрсетеді.

Елбасының прагматизмнің жарқын үлгілерін бабаларымыздың өмір салтынан іздеп, оны бүгінгі өскелең ұрпақтың мінез-құлықтық негізі, іргетасы

ретінде қалыптастыру, бүгінгі ұлттық идеологияның басты бағыттарының бірі екенін баса көрсетуі өте орынды.

Дереккөздер тізімі:

1. Қазақстан энциклопедиясы, VII-том. Саяси түсіндірме сөздік. – Алматы, 2007.
2. Прагматизм. <https://kk.wikipedia.org/wiki>
3. Назарбаев Н.Ә. «Қазақстан-2050» стратегиясы: қалыптасқан мемлекеттің жана курсы. ҚазақстанхалқынаЖолдау. 12 желтоқсан 2012 ж.
4. Елбасы Н.Ә. Назарбаевтың «Болашаққа бағдар: рухани жаңғырту» (ақпараттық-түсіндірмелі материал), 9-бет.
5. Назарбаев Н., Болашаққа бағдар – рухани жаңғыру. Егемен Қазақстан, 17 сәуір 2017

Акылбекова Нелли Ильинична,
Университет Адам/ Бишкекская финансово-экономическая академия,
г.Бишкек, Кыргызская Республика, к.э.н., доцент
Канатбекова Сауле,
Университет Адам/ Бишкекская финансово-экономическая академия,
г.Бишкек, Кыргызская Республика, магистрант

ИНВЕСТИЦИИ - ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Туризм как отрасль экономики имеет большое значение и оказывает существенное влияние на развитие не только материальной, но и духовной сферы общества. Туризм охватывает комплекс отраслей, таких как, транспорт, гостиницы, общественное питание, культурные учреждения и использует природные ресурсы, культурно-материальное наследие государства. При этом следует отметить, что для сферы туризма характерен кумулятивный эффект, когда отдача от вложенных средств в продвижение туристского продукта и туристскую инфраструктуру проявляются через несколько лет постоянных вложений этих средств. Таким образом, туризм способствует динамичному развитию предпринимательства, созданию новых рабочих мест, повышению уровня и качества жизни населения, расширению международного сотрудничества, росту ВВП, привлечению инвестиций.

Несмотря на важность и приоритетность развития туризма, как отрасли экономики, он развивается все еще низкими темпами. Так, доля сферы туризма в валовом внутреннем продукте республики, даже при положительной динамике, остается незначительной. Валовая добавленная стоимость, созданная в сфере туризма в 2016г. составила около 19 млрд. сомов, или 4,5 процента к ВВП, в то время как в 2010г. она составляла всего 3,7 процента. (рис. 1)

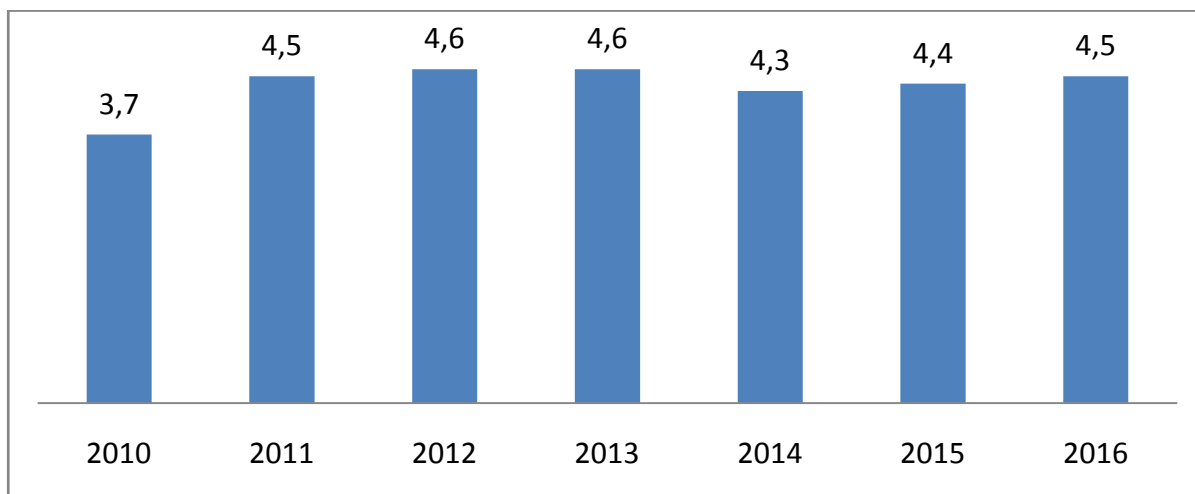


Рис. 1 Доля сферы туризма в ВВП, % (по данным НСК КР)

К основным проблемам развития туризма в Кыргызской Республике все еще остаются слабо развитая инфраструктура туризма, низкий уровень сервиса услуг и культуры обслуживания гостей.

В современных условиях для развития туризма инвестиционные ресурсы играют главенствующую роль. Рассмотрим динамику инвестиций в сферу туризма за 2011-2016 годы. Так, в 2015г. в сферу туризма привлечено около 8,3 млн. долларов США прямых иностранных инвестиций (без учета оттока), что в 2,3 раза меньше, чем в 2014г., при этом из стран вне СНГ их поступило в 5,2 раза меньше, из стран СНГ их объем, напротив, увеличился в 2,4 раза. В 2016 году объем инвестиции еще больше сократился более чем в 2 раза и составил 3361 млн. долларов США. (рис. 2)

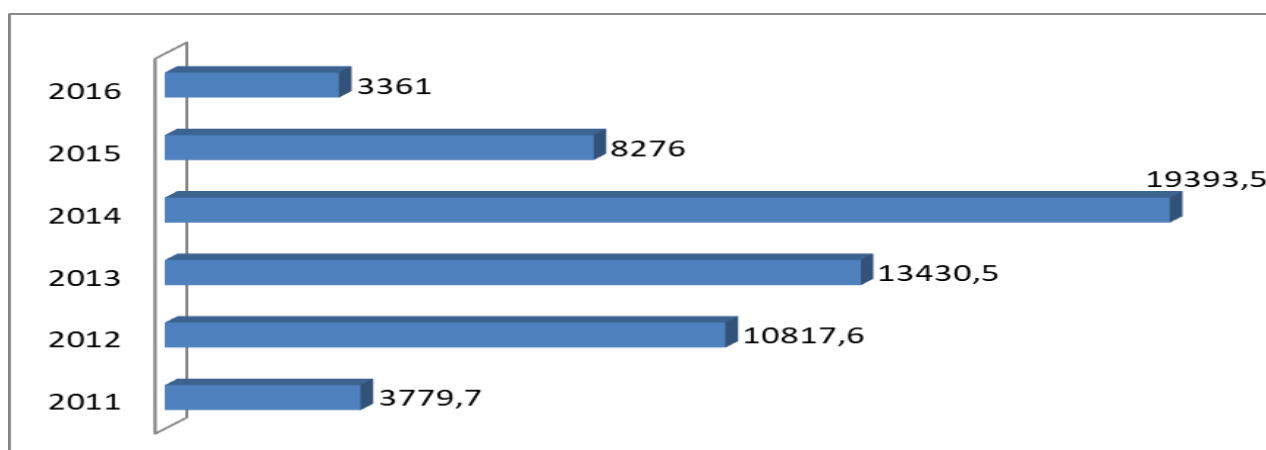


Рис. 2. Динамика прямых иностранных инвестиций в сферу туризма за 2011-2016 годы, (без учета оттока, тысяч долларов США) (по данным НСК КР)

Доля прямых иностранных инвестиций в сферу туризма в общем объеме прямых иностранных инвестиций составила 0,5 процента, в то время как в предыдущем году она составляла 2,7 процента.[3] Основной объем прямых иностранных инвестиций поступил из США – 65% от общего объема привлеченных инвестиций, России – 19%, Виргинских островов – 8% и Китая – 7%. (рис.3)

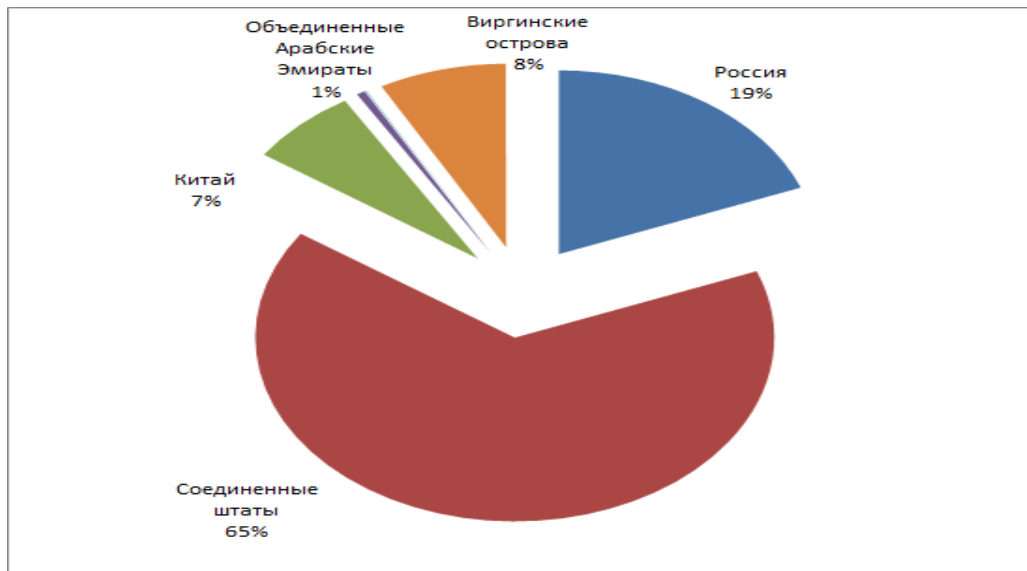


Рис. 3. Структура прямых иностранных инвестиций в сферу туризма за 2016 год, % (по данным НСК КР)

На строительстве объектов туризма в 2015г. освоено 13812 млн. сомов инвестиций в основной капитал, что на 25,1 процента больше, чем в 2014г. и на 16,2 процента, чем в 2011г. [3]

Таким образом, анализ показал, что туристическая отрасль в инвестиционном процессе занимает незначительную долю. Кроме того, в Кыргызской Республике туризм остается достаточно свободной нишей, где можно создать успешный бизнес в условиях низкой конкуренции. В целях скорейшего развития туризма требуется более активно привлекать инвестиции не только иностранных, но и отечественных инвесторов, поскольку туризм может развиваться и микрокредитованием малого и среднего бизнеса.

Поскольку туризм во всем мире является очень прибыльной сферой, инвестирование в него наиболее привлекательно. При разумной инвестиционной политике возможно привлечение и иностранных инвестиций. Однако капиталовложения в сферу туризма не приносят прямого дохода, туризм не обеспечивает возврата вложенных инвестиций в краткосрочном периоде, поэтому трудно привлечь инвестиции в эту сферу.

Следует принимать во внимание, что туризм обладает высоким инвестиционным мультипликативным эффектом: один сом вложений может приносить четыре сома суммарного дохода в других отраслях экономики, таких как производство национальной одежды, сувениров, транспорта и др. Такой же умножающий коэффициент проявляется и в занятости – одно рабочее место в туризме приводит к появлению четырех рабочих мест в отраслях, соучаствующих в производстве туристического продукта.

Определяя приоритетные направления развития туризма следует принять во внимание то, что туристская деятельность развита в основном в г.Бишкек и Иссык-Кульской области, поэтому, на наш взгляд, наиболее перспективным и экономически эффективным является развитие сельского туризма, который будет способствовать и развитию села, и сокращению миграции населения в развитые регионы республики и зарубежные страны. Это направление является для нашей

страны наиболее значимой для развития социальной сферы, преодоления бедности и сокращению разрыва в уровне жизни в селе и городе.

Для Кыргызстана с его огромным неостребованным туристским потенциалом актуально также развитие новых альтернативных направлений для нашей страны, таких как медицинский, гастрономический, бизнес-туризм, которые представляют наибольший интерес зарубежных туристов.

Инвестиционная активность в Кыргызстане зависит, в первую очередь, от политической стабильности, имиджа страны как безопасного государства, предоставляющего правовую защищенность туристам и бизнесменам. Таким образом, особое значение в развитии туризма имеет государственная поддержка предпринимательства, создание привлекательного инвестиционного климата, формирование привлекательного для туристов имиджа Кыргызстана-страны, открытой для гостей. Международная практика показывает, что повышение конкурентоспособности туристского продукта любой страны на мировом рынке может быть достигнуто при условии выделения государственных бюджетных средств, достаточных для некоммерческого продвижения туристского продукта на внутреннем и мировом рынках. Частный бизнес не может проводить некоммерческую имиджевую рекламную кампанию своей страны, так как продвигает и продает только свой собственный продукт. Поэтому задача создания имиджа страны, привлекательной и благоприятной для посещения, является исключительно государственной задачей, что подтверждается мировой практикой. Создание государственного информационного центра сбора и обработки статистических данных туристского сектора при этом будет способствовать исследованию рынка туристских услуг, формированию стратегии, определению востребованных направлений развития туризма.

Таким образом, первоочередные меры должны быть направлены на создание привлекательного инвестиционного климата, увеличение бюджетных ассигнований для финансирования туризма.

Привлечение прямых иностранных инвестиций (ПИИ) в экономику республики является одним из приоритетных направлений экономической политики Правительства Кыргызской Республики и взаимовыгодного экономического сотрудничества Кыргызстана с зарубежными странами.

Особое внимание следует уделить механизмам привлечения инвестиционных ресурсов на базе широкого использования принципа проектного инвестирования. Необходимо также более активно использовать принцип многоканального привлечения инвестиций (государственных, частных, смешанных).

Список источников:

1. О туризме: Закон Кыргызской Республики, № 34 от 25 марта 1999 года.
2. Об инвестициях в Кыргызской Республике: Закон Кыргызской Республики, № 66 от 27 марта 2003 года.
3. Статистический сборник. Туризм в Кыргызстане, Бишкек: Нацстатком, 2016 г.

Аннотация

В статье рассматриваются проблемы привлечения инвестиций в сферу туризма, определены роль и место туризма в экономике страны. В статье представлена доля сферы туризма в ВВП, динамика и структура прямых иностранных инвестиций в сферу туризма за 2011-2016 годы.

Аннотация

Бұл мақалада туризмге инвестиция тарту мәселесі, ел экономикасындағы туризмнің рөлі мен орны талқыланды. Мақалада туризмнің ІЖӨ үлесі, 2011-2016 жылдарға туризмге тікелей шетелдік инвестициялардың құрылымы мен динамикасы көрсетілген.

Summary

The article deals with the problems of attracting investments in tourism, the role and place of tourism in the country's economy. The article presents the share of tourism in GDP, the dynamics and structure of foreign direct investment in tourism for 2011-2016.

Алимова Н.Т.

«5B050900-Қаржы» мамандығының 4 курс студенті

Лухманова Г.К.

Ғылыми жетекшісі: э.ғ.к., асоц. профессор м.а.,

І.Жансүгіров атындағы Жетісу мемлекеттік университеті,

Талдықорған қ.

ДАМЫҒАН ЕЛДЕРДЕГІ ЖАНАМА САЛЫҚ САЛУ ЖҮЙЕСІ

Мемлекеттік бюджеттің кіріс көзін құрайтын негізгі қаржылық көздер - салықтар. Қазақстан Республикасы бюджет кіріс көзінің 90 пайызы салықтардан тұрады.

Ел экономикасы дамып, мемлекеттік бюджеттің кіріс көзі ұлғайған сайын салықтық түсімдердің де өсіп отырғаны байқалады. Себебі салықтың экономикалық табиғаты өндіріске байланысты. Өндіріс бар жерде табыс бар, одан алынатын салықтар да бар. Сондықтан салық өндірістің дамуына барынша өз ықпалын тигізіп, өндірушілердің ынтасын арттыруға жағдай жасауы қажет. Салық - бұл мемлекеттік қаржының құрылуының негізгі қайнар көзі. Ол мемлекет пайда болғаннан бері әрекет етуде. Сонымен қоса, салық салу экономикалық мәдениеттің элементі ретінде барлық жүйелерде, яғни нарықтық жүйеге де, нарықтық емес жүйеге де тән құбылыс.

Жанама салықтар - тікелей емес, жанама түрде тауар немесе қызмет құны арқылы алынады [1].

Жанама салықтар - бұл белгілі бір тауарлар мен қызметтерге салынатын салықтар, олар өз кезегінде оларды сатып алушыға бағаға тиісті қосымша төлем жасау арқылы ауыстырады. Басқаша айтқанда, жанама салықтардың басты айырмашылығы - олар мемлекеттік бюджетке тауарларды сатып алатын кәсіпорындар мен азаматтардан емес, тиісті тауарлардың сатушыларынан түсетіні. Тікелей салықтардан айырмашылығы, жанама салықтар салық

төлеушінің табысына байланысты емес. Бұл салықтарды жинау тауарларды тұтыну процесінде жүреді және олар өздерінің бағасына кіреді.

Жанама салықтарға: ҚҚС және акциз жатады. Сонымен қатар сыртқы экономикалық қызметтен түсетін түсімдер де жатады (кедендік баж түріндегі кедендік табыстар, экспортқа және импортқа салық, ішкі базарда әрекет ететін тауарлардың бағасының өзгерісі).

Жанама салықтардың қызмет ету механизмін жетілдіру үшін дамыған елдердегі жанама салық салу жүйесін қарастыру қажеттілігі туындайды.

Қазіргі уақытта көптеген елдердің экономикасында жанама салық салу маңызды рөл атқаратындығын атап өту керек.

Жанама салықтар Франция мен Италияда басым болса, тең салмақтандырылған құрылымды Ұлыбритания иеленеді. Жапония мен Италияда жанама салықтардың рөлі жоғары болып саналған [2].

Көптеген экономистердің айтуынша, ГФР-да тұтыну салығы салуға жатқызылатын тауарлардың қатаң сыныпталуы жоқ. Бірінші әлемдік соғыс кезінде әскери-теңіз флотын қаржыландыру үшін енгізілген шарапқа салық қазіргі уақытқа дейін салынады.

Неміс фирмалары шетелге тауар шығаратын кезде қосылған құн салығын төлеуден босатылады.

ГФР-дағы импортқа кедендік салық салу тауарлардың жекелеген топтары бойынша ерекшелінеді. ГФР өнеркәсібі мүдделі импорттағы көптеген шикізаттық және жартылай фабрикаттар үшін, не кедендік баж белгіленбейді, не олардың мөлшері елеусіз.

Дайын бұйымға кедендік баж жоғары болса да, бірқатар ерекше айырмашылықтары бар. Әлде қайда төменгі баж әлемдік және ішкі нарықта ГФР фирмалары күшті позицияны иеленетін тауарларға белгіленеді.

Германиядағы салық салудың айрықша ерекшелігі болып салық жүйесіндегі қосылған құн салығы бойынша жалпы және жеңілдікті ставкаларының болуы табылады. Бюджеттің табыстарындағы қосылған құн салығының үлесі Қазақстан республикасындағыдай 28 пайызындай құрайды.

Соңғы 30 жыл ішінде түсімдер сомасы бойынша жанама, оның ішінде қосылған құн салығы басым болып табылады.

Франциядағы салықтарды үш топқа топтастыруға болады, табысты алушыдан оны алу сәтінен бастап алынатын табыс салығы; табыс жұмсалғанда тұтынушыға салынатын салық; меншіктен алынатын, яғни затқа айналдырылған табыстан алынатын капиталға салық. Сондай-ақ, елдің салық жүйесі тұтынуға салық салуға бағытталған. Табыстар мен меншікке салық салу қалыпты болып табылады.

Бюджет жүйесінің жетекші буыны болып қосылған құн салығы табылатындығын бәрімізге мәлім. Елдің аумағында тұтынылатын және қолданылатын тауарлар мен қызмет көрсетулердің барлығын тұтынуға салық туралы сөз болмақ. Сыртқы нарықпен байланысты операциялар қосылған құн салығынан босатылған. Экспортқа жатқызылатын операциялар жасаған және қосылған құн салығын төлеген тұлғалар оларды қайтарып алу құқығын қолдану

мүмкіндігін иеленеді. Импорттық операциялар іштегі құқыққа сәйкес салық салуға жатқызылады [3].

Қосылған құн салығын төлеу жасалатын мәміленің сипатымен анықталып, сабық салушының қаржылық жағдайын есепке алмайды. Тауарлар бағасына тәуелсіз түрде қолданылатын салық ставкасы барлығына бірдей. Салық салу объектісі болып тауарлар мен қызметтердің сату бағасы табылады.

Сондай-ақ, бөлшек сауда бағасы мен қосылған құн салығынан басқа да алымдар мен баждра жатқызылады. Шикізат пен жартылай фабрикаттарды қоюшылардың төлеген салық мөлшері жалпы сомадан шегеріледі.

1988 жылы Францияда қосылған құн салығы бойынша 4 ставка әрекет етті:

- 5,5% — бірінші қажеттілікті тауарлар мен қызмет көрсетулер (ішімдік пен шоколадты қоспағанда азық-түлік өнімдері, дәрі-дәрмек, көлік);
- 7,0% — мәдени қолданыстағы тауарларға қысқартылған ставка;
- 18,6% — барлық тауарлар мен қызметтерге қалыпты тавка;
- 33,33% — машина, ішімдік және темекіге шекті ставка.

Франция заңдарында қосылған құн салығынан екі салықтық — мүлдем және мүмкіндікті босатулар қарастырылған [4].

Қосылған құн салығынан мүлдем босатуға сатып алу және сату кезінде әртүрлі ставкалар нәтижесінде экспорт пен импорт бойынша қосылған құн салығы компенсацияға жатқызды.

Сондай-ақ, қызметтің 3 түрі салықтан босатылады:

- Дәрігерлік көмек;
- Бастауыш, орта, жоғары және кәсіби білім беру;
- қоғамдық және қайырымдылық сипаттағы қызметтер.

Сонымен қатар, сақтандырудың барлық түрлері, казино, лотереялар босатылады.

Қосылған құн салығынан мүмкін болатын босатулар қарастырылған қызмет түрлері де бар, яғни салық төлеушілердің қосылған құн салығын немесе табыс салығын төлеу үшін таңдауға құқығы ұсыналады.

Осындай қызметтер түрлеріне келесілер жатқызылады:

- экономикалық қызметтің кез-келген түрлері үшін ғимараттарды жалға беру;
- қаржылық және банктік іс;
- әдебиет, спорт, артистік қызметтер, муниципалдық шаруашылық.

Францияда 3 млн. жуық қосылған құн салығының төлеушілері бар. Әдетте декларация негізінде ай сайын қосылған құн салығы бюджетке енгізіледі. Кәсіпорындар салық орталықтарына декларация мен бірге салықты төлеген чекті ұсынады. Тауар айналымының көлеміне байланысты қосылған құн салығын төлеудің тоқсандық және жылдық мерзімдері қолданылады.

Тауарлар экспорты жағдайында кәсіпорындарға қосылған құн салығы бойынша компенсация ай сайын жасалынады. Ал қалған түрлеріне (мысалы, фермер тракторды 18,6% ҚҚС-пен сатып алса, ауыл шаруашылығы өнімдері 5,5%-пен өткізілген) компенсация тоқсан сайын жүзеге асырылады. Әкімшілік жыл сайын 65 млрд. франк шамаға жуық сомаға немесе жалпы салық сомасынан 12% компенсация жасайды.

Қосылған құн салығын төлеуге бақылау ай сайын жүргізіледі. Егер де қандай да бір себептен қосылған құн салығын төлеуші декларацияны ұсынбаса, онда ЭЕМ автоматты түрде салықты төлеу мерзімі өткендігі туралы ескерту береді.

Францияда салық қызметінің 10 мыңдай адамы қосылған құн салығын есептеу мен жинаумен айналысады.

ҚҚС бойынша жеңілдіктер аз және негізінен ұсақ кәсіпорындарға беріледі.

Егер кәсіпорындарының тауар айналымы 300 мың франктан аз болса, онда ҚҚС төленбейді. Осындай жағдайда есептеу жолымен кәсіпорын бюджетке тұрақты соманы төлейді. Осындай ереже қолданылады, өйткені бұл кәсіпорындар қосылған құн салығы есепетуге қажетті деңгейдегі көлемде бухгалтерлік есеп жүргізбейді.

Егер ҚҚС 1350 франктан аз болса, онда кәсіпорындар оны төлеуден босатылады. 3 млн. қосылған құн салығы төлеушілерден ондай кәсіпорындар саны 54 мың.

Қосылған құн салығының сомасы 1350 франктан жоғары, бірақ 5400 мыңнан кем емес кәсіпорындар жеңілдікті иеленеді. Сондай-ақ егер қосылған құн салығы 20 мың франктан кем болса, онда ұсақ өнеркәсіпшілерге де жеңілдік ұсынылады [5].

Инвестицияға бағытталған қосылған құн салығы сомасынан жасалатын шегерімдерге қосылған, инвестиция жасайтын кәсіпорындар ҚҚС бойынша жеңілдікті иеленеді.

Әдетте, қосылған салығы бағалау оң нәтижелелі және тұтыну салықтарының ішіндегі табыстысы. Жақсы қасиеттерінің бірі кәсіпорындарға қатынасының бейтараптылығы, сондай-ақ қаражаттардың бюджетке түсуінің нақтылығы мен тұрақтылығы. Өнімді экспорттауға қолайлы жағдай жасалған.

Қазіргі ауқытта әлемнің 40-тан астам елі, оның ішінде еуропалық елдердің көпшілігінде қосылған құн салығы қолданылады. ҚҚС-тық осындай дамуы оның ставкасы санының қысқаруы мен есептеу әдісінің жетілдірілуімен түсіндіріледі. ҚҚС жерлердің бюджетіне түсетін ГФР-нан ерекшелігі, Францияда ҚҚС орталық бюджетке толығымен түседі. Сонымен қатар, жергілікті билік органдары мемлекеттен қосылған құн салығы есебінен дотация алады. қосылған құн салығының бөлігі — 1,4% ЕЭА қажеттілігіне жұмсалады.

Францияда қосылған құн салығы, өзімен тұтыну салығын ұсынатын бірқатар жанама баждармен толықтырылады. Олардың кейбірі мемлекет пайдасына алынатын болса, басқалары жергілікті басқару органдары бюджетіне аударылады.

Қосымша салық салынатын тауарлар, оның ішінде бірінші кезекте ішімдік сусындары, темекі бұйымдары, сіріңке, от тұтағыш, қымбат металдардан жасалған бұйымдар, қант және кондитерлік өнімдер, сыра мен минералды су, автокөліктердің кейбір түрлері, ұшқыш аппараттар. Қосылған құн салығынан басқа, жанама салықтар электр қуатына, теледидар жарнамасына салынады. Туристік немесе табиғи қайнар көздерге жақын орналасқан аудандарда жергілікті органдар туристік алымды енгізіледі.

Тұтынуға салынатын салыққа кедендік бажды да жатқызуға болады. кедендік юаждақ негізгі мақсаты табыс алу емес, ішкі нарықты, сондай-ақ ұлттық өнеркәсіп пен ауыл шарушылығын қорғау. Кедендік баж мелекеттің экономикалық саясаттыңаспабы ретінде қатысады. Олар импортталатын тауарлар ішкі нарықтағы ұқсас тауарлардың бағасын тендестіру керек.

Ұлыбританияда жанама салықтарға қосылған құн салығы, кедендік баж, акциздер, гербтік алымдар жатқызылады. Баждар мен акциздер басқармасының жетекшілігіне жанама салық салудың барлық жүйесі берілген (гербтік алымнан басқасы).

Жанама салықтар құрылымында қосылған құн салығы - 39%, кедендік баж - 35%, мұнай өнімдеріне акциз - 13%, темекіге - 6,6%. Ішімдікке акциз - 5,1%, ойындық бизнеске салық - 1,1%, басқа табыстар - 0,2% құрайды.

Бұл салық түрі 1973 жылы 1 көкекте енгізілді. Осы жылы ЕЕО-на мүшелікке енді. Англия, Солтүстік Ирландия, Шотландия және Уэльс, Мэн аралы аумақтарына таратылды.

Ұлыбританияның салық жүйесі айырықша белгісі болып мемлекеттік бюджеттің негізгі табыстарын бірдей үлесте жанама салықтардың ішінде қосылған құн салығы мен кедендік баж алатындығы табылады. Шағын бизнеске салық салу кезінде азайтылған ставка қолданады.

1988 жылдан бастап Италияда жанама салықтар мемлекеттікбюджет табыстарын шоғырланудың басым нысаны болып табылады.

Жанама салық салудың басқа да табысты объектісі болып темекі өнімдері табылады.

Италиядағы жанама салық салудың айырмашылықты сипаты, ол қосымша құн салығы бойынша бірнеше сараланған ставкалардың бекітілуі мен салық алудың оңайлатылған жүйесінде қолданылып. Сонымен бірге қосымша құн салығы жанама салығы жанама салықтардың арасында жетекші орынды иеленеді.

Италияда акциздік алымдар Қазақстан мен салыстарғанда бюджетке елеулі табыстар әкеледі, біздің елімізде олар азаюда [6].

Сомымен дамыған елдердің салық жүйелері көптеген түрлі экономикалық саяси және әлеуметтік шарттардың әсерінен қалыптасқан. Салықты іріктеу оның құрылымын алу ставкалары биліктің әр түрлі деңгейдегі фискалдық өкілеттік, салық базасы, салықтық жүйелер бір-бірінен ерекшелінеді. Әртүрлі табысқа салыққа жекелеген елдер экономикасының салыстырмалы тәуекелділігі біркелкі емес және тербелмелі.

Дереккөздер тізімі:

1. Үмбеталиев А.Д. Салық және салық салу. - Алматы: Экономика, 2011.- 582б.
2. Д.Б.Қалыбекова. Салық және салық салу. – Алматы: Экономика, 2012. – 289 б.
3. Ермекбаева Б.Ж. Салық және салық салу. - Алматы, 2011. -103б.
4. Жақыпбеков Д.С. Қазақстандық кәсіпорындардағы салық салу, салық есебі мен есептілігін ұйымдастыру: Оқу құралы. – Алматы: Экономика, 2009. – 415 б.

5. Жансериков Д.С. Салық салу, салық есебі мен есептілігін ұйымдастыру .- Алматы: Экономика, 2016.- 354б.

6. Құтжанов Е. Шетелдік салықты есепке жатқызу// Егемен Қазақстан.- 4.08.2016 ж. - № 464-470. -9б.

Аннотация

Мақалада заманауи жағдайда жанама салықтардың қоғамдағы әлеуметтік-экономикалық процестерге елеулі әсері көрсетілген. Сонымен қатар, қарастырылады дамыған шет елдердегі салық жүйелерінің ерекшеліктері егжей-тегжей қарастырылған.

Аннотация

В статье отмечается, что в современных условиях обложение косвенными налогами оказывает заметное влияние на социально-экономические процессы в обществе. Рассматриваются особенности налоговых систем зарубежных стран.

Summary

The article notes that in modern conditions, indirect taxation has a significant impact on socio-economic processes in society. Features of tax systems of foreign countries are considered.

Alyakhimet U.G

first-year student in Accounting and Auditing

Shiganbaeva N.B

She is a lecturer at the Almaty Academy of Economics and Statistics

INTERNET ADVERTISING AS A COMPLEX OF TOOLS FOR EFFECTIVE MARKETING PROMOTION OF A SMALL BUSINESS ENTERPRISE

In the modern world, any organization is subject to the intense influence of the information environment, which is rapidly developing on the basis of expanding access to the global Internet network in almost all parts of the world. Enterprises need to respond in a timely manner to these changes and effectively use the opportunities provided by the World Wide Web. The Internet today has become not only the most popular source of information about the surrounding reality, but also the field of promotion of goods and services, attracting customers and finding partners for business. Nevertheless, many topical issues for the theory and practice of using Internet advertising in the management of a modern small business venture remain unexplored.

Free access to the Internet almost in all regions of Kazakhstan not only drastically influenced the processes of information exchange, but also had a profound impact on the sphere of marketing. For example, social networks, originally used to search for friends of interest and communicate with them, now are powerful advertising platforms, covering more than half of all network users

Over the past few years, marketing practices of small businesses are actively introducing methods to promote goods and services companies through the World Wide Web, while many traditional methods of advertising are rejected because of low

efficiency. Many companies successfully conquer their niche in the market through the publication of original content in social media, neglecting classical advertising, because promotion in the Internet has several advantages, including the development of brand recognition, the capture of the target audience and the relatively low cost of advertising. In connection with these trends, we can note several advantages of online advertising over traditional methods of advertising and developing recommendations for the effective application of Internet marketing techniques

- Information satiety of the consumer. Continuously growing volumes of advertising information received by clients disperse the consumer's attention. New information is difficult to gain a foothold in the overall information flow. To create an image of the company in the minds of potential customers, the advertiser must take care of repeating the advertisement repeatedly and, accordingly, increase its advertising budget. However, it is simply impossible to constantly double advertising budgets for many companies. Thus, the "visibility" and the effectiveness of their advertising are continually falling.

- The buyer's confidence in alternative sources of information. Due to the increase in advertising messages, the level of trust of the addressee to such information has decreased. The consumer increasingly began to rely on alternative information channels, such as: recommendations from a familiar circle of people, independent peer review of various non-profit organizations that monitor the quality of goods and non-profit sources primarily on the Internet, such as forums, blogs, and the community.

- Limited advertising budget due to lower commodity margins. Very many competing products practically do not differ from each other, the difference can be observed only in the form of containers or design labels. There is a kind of oversaturation of the market with virtually identical goods by consumer properties. To attract and entice the consumer, the price of the goods is reduced. Often this is due to a decrease in the company's mark-up on the product, which leads to a reduction in profits and limited funds for advertising.

Internet advertising can be considered as a complex of tools for influencing the target audience of a particular enterprise, which includes: the placement of advertising content on thematic sites, Internet directories and reference books, social networks, blogs and other communities, the use of banner networks, e-mail marketing , search engine optimization and promotion of a corporate website, etc.

Promotion with the help of the Internet is currently one of the most operational and at the same time available in the financial and technical plans of marketing tools.

Internet advertising as part of Internet marketing has a number of advantages over traditional advertising methods, and it also has great opportunities because it contains a variety of content (text, photos, videos, etc.) and focuses on all the elements of the marketing communications complex .

There are 4 main advantages of Internet advertising:

- Targeted advertising. With the help of the Internet, the advertiser can determine his target audience sufficiently accurately and send an advertising message to a specific circle of people in which he is interested (this effect is especially pronounced when advertising in various social media).

- Access to reliable statistical information. In most cases, the advertiser can obtain the necessary statistical information about the target audience both before the start of the advertising campaign and after its end, as well as evaluate the effectiveness of the advertising message by the number of views or responses.
- Relatively low cost. Compared to standard types of advertising, the price of advertising on the Internet is much lower, and an unlimited number of potential consumers can see it. Many actions can be performed automatically and do not require the participation of the advertiser.
- Interactivity. The advertising message is usually constructed in such a way that, if necessary, the user can instantly receive additional information or answers to their questions on the relevant electronic resource, as well as assistance from an online consultant. The client is also involved in interaction through various ratings, surveys, etc. A positive image of the company as a whole is being formed.

All this contributes to improving the effectiveness of Internet advertising for small businesses, but at the same time, puts forward additional requirements for rational content and expedient design of advertising messages. Such elements of an advertising message on the Internet as size, color, illustration, animation in a greater degree contribute to increasing the recognition of the company or product, increase the level of the impact of advertising on the Internet user. Important is the professional approach when creating the headlines of advertising messages - it is necessary to find understandable and easily remembered phrases, to use bright speech speed.

As a result of the study, we can draw the main conclusions:

1. Rapidly developing information environment and gradually decreasing efficiency from traditional advertising stimulate enterprises to search for alternative marketing solutions.
2. The most promising, innovative direction of marketing for today is advertising on the Internet, including advertising in search engines and social networks.
3. Advantages of Internet advertising, such as the targeting of advertising messages and the possibility of automating many advertising influences, significantly reduce the cost of the advertising campaign, the interactivity of the advertising content forms a positive image of the company in the consumer, and free access to statistics allows you to evaluate the effectiveness of decisions taken.

The active development of research in the field of promotion of goods and services via the Internet will facilitate a more meaningful and justified use of online advertising tools by modern small businesses to achieve the goals of marketing management and improve financial efficiency.

Bibliography:

1. Vekshinsky AA, Tyvin LF Internet marketing as a new direction in the modern concept of marketing interaction // Technical and technological service problems. 2012. № 2. P. 102-108.
2. Kurmanov, VV, "Modern Trends in the Development of Internet Marketing and Electronic Commerce in Russia," Vestnik of the South Ural State University. Series: Economics and Management. 2013. No. 3. P. 128-132.

3. Popkov EG, Ionov A.C., Tokareva IV The effectiveness of advertising in social networks // Izvestiya Volgograd State Technical University. 2014. No. 4 (131). Pp. 85-90.
4. Skrigun NP, Kochmaruk MV, Gavrilova TV Social Networks as a Modern and Effective Marketing Tool // Almanac of Modern Science and Education. Tambov: Diploma, 2014. № 2 (81). Pp. 162-164.
5. Fedorova O. V. Marketing in social networks / / Marketing in Russia and abroad. 2010. № 3. P. 101-103

Summary

The article deals with the issues of the theory and practice of the use of Internet advertising by the small businesses. The authors single out factors, which contribute to reducing the efficiency of traditional mass advertising including cost increase, the information satiety of the consumer, the fast effect of forgetting advertising and so on. The basic advantages of Internet advertising for small businesses with the complex use of promotion instruments are shown.

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы теории и практики применения интернет-рекламы казахстанскими предприятиями малого бизнеса. Выделены факторы, способствующие снижению эффективности традиционной массовой рекламы, включая повышение стоимости, информационное пресыщение потребителя, быстрый эффект забывания рекламы и др. Показаны основные преимущества интернет-рекламы для предприятий малого бизнеса при комплексном использовании инструментов продвижения.

Амангельдиева Жанар Амангелдіқызы
Сәкен Сейфуллин атындағы Қазақ агротехникалық
университет, аға оқытушы

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА КӘСІПКЕРЛІККЕ САЛЫҚ САЛУ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Қазақстандағы қалыптасқан күрделі әлеуметтік-экономикалық жағдай экономиканың негізгі салаларында соңғы жылдары зиянды кәсіпорындардың көбеюіне әкеп соқты. Мұндай экономикалық жағдайларда қазақстандық шаруашылық жүргізуші субъектілер салық ауыртпашылығын көп сезеді. Тәжірибеде біздің кәсіпорындар әрқашан қаржылық жетіспеушілікті сезінеді.

Экономиканың жетелеуші секторларында жоғары салық қысымы кәсіпкерлік белсенділікті тежеп қана қоймай, кәсіпорындарды құлдырау шегіне апарды.

Салық жүктемесін салалар бойынша бөлудің қателіктерін жою кәсіпкерлік қызметтің даму резервтерінің бірі бола алады.

Қазір Қазақстандағы кәсіпкерлер қызметін реттеуге басқа елдердегі сияқты инструменттер қолданылады: ставкаларды төмендету, салықтардан толық немесе

бөлшектеп босату, төлем уақытын өзгерту және т.б. Салық құралдарының төмен тиімділігі оларды қолданудың әрқашан ыңғайлы бола бермеуінде. Яғни, салық механизмін жетілдіруге өте ұқыпты қарау керек. Өйткені, салық тетіктері (ставкалары, жеңілдіктер салық базасын құру) күшті әсер ететін және қиын басқарылатын салық инструменті болып табылады. Осындай жолмен кәсіпкерлік қызметтері салықтық реттеу бірқалыпты қойылған экономикалық міндеттермен салық жүйесінде реформалар жүргізуге бағытталған бағдарламалар негізінде іске асады.

Сонымен бірге, салық салу сұрақтарына ерекше назарды тек мемлекет емес, кәсіпкерлердің өздері де аудару керек. Осылайша, батыста салық сұрақтары ірі және шағын кәсіпорындарда қаржылық жоспарлауда маңызды орын алады. Оны салық жоспарлауы деп атайды, ол салық төлемдерін минимизациялау мақсатында заңды және жеке тұлғалардың коммерциялық және инвестициялық қызметтерін жоспарлауы. Салықтық жоспарлауының қажеттілігі салық жүктемесінің ауыртпашылығына байланысты. Егер елдегі салық жүктемесі 10 – 15%-дан аспаса, онда салықтық жоспарлаудағы қажеттілік минималды, ал шағын кәсіпкерлерге бұл сұрақтардың мүлдем қажеті жоқ.

Салық жүктемесі 20 – 35% деңгейінде болған жағдайда шағын және орта фирмаларда арнайы жұмыскер болған жақсы, ал ірі фирмаларда кәсіпорынның салықтық міндеттемелерін бақылау сұрақтарымен айналысатын жұмыскерлер тобы болған жөн. Яғни, болашаққа салықтық төлемдердің болжамдары жасалынып, төлемдерге қаржылық бақылау жүргізіледі.

Салықтардың жиынтық үлесі 40 – 50% болса, салықтық жоспарлау барлық көлемдердегі кәсіпорындарда қаржылық-жоспарлау жұмысының маңызды элементі болып табылады [1]. Салық сұрақтарына бақылау фирма басшылығының жоғары деңгейінде іске асу керек. Кәсіпорын жұмысындағы маңызды құрылымдық өзгертулер туралы бірде-бір шешім, жаңа технологиялар енгізу, жаңа инвестициялар туралы мәселелер салық элементін есепке алмаусыз қабылданбауы керек.

Қазақстан Республикасының кәсіпкерлігіне арналған салықтық реформаның ерекше тобы салықтық сипаттағы мәліметтерді өңдейтін және беретін жүйелерді өзгертуге бағытталған реформалардан тұрады. Мұндай реформаларға мыналар жатқызылады:

- электронды өңдеу және механизациялау үшін дайындалған салықтық есептілік бланктерін үйлестіру;
- ақпараттарды электрондық тасығыштарда мәліметтер беру;
- есептеме құжаттарын толтыру және заңды тұлғалар үшін бірыңғай есеп стандарттарын өңдеу;
- салық төлеушілердің бірыңғай есеп жүйесін құру;
- салықтық міндеттемелерді орындауға бақылау әдістерін үйлестіру.

Кәсіпкерлік ортаны талдай отырып, шағын кәсіпкерліктің дамуына тежеу болатын себептерді көрсетуге болады: елдегі күрделі экономикалық жағдайлар: инфляция, өндірістің төмендеуі, пайыз ставкаларының жоғары деңгейі, кәсіпкерліктің төмен құқықтық қорғалуы; кәсіпкерліктің, ұйымдастырушылық-экономикалық және құқықтық білімнің төмен деңгейі, іскерлік этиканың

болмауы; аймақтық деңгейлерде кәсіпкерліктің дамуын реттейтін ұйымдастырушылық және құқықтық негіздердің аяғына дейін жасалынбауы; мемлекеттің шағын кәсіпкерлікті қолдау механизмдерінің әлсіздігі.

Кәсіпкерлікке салық салу жүйесін дұрыс ұйымдастыру және салық жүйесінің толықтығы келесі негізгі қағидаларына сәйкес болуы керек:

- салық заңдылығының тұрақты болуы;
- мемлекет пен салық төлеушілердің өзара қатынасының құқықтық сипатта болуы;
- салық ауыртпалығы салық төлеушілердің санаттары арасында тең бөлінуі керек;
- өндіріліп алынатын салықтар салық төлеушілердің табыстарына сәйкестендірілуі тиіс;
- салықтарды өндіріп алу уақыты мен тәсілдері салық төлеушілер үшін қолайлы болуы керек;
- салық төлеушілердің заң алдында теңдік қағидасын ұстануы;
- салықтарды жинау бойынша ұсталымдардың минималды деңгейде болуы;
- экономикалық қызметтердің әдістері мен үлгілері қатынасында салық салудың бейтараптылық қағидасының болуы;
- салық салу бойынша ақпараттардың ашық және қол жетімді болуы;
- салықтық құпияны сақтау қағидасын ұстануы.

Осы аталған қағидаларды отандық шағын және орта бизнесті дамытудың негізі ретінде қарастыруға болады.

Дамыған елдердің салықтық саясаты меншік капиталын тартуға бағытталған. Салықтық жеңілдіктердің ынталандыру әсерін кәсіпкерлік іс-әрекеттің жанама субсидиялау формасы ретінде қарастыруға болады. Бірқатар елдерде белгілі бір аймақтарға инвестиция беруді ынталандыру тәжірибеленеді, мысалы, қала шетінде орналасқан аймақтарға салымдар. Экономикалық артта қалған аудандарда өндірісті модернизациялау мен реконструкциялауға капитал салымдары ынталандырылады. Кейбір жағдайда инвестицияға салық салынбайтын қосымша үстеме төленеді. Бұл үстеме капитал салымдарының жалпы көлемінің 10% дейін жетуі мүмкін. Үстемеден тәуелсіз немесе оған қосымша капитал салымдарына бюджеттен тікелей субсидия төленуі мүмкін. Бірақ субсидияға салық салынады [2].

Батыс елдерінде салық арқылы экология проблемалары да шешіледі. Өз уақытында Германия өнеркәсібі автомобильдерді катализатормен қамту туралы шешімге қарсы шықты. Сол кездері сондай техникалы автомобильдерге салық кенет төмендетілген еді. Катализаторлы автомашиналар қолданатын акцизді бензин түрлеріне акциздік жинақ та азайтылды. Осымен қатар ескі двигательдерде қолданылатын, құрамында қорғасын және басқа да қоспалары бар бензинге акциз жоғарылатылды. Осылайша катализаторларға кеткен қосымша шығындар «өтелді».

Шет мемлекеттердің салық жүйелерін зерттеу олардың бірнеше ғасырлар бойы жинақтаған бай тәжірибесін еліміздің салық жүйесін қалыптастыру мен дамытуда пайдаға жарату. Бұл болашақта қателіктер жібермеуге және салық саясатын сапалы жүргізуге көмектеседі. Қазіргі жағдайда барлық дамыған

мемлекеттерде мемлекеттік және жеке кәсіпорындардың параллельді қызмет етуі байқалуда, Қазақстанда соңғы жылдарда жеке меншік формаларындағы кәсіпорындардың өсімі байқалады, әсіресе шағын бизнес субъектілерінде.

Арнаулы салық режимін қолдануда орын алатын мәселелер кездеседі: оңайлатылған декларация бойынша ай сайын есептелінген төлем көзінен ұстап қалынатын жеке табыс салығы тек 6 айдан кейін төленеді, сол себептен есептелінген салық сомалары жұмысберушімен айналым қаражаты ретінде қолданылады. Мұндай кірістер бойынша салықты жалпы белгіленген тәртіп бойынша төлеуге көшіруді ұсынуға болады.

Оңайлатылған декларацияда төлем көзінен ұстап қалынатын кіріс ай сайын бөлінбейді, және бұл салық кезеңі ішінде жеке табыс салығын есептеуді және төлеуді қиындатады АСР қолданатын салықтөлеушілерге төлем көзінен ұсталынатын жеке табыс салығын жеке төлеу тәртібінен бас тарту қажет. Арнайы салық режимінде есеп беру қиындатылған. Өз кірістері және төлем көзінен ұстап қалатын кірістер 910 нысан бойынша есептелінеді және мұнда декларацияны 200, 210 нысандар бойынша есептеп, тапсыруды ұсынуға болады.

Жыл сайын жаңа қабылданатын Салық Кодексі келесі проблемаларды шешуге бағытталған жаңа салық механизмдерін енгізеді [3] (кесте 1). Екіншіден, бекітілген нормативтер мен механизмдердің іске асуының халықты әлеуметтік қорғаудың проблемаларымен өзара байланысты. Үшінші, әрекет етуші салық жүйесі негізінен бюджет тапшылығын болдырмауға бағытталған. Яғни, экономиканың дамуы мен оның тікелей субъектілері – кәсіпкерлермен сәйкес байланысты.

Кесте 1 - Арнаулы салық режимін жетілдіруге байланысты қабылданатын шаралар

2017 жылға дейінгі өзгерістер	2017 жылдан бастап енгізілетін өзгерістер
2014 жылдың 1 қаңтарынан бастап патент бойынша жұмыс істейтін кәсіпкерлерге ең жоғарғы кірістің көлемі 200-ден 300-еселенген ең төменгі еңбекақы мөлшеріне дейін жоғарлатылды	2017 жылдан бастап жеке кәсіпкерлерді тіркеу оңайлатылды және хабарлама түрінде жүргізілетін болды
2014 жылдың 1 қаңтарынан бастап оңайлатылған декларация бойынша: - салық мерзімі 1 тоқсаннан 6 айға дейін ұзартылды - жоғарғы кірістің көлемі жеке кәсіпкерлерге 1400 –еселенген еңбекақы мөлшеріне жағарлатылды - жоғарғы кірістің көлемі заңды тұлғаларға 2800 –еселенген еңбекақы мөлшеріне жағарлатылды	2017 жылдың 1 шілдесінен бастап патент құнын жеке кәсіпкерді міндетті медициналық сақтандыруға жарналары қосылатын болады

Мүлік және жер салығы бойынша ағымдағы төлемдер алынып тасталды.	2018 жылдан бастап АСР қолданатын субъектілер ай сайын жеке табыс салығын, зейнетақы жарналары мен әлеуметтік төлемдерді есептеу және төлеу бойынша салық агентінің қызметін орындауы тиіс
Республикалық маңызы бар жолдар бойында сыртқы жарнаманы орналастыру үшін төлемнің ставкалары 3-есе төмендетілді	2020 жылдан бастап патент қолдануға болатын қызметтер түрлері көбейтілді, мысалы такси қызметі, мүлікті, көлікті жалға беру, маникюр, педикюр, ветеринарлық қызметтер, жөндеу жұмыстары, т.б.

Шағын және орта кәсіпкерліктің нарықтық экономикада алатын орны ерекше, себебі, ол көптеген экономикалық, әлеуметтік және саяси мәселелерді шешуге қабілетті. Бірақ шағын және орта кәсіпорындар санының өсіп инфрақұрылымның дамуы мен мемлекет тарапынан қолдау тапқанда ғана шағын және орта бизнес бұл міндеттерін жүзеге асыра алады.

Бәсекелік механизмнің ірге тасы болғандықтан, бүкіл дүние жүзі көлемінде шағын және орта кәсіпкерлік мемлекет тұрғысынан қолдау табады.

Қорытындылай келсек, шағын және орта бизнесті дамыту үшін келесі тиімді шараларды жасау керек. Салықтық сипаттағы шаралардың ішінен төмендегілерді атауға болады:

- шағын кәсіпорындарды алғашқы екі-үш жыл бойына пайдаға деген салықтан толығымен босату, одан кейінгі төрт-бес жылда бірқатар жеңілдіктер беру;

- прогрессивті салық жүйесін қалыптастыру;

- салықтың кейбір түрлері бойынша берілетін жеңілдіктер;

- кәсіпкерлерді кешеуіл қалған аудандарға тарту үшін төмендетілген салық мөлшерлемесін белгілеу;

- инновациялық бизнесті дамыту үшін берілетін салықтық жеңілдіктер;

- жеделдетілген амортизация тәртібі;

- мамандарды дайындауға арналған қаржыларға деген салықтық шегермелер;

- мемлекет жағынан шағын және орта бизнесті қолдау үшін инвестиция тарту үшін барлық жағдай жасау керек;

- салық салынбайтын пайда резервін жасау.

Сондықтан, экономикамыздағы шағын және орта бизнестің тұрақты дамуының басты факторының бірі – осы салаға салық салу жүйесінің барынша тиімді болуы, себебі шағын және орта бизнес мемлекетіміздің әлеуметтік-экономикалық ахуалының күшейе түсуіне елеулі әсер етеді.

Дереккөздер тізімі.

1 Кучукова Н.К., Керімбек F E. Салықтық-бюджеттік жоспарлау. –А., 2016, 444 б.

- 2 Полякова Н.И. Упрощенная система налогообложения как один из факторов расширения сферы деятельности малого бизнеса в Российской Федерации // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2015.- № 2 (41). -Б. 14-20. - <http://elibrary.ru/item.asp?id=23269058>
- 3 2008 жылғы 10 желтоқсандағы № 99-IV Салық кодексі (Салық кодексі)

Аннотация

Мақалада кәсіпкерлікке салық салу жүйесін ұйымдастыру қағидалары, заңнамада орын алған жаңа өзгерістер, жиі кездесетін мәселелері және оларды шешуге арналған ұсыныстар жасалынған.

Аннотация

В статье рассмотрены принципы налогообложения предпринимательства, изменения в законодательстве, часто встречающиеся проблемы и пути их решения.

Summary

The article considers the principles of taxation of entrepreneurship, changes in legislation, common problems and their solutions.

Амерханова И.К.
КАТУ им. С.Сейфуллина
Старший преподаватель, магистр
г. Астана, Республика Казахстан

ПРОБЛЕМА ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН К ЗЕЛЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

«Зеленая» экономика часто рассматривается в контексте борьбы с глобальным изменением климата и перспективного направления выхода из финансово-экономического кризиса. Принятый Казахстаном курс на «зеленую экономику» оправдан и вселяет надежду на построение устойчивой и эффективной модели экономики, направленной на «зеленой» путь развития.

Теория зеленой экономики основывается на невозможности бесконечного расширения сфер влияния в ограниченном пространстве, невозможностью требовать удовлетворения растущих потребностей при ограниченности ресурсов, все, что находится на Земле является взаимосвязанным.

Многие ученые считают, что «зеленая» экономика обеспечивает устойчивое развитие страны. Устойчивое развитие предполагает комплексную увязку между собой трех компонентов – экономического, социального и экологического. «Устойчивое развитие» представляет собой одну из наиболее современных глобальных политико-экономических концепций. У Казахстана, так сложилось исторически, есть огромные экологические проблемы, с которыми другие страны не сталкивались. Общеизвестно, что на протяжении многих десятилетий в Казахстане складывалась преимущественно сырьевая система природопользования с экстремально высокими техногенными нагрузками на

окружающую среду. Поэтому кардинального улучшения экологической ситуации пока не произошло, и она по-прежнему характеризуется деградацией природных систем, что ведет к дестабилизации биосферы, утрате ее способности поддерживать качество окружающей среды, необходимое для жизнедеятельности общества. В ближайшее десятилетие Казахстан может столкнуться с последствиями глобальных изменений климата, такими как нехватка воды, засушливость, опустынивание и так далее.

Развитие «зеленой» экономики как раз и позволит сократить эти риски и угрозы. Но при всем при этом страна, экономика должны развиваться. Поэтому «зеленую» экономику развивать просто необходимо, причем не только с целью предотвратить грядущие экологические перемены. Программа развития «зеленой» экономики – это конкретный план действий по преодолению экологических проблем. Основная цель «зеленой» экономики – повышение условий жизнедеятельности населения.

Зеленая экономика предполагает экономическую диверсификацию и дальнейший качественный рост ВВП – вместо количественного. Одно из принятых определений Зеленой Экономики: «Справедливая и надежная, обеспечивающая лучшее качество жизни для всех, в пределах экологических лимитов планеты». Зеленая экономика – это зеленые технологии, зеленый ВВП и зеленые рабочие места для лучшего качества жизни.

В Германии в секторе зеленой экономики уже сейчас занято более 5% (2 млн. человек) экономически активного населения и 60% ВВП связано с зелеными технологиями. По расчетам экспертов, в Казахстане есть возможность вовлечь в зеленую экономику до 500 тысяч человек. Казахстан имеет уникальные возможности и предпосылки для зеленой экономики.

Обширная территория, выгодное геополитическое положение, имеющиеся финансовые и природные ресурсы, растущее предложение на рынке все более эффективных и доступных зеленых технологий и другие факторы благоприятствуют новым возможностям. Наиболее важными сегментами экономики, требующими реформирования с позиции применения принципов зеленого развития, являются сектор утилизации отходов, энергетическая отрасль и сектор водного потребления.

Согласно официальным документам, «зеленая экономика» определяется как экономика с высоким уровнем качества жизни населения, бережным и рациональным использованием природных ресурсов в интересах нынешнего и будущих поколений и в соответствии с принятыми страной международными экологическими обязательствами.

Закон разработан с целью приведения действующего законодательства в соответствие с Концепцией по переходу РК к «зеленой экономике», переходом к институциональным механизмам, улучшающим окружающую среду и экологическое качество жизни на экономически выгодной и долгосрочной основе, включая опосредованную экономическую эффективность, обеспечение широкого доступа населения к чистой воде и устойчивым земельным ресурсам.

Реализация Концепции по переходу Республики Казахстан к «зеленой экономике» намечено осуществить в три этапа. 2013-2020гг. – в этот период

основным приоритетом государства будет оптимизация использования ресурсов и повышение эффективности природоохранной деятельности, а также создание «зеленой» инфраструктуры. В этот период следует законодательно закрепить основные принципы и приоритеты «зеленой экономики» в экологическом и природоресурсовом законодательстве, так как это законодательная инфраструктура включает в себя правовые механизмы. Анализ действующего законодательства показал, что конкретизация вышеназванных положений, а тем более формы и направления их реализации не нашли должного отражения.

2020-2030 гг. – на базе сформированной «зеленой» инфраструктуры начнется преобразование национальной экономики, ориентированной на бережное использование воды, поощрение и стимулирование развитие и широкое внедрение технологий возобновляемой энергетики, а также строительство сооружений на базе высоких стандартов энергоэффективности.

2030-2050 гг. – переход национальной экономики на принципы так называемой «третьей промышленной революции», требующие использования природных ресурсов при условии их возобновляемости и устойчивости. Решение многих экологических проблем энергетического сектора осуществляется посредством экологических требований и внедрения рыночных экономических инструментов регулирования.

В Казахстане наблюдается процесс активизации развития энергетического законодательства, за последние годы принято более 10 нормативных правовых актов. Принятие нашей страной более 30 международных конвенции и директив ЕС только экологического характера требуют их выполнения. Поэтому казахстанская юридическая наука должна серьезно задуматься о проблемах энергетической отрасли законодательства и права, целью которой является содействие вхождению Казахстана в число 30-ти конкурентоспособных стран мира на основе развития новых технологий и услуг, что позволит обеспечить переход от сырьевого к инновационному типу экономики. На развитие энергетической отрасли серьезное влияние оказывает экологическое законодательство.

Список источников:

1. Послание Президента РК народу Казахстана «Стратегия «Казахстан-2050» - новый политический курс состоявшегося государства» // [http: www.akorda.kz](http://www.akorda.kz)
2. Елюбаев Ж.С. Вопросы правового регулирования землепользования, водопользования и эмиссий в окружающую среду при проведении операций по недропользованию. Вестник КазНУ 2010, №4, С. 34-35
3. Республика Казахстан. О нормативных правовых актах: Закон от 24 марта 1998 года № 213//adilet.zan.kz.2014
4. Возобновляемые источники энергии в Республике Казахстан – настоящее и будущее // Вестник промышленности и торговли. 2012 №10. <http://www.windenergy.kz/files/1351339698>
5. Республики Казахстан. О ратификации Устава Международного агентства по возобновляемой энергии (ИРЕН): Закон от 22 марта 2013 года №82-V//adilet.zan.kz

6. Проблемы рационального использования и охраны природных ресурсов при проведении операций по недропользованию в условиях перехода РК к зеленой экономике, Журнал // Саясат №3, 2015 – 33 С.

Амирова А. – Карагандинский экономический университет, магистрант
Курманалина А.К. – Карагандинский экономический университет, профессор университета, к.э.н., доцент – научный руководитель

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ В РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

В современной экономике государственные закупки являются обязательными элементами управления государственными финансами, которые выполняют не только функции обеспечения общественных потребностей, но и функции государственного регулирования экономики. Поскольку государственные тендера занимают столь значительное место в затратной части бюджета страны, то вопросы оптимизации бюджетных расходов системы государственных и закупок крайне актуальны. При этом целями оптимизации бюджетных расходов являются повышение эффективности и результативности расходования средств бюджетов всех уровней, повышение управляемости финансовыми потоками, предотвращение неконтролируемого нарастания затрат и сокращение расходов бюджета.

Прозрачность механизма закупок на всех стадиях и уровнях позволяет предотвратить сокращение бюджетных расходов при закупках продукции для государственных нужд и повысить экономическую эффективность работы исполнительных органов государственной власти.

Законодательство Республики Казахстан о государственных закупках основывается на принципах: оптимального и эффективного расходования денег, используемых для государственных закупок в Казахстане; предоставления потенциальным поставщикам равных возможностей для участия в процедуре проведения государственных закупок в Казахстане, кроме случаев, предусмотренных Законом; добросовестной конкуренции среди потенциальных поставщиков; гласности и прозрачности процесса государственных закупок в Казахстане, а также поддержки отечественных предпринимателей.

Эффективная система государственных закупок в Казахстане повышает возможности государства в регулировании бизнеса, создавая такие формы воздействия системы государственных заказов на экономику, которые дают стимулирующий и синергетический эффект развития экономики. Это эффективный способ как для государства выбрать наиболее приемлемый метод удовлетворения государственных нужд, так и для поставщика получить заказ и шанс рекомендовать себя с лучшей стороны.

Анализ мировой практики показывает, что государственные закупки являются важным инструментом регулирования рынка, поддержки экономической и социальной стабильности, обеспечения роста экономики. Сегодня наблюдается устойчивый рост объема закупок товаров, работ и услуг для нужд государства.

Государственные закупки выполняют ряд важнейших функций в развитии экономики:

- Воспроизводственная функция - Механизм государственных закупок позволяет удовлетворить государственные нужды в товарах, работах и услугах в заданных объемах и с требуемым уровнем качества. Это обеспечивает стабильные экономические взаимосвязи с участием государства как хозяйствующего субъекта.

- Стимулирующая функция - Государственные закупки являются инструментом создания инвестиционного климата, регулирования отраслевой и региональной структур экономики и служат фактором роста совокупного спроса.

- Функция ценового регулирования - Государственные закупки, влияя на уровень цен, оказывают косвенное воздействие на динамику цен в рыночной экономике в целом.

- Стратегическая функция - Государственные закупки задают направленность на краткосрочную перспективу, обеспечивая, определенный уровень государственных услуг, что, в свою очередь, свидетельствует о степени социальной ориентации политики государства

- Инновационная функция - Государственные закупки через закупки инновационной и высокотехнологичной продукции реализуют один из принципов контрактной системы — принцип стимулирования инноваций. Данная функция может происходить через бюджетное финансирование инновационных разработок.

На современном этапе государственные закупки становятся одним из значимых инструментов регулирования (стимулирования) преобразований в приоритетных отраслях экономики благодаря применению определенных преференций.

Так, с помощью преференций можно поддерживать в рамках международной торговли отечественного производителя, а на внутреннем рынке, к примеру, малый бизнес. Некоторые общественные организации (например, работающие с применением труда инвалидов и т. д.), организации, осуществляющие свою деятельность по социальной поддержке и защите граждан, профилактике и охране здоровья, по решению других социальных проблем, и т. д. При этом, как показывает международный опыт, предоставление преференций должно носить взвешенный, сбалансированный характер. Они не должны проходить у отдельных категорий поставщиков иждивенческие ожидания или приводить к монополизации некоторых сегментов отраслевых и локальных рынков. Такие негативные последствия влекут за собой падение качества поставляемой для государственных нужд продукции и необоснованное завышение цен, а также стагнацию отдельных отраслей экономики и потерю их конкурентоспособности.

Рынок государственных закупок позволяет сориентировать собственных производителей на принятие эффективных управленческих решений в области инвестиций, структурных преобразований для производства продукции, обеспечивающей конкурентоспособность экономики в целом.

Государственные закупки позволяют перейти к более эффективной модели развития региональной экономики, учитывающей такие факторы, как наличие и распределение природных, производственных, трудовых и других ресурсов. Таким образом, государственные закупки формируют экономическое пространство, в котором есть возможности развития всех субъектов экономики [1].

Государственные закупки - это рыночные отношения, возникающие между субъектами частного предпринимательства и государством в лице своих учреждений, то есть, схематично, это приобретение товаров, работ и услуг для государственных нужд.

Основным специфическим отличием государственных закупок от закупок, проводимых коммерческим сектором и частными лицами, является то, что они осуществляются не на собственные средства покупателя, а на бюджетные деньги, в общем и целом, на деньги налогоплательщиков. Поскольку речь идет о крупных денежных средствах, становится абсолютно понятным интерес всего общества, проявляемый к осуществлению государственных закупок.

Кроме того, государственные закупки играют кардинально важную роль в исполнении государственного бюджета. Поскольку бюджет является самым большим источником финансирования закупок, процесс осуществления закупок оказывает большое влияние на повышение экономической активности и развитие конкурентоспособности.

Все это объясняет растущий интерес, который проявляют к вопросам государственных закупок и их совершенствования государство, представители деловых кругов и средства массовой информации.

Система государственных закупок является одним из основополагающих и постоянно совершенствующихся институтов государственного регулирования экономики. В условиях современной смешанной экономики государство выступает в качестве крупнейшего заказчика и потребителя продукции многих отраслей и секторов, превращая государственный спрос в мощный инструмент, оказывающий влияние на динамику и структуру хозяйственной системы и на промышленный комплекс. В дополнение, это обусловлено и тем, что государственные закупки осуществляются для решения общенациональных задач, где главенствует приоритет удовлетворения важнейших потребностей общества, реализующийся через выполнение государством организационно-хозяйственных функций.

Данная система решает не только задачу обеспечения государственных нужд, но и выступает в качестве одного из основополагающих институтов государственного регулирования, в качестве важнейшего инструмента экономической политики государства. Система государственных закупок может являться эффективным инструментом экономического регулирования, стабилизации экономики и концентрации материальных, трудовых ресурсов,

научного и промышленного потенциалов для реализации стратегических целей социально-экономического развития страны.

Используя государственный заказ, государство привлекает и потенциал частного предпринимательства к обеспечению устойчивости экономического развития, решению актуальных социально-экономических задач.

Так как государственные закупки по своему влиянию на экономику носят комплексный характер, то приоритетное значение приобретает повышение эффективности методов и инструментов государственного регулирования, в том числе за счет совершенствования размещения государственного заказа. Через систему государственных заказов происходит размещение, производство, закупка и поставка продукции, работ и услуг для общественных и государственных нужд. При этом государство выступает в качестве субъекта рыночных отношений, осуществляя заказы и закупки огромной номенклатуры товаров и услуг, кредитуя и финансируя предприятия, обеспечивая устойчивость их функционирования, используя государственный заказ как рыночный инструмент регулирования социально - экономического развития регионов.

Однако в сфере государственного заказа существует множество проблем: это и несовершенство законодательной базы, медленная адаптация к требованиям законодательства. Кроме того, государственный заказ является одной из областей деятельности государственных органов власти, которая во всех странах связана с высоким уровнем коррупции. Уровень коррупции в госзаказе сегодня остается критически высоким: процедура отбора победителя сложна, непрозрачна, подразумевает несколько закрытых заседаний конкурсной комиссии. Коррупция в системе государственных закупок приводит к колоссальным потерям для любой страны, причем не только финансовым.

Таким образом, государственные закупки обеспечивают потребности государства, государственных заказчиков в товарах, работах, услугах, необходимых для осуществления функций и полномочий Республики Казахстан, государственных заказчиков (в том числе для реализации государственных целевых программ).

Что же касается финансирования тендеров, так они осуществляются государственным заказчиком в соответствии с финансовым планом по целевому использованию бюджетных средств. Источниками финансирования государственных закупок могут быть средства внебюджетных фондов, а также целевых государственных займов и кредитов, в том числе иностранных. Финансирование и оплата заказов государством предусматривает выделение Министерством финансов Республики Казахстан финансовых ресурсов государственным заказчикам на основе заявок в сроки, оговоренные контрактами по государственным закупкам. Также финансирование может осуществляться казначейскими векселями.

В зависимости от условий выполнения контракта оплата продукции, особенно сельскохозяйственной, может производиться поэтапно или в виде авансовых платежей. Государственные закупки осуществляются по контрактным ценам, не превышающим минимальные конкурсные цены. Принцип минимальных

конкурсных цен применяется для размещения заказа на все виды товаров (работ, услуг).

Финансовые ресурсы, предусмотренные в республиканском бюджете для государственных закупок, обеспечиваются Министерством финансов Республики Казахстан в полном объеме в соответствии с заключенными контрактами.

Финансирование также может осуществляться через национальные фонды Республики Казахстан, такие как Фонд «Самрук Казына», Фонд «Даму» и другие.

К примеру в 2017 году АО «Фонд развития предпринимательства «Даму» впервые намерен направить 1 млрд. тенге по программе факторинга на поддержку предпринимателей, участвующих в тендерах.

Данный инструмент финансирования применяется впервые и послужит поддержкой для тех предприятий, кто участвует в тендерах, выигрывает их, осуществляет поставку продукции, но получает частичную оплату от заказчика, при этом имея дебиторскую задолженность на счете.

Речь идет о тех предприятиях, которые участвуют в тендерах - покупают, побеждают, начинают поставлять продукцию, но им по договору поступает частичная оплата. Зачастую эта оплата задерживается, и поэтому зависит эта дебиторская задолженность. При этом предпринимателю необходимо платить заработную плату, покупать сырье, продолжать производство. Вот этот недостаток средств будет обеспечен льготным кредитованием [2].

Если человек действует в рамках права, то он чувствует себя уверенно и свободно, находится под защитой общества и государства. Право, определяет сферу свободы человека и тем самым регулирует его поведение. Обще-социальная сущность права конкретизируется в его понимании как мера свободы. Таким образом, право не просто свобода, а свобода, гарантированная от посягательств, защищённая свобода. Среди важнейших источников права следует назвать: правовые обычаи, нормативно-правовые акты государственных органов, юридические прецеденты, договоры нормативного содержания, правовые доктрины. Таким образом, источником права являются способы внешнего выражения и закрепления содержания норм права, они зависят от правовой системы каждого государства. Самым главным нормативно – правовым актом государственных закупок является Закон Республики Казахстан от 4 декабря 2015 года «О государственных закупках» №434-V (далее – Закон) [3]. Закон применяется к отношениям, связанным с приобретением товаров, работ, услуг, необходимых для обеспечения функционирования, а также выполнения государственных функций либо уставной деятельности заказчика. Законодательство Республики Казахстан о государственных закупках основывается на Конституции Республики Казахстан и состоит из норм Гражданского кодекса Республики Казахстан, настоящего Закона и иных нормативных правовых актов Республики Казахстан. Данный закон имеет все пояснения по проведению государственных закупок, а именно: по способам проведения тендеров, принципы и процесс проведения государственных закупок, ограничения, связанные с участием в государственных закупках, требования к поставщикам и заказчикам и многое другое. Также имеется информация о

государственном регулировании государственных закупок, о контроле и мониторинге данной сферы.

Список источников:

1 Попова О.А. Государственные закупки как эффективный инструмент регулирования развития экономики региона // Экономика предприятий, регионов и отраслей – 2014г.

2 Сообщение главы правления фин. института К. Тулеушина «Даму намерен в пилотном режиме выделить 1 млрд тенге на финансирование участников тендеров», опубликовано на официальном сайте Премьер - Министра РК www.primeminister.kz

3 Закон Республики Казахстан от 4 декабря 2015 года «О государственных закупках» №434-V, сайт: <https://online.zakon.kz>

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы значимости государственных закупок в системе управления финансами Республики Казахстан. Проанализированы функции государственных закупок. Выявлены основные направления деятельности предприятий участвующих в тендерах.

Summary

The article discusses the importance of public procurement in the financial management system of the Republic of Kazakhstan. Analyzes the function of public procurement. The basic directions of activity of the enterprises participating in tenders.

Аннотация

Мақалада Қазақстан Республикасы қаржыны басқару жүйесінің мемлекеттік сатып алу сұрақтарының маңыздылығы қарастырылған. Мемлекеттік сатып алу қызметтері талданды. Тендерлерға қатысатын кәсіпорындард белгісінің негізгі бағыттары анықталды.

**Амирова М.О. «ҚР Ұлттық музейі»
Астана қаласы.**

ҚАЗАҚСТАН – ҚЫТАЙ ҚАТЫНАСТАРЫНДАҒЫ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ЫНТЫМАҚТАСТЫҚ

Қазақстан тәуелсіздік алған жылдардан бастап шет ел инвестицияларын тарту еліміздің экономикалық дағдарыстан шығудың және тиімді нарықтық экономиканы дамытудың негізгі құралдарының бірі ретінде қарастырды. Тәуелсіздік туралы жариялаған кезде Қазақстан экономикасы экономикалық дағдарыс кезеңінде болды, өсудің баяулауы өндірістің абсолюттік төмендеуіне айналды. Бұл негізінен экономиканың ағымдағы басқарылуын жоғалтудың нәтижесі, елдегі қаржы және төлем тәртібінің жоқтығы себеп болды. Өнеркәсіптің құлдырауындағы тұрақты байланыстардың бұзылуы құлдырауға, ал кейбір жағдайларда өндірістің тоқтатылуына және төмендеуіне әкелді. Көптеген елдердің әлемдік тәжірибесі, шетелдік капиталдың келуі және оны тиімді пайдалану мемлекеттің экономикасына оң әсер етеді. Шетелдік

инвестициялардың көмегімен Қазақстан экономикасының деформацияланған өндірістік құрылымын жақсартуға және жаңа жоғары технологиялық өндірістерді құруға, көптеген кәсіпорындардың техникаларын қайта жарақтауға, білікті мамандар мен қызметкерлердің әлеуетін белсенді түрде алға жылжытуға және басқаруға сондай-ақ маркетингте озық жетістіктерге қол жеткізуге қолайлы жағдайлар жасау үшін бар мүмкіндікті пайдаланды.

Жас мемлекет алдында өзекті мәселелердің бірі сыртқы саясатты дамыту яғни, Қытаймен тату көршілік қарым-қатынас орнату маңыздылығы тұрған еді. Қытай әлемдік державалардың элитасына сенімді түрде кіріп, өзінің экономикалық қуатын құратын мемлекет. Қытаймен достық қарым-қатынас жасау жас мемлекет үшін қауіпсіздіктің сенімді кепілі болып табылады. Осыған байланысты Қытаймен саяси диалогты жылжыту, сауда-экономикалық байланыстарды жүйелендіру және екіжақты қарым-қатынастар үшін қажетті құқықтық базаны құру басымдылығы тұрды.

Бұрынғы Қытай мен бүгінгі Қытай арасының жер мен көктей екеніне ерекше мән беріп, бұл мемлекеттің экономикалық тұрғыдан, аса ірі державаға айналғандығын және бүгінгі таңдағы жаһандық саяси тәртіптің қалыптасуына орасан зор ықпал етіп отырғанын тілге тиек етеді [1, 427].

Қытай Қазақстанның сыртқы саясатында маңызды орын алады. Қазақстан Қытайдың энергетикалық қауіпсіздігі үшін өте маңызды. Қазақстан мұнай, газ, көмір және уран қорлары бойынша әлемдегі ең үлкен 10 елдің бірі болып табылады, сондай-ақ Орталық Азиядан Шығыс пен Батысқа мұнай мен газдың ағынын бақылау үшін стратегиялық географиялық орынға ие мемлекет. Оның географиялық жақындығы, көліктік бағыттардың қауіпсіздігі және аймақтағы кез келген қарсылас бәсекелестердің болмауы Қытайдың Қазақстандағы энергетикалық секторының басты артықшылығы болып табылады. Қытай Қазақстанның мұнай-газ инфрақұрылымына белсенді инвестиция сала бастады. Әрине, Қытайдың инвестициялары Қазақстан үшін қолайлы мүмкіндіктер жасайды.

Қытаймен және Қазақстанмен ынтымақтастық сыртқы сауда және инвестициялық саясат, индустриялық және инфрақұрылымдық жобаларда Қытайдың өсіп келе жатқан маңыздылығын көрсетеді.

Қазақстан – бай табиғи ресурстары бар, өндіруші салаларды дамытып, шикізат экспортымен айналысатын ел. Қытайлық экономиканың қазақстандық энергетикалық ресурстарының рөлі айтарлықтай өсіп келеді. Қазақстан ірі энергетикалық және экономикалық қатынастардағы рөлге ие болып отыр.

Қытай әрқашан Қазақстаннан металлургиялық өнімдерді тұрақты жеткізуге үлкен қызығушылық танытты және Қазақстанның барлық металлургиялық компаниялары Қытаймен тығыз байланыста, бұл олардың экспорттық жеткізілімдерінің көпшілігіне бағдарланған. Бұл сала бүгінгі күні өзекті болып қала береді. Сонымен қатар, соңғы жылдары Қазақстанның негізгі тау-кен өнеркәсібінде Қазақстанның тау-кен өнеркәсібіндегі активтерін сатып алу және осы негізде Қазақстанда жұмыс істеп келе жатқан компаниялармен бірлескен кәсіпорын құруға негізделген.

1980 жылдардың басынан бастап қарқынды дамыған Қытай экономикасының әлем елдеріне деген тәуелділігі де артқан болатын. Әлемдік мұнай қорының 2,3%, табиғи газдың 1%-на иелік ететін ел әлемдегі жалпы мұнай тұтынысының 6%-на иелік етеді. 2003 жылы шеттен келетін мұнайға сұраныс 30% болса, Қытай геология ғылымдары академиясының мәліметінше (Chinese Academy of Geological Sciences) бұл көрсеткіш 2020 жылы 70% болады [2, 267б].

Қазақстан мен Қытай арасындағы өзара тиімді экономикалық ынтымақтастық бағыттарының бірі шетелдік инвестицияларды тарту үшін барлық жағдайларды жасауға тырысады.

Осылайша, Қазақстан экономикасына шетел инвестицияларын тарту макроэкономикалық сипаттағы стратегиялық және тактикалық міндеттерді шешуге бағытталған объективті қажетті процесс болып табылады.

Қытай инвестициялары 2008 жылы дүниежүзілік қаржы дағдарысынан бастау алатын Батыс инвестициялары Қазақстанға қарыздар ағынын төмендетеді.

Қытай инвестициялары Қазақстандағы инфрақұрылымның дамуына және отандық өндірісті қалпына келтіруге бағытталған (құрылыс, тау-кен өнеркәсібі, қаржылық қызмет, сауда, автомобильдер мен тұрмыстық бұйымдарды жөндеу, электр энергиясын өндіру және тарату, газ және су).

Қытай энергетика сұранысын қамтамасыз ету үшін энергетикалық қауіпсіздікті сақтайтын қадамдар жасауда. Бұлар шеттен іздеу мен өндіру жобаларына инвестиция, халықаралық мұнай мен табиғи газ байланыстарын қамтамасыз етуге байланысты келіссөздерді жүргізу, стратегиялық мұнай қорын дайындау, Орта Шығыстан әкелінетін мұнайды өндіру орындарының дайындалуы, табиғи газ индустриясының дамытылуы және жағалауға жақын алаңдардың шетелдік фирмаларға ашу мен дамыту болып сипатталады. Бұл қадамдар Қытайдың шетелдерден келетін энергияға деген сұранысына байланысты жасалған. Бұл тәуелділік Қытайға ықпал етуге тырысқан елдер мен күштер үшін маңызды құрал болып табылады [2, 268б].

Бірақ тұтастай алғанда, Қытайдың қарыздары мен инвестициялары Қазақстандағы инфрақұрылым, энергетика, көлік, құрылыс, сауда және қызметтерді дамытуға оң әсер етеді, бұл халықтың әлеуметтік-экономикалық әлауқатына ықпал етеді.

Осылайша, екі ел арасындағы қарым-қатынастар соңғы онжылдықта экономика мен саясатта тез дамып келеді. Қазақстандағы Қытайдың қарқынды экономикалық қатысуының арқасында екі жақты қарым-қатынастар өсуде: Қытай тауарларының импорты, энергетика секторындағы инвестициялар атап айтсақ мұнай, уран және басқа да шикізатты игеру, сауда кредиттері, мұнай, уран металдар экспорты. Бұл туралы А.Сұлтанғалиева «Қазақстанға экспорттаушы ретінде ЕО-дан(53,5%) кейін Қытай екінші (12,0%) орында болды. Салыстыратын болсақ Кедендік одақ елдеріне Қазақстаннан келетін экспорттың үлесі екі есе төмен - 10,7%»-деп жазған болатын[3, 19б].

Экономикалық салада басымдық – нарықтық қатынастар жүйесін құру және әлеуметтік-экономикалық реформаларды жүзеге асыруда тәжірибе алмасу болып табылады. Қазақстанның халықаралық еңбек бөлінісінде орны қазіргі кезде мұнай, газ, металл және басқа тауарлар экспортымен анықталады.

Оның халықаралық энергетикалық және көлік желісіне қосылуы және оларды дамыту перспективалары халықаралық аренадағы саяси және экономикалық салмақты арттырады. Көмірсутек шикізатының, металдардың және басқа да тауарлардың әлемдік рыноктарында қалыптасқан қолайлы баға жағдайын пайдалана отырып, Қазақстан тауарларды экспорттауды ұлғайта отырып, өз экономикасын едәуір нығайтты. Энергия – әрбір егемен мемлекеттің ішкі және сыртқы даму стратегиясына әсер ететін басты фактор. Қазіргі уақытта шикізатты терең қайта өңдеусіз қарқынды өткізу ұлттық экономиканың мүдделерін толығымен қанағаттандырмайды. Бұл туралы АӨСШК-ның бірінші саммитіне қатысқан Елбасы «Біздің мемлекеттеріміз шетел инвестициялары үшін жоғары тартымдылық көрсетуде. Бір ғана Қытай реформа жылдарында 450 миллиард доллардан астам шетел инвестицияларын тарта алды. Ресейлік және үнді рыноктары, сондай-ақ аймақтағы басқа мемлекеттер жақсы инвестициялық мүмкіндіктерін байқатуда. Қазақстанның жағдайы да жаман емес»- деген болатын[4, 186].

Экономикалық ынтымақтастық – жан-жақты стратегиялық әріптестіктің Қазақстан – Қытай қатынастарының негізі. Қытай біздің елімізге инвестиция салған және Қазақстандағы ең маңызды сауда-экономикалық әріптес ретінде көшбасшылардың бірі болып табылады. Екі ел де индустриялық-инновациялық серіктестікті дамытуға мүдделі.

Қазіргі әлемде әр мемлекеттің тиімді экономиканың үлгісін құрған кезде, оның нақты мүмкіндіктері мен даму перспективаларын ескере отырып, басқа елдердің тарихи алғышарттары мен тәжірибесіне негізделеді.

Дереккөздер тізімі:

1. Ахметов Ә.Қ. Ғалым, саясаткер және дипломат жазбалары: монография. – Астана: Қазақстан Республикасы Президентінің жанындағы Мемлекеттік басқару академиясы, 2015. – 434 б.
2. Стратегиялық баланс: АҚШ, Ресей және Қытай Орталық Азия аймағында. Монография / Ноғаева А.М. – Астана: Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия Ұлттық Университеті, 2014. – 342 бет.
3. А.Султанғалиева. Казахстан и его соседи: возможности и ограничения. Институт мировой экономики и политики (ИМЭП) при Фонде Первого Президента РК – Лидера Нации. – Астана – Алматы, 2015. – 68 с.
4. Азиядағы өзара ықпалдастық және сенім шаралары жөніндегі кеңестің (АӨСШК) бірінші саммиті: Алматы, 4 маусым 2002 жыл. – Астана, 2003 – 328 б.(мәтін қаз., орыс., ағыл.тілдерінде)

Аннотация

Бұл мақалада Қазақстан мен Қытай арасындағы сыртқы экономикалық ынтымақтастық туралы айтылған. Сондай-ақ тәуелсіздік жылдарындағы Қазақстанның экономикалық жағдайы және Қазақстан экономикасына Қытай инвестицияларының ықпалы, сонымен қатар Қазақстан мен Қытайдың сыртқы экономикалық ынтымақтастығының перспективалары қарастырылады. Түйінді сөздер: Қазақстан, Қытай, Қазақстан-Қытай қатынастары, Экономикалық

ынтымақтастық, Қазақстанның экономикалық дамуы, Инвестициялар.

Аннотация

В данной статье рассматривается внешнеэкономическое сотрудничество Казахстана с Китаем в условиях современной мировой экономической и политической обстановки. Рассмотрено состояние экономики Казахстана в годы независимости и роль китайских инвестиций в экономике Казахстана, также перспективы внешнеэкономического сотрудничества Казахстана и Китая. Ключевые слова: Казахстан, Китай, Казахстанско-китайское отношение, Экономическое сотрудничество, Экономическое развитие Казахстана, Инвестиция.

Summary

This article examines foreign economic cooperation between Kazakhstan and China in the current world economic and political environment. The state of Kazakhstan's economy during the years of independence and the role of Chinese investments in the economy of Kazakhstan, as well as prospects for foreign economic cooperation of Kazakhstan and China are considered. Keywords: Kazakhstan, China, Kazakhstan-China relations, Economic cooperation, Economic development of Kazakhstan, Investment.

Ан Алина Анатольевна
студентка 3 курса, Жетысуский Государственный Университет имени
И. Жансугурова, специальность «Учет и аудит»
Научный руководитель: старший преподаватель Адамов А.А.

МАРКЕТИНГ ЭМОЦИЙ КАК ИННОВАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ МАНИПУЛИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕМ И ЕГО ПРИМЕНЕНИЕ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В современном мире с маркетингом сталкиваются не только руководители компаний и сотрудники маркетинговых служб, но и любой человек, где бы он ни находился [1, 25с.]. О маркетинге говорят и спорят, исследуют и анализируют, находя новые формы его проявления и инновационные методы применения. Маркетинг – это модно, популярно и полезно, но прежде всего, это прибыльное для компании удовлетворение потребностей других людей.

Сегодня традиционный маркетинг не приносит ожидаемого результата, не торопливо теряя свои позиции и уступая место новым конкурентоспособным методам ведения бизнеса. Основной причиной является повышение требований к содержанию и формам представления информации, циркулирующей в сферах экономики, торговли, промышленности, и ее адаптация под нужды и интересы аудитории потенциальных клиентов.

История развития различных фирм и стран показывает, что успехов добиваются те, кто ориентируется на потребителя, на услуги, на генерацию идей, на инновации. На маркетологов ложится большая ответственность за принятие

решений, за отслеживание изменений и новых тенденций, за определение благоприятных рыночных возможностей[2, 25с.].

Перенасыщение рынка предложением рождает центральную проблему современного бизнеса, которая заключается не в дефиците товаров, а в дефиците потребителей. Такая ситуация, в свою очередь, приводит к гиперконкуренции, которая способствует снижению прибылей, краху некоторых компаний, увеличению числа слияний и поглощений, [3, 11с.] но служит хорошей возможностью для маркетологов.

Сегодня маркетолог должен иметь навыки работы с современными компьютерными технологиями, а также владеть организационными и аналитическими способностями, при этом быть тонким психологом, так как в условиях удушливости городской среды и быстрого ритма жизни, когда человек находится в состоянии постоянного стресса это жизненно необходимый навык для специалиста, работающего непосредственно с рынком, потребностями и предпочтениями потребителей. Психология маркетинга достаточно проста, а ее воздействие оказывает влияние на наше самое главное «уязвимое место» — мозг и подсознание. Можно сказать, что психология маркетинга является управляющим рычагом в современном мире, который предполагает использование определенных методик, позволяющих вызвать реакцию у потребителя на необходимый товар или услугу.

Доктор УоллетДилл Скотт отметил, что рекламу иногда считают нервной системой делового мира. Подобно тому, как наша нервная система существует, чтобы давать нам всевозможные ощущения от объекта, реклама должна пробуждать в читателе то многообразие образов, которое может создать сам объект[4, 10с.].

Современные методы исследования доказывают, что реклама способна оказывать определенное воздействие на сознание потребителя. Согласно исследованию, проведенному Дэвидом Льюисом, наше сознание находится под сильным влиянием подсознательной нейронной деятельности. Представленные результаты изучения реакций мозга на раздражители дают нам точное представление о нейронных процессах и связанных с ними когнитивных и эмоциональных реакциях[5, с. 12.]. Исследования в области нейромаркетинга или маркетинга эмоций касаются прежде всего аспектов визуального восприятия, поскольку именно зрение играет важнейшую роль при выборе и покупке товара.

Эксперименты Калифорнийского технологического университета показывают, что чем больше потребитель смотрит на тот или иной товар, тем больше вероятность, что он его выберет – даже если его оценка этого товара ниже, чем конкурентного. В результате необычность упаковки товара и ее яркость оказывают довольно серьезное влияние на выбор. Сходный эффект может оказать бренд: в экспериментах профессора университета Огайо ИэнаКрайбича и его коллег из университета Цюриха участники выбирали один и тот же предмет одежды чаще, если им нравился бренд (хотя бренды во время эксперимента "назначались" предметам случайным образом) – и если они смотрели на него дольше [6]. Подобные исследования не воздействуют на закономерность и

постоянство выбора определенного предмета, а лишь показывают уже сформировавшееся представление людей о товаре или услуге.

Можно воздействовать на потребителя используются все органы чувств человека – зрение, слух, обоняние, осязание и вкус. Человек сознательно воспринимает только то, что вызывает у него эмоции, связанные с удовольствием или, наоборот, со страданием. Система эмоциональной оценки, которая решает, воспринимаем мы что – либо как нечто положительное или отрицательное, базируется на мотивационной структуре человеческой психики[5, 17с.]. По мотивационной структуре люди имеют значительные отличия друг от друга, при этом необходимо найти то общее, что объединяет его с другими индивидами, а не искать индивидуальные особенности каждого.

Известный американский психолог Эрик Берн – создатель транзакционного анализа выделил в человеке это «общее», а именно – три типа личности: «ребенок», «взрослый» и «родитель», которые проявляются в разных ситуациях поочередно.

Если «взрослого» можно охарактеризовать как человека ответственного и наименее подверженного влиянию, то «ребенок» живет чувствами и эмоциями, для него нет строго установленных рамок между «можно» и «нельзя», поэтому он является золотой жилой для маркетологов и любые маркетинговые мероприятия преимущественно должны быть ориентированы на подобную личность, так как успешность манипуляций в данной ситуации выше чем при взаимодействии с «родителем» или «взрослым», которые имеют четко установленную жизненную позицию и свой спектр приоритетов в выборе интересующей продукции. На практике, в личности каждого человека обнаруживаются все три составляющие и путем принуждения можно вызвать у любого потребителя активность, создав соответствующие условия и уделив внимание его интенсивной эмоциональной обработке

Одним из способов манипуляций подсознанием человека служит игра на его пороках. Жадность, зависть, азарт – человеческие слабости, которые позволяют безбедно существовать владельцам компаний, открыто играющих с желаниями потребителей. Маркетологи идут на уловки, в основе которых – мнимая выгода. Надписи: «Товар ограничен», «Лимитированная серия», «На 20% больше», «В новой большой упаковке», «Больше, за ту же цену», – заставляют человека покупать и чувствовать себя счастливее от выигрышного приобретения. Это заставляет принимать решение быстрее, в пользу дефицитного товара.

Технологии манипулирования человеком представляет собой глубоко продуманную и целенаправленную систему, которая имеет свою структуру, этапы и механизмы. Оно опирается на самозаблуждение человека, на то, что люди сами по себе манипулятивны. Их манипулятивность основана на стремлении избежать негативных ситуаций, которые могут повлечь за собой эмоциональные стрессы, депрессии [7]. Подобное положение дает возможности и для государственных органов, в процесс реализации программ стратегического характера.

В своем послании Президент РК Н. Назарбаев отметил, что человеческий капитал станет основой модернизации в эпоху новой промышленной революции [8]. Государству предстоит фундаментальная работа по преобразованию сознания

человека, чтобы направить его устремления на развитие внутреннего потенциала и совершенствование профессиональных навыков, создание человека, имеющего передовые и глобальные взгляды. Использование методов нейромаркетинга в реализации поставленной задачи имеет большие перспективы на получение положительного результата, так как сознание является инструментом архаичным и ненадежным, подверженным влиянию и не всегда способным противостоять внешнему воздействию. Общество должно принять идею социальной интеграции, осмыслив важность возрождения духовной культуры народа и примирения различных полюсов национального сознания. Создав благоприятный климат и используя элементы психологического влияния, можно расположить человека к желаемой идее, и он сам проявит интерес в ее осуществлении. Игра на эмоциях принесет пользу значительно больше, чем традиционные методы рационального воздействия.

С коммерческой точки зрения, в условиях развития и активного использования нейромаркетинга, бизнесменам и начинающим предпринимателям, необходимо сосредоточить внимание на имидже компании, внедряя в оборот инновационные методы маркетинга и психологические приемы манипулирования сознанием человека, которые в будущем станут прочной основой для успешного взаимодействия с потенциальными клиентами. Правильное использование эмоциональной составляющей обеспечит высокие уровни продаж и стабильность доходов компании.

Маркетинг рассчитывает достигнуть такого глубокого понимания целевой аудитории, при котором в собственно продаже уже не будет необходимости. Питер Друкер считает, что «цель маркетинга — сделать сбыт лишним», [9, с. 64 – 65.] но сегодня общество настолько избаловано обилием предложения на рынке, что традиционные методы продвижения и реализации продукции малоэффективны и зачастую могут принести скорее убытки, нежели доход. В данных обстоятельствах компании прибегают к методам манипуляций и игры на эмоциях, создавая искусственную нужду у потребителя.

Развитие технологий, глобализация и дерегулирование оказывают значительное воздействие как на потребителей, так и на поставщиков товаров и услуг. Перемены, привносимые этими факторами, и новые запросы потребителей предопределили необходимость изменения принципов деятельности многих компаний. Дальновидные компании должны строить свою маркетинговую деятельность в соответствии с изменениями на рынке и в рыночном пространстве [10, 42с.].

Список источников

1. Маркетинг. Учебник и практикум: учебник для бакалавров / под ред. Л. А. Данченко. – М.: Издательство Юрайт, 2014 – 486 с. – Серия: Бакалавр. Базовый курс.
2. Леонтьева И. А. Основы менеджмента и маркетинга. Учебник. – Астана: Фолиант, 2007. – 320 с.

3. Котлер Ф. «Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер» / Филип Котлер; Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишерз, 2010 — 211 с.

4. Дэвид Льюис «Нейромаркетинг в действии. Как проникнуть в мозг покупателя» Перевод на русский язык, издание на русском языке, оформление. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2015.

5. Трайндл А. Нейромаркетинг: Визуализация эмоций / АрндтТрайндл; Пер. с нем. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007 — 114 с.

6. Эксперименты нейромаркетинга [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.kabmir.org/real/2673-hormone-of-human-consumption.html> (дата обращения 17.01.2018 г.)

7. Л. И. Михайлова «Социальное манипулирование в государственном управлении», – Современная гуманитарная академия, Москва

8. Послание Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева народу Казахстана «Новые возможности развития в условиях четвертой промышленной революции» от 10 января 2018 г.

9. Drucker, Peter F. Management: Tasks, Responsibilities, Practices. New York: Harper & Row, 1973 Pp. 64–65.

10. КотлерФ. «Маркетингменеджмент.» Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. — СПб.: Питер, 2006 — 464 с: ил. — (Серия «Деловой бестселлер»).

Аннотация

В статье рассматриваются один из психологических аспектов маркетинга, особенности эмоционального воздействия на потребителя и технология манипулирования желаниями и потребностями целевой аудитории. Современная действительность характеризуется стремительной автоматизацией экономических процессов и интенсивным инновационным прогрессом, что предполагает значительное увеличение информационных потоков и появление новых эффективных инструментов в маркетинговой деятельности.

Аннотация

Бұл мақалада маркетингтік психологияның аспектісі, соның ішінде мақсатты аудиторияның қажеттілігі мен қалауына манипуляциялау технологиясы және тұтынушыға эмоционалды әсер ету ерекшеліктері қарастырылады. Қазіргі нақты жағдай интенсивті инновациялық прогрестің және экономикалық үрдістердің жылдам автоматтандырылуымен сипатталады, бұл өз кезегінде маркетингтік қызметтердің жаңа тиімді құралдарының пайда болуы мен ақпарат ағымдарының айтарлықтай ұлғаюына әкеледі.

Summary

The article deals with one of the psychological aspects of marketing, the specific features of the emotional impact on the consumer and the technology of manipulating the desires and needs of the target audience. Modern reality is characterized by rapid automation of economic processes and intensive innovative progress, which implies a significant increase in information flows and the emergence of new effective tools in marketing activities.

Анапияева Дана Анапияевна
магистрант университета «Туран»
Научный руководитель: д.э.н., профессор
Университета «Туран» Нурмуханова Г.Ж.

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНЦИИ НА ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОМ РЫНКЕ

Телекоммуникационная отрасль в настоящее время является одной из наиболее быстрорастущих отраслей во всем мире. За последние десять лет, услуги связи предоставляемых населению, занимают третье место после бытовых и транспортных услуг.

Такая статистика обусловлена неотемлемостью услуг связи в жизни современного человека. Телефоном сегодня пользуются ежедневно миллионы человек, совершая звонки, отправляя сообщения, используя интернет. Трудно представить себе, что человек, живущий в информационном обществе, сможет позволить себе отказаться от услуг мобильных операторов.

Важность развития данной отрасли сложно переоценить. Большинство стран уделяют много времени контролю этой области и поддержанию конкуренции в ней. [1] Данная тенденция выражается в усилении значения ряда объективных факторов, влияющих на рынок услуг связи: последние годы в мире наблюдается удвоение объёма передаваемой информации через информационно-телекоммуникационную инфраструктуру; происходит дифференциация спектра предоставляемых сервисов, с имеющимся повышением динамики изменения предоставляемых услуг связи; наблюдается рост объемов клиентской базы - показатели общемирового количества пользователей сотовой связи прогнозируются на уровне 14 миллиардов абонентов к 2020 году. Все вышеназванные факторы повышают конкуренцию на телекоммуникационном рынке.

В такой ситуации одним из важных условий обеспечения конкурентоспособности телекоммуникационных предприятий является построение эффективной концепции взаимоотношения с клиентами, реализующей учет их потребительских предпочтений и осуществляющей повышение общего уровня привлекательности предоставляемых услуг на рынке.

Отрасль телекоммуникаций является одной из важнейших составляющих инфраструктурного комплекса страны и предоставляет пользователям различные услуги связи: местную, междугородную, международную телефонную связь, документальную электросвязь, передачу данных на базе стационарных и мобильных сетей, а также услуги радиовещания и телевидения.

Теоретический анализ исследования сфер телекоммуникации показывает, что все воздействия, оказываемые на связь, можно интегрировать в четыре группы факторов, прямо или косвенно влияющих на развитие телекоммуникаций: макроэкономические, концептуально-технические, социальные и рыночные.[2]

Эти факторы оказывают различное по степени воздействие на развитие телекоммуникаций в странах с директивно-плановой, переходной и рыночной экономикой. Например, для стран с директивно-плановой и переходной экономикой влияние факторов макроэкономического порядка проявляется гораздо сильнее, чем для развитых стран. Факторы же рыночной среды могут не сказываться на развитии телекоммуникаций в масштабах страны, но при этом существенно влиять на местные сети.

Несмотря на разнонаправленность факторов, влияющих на телекоммуникации РК, их развитие подчиняется ряду общих законов и закономерностей, характерных для развития связи в мире. Анализ действия этих законов в Казахстане позволил конкретизировать основные прогрессивные тенденции, определяющие развитие телекоммуникаций. Все они взаимосвязаны и только их комплексное практическое осуществление позволит иметь в нашей стране не только мощную по числу терминалов, но и высококачественную телекоммуникационную инфраструктуру, предоставляющую потребителям неограниченный набор услуг: внедрение новой техники и новых технологий; совершенствование нормативно-правового регулирования; интенсификация маркетинговой деятельности по распространению новых услуг; демонополизация и развитие конкуренции.

В настоящее время рынок телекоммуникационных услуг в Казахстане активно развивается. Для реализации услуг продолжают появляться новые технологии, вызывающие интерес со стороны предприятий и населения. Основными сегментами рынка телекоммуникационных услуг являются услуги телефонной связи, мобильной связи, передачи данных через Интернет, спутниковое телевидение. Для рынка телекоммуникаций характерны высокие темпы роста по сравнению с другими отраслями, активное внедрение новых технологий, изменение структуры предоставляемых услуг.

Сегодня всё чаще отмечается перенос объемов пользования с традиционных телекоммуникационных услуг к новым видам, таким как предоставление услуг на основе мультисервисных транспортных сетей, широкополосный Интернет-доступ, технологию мобильной связи третьего поколения, включающую набор услуг, которые объединяют как высокоскоростной мобильный доступ с услугами сети, так и технологию радиосвязи, которая создает канал передачи данных.[3]

Отчеты крупных операторов связи за 2017 год подтверждают главную тенденцию развития отечественного рынка телекоммуникаций. Количество пользователей скоростного Интернета увеличилось более чем в два раза, по сравнению с предшествующим годом, соответственно и доля доходов в этом сегменте также возросла.

Действительно современный мир уже необыкновенно сложно представить без услуг сотовой связи. Рынок услуг сотовой связи появился сравнительно недавно, но он уже очень сильно закрепился на рынке и нашел своего потребителя. Развивается он с впечатляющей скоростью и является одним из наиболее успешно функционирующих секторов российской экономики. Работа операторов сотовой связи значительно облегчают нам жизнь, ведь всегда есть возможность позвонить откуда

удовно и куда угодно, в любой момент можно передать сообщение, войти в Интернет через телефон и многое другое. Практически не осталось людей, не пользующихся услугами сотовой связи, ими пользуются люди от мала до велика. На рынке услуг сотовой связи существует высокая конкуренция, поэтому операторы активно совершенствуют свои продукты и услуги. Благодаря этому каждый абонент может подобрать себе то, что ему больше всего подходит.

Год за годом конкуренция на данном рынке растет, открываются новые фирмы, а конкурентоспособность продукции для фирмы очень важна. Поэтому для того чтобы не потерять своих абонентов и привлечь новых, нужно знать предпочтения потребителей, чтобы совершенствовать свою продукцию и ценовую политику.[4]

Поэтому фирмам нужно внимательно исследовать необходимые сегменты рынка. Осуществление маркетинговых исследований — это трудный многоступенчатый процесс, при котором необходимо хорошо знать объект изучения. От точности, своевременности и актуальности результатов маркетингового исследования зависит успешность и благополучие фирмы в целом. Затраты такого рода необходимы, ведь, если маркетинговое исследование выполнено успешно, они окупаются. Благодаря им прибыль фирмы увеличивается, ввиду того что она правильнее организует свою производственную и сбытовую деятельность. Об этом определенно свидетельствует опыт иностранных фирм, а вот казахстанские компании не все пользуются преимуществами маркетинговых исследований.

Любая фирма хочет иметь возможность устоять в случае каких-либо значительных перемен в конкурентной ситуации. Поэтому ей необходимо непрерывно анализировать свою конкурентоспособность, а, следовательно, проводить исследования. Из чего следует актуальность исследований в данной отрасли.[5]

Маркетинговые исследования всегда направлены на выявление и решение какой-либо определенной проблемы, т. е. на комплекс единичных задач, вытекающих из главной задачи. Проблематика маркетингового исследования может вытекать из вида товара, насыщенности рынка, наличия каналов продвижения, действий конкурентов, поэтому частные проблемы могут возникать на стороне либо товарного предложения, либо спроса, либо цены.

Телекоммуникационная отрасль является одной из самых динамичных и технологически развитых отраслей, с очень высокой конкуренцией. В борьбе за клиента компаниям необходима мобилизация всех своих ресурсов: получить наибольшую отдачу от каждого структурного подразделения, выстроить наиболее эффективные бизнес и технологические процессы, четко представлять стратегию своего развития. Активное и многоплановое воздействие на формирование условий конкурентной борьбы и средств ее ведения в отрасли связи оказывает научно-технический прогресс, ориентирующий операторов на прогнозирование изменений в предпочтениях пользователей и поиск принципиально новых возможностей для удовлетворения рыночного спроса.

К основным проявлениям ценовой конкуренции на рынке телекоммуникационных услуг можно отнести:

- снижение тарифов на базовые услуги;
- расширение количества гибких тарифных планов,
- применение различных систем тарификации услуг;
- предложение различных способов оплаты услуг (например, безналичные расчеты, оплата наличными в офисе компании или отделениях уполномоченных банков, оплата кредитными картами, использование дебетовых карт);
- ценовое стимулирование.

Как и в других отраслях, на рынке услуг телекоммуникаций возрастает значение неценовой конкуренции. Общими направлениями деятельности операторских компаний в области неценовой конкуренции являются:[6]

- совершенствование потребительских параметров услуг, повышение их качества, предложение новых комплексных решений (пакета услуг);
- повышение качества обслуживания абонентов, ориентация на индивидуальную работу с клиентом;
- расширение спектра разнообразных дополнительных услуг;
- активизация коммуникационной деятельности (расширение рекламы, повышение качества рекламных продуктов, усиление в области торговых марок, формирование имиджа компании и т.п.);
- создание филиалов на региональных рынках.

В теоретическом аспекте рынок телекоммуникационных услуг следует рассматривать как совокупность экономических отношений, увязывающих между собой предложение услуг связи и спрос на них. Предложение услуг является результатом деятельности операторов связи, которые предоставляют потребителям необходимую номенклатуру услуг в нужном объеме и с требуемым качеством. Спрос формируется способностью пользователей потреблять традиционно предоставляемые услуги и генерировать потребность в новых услугах. Под конкурентоспособностью операторской компании понимают ее реальные и потенциальные возможности предлагать услуги, по своим потребительским параметрам более привлекательные для абонентов, нежели услуги конкурентов.

Для совершенствования деятельности компаниям можно посоветовать следующие мероприятия:

1. Расширение ассортимента предлагаемых услуг.

Для покупки любого товара или услуги зачастую решающим моментом становится возможность выбора. При широком ассортименте предлагаемых услуг и дополнительных сервисов, операторам проще найти своего потребителя.

2. Специальные маркетинговые акции (например: ценовые акции, листовки). Их можно проводить для того чтобы увеличить спрос на услуги сотовой связи.

Ценовые акции: сезонные снижения стоимости связи, мобильного Интернета, акции для путешественников и отпускников в рамках роуминговых соединений, безлимитные тарифы и т. д.

3. Листовки. Распространение листовок среди потенциальных покупателей.

В таких листовках содержится информация о ценах, акциях, скидках и т. д. Это один из самых быстрых и дешевых способов довести до покупателя информацию о товаре, акциях или дать право на скидку.

Также необходимо вести постоянный контроль над ассортиментом. Надо отслеживать самые покупаемые тарифные планы и регулярно их расширять и совершенствовать.

Также для совершенствования деятельности предприятий можно уделять особое внимание рекламе продукции. Можно использовать рекламные щиты на трассах и в городе. Надписи и картинки на таких щитах должны быть достаточно большими и четкими, чтобы их можно было увидеть с расстояния 50 метров. Предложения должны быть короткими и содержательными. Кроме иллюстрации стоит написать цену на товар.

Как известно, назначением маркетинговых исследований является формирование маркетинговой информации. Эта информация используется для принятия решений в области взаимодействия субъектов маркетинговой системы. Сущность маркетинговых исследований состоит в осуществлении комплексной системы исследовательской деятельности, направленной на удовлетворение информационно-аналитических потребностей маркетинга. Маркетинг нацелен на удовлетворение потребностей людей, от этого исследования рынка играют большую роль.

Больше всего конечных потребителей удовлетворяют те, кто лучше их знает, поэтому компании, которые с помощью различных методов исследуют рынок, наиболее способны производить требующийся товар.

Международное исследование потребительских предпочтений в сфере мобильных коммуникаций иллюстрирует масштабность и значимость мировой мобильной индустрии с точки зрения потребителей. Мнение потребителей в индустрии играет важную роль в формировании предложений, привлекательных непосредственно для конечных пользователей.

Международное исследование потребительских предпочтений в сфере мобильных коммуникаций указывает на стремительное расширение сферы услуг мобильной связи для потребителей во всем мире. Новыми тенденциями развития телекоммуникационной отрасли стали увеличение объема передаваемых данных и скорости их передачи. Для наполнения трафиком растущих сетей нового поколения операторам необходимо позаботиться о расширении своего портфеля услуг за счет продуктов и сервисов. Для дальнейшего успешного развития сектор телекоммуникаций должен будет учитывать подобные динамично развивающиеся тенденции и возможности.

Подавляющее большинство жителей города Алматы являются клиентами фирм, предоставляющих услуги сотовой связи. Операторы предлагают большой ассортимент продукции, а каждый потребитель выдвигает свои требования и предпочтения. Успех компании в рыночной экономике во многом зависит от того, насколько она владеет информацией о поведении потребителей и

о факторах, его обуславливающих. Это особенно важно при разработке маркетинговой стратегии фирмы, работающей на казахстанском рынке.

Благодаря сформулированным рекомендациям по совершенствованию деятельности предприятия, можно повысить конкурентоспособность компании, укрепить её позиции на рынке, повысить имидж фирмы и привлечь новых пользователей.

Немного о компании ТОО КаР-Тел. Год основания: 1998. Численность персонала: 1500 человек. Предлагаемая продукция/услуги: наземные сети связи и их инфраструктура, Услуги провайдеров сетей связи для мобильных (сотовых) телефонов. С момента основания компании «КаР-Тел», в 1999 году, 40% доли акций принадлежали компании «Телеком Инвест», а оставшиеся 60% делили между собой турецкие фирмы «Rumeli Telecom» и «Telsim Mobil Telekomunikasyon Hizmetleri». На начало 2004 года, компания КаР-Тел полностью принадлежала казахстанской фирме «Телеком Инвест». В сентябре того же года российская компания «Вымпелком» выкупила полный пакет акций компании «КаР-Тел». Сделка по приобретению «КаР-Тел» обошлась компании «Вымпелком» в 425 млн. долларов, включая погашение долга на сумму 75 млн. долларов. 22 августа 2005 года «Вымпелком» объявил о продаже доли акций компании «КаР-Тел» (50% минус одна акция) компании «Cromwell Investments Limited», контролируемой владельцами «АТФ-Банка», четвертого по величине в Казахстане. На сегодняшний день компания «КаР-Тел» занимает второе место по количеству абонентов в Казахстане и насчитывает около 6 млн. 796 тыс. абонентов. Также компания внедряет новый формат связи и интернета 3G.

С 1 июля 2007 года ТОО «КаР-Тел» объединяет бренды «K-Mobile», «Beeline» и «Excess» в единый бренд «Beeline».

В настоящее время бренд «Beeline» успешно функционирует в Казахстане.

Компании предлагают интегрированные услуги мобильной и фиксированной телефонии, международной и междугородной связи, передачи данных, доступ в интернет на базе технологий оптоволоконного доступа, Wi-Fi и сети третьего поколения 3G.

В 2008 году «Beeline» стал первой компанией, получившей официальное разрешение на оказание услуг сотовой связи в стандарте GSM 1800 на территории Республики Казахстан. 12 мая 2009 г ТОО «КаР-Тел» объявило о запуске направления «BeelineBusiness» на рынке корпоративных пользователей Казахстана. Запуск нового направления стал не просто сменой визуального образа.

В апреле 2010 года универсальный оператор связи «Beeline» первым на территории стран СНГ развернул демонстрационные зоны 4G на базе технологии LTE в Астане и Алматы. В октябре 2010 года «Beeline» осуществил пилотный запуск «outdoor»—сети LTE в деловой столице Казахстана — Алматы.

22 ноября 2010 года Министерство связи и информации Республики Казахстан и ТОО «КаР-Тел» в ходе пресс-конференции объявили о запуске сети третьего поколения в Алматы и Астане. С 1 января 2011 началась коммерческая эксплуатация, и доступ к 3G во всех городах Казахстана.

Среди клиентов и партнеров «Beeline» в Казахстане — частные лица, малые, средние и крупные предприятия, транснациональные корпорации.

По итогам 2011 года абонентская база «Beeline» составляет 8 млн. 409 тыс. пользователей. Beeline Казахстан признан самым уважаемым оператором страны по результатам репутационного аудита Reputation Institute.

В ноябре 2017 года компания вошла в ТОП-10 Инновационных компаний Казахстана. В декабре 2017 года компания провела первый в Казахстане YouTube фестиваль – Видео Байга.

Оператор является частью международного телекоммуникационного холдинга «VEON» со штаб-квартирой в г. Амстердаме (Нидерланды).

Список источников:

1. Быкова А., Корзоватых Ж. Система нормативно-правового регулирования бухгалтерского учета РФ/Вестник Государственного университета управления, 2016. № 7-8. С.157-161
2. Андреева О.Д. Технология бизнеса: маркетинг. Учебное пособие. М.: Инфра-М-Норма, 2010.
3. Армстронг Г., Котлер Ф. Введение в маркетинг 8-е изд. М.: «Вильямс», 2010.
4. Григорьев М.Н. Маркетинг: учебник для бакалавров / 4-е изд., доп. М.: Издательство Юрайт, 2012.
5. Котельников Д.И., Задорожна С.М. Управление конкурентоспособностью: Уч. Пос. – К.: Издательский Дом «Слово», 2004. – 168 с.
6. Резникова Н.П. Маркетинг в телекоммуникациях, М., 1998.

Аннотация

Несмотря на разнонаправленность факторов, влияющих на телекоммуникации РК, в статье показано, что их развитие подчиняется ряду общих законов и закономерностей, характерных для развития связи в мире. Анализ действия этих законов в Казахстане позволил конкретизировать основные прогрессивные тенденции, определяющие развитие телекоммуникаций. В работе утверждается, что все они взаимосвязаны и только их комплексное практическое осуществление позволит иметь в нашей стране не только мощную по числу терминалов, но и высококачественную телекоммуникационную инфраструктуру, предоставляющую потребителям неограниченный набор услуг: внедрение новой техники и новых технологий; совершенствование нормативно-правового регулирования; интенсификация маркетинговой деятельности по распространению новых услуг; демонополизация и развитие конкуренции.

Аннотация

Бұл мақалада Қазақстанның телекоммуникация нарығына әсер ететін әр түрлі факторлардың болуына қарамастан, олардың дамуы әлемдегі байланыс жүйесінің жалпы заңдары мен заңдылықтарына бағынатыны көрсетіледі. Қазақстанда осы заңдарды талдау телекоммуникация дамуын анықтайтын негізгі прогрессивті тенденцияларды нақтылауға мүмкіндік берді. Бұл жұмыста олардың өзара байланысты екендігі және оны кешенді практикалық іске асыру біздің елімізде қуатты терминалдардың ғана емес, сондай-ақ жоғары сапалы

телекоммуникациялық инфрақұрылымның болуына және тұтынушыларды шектеусіз қызметпен қамтамасыз етуге мүмкіндік береді: жаңа техника мен жаңа технологияларды енгізу; нормативтік-құқықтық реттеуді жетілдіру; жаңа қызметтерді тарату үшін маркетингтік қызметті қарқындату; монополиясыздандыру және бәсекелестікті дамыту және т.б.

Summary

Despite the different directions of factors affecting the telecommunications of the Republic of Kazakhstan, the article shows that their development is subject to a number of general laws and laws that are characteristic for the development of communication in the world. The analysis of the effect of these laws in Kazakhstan made it possible to concretize the main progressive trends that determine the development of telecommunications. The work asserts that they are all interconnected and only their comprehensive practical implementation will allow us to have not only a powerful in terms of the number of terminals, but also a high-quality telecommunications infrastructure that provides consumers with an unlimited range of services: the introduction of new technology and new technologies; improvement of regulatory and legal regulation; intensification of marketing activities for the expansion of new services; demonopolization and development of competition.

Асанова Т.А.
«Тұран» Университетінің
аға оқытушысы

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ БӨЛШЕК САУДА НАРЫҒЫН МАРКЕТИНГТІК ТАЛДАУ

Сауда–материалдық және рухани игіліктерді иеліктен шығару және иемдену түріндегі сатып алу-сату әрекеті барысында меншіктенушінің ауысу нысаны.

Бөлшек сауда – түпкі тұтынушының жеке қолдануы үшін тауарды сату мен қызмет көрсету жөніндегі іс-әрекет. Бөлшек сауда өнімді тұтынушыға жеткізу процесін аяқтайды.

Сауда – еліміздің экономикалық қызметінің бірден-бір ірі саласы және оның дамуы – экономиканың табысты жұмыс істеуінің басты шарттарының бірі. Сондықтан да, бөлшек сауда нарығына маркетингтік талдау маңызды болып табылады.

Келесі кестеде ҚР бойынша бөлшек сауда құрылымы берілген.

Кесте 1. ҚР бойынша бөлшек сауда құрылымы

Көрсеткіштер	Жылдар					млрд. тенге	
	2012	2013	2014	2015	2016	2016ж. 2012-2015 жж. салыстырғанда, %	
						2012	2015
Бөлшек сауда							

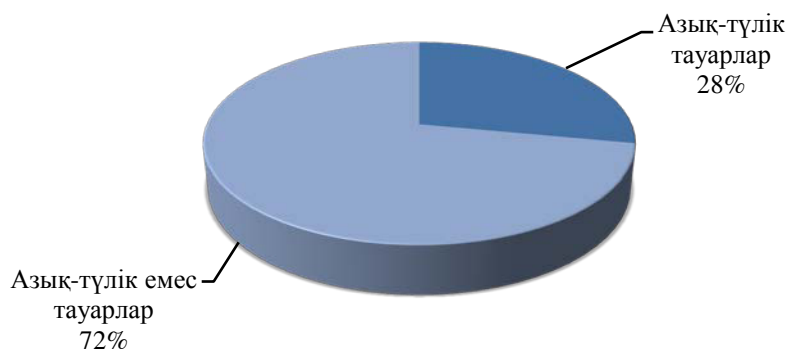
көлемі	4 567,7	5 474,3	6 332,3	6 555,8	7 974,4	174,5	121,6
Оның ішінде:							
Азық-түліктауарлары	1 417,7	1 609,9	1 820,8	1 886,9	2 204,3	154,4	116,8
одан:							
- тамақ өнімдері;	1 225,2	1387,6	1 606,6	1 603,5	1 875,3	153,0	116,9
- алкогольді ішімдіктер;	143,6	162,6	155,4	212,2	262,6	182,8	123,7
- темекі өнімдер	48,9	59,7	58,8	71,2	66,4	135,7	93,2
Азық-түлікестастауарлар	3 150,0	3 864,4	4 511,5	4 668,9	5 770,1	183,1	123,5
Ескерту :Статистикалық мәліметтер негізінде автормен құрастырылған							

Кестедегі мәліметтерден көріп отырғанымыздай, 2016 жылы бөлшек сауда көлемі 7 974,4 млрд. теңге болса, ал 2012 жылы бұл көрсеткіш 4 567,7 млрд. теңгені құраған. 2016 жылдағы бөлшек сауда құрылымына келсек, азық-түлік тауарлары 2 204,3 млрд. теңгені құрады. Оның ішінде: тамақ өнімдері 1 875,3 млрд. теңге, алкогольді ішімдіктер 262,6 млрд. теңге, темекі өнімдері 66,4 млрд. теңге болды. 2016 жылдағы азық-түлік тауарлары көлемін 2012 жылмен салыстырсақ, 54,4%-ға артқан. Азық-түлік тауарларының ішінде, тамақ өнімдері 53,0 %-ға, алкогольді ішімдіктер 82,8%-ға, темекі өнімдер 35,7%-ға жоғарылаған. Сондай – ақ, 2016 жылдағы азық-түлік тауарлары көлемін 2015 жылмен салыстырғанда 16,8%-ға артқанын байқаймыз. Атап айтқанда: тамақ өнімдері 16,9 %-ға, алкогольді ішімдіктер 23,7%-ға көтерілсе, темекі өнімдері 6,8%-ға төмендеген.

Темекі өнімдеріне сұраныстың төмендеуі себептерінің бірі оның бағасының көтерілуінде. Темекінің ең төменгі бағасы 2017 жылдың 31 желтоқсанына дейін – 320 теңге болса, 2018 жылдың 1 қаңтарынан 2018 жылдың 30 маусымына дейін – 340 теңгеге, 2018 жылдың 1 шілдесінен 2018 жылдың 31 желтоқсанына дейін – 360 теңгеге, 2019 жылдың 1 қаңтарынан бастап – 380 теңгеге көтеріледі.

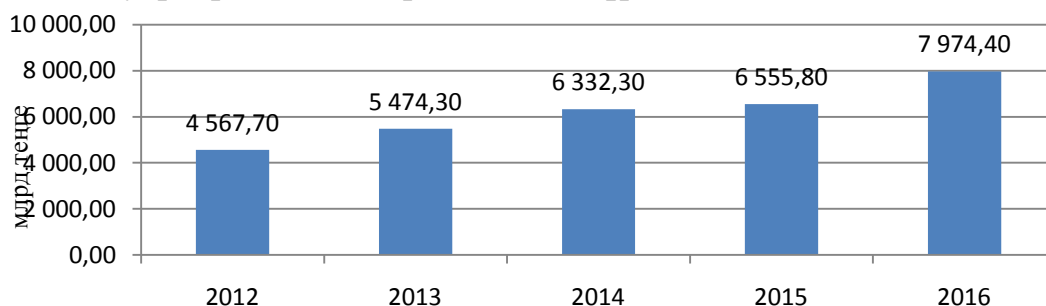
Жан басына шаққандағы тұтыну тауарларын сату республикада орта есеппен 448,1 мың теңгені немесе 2015 жылға қарағанда 74,5 мың теңгеден жоғары көлемді құрады. Соның ішінде бұл көрсеткіштің жоғары мәні Алматы қаласына (1269,5 мың теңге), Астана қаласына (989,2 мың теңге), көрсеткіштің ең төмен мәні – Оңтүстік Қазақстан облысына (143,3 мың теңге) тиесілі.

Бөлшек сауда құрылымында азық-түлік емес тауарлар 2016 жылы 5 770,1 млрд. теңге болса, ал бұл көрсеткіш 2012 жылы 3 150,0 млрд. теңгені құраған немесе 83,1%-ға артқан. 2016 жылдағы азық-түлік емес тауарлар көлемін 2015 жылмен салыстырсақ 23,5%-ға көтерілгенін байқаймыз.



Сурет 1. 2016 жылдағы бөлшек сауданың жалпы көлемінде азық-түлік және азық-түлік емес тауарлардың үлесі

Суреттен көріп отырғанымыздай, 2016 жылда бөлшек сауда көлемінде азық-түлік тауарлары 28%-ды, ал азық-түлік емес тауарлар 72%-ды құраған. 2016 жылы бөлшек саудада азық-түлік тауарлары 2 204,3 млрд. теңгені, ал азық-түлік емес тауарлар 5 770,1 млрд. теңгені құрады.



Сурет 2. ҚР бөлшек сауда көлемінің динамикасы, млрд.теңге

Суреттен көріп отырғанымыздай, бөлшек сауда көлемі 2012 жылы 4 567,7 млрд. теңге, 2013 жылы 5 474,3 млрд. теңге, 2014 жылы 6 332,3 млрд. теңге, 2015 жылы 6 555,8 млрд. теңге болса, ал 2016 жылы 7 974,4 теңгені құрады. Егер 2016 жылдағы бөлшек сауда көлемін 2012 жылмен салыстырсақ 74,5%-ға, ал 2015 жылмен салыстырғанда 21,6%-ға артқан.

Кесте 3. Қазақстан Республикасының облыстары бойынша бөлшек сауда көлемі

Көрсеткіштер	Жылдар					млн. тенге	
						2016ж. 2012-2015 жж. салыстырғанда, %	
	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2015
Ақмола	127713,6	159 428,1	181 754,7	185 791,1	236 137,9	184,8	127,0
Ақтөбе	324794,0	387 330,9	431 659,3	421 814,6	496 734,1	152,9	117,7
Алматы	220240,3	270 382,6	329 169,3	330 219,6	390 219,9	177,1	118,1
Атырау	163533,8	171 741,0	184 968,2	176 637,4	232 909,1	142,2	131,8

Батыс Қазақстан	136372,1	173 865,7	201 784,0	195 353,0	241 780,6	177,2	123,7
Жамбыл	119672,2	151 652,0	182 766,7	189 871,1	243 605,2	2 есе	128,3
Қарағанды	445422,2	497 592,5	561 507,5	581 593,9	690 319,8	154,9	118,6
Қостанай	159741,6	207 126,5	228 349,8	234 405,5	275 279,4	172,3	117,4
Қызылорда	119233,5	149 992,4	173 075,0	180 142,3	210 937,3	176,9	117,0
Маңғыстау	100978,5	129 321,9	145 239,1	146 677,2	202 351,8	2 есе	137,9
Оңтүстік Қазақстан	237139,2	298 423,6	351 223,4	343 507,4	409 757,6	172,7	119,9
Павлодар	198373,3	248 828,6	290 268,5	278 258,5	322 442,9	162,5	115,8
Солтүстік Қазақстан	121918,6	145 194,5	158 340,3	161 298,9	194 784,6	159,7	120,7
Шығыс Қазақстан	417640,5	532 082,1	593 226,8	600 715,5	720 433,8	172,5	119,9
Астана қаласы	429111,6	543 755,8	677 590,7	742 899,3	913 071,2	2 есе	122,9
Алматы қаласы	1245776,1	1 407 555,8	1 641 329,7	1 786 635,6	2 193 676,9	176,0	122,7
Қазақстан Республикасы	4567661,2	5 474 274,0	6 332 253,0	6 555 820,9	7 974 442,1	174,5	121,6
Ескерту :Статистикалық мәліметтер негізінде автормен құрастырылған							

Кестеде Қазақстан Республикасының облыстары бойынша бөлшек сауда көлемі берілген. Аталған мәліметтерге сүйенсек, бөлшек сауда көлемі бойынша жетекші орынды Алматы қаласына тиісілі. 2016 жылы Алматы қаласындағы бөлшек сауда көлемі 2 193 676,9млн. теңге болса, ал 2012 жылы бұл көрсеткіш 1 245 776,1млн.теңгені құраған немесе 76,0%-ға артқан. Астана қаласы да бөлшек сауда көлемі бойынша жетекші орынға ие. 2012 жылы Астана қаласының бөлшек сауда көлемі 429 111,6млн.теңге болса, ал 2016 жылы бұл көрсеткіш 913 071,2 млн.теңгені құраған немесе екі есеге артқанын байқаймыз.

Келесі кестеден 2016 жылдағы өткізу арналары бойынша бөлшек сауда көлемі берілген.

Кесте 4. 2016 жылдағы өткізу арналары бойынша бөлшек сауда көлемі

млн. тенге

Көрсеткіштер	Саудакәсіпорындарыныңт ауарайналымы	Нарықтардың және дара кәсіпкерлердің тауар айналымы
Ақмола	75 400,1	160 737,8
Ақтөбе	206 630,0	290 104,1
Алматы	154 287,4	235 932,5
Атырау	137 935,8	94 973,3
Батыс Қазақстан	114 580,2	127 200,4
Жамбыл	90 449,3	153 155,9
Қарағанды	241 809,2	448 510,6

Қостанай	142 404,6	132 874,8
Қызылорда	52 331,2	158 606,0
Маңғыстау	89 319,7	113 032,2
Оңтүстік Қазақстан	228 398,7	181 358,9
Павлодар	121 788,7	200 654,2
Солтүстік Қазақстан	69 983,4	124 801,2
Шығыс Қазақстан	157 451,8	562 982,0
Астана қаласы	525 267,2	387 804,0
Алматы қаласы	1 436 519,9	757 157,0
Қазақстан Республикасы	3 844 557,2	4 129 884,9
Статистикалық мәліметтер негізінде автормен құрастырылған		

Кестеден көріп отырғанымыздай, 2016 жылдағы өткізу арналары бойынша бөлшек сауда көлемінде саудакәсіпорындарыныңтауарайналымы3 844 557,2млн.теңге болса, ал нарықтардың және дара кәсіпкерлердің тауар айналымы 4 129 884,9 млн.теңгені құраған.

Келесі кестеде кәсіпорындардың ауқымы бойынша бөлшек сауда көлемі берілген.

Кесте 5. Кәсіпорындардың ауқымы бойынша бөлшек сауда көлемі

млн. тенге

Көрсеткіштер	Жылдар				
	2012	2013	2014	2015	2016
Ірікәсіпорындар	517 446,4	713 383,5	1 002 096,2	1 098 312,7	1 323 963,8
Орташакәсіпорындар	796 256,9	921 073,9	557 903,4	526 978,6	600 398,0
Шағын кәсіпорындар	3 253 957,9	3 839 816,6	4 772 253,4	4 930 529,6	6 050 080,3
Бөлшексаудажалпы көлемі	4 567 661,2	5 474 274,0	6 332 253,0	6 555 820,9	7 974 442,1
Ескерту :Статистикалық мәліметтер негізінде автормен құрастырылған					

Кесте мәліметтерінен көріп отырғанмыздай, 2016 жылы кәсіпорындардың ауқымы бойынша бөлшек сауда көлемінде ірі кәсіпорындар үлесі 17%-ды, орташа кәсіпорындар 7%-ды, ал шағын кәсіпорындар 76%-ды құраған.

Қорытындылай келе, бөлшек сауданың еліміздің экономикасында алатын орны ерекше болып табылады. Талдау көрсеткендей, әлемдік дағдарысқа қарамастан, еліміздегі бөлшек сауда көлемі жылдан жылға артуда. Сондықтан да, аталған саланы тұрақты түрде дамыту мен қолдаудың маңызы зор.

Дереккөздер тізімі

1. С.Р. Есімжанова Маркетинг: оқу құралы. – Алматы: ЭКО Баспа Үйі, 2009. – 506 бет
2. Қазақстан Республикасындағы бөлшек және көтерме сауда /Статистикалық жинақ /Н.С. Айдапкелов редакциясы бойынша/ Астана: 2016 – 120бет.
3. Казахстан сегодня / Краткий справочник / Главный редактор Айдапкелов Н.С. / Астана: 2016 – 27стр.

Аннотация

Сауда – еліміздің экономикалық қызметінің бірден-бір ірі саласы және оның дамуы – экономиканың табысты жұмыс істеуінің басты шарттарының бірі. Берілген мақалада Қазақстан Республикасының бөлшек саудасының қазіргі жағдайына талдау жүргізілген.

Аннотация

Торговля – одна из крупнейших сфер экономической деятельности республики и ее развитие – одно из условий успешного функционирования экономики. В данной статье анализируется современное состояние розничной торговли Республики Казахстан.

Summary

Trade is one of the largest spheres of economic activity of the republic and its development is one of the conditions for the successful functioning of the economy. This article analyzes the current state of retail trade in the Republic of Kazakhstan.

**Асылхан А.
АЭСА магистранты
Омарова С.К.
э.ғ.к., доценті АЭСА**

ӨНІМІҢ САПАСЫН БАСҚАРУ ҮДЕРІСІ ЖӘНЕ ОНЫҢ ӘДІСТЕРІ

Жалпы сапа көрсеткіштерінің негізгі топтары типтік қолданылуы бойынша топтар мен кластарға бөлінеді, оны төмендегі кестеден көруге болады. Кестеде көрсетілген негізгі топтың сапалық көрсеткіштері келесідей топ ішіндегі топ (топша) пен көрсеткіштерден тұрады:

–тағайындалу көрсеткіштері – нақты топ тұтынушыларының қажеттілігіне сәйкес және оны қолданудың тиімділігін сипаттайды, яғни жіктемелік, функцияналдық (мақсатты тағайындалуына сәйкес – мысалы, ет және ет өнімдерінің тағамдық және энергетикалық құндылығы, ағзаға сіңімділігі), құрамы мен құрылымы;

–экономикалық тиімділігі (ресурсты пайдалану) – ресурстарды қолданудағы қарқындылық пен тепе-теңдік (рациональность) дәрежесімен сипатталады, олар: өнім бірлігін дайындауға кеткен шикізат пен материалдардың меншікті (удельный) шығыны, энергияны тұтыну, қолданылған шикізат коэффициенті;

–сенімділік көрсеткіштері – техникалық өнімдерді нақты қолдану жағдайындағы сәйкес келетін қасиеттерін бағалайды, оған жарамдылық жатады;

–эргономиялық көрсеткіштер – «адам – өнім - орта» жүйесінде тиімді өзара байланысты қамтамасыз ете отырып, адамның физиологиялық, анатомиялық, психологиялық, психофизиологиялық қасиеттер кешенін сипаттайды;

–эстетикалық көрсеткіштер – өнімнің тауарлық түрі, пішіні, үйлесімділігі, композицияның толықтығы сияқты қасиеттерінің сәйкестігін бағалау үшін қажет;

–технологиялық көрсеткіштер – өнімді өндірудегі еңбектің өнімділік деңгейін қамтамасыз ететін техникалық шешімдердің тиімділігін сипаттайды;

–тасымалдау көрсеткіштері – өнімнің тасымалдауға қабілеттілігін қарастырады, яғни оның көлемі, қажет болатын температурасы мен ылғалдылығы, қысымы ескеріледі;

–стандарттау және унификация көрсеткіштері өндірістегі тәртіпті сақтаумен сипатталады, оның қолданылуы, қайталануы, жоба аралық унификация ескеріледі;

–патенттік-құқықтық көрсеткіштері – интеллектуалдық қызметтің қорытындысын қорғау туралы, өнімге құқықтық көз қараспен қарау жағын қарастырады, мысалы патенттік тазалық, патенттік қорғау;

–экологиялық көрсеткіштер – өндірістік процеске қауіп , әрекеттерді бағалау үшін қолданылады, олар физикалық, микробиологиялық, химиялық болып бөлінеді;

–қауіпсіздік көрсеткіштері – өнімді қолданудағы қауіпсіздік деңгейін бағалау үшін қолданылады [2].

Ет және ет өнімдерін өндірумен айналысатын кәсіпорындар 1 кестеде көрсетілген сапа көрсеткіштері бойынша бірінші кластың екінші тобына жатады. Нарықтық экономика жағдайында сапа дамуы бәсеке арқылы анықталады. Қазіргі үрдістер кәсіпорынның қызметінің барлық салаларында сапа жүйелерін құруды қарастырады. Сапаны басқару жүйесін кәсіпорынның нақты қызметін есепке ала отырып және халықаралық стандарттарға сәйкес болуы тиіс, тек сонда ғана ол өнімдер немесе қызметтердің бәсекеге қабілеттілігін арттыруға тиімді түрде септігін тигізе алады.

Жалпы сапа көрсеткіштерін анықтау әдістеріне келетін болсақ, ол бағаланатын объектінің нақты жағдайы туралы толық ақпараттарға байланысты болады. Алынған ақпараттарды жинау 2 топқа бөлінеді, біріншісі ақпаратты жинау әдістері бойынша, екіншісі оны алу көздері болып табылады. Оны төменде берілген суреттен көруге болады.

Қазіргі кезде сапаны басқару жөніндегі ғылымның дамуы барысында оны қамтамасыз ету үшін соңғы технологиямен жабдықталған, барлық керекті материалдық ресурстар мен қондырғылары бар өндірісті қамтамасыз ететін материалдық база, білікті персонал және тиімді менеджмент қажет.

Осылайша өнім сапасын қамтамасыз ету принципі бойынша оны қамтамасыз ету үшін соңғы технологияның жетістіктерін қолдану, материалдық база, біліктілігі жоғары және жұмыс жасауға қызығушылық білдірген персонал және тиімді менеджмент қажет.

Өнім сапасын қамтамасыз ету принципін жапон ғалымы К. Исикава ұсынған «балық скелеті» атты себеп-салдарлық диаграммамен салыстыратын болсақ, К. Исикава диаграммасы жұмыс орнындағы ақаулардың пайда болу себептерін талдауға арналған құрал болып табылады. Бұл диаграмманы кейде «4М» деп те атайды, яғни олар 4 негізгі фактор «Man», «Method», «Material», «Machine» тұрады. Ол арқылы өнім сапасын әсер ететін бастапқы факторларды «Адам», «Машина», «Материал», «Әдіс» анықтап алуға болады.

Қазіргі уақытта біздің елімізде 2004 жылы 9 қарашада қалыптасқан «Техникалық реттеу туралы» заңы қызмет етеді. Осыған орай 2008 жылы 8 сәуірде Қазақстан Республикасы Үкіметінің №336 Қаулысы бойынша «Ет және ет өнімдерінің қауіпсіздігіне қойылатын талаптар» техникалық регламенті бекітілді [3].

TQM сапа менеджментінің негізгі принциптері:

1. тұтынушыға икемделу.
2. басқарушының көшбасшылығы.
3. сапаны басқару процессіне жұмысшыларды тарту.
4. процестік жақындау жолы.
5. менеджментке жүйелі түрде жақындау.
6. тұрақты түрде жақсару.
7. факт негізінде қабылданған шешімдер.
8. жабдықтаушылармен өзара тиімді қарым-қатынас жасау.

Келесі саты – ол қызмет сапасы. Ол кәсіпорын өндірісінің жоғары деңгейімен, техника және технологиялық жетілгендігімен, еңбекті тиімді пайдалануымен сипатталады. Өз кезегінде жұмыс сапасының болуы пирамиданың үшінші сатысы болып табылатын фирманың барлық қызметі жоғары болуына кепілдік беруімен байланысты болады [4].

Пирамиданың 3 сатысы – фирма қызметінің сапасы. Бұған басқару, жоспарлау, маркетинг, қаржы, шаруашылық – өндірістік қызметті шикізатпен, материалды техникалық ресурстармен қамтамасыз ету жатады.

Пирамиданың ең жоғарғы сатысында жалпы сапа орналасқан. Оны өндірістік процесстерде, басқарудың функциялары мен элементтерінде, басқару құрылымдарында, коммуникацияда байқауға болады. Осы жерден сапаны тиімді басқарудың негізі болып табылатын тамақ өнімдерінің саласына арналған принципті қалыптастыруға болады, яғни сапаны басқару дегеніміз жалпы кәсіпорынға басқарудың бөлінбейтін құрамдас бөлігі болып табылады.

TQM – нің негізгі мақсаты кәсіпорын мәдениетін қалыптастыру болып табылады. Кәсіпорынның мәдениеті өндірістік, шаруашылық мақсатта жоғары жетістікке жету деп түсіндіріледі. Осының негізінде тұтынушының қажеттілігін қанағаттандыру, бәсекелестік қабілетке ие бола алатын өнім өндіру мүмкін. Сонымен сапа аумағы кәсіпорынның саяси шеңберінде және барлық деңгей басқарушыларының назарында болуы керек.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

- 1 Аакер Д., Кумар В., Дэй Дж. Маркетинговые исследования. 7-е издание. / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2016. – 848 с.
- 2 Багиев Г. Л., Тарасевич В. М. Маркетинг: Учебник для вузов. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2015. – 576 с.
- 3 Садмен С., Брэдберн Н. Как правильно задавать вопросы: введение в проектирование массовых исследований. / Пер. с англ. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2014. – 382 с.

Аубакирова Зарина Абдил-Саматовна
Кокшетауский государственный университет
им. Ш.Уалиханова, г. Кокшетау,
магистрант 1 курса, специальность - Экономика

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ В КАЗАХСТАНЕ

Одной из важнейших закономерностей развития любой национальной экономики является взаимосвязь экономического роста и повышения роли услуг. В ходе научно-технической революции резко выросли потребности промышленных компаний в высококачественных услугах, связанных с разнообразными и сложными проблемами их реструктуризации и развития - техническими, сбытовыми, управленческими и т.д. Расширение позиций и структурное усложнение сферы услуг происходит как в результате возникновения новых производств, так и путем выделения услуг в самостоятельные звенья хозяйственной структуры операций. В перспективе по мере достижения отраслями сферы услуг высокой степени зрелости развитие будет проявляться в более сложном взаимодействии факторов роста и его подавления; несомненно, усилится перелив ресурсов в рамках самой сферы услуг [1].

Проблема изучения мировой торговли услугами в последние годы встает все острее. В настоящее время сфера услуг выросла в крупнейший сектор экономики: на нее приходится 62-74% мирового внутреннего валового продукта, что значительно больше доли товарной торговли, а также 63-75% общей численности занятых [2].

Все вышеперечисленное является признаками постиндустриального общества. Определение важнейших характеристик постиндустриального общества принадлежит Д. Беллу [3]. Он всесторонне обосновал обусловленность этих черт новой ролью теоретического знания, превратившегося в главный источник технологических нововведений, переходом от производства преимущественно товаров к производству преимущественно услуг, доминированием профессионального и технического класса над традиционным пролетариатом, а также появлением интеллектуальных технологий, дающих ключ к рациональному планированию технологического и социального развития [3]. Таким образом, постиндустриальное общество характеризуется тем, что в нем

преобладает сервисная экономика, и этим объясняется растущий интерес к изучению процессов, происходящих в сфере услуг.

Сфера услуг - сводная обобщающая категория, включающая воспроизводство разнообразных видов услуг, оказываемых предприятиями, организациями, а также физическими лицами. Кроме того, услуги способствуют росту технической оснащенности труда, внедрению более совершенных технологий и т. д. Услуга представляет собой весьма актуальное понятие в жизни современного общества. Наиболее важной чертой сферы услуг современной экономики является ее разнообразие.

Несмотря на то, что практически 20% всей мировой торговли приходится на международную торговлю услугами, до настоящего времени ведущие ученые мира уделяли этой сфере мировой экономики мало внимания. До сих пор не существует точного общепринятого определения услуги, нет четкого разграничения видов услуг, не создана совершенная система регулирования сферы услуг.

В настоящее время наиболее часто встречаются следующие определения услуги:

- Услуга - это деятельность, не создающая самостоятельный продукт, материальный объект или материальные ценности.

- Услуга - это полезное действие, дела, поступки или же действия вообще.

- Услуги - это нематериальные активы, производимые для целей сбыта.

- Услуга - это процесс, ряд действий. Эти действия могут быть инструментом для производства ценности, они могут создать ценность, но сами не являются самостоятельной ценностью.

- Услуга - процесс, включающий серию (или несколько) неосязаемых действий, которые по необходимости происходят при взаимодействии между покупателями и обслуживающим персоналом, физическими ресурсами, системами предприятия - поставщика услуг. Этот процесс направлен на решение проблем покупателя услуги [4].

По классификатору Организации объединенных наций в число услуг входят 160 видов услуг, разделенных на 12 основных разделов: деловые услуги - 46 отраслевых видов услуг; услуги связи - 25 видов; строительные и инжиниринговые услуги - 5 видов; дистрибьюторские услуги - 5 видов; общеобразовательные услуги - 5 видов; услуги по защите окружающей среды - 4 вида; финансовые услуги, включая страхование - 17 видов; услуги по охране здоровья и социальные услуги - 4 вида; туризм и путешествия - 4 вида; услуги в области организации досуга, культуры и спорта - 5 видов; транспортные услуги - 33 вида; прочие услуги. Даже в этом классификаторе, как видно, те услуги, вид которых определить достаточно сложно, просто отнесены в одну общую группу под широким названием «прочие услуги».

В статье проведен анализ рынка услуг в Казахстане в соответствии с данными Агентства Республики Казахстан по статистике.

Были обработаны данные по двадцати пяти видам услуг с 2006 года по 2016 год [5]. К таким услугам относятся: услуги по изданию, услуги в области рекламы и изучения рынка, Услуги офисные административные, офисные вспомогательные, услуги ветеринарные, услуги по трудоустройству, услуги по

проведению расследований и обеспечению безопасности, услуги в области государственного управления и обороны, услуги по обязательному социальному обеспечению, услуги индивидуальные прочие, а также ряд других. В таблице 1 представлен общий объем оказанных услуг по их видам за период с 2006 по 2016 год.

Таблица 1 - Общий объем оказанных услуг по их видам за 2006-2016 гг. (млрд.тенге)

2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1295,5	1804,6	2096,2	2059	2501,5	2998,5	3568	4305,8	4775,5	5317,8	5816

На рисунке 1 представлен график по видам услуг, отражающий их объем за аналогичный период времени.

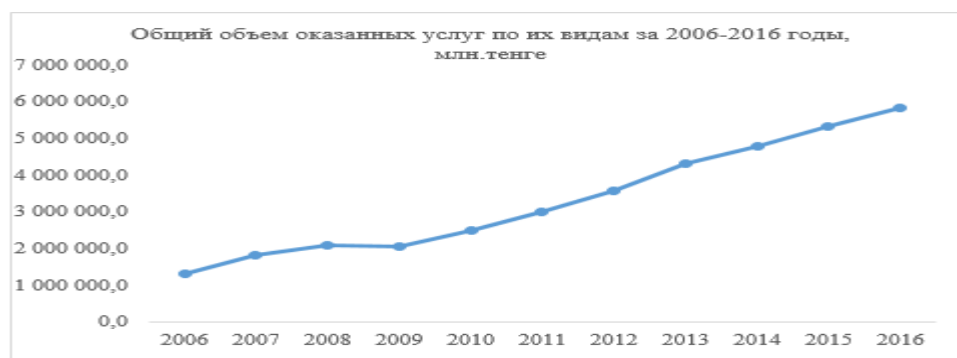


Рисунок 1. Общий объем оказанных услуг по их видам за 2006-2016 годы (млн.тенге)

Можно проследить стабильный рост предоставления услуг с небольшим спадом в 2009 году, что связано с мировым финансовым кризисом.

Приведенная динамика роста услуг наглядно показывает направление политики государства в области развития сферы услуг. В 2014 году была принята государственная программа по развитию сферы услуг в Республике Казахстан до 2020 года. В стране предполагается развитие 9 основных секторов, которые вносят основной вклад в ВВП: торговля (15,4%), транспорт (7,8%), туризм (1,6%), операции с недвижимостью (8,6%), профессиональные услуги (4,3%), связь (2,7%), финансовая деятельность (2,8%), образование (2,9%), здравоохранение (1,6%).

Анализ программы, показал, что:

- 5 из 9 секторов требуют значительного роста производительности труда: финансовая деятельность, транспорт, профессиональные услуги, образование, здравоохранение;
- для достижения целевых значений развития сферы услуг общая потребность в инвестициях составляет \$330 млрд;
- по параметру качества в 6 из 9 секторов (связи, финансовым услугам, торговле, операциям с недвижимостью, профессиональным услугам, образованию) требуются кардинальные улучшения;
- сравнительный анализ Казахстана с такими странами, как Бразилия, Россия, Китай, Малайзия, Турция и ЮАР по критериям качества, доступности и цен на

услуги показал, что наша страна отстает от целевой группы по всем анализируемым секторам услуг [6].

Кроме того, был проведен анализ общего объема оказанных в Казахстане услуг за тот же период в разрезе областей республики (рисунок 2).

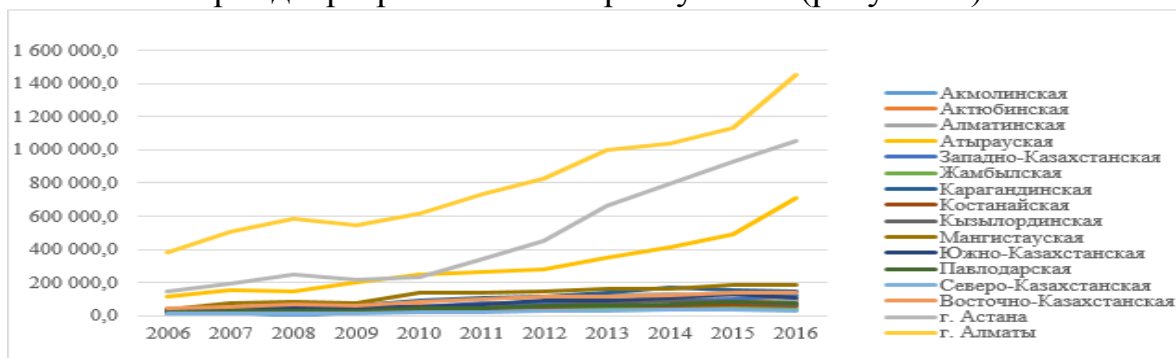


Рисунок 2. Общий объем оказанных услуг в разрезе областей за 2006 - 2016 годы

В соответствии с приведенными графиками можно сделать вывод, что наиболее динамично развивающимися регионами республики в плане услуг являются города Алматы, Астана и Атырауская область.

В статье была проведена классификация услуг, оказываемых в Казахстане, в соответствии с классификацией ООН, проведен анализ рынка услуг в Казахстане по видам услуг и в разрезе областей за период с 2006 по 2016 гг.

В результате определено, что в соответствии с мировыми тенденциями прослеживается стабильный рост предоставления услуг. Наиболее интенсивно развиваются социальные услуги и услуги, связанные с здравоохранением, на втором месте - услуги, связанные с финансовой деятельностью, на третьем - услуги строительства и инжиниринга. Наиболее динамично развивающимися в плане услуг регионами Республики Казахстан являются города Алматы, Астана и Атырауская область.

На основании анализа состояния сферы услуг в Казахстане можно выделить приоритетные направления развития сферы услуг:

- 1) образование, наука (включая в профессиональные, научные и технические услуги) и здравоохранение;
- 2) транспорт, связь, техническая деятельность, туризм;
- 3) финансы, профессиональные услуги.

Наиболее приоритетными для страны являются, прежде всего, качественное образование и здравоохранение, а также высокий уровень развития науки. Они будут создавать условия для научно-технического прогресса (НТП), а НТП способствует росту производительности труда и развитию НИОКР. Также стоит отметить, что если в случае образования, науки и здравоохранения практически все расходы ложатся на бюджет государства, то эти отрасли являются коммерчески интересными для частного бизнеса, что расширяет возможности их роста.

Вторым в ряду приоритетов стоит развитие транспорта, связи, технической деятельности и туризма. Все это – отрасли, связанные с развитием инфраструктуры. Необходимость развития транспорта и логистики продиктовано

стратегическим местоположением страны между растущими рынками Юго-Восточной Азии, Китая, России и крупной экономикой Европы. Кроме того, туризм, помимо стимулов для развития инфраструктуры, создает большое количество рабочих мест.

Третьим в ряду приоритетов стоят такие услуги, как финансовая деятельность и профессиональные услуги. При необходимости их развития можно создать условия для привлечения средств частных инвесторов.

Список источников

1. Виноградова М.В., Панина З.И. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса. - 6-е изд. - Издательство ИТК «Дашков и К», 2012. - 445 с.

2. Бурменко Т.Д., Даниленко Н.Н., Туренко Т. А. Сфера услуг в современном обществе: экономика, менеджмент, маркетинг. - Иркутск: БГУЭП, 2004. - 281 с.

3. Белл Дэниэл. Грядущее постиндустриальное общество. Образец социального прогнозирования. - М.: Академия, 1999. - 578 с.

4. А.Ж. Батталов Анализ сферы услуг в Казахстане//Вестник КазНУ. Серия экономическая. №1 (95). 2013. С. 78-85

5. Сайт агентства Республики Казахстан по статистике stat.kz, таблицы: «Общий объем оказанных услуг по их видам», «Общий объем оказанных услуг в разрезе областей»

6. Казахстанская правда «Роль сферы услуг в развитии экономики». Электронный ресурс <http://www.kazpravda.kz/articles/view/rol-sferi-uslug-v-razvitiiekonomiki/>

Аннотация

Начиная с последней четверти прошлого века, мировое общество стало трансформироваться в постиндустриальное общество, одной из важнейших характеристик которого является преобладание сферы услуг. В данной статье рассматривается определение услуг и существующие на сегодняшний день классификации. Проведена классификация услуг, оказываемых в Казахстане, проведен анализ рынка услуг в Республике Казахстан по видам услуг и в разрезе областей, построены графики, иллюстрирующие полученные результаты.

Summary

Starting from the last quarter of the last century, the world society began to transform into a post-industrial society, one of the most important characteristics of which is the predominance of the service sector. This article examines the definition of services and the existing classifications. The classification of services rendered in Kazakhstan was carried out, the analysis of the services market in the Republic of Kazakhstan was carried out according to the types of services and in the context of the regions, graphs illustrating the results were constructed.

Аннотация

Өткен ғасырдың соңғы тоқсанынан бастап, дүниежүзілік қауымдастық индустриалды қоғамға көше бастады, оның маңызды сипаттамаларының бірі қызмет көрсету саласының басым болуы. Аталмыш мақалада бүгінгі күні әрекет етіп отырған қызметтерді анықтау және классификациялауды қарастыру болып табылады. Қазақстанда көрсетіліп отырған қызметтердің классификациясы жасалды, салалары және қызмет көрсету бойынша Қазақстан Республикасының облыстары арасында қызмет нарқының талдауы, алынған нәтижелерді сипаттайтын кестелер жасалды.

Ахатова Э.Х., к.э.н., доцент ААЭС

РАЗВИТИЕ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Экономическая ситуация в условиях наращивания темпов интеграции Казахстана в мировое пространство, характеризуется поиском нового качественного уровня роста экономики, ориентированной на производство конкурентоспособной продукции в несырьевых отраслях.

Глава государства подчеркнул, что необходимо продолжить индустриализацию с упором на развитие конкурентоспособных экспортных производств в приоритетных отраслях, в частности увеличить несырьевой экспорт в два раза к 2025 году. [1]

Современная промышленность представляет собой совокупность хозяйствующих субъектов, которые, взаимодействуя друг с другом, должны обеспечить свое устойчивое и сбалансированное развитие.

Капитальное строительство - ведущая отрасль национальной экономики, где решаются важнейшие задачи модернизации материальной базы как производственного, так и непромышленного потенциала страны. Ведь строительная отрасль, реализуя производственные и инфраструктурные проекты, создает эффект в смежных отраслях, а создавая объекты жилой недвижимости, решает социальные задачи. Кроме того к функциям капитального строительства относятся реконструкция и техническое перевооружение уже действующих объектов и сооружений. Таким образом, основной задачей строительства является расширенное воспроизводство и ускоренное обновление основных фондов экономики страны.

Согласно оценкам, сделанным в «Концепции перехода Республики Казахстан к зеленому развитию», динамика строительного сектора показывает, что к 2030 году будет построена такое количество новых зданий, которое на сегодняшний день составляет весь жилой фонд. [2]

Стоящие перед капитальным строительством задачи определяют необходимость глубоких качественных преобразований строительного комплекса

Строительная отрасль предлагает уникальный товар, имеющий жизненно важное значение для человека, - недвижимость, характеризующуюся рядом особенностей, принципиально отличающих его от других товаров. Ввиду крайне

высоких требований к капиталоемкости, ресурсоемкости, трудоемкости изготовления этого товара, достижение оптимальных конечных результатов видится во взаимовыгодном партнерстве всех участников.

Для анализа функционирования строительной отрасли нужно начать с сопоставления данных показателей валового внутреннего продукта (ВВП) всего и объема выполненных строительных работ в млрд. тенге (рисунок 1).

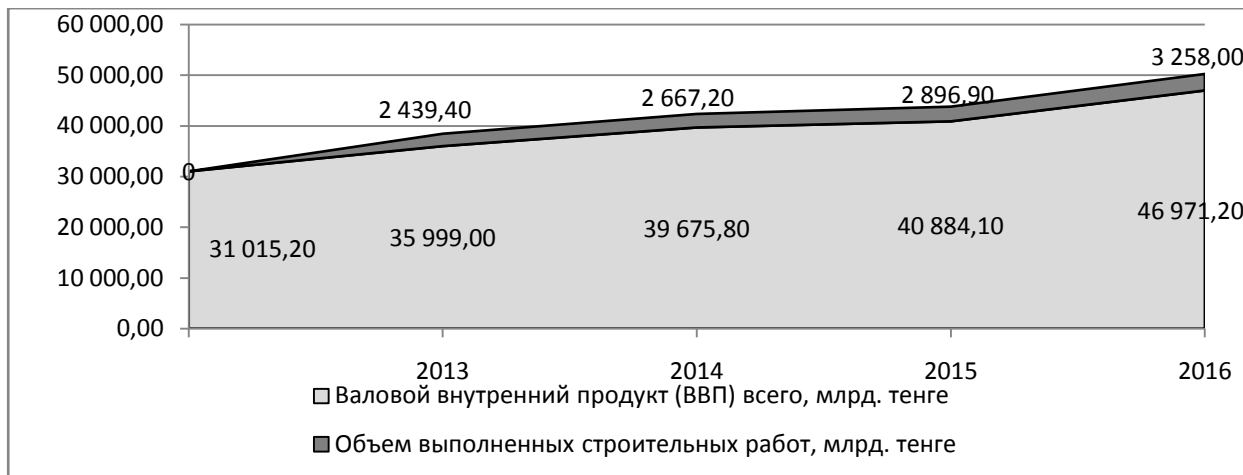


Рисунок 1 Доля строительства в общем объеме валового внутреннего продукта [3]

Доля строительной отрасли в структуре внутреннего валового продукта Республики Казахстан до 2016 года неуклонно росла (рисунок 1).

В процессе создания строительной продукции участвуют проектно-изыскательские и научно-исследовательские, строительные и монтажные организации, предприятия стройиндустрии, транспорта, производства строительных материалов и конструкций. Основная деятельность строительных организаций состоит в выполнении работ по договорам подряда с заказчиками.

К главной организационной форме возведения объектов относится подрядный способ строительства. Основная деятельность строительных организаций состоит в выполнении по договорам подряда с заказчиками работ. В стоимость строительных работ включаются строительно-монтажные работы, а также прочие подрядные работы, выполненные по генеральным, прямым и субподрядным договорам за счет всех источников финансирования (рисунок 2).



Рисунок 2 Количество подрядных строительных организаций [3]

Уменьшение количества подрядных предприятий в 2014, 2016 годах не сказалось на объеме выполненных строительных работ (рисунок 3).

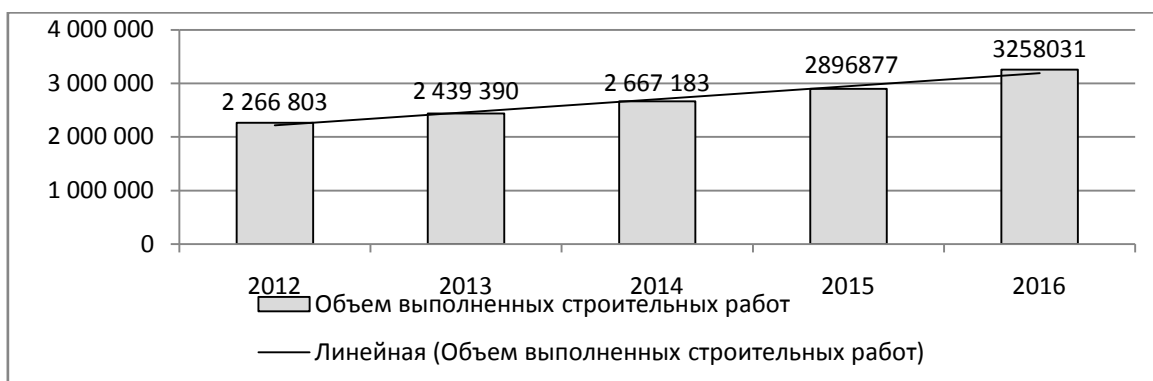


Рисунок 3 Объем выполненных строительных работ [3]

Положительная динамика объема выполненных работ дает основание говорить об интенсивном развитии строительной отрасли на текущий момент.

Переход на преимущественно интенсивный путь развития предприятий диктует современные реалии. К их числу относятся:

- наличие и рост платежеспособного спроса на строительную продукцию;
- сдвиги в территориальном размещении производства, требующих строительства новых дорог, городских поселений;
- ускоренное развитие и технического переоснащения материально-технической базы;
- интенсификация рыночных механизмов, институциональных финансовых структур, активизирующих рост инвестиционной активности;
- пересмотр ранее принятых, но неработающих законов в сфере инвестиционно-строительной деятельности.

Стоящие перед капитальным строительством задачи определяют необходимость глубоких качественных преобразований строительного комплекса. Отечественная строительная отрасль должна осваивать передовые технику и технологии, интеллектуальный потенциал и управленческий опыт передовых стран.

Технологии современного строительства активно развиваются и преследуют определенные цели. К ним относятся экономия ресурсов, экологическая безопасность, энергосбережение, долговечность сооружений. Помимо перечисленных, существует и другая, не менее важная задача, а именно, сокращение сроков возведения объектов. Все инновационные технологии разрабатываются с учетом негативного влияния внешней среды с целью создания комфортного микроклимата внутри помещений, что, в конечном счете, улучшает качество жизнедеятельности людей.

Хозяйственная деятельность строительных организаций осуществляется в условиях высокой конкуренции и нарастающей неопределенности ситуации в инвестиционно-строительной сфере.

Конкуренция – состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможности каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров на

соответствующем товарном рынке и стимулируют производство необходимых потребителю товаров. [4]

Именно поэтому перед строительными компаниями стоит задача по-новому решать проблему выживания и функционирования, создавать механизмы, дающие возможность принимать эффективные управленческие решения. Для придания этому процессу должной динамики необходим принципиально новый подход к выбору форм и методов управления, обеспечивающих долгосрочное устойчивое развитие строительной организации с учетом будущих возможных воздействий.

Список источников

1. Послание Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева народу Казахстана. 31 января 2017 года.
2. 10 наиболее распространенных заблуждений по энергоэффективному строительству. Под ред. А Белый – Астана, 2014. – 36с.
3. Электронный ресурс www.stat.kz.
4. Орехов С.А. Корпоративный менеджмент. М.: «Дашков и К», 2017-440с.

Аннотация

В статье определена роль капитального строительства в экономике страны, на основе статистических данных произведен анализ состояния развития отрасли на современном этапе.

Аннотация

Осымақалада ел экономикасының күрделі құрылыс рөлі анықталған, статистикалық мәліметтер негізінде қазіргі таңдағы сала дамуының ахуалына талдау жасалған.

Summary

The article presents the role of capital building in country's economy, the analysis of sphere development was done on a base of statistical data in modern days.

Ахметова З.Ш.,
магистр, ст.преподаватель кафедры «Финансы»,
Жетысуский государственный университет
имени И.Жансугурова, г.Талдыкорган
Исламова М.,
студентка 4 курса специальности «5В050900-Финансы»,
Жетысуский государственный университет
имени И.Жансугурова, г.Талдыкорган

РОЛЬ ИНФОРМАЦИИ И КОММУНИКАЦИИ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ БАНКА

Основной задачей любой коммерческой организации является формирование насыщенной клиентской базы. Фундамент клиентской базы формируется за счет информации, собираемой банками о своих клиентах. Доступная и достоверная информация о клиентах банка, имеет очень

важную роль в эффективной деятельности коммерческой организации. В данной статье были выделены базовые проблемы использования информации о клиентах, которые направлены на формирование клиентской базы. Так же, рассматривается взаимосвязь информации с основными аспектами банковской деятельности, повышение эффективной деятельности банка посредством анализа основных методов сбора и обработки информации и направление ее в нужное русло.

Среди ученых и специалистов бытует мнение о том, что ресурсы банка являются определяющими показателями охвата функционирования банка. То есть: чем больше объем ресурсов, тем выше масштаб деятельности. Каждая коммерческая организация имеет собственный капитал, вне зависимости от профиля деятельности, которого может быть недостаточно для сбалансированного продвижения всех банковских услуг и поддержания приемлемых размеров деятельности. Для решения данной проблемы необходимо четко определить роль информации и коммуникации в сфере банковских операций. Информация и информационные системы являются одной из самых актуальных сфер в настоящее время. Ведь именно наличие качественной информации способствует прогрессирующему росту эффективности деятельности банка.

Роль информации и коммуникации в современном мире была рассмотрена в трудах таких научных работников как Джеймс Глик, Питтер Менделсунд, Гнатюк О.Л, Мечковская Н.Б и многих других.

Информация - это любые сведения, принимаемые и передаваемые, сохраняемые различными источниками. Информация - это вся совокупность сведений об окружающем нас мире, о всевозможных протекающих в нем процессах, которые могут быть восприняты живыми организмами, электронными машинами и другими информационными системами [1]. В нашем случае информация представляет собой один из фундаментальных, главенствующих звеньев, который показывают прогрессирование технологической, маркетинговой и клиентской базы банка. В отношении с этим, очень важно восприятие не только взаимосвязи движения индустрии информации, и развития компьютерных технологий с процессом наращивания клиентской базы, но и установление приоритета и степени воздействия процедуры информатизации на сферу банковской деятельности.

Немаловажную роль в понятии такого термина как "банковская информация" и механизма информационных движений в банковской сфере имеет место быть такое понятие как - информационная среда, которая имеет две грани. Первая грань - проводник, то есть модифицирование и рассылка информационных данных, а вторая - ресурс, действующий побудительным толчком для людей, в нашем случае для клиентов или покупателей банковских услуг. В ходе своей деятельности кредитная организация динамично взаимодействует с информационной средой, извлекая из нее необходимую информацию о своих потенциальных клиентах, в результате, которого формируются те или иные представления о «покупателе». Клиенты же в свою очередь, вступают в связь с информационной средой для получения

достоверной информации о банке, которому обязуются доверить свои те или иные средства.

Информация о кредитной организации (процентные ставки, история создания банка, информация о депозитных и кредитных операциях, имидж банка, его бренд и т.д) публикуется в интернет ресурсах на личной странице или сайте банка. Далее будут рассмотрены моменты, касающиеся получения и распространения информации в кредитных организациях.

Получение информации о клиентах – это типичный процесс в деятельности каждой кредитной организации. Одной из самых распространенных проблем в работе каждой коммерческой организации является увеличение числа конкурентов, причиной которых значится использование одной и той же маркетинговой тактики и одних и тех же «приемов». Из этого следует, что те банки, которые активно взаимодействуют со своими клиентами и обладают максимальным количеством информации, останутся на плаву.

Научные работники выделяют следующие источники информации о банковском клиенте:

- сведения о клиенте, имеющиеся в архиве банка.
- сведения о клиенте, в данном случае о кредиторе, которые отражают его кредитоспособность.
- сведения о «будущем» покупателе е т.е изучение среды клиента.

Выделяются разные пути передачи информации о банке:

- передача информации через средства массовой информации
- сеть интернет;
- распространение информации маркетинговым путем: продвижение бренда, реклама (листовки, билборды)

Тем не менее, наиболее оптимальным методом распространения информации в наши дни является интернет. Это сопряжено с тем, что оно открыто преимущественно массовой аудитории в силу своей максимальной доступности. Информация в интернете распространяется следующим образом:

- интернет-газеты и информационные порталы;
- интернет-радиостанции и телеканалы;
- обычные сайты;
- бесплатные сайты;
- форумы;
- гостевые книги;
- электронная почта;
- ICQ, IRC и др.;
- серверы новостей.

В процессе передачи информации в социальной системе образуются и протекают информационные процессы – процессы создания, сбора, обработки, накопления, хранения, поиска, передачи, получения, использования и уничтожения, распространения и потребления информации[2].

Фундаментом информационных движений является коммуникация.

Коммуникация в банковской сфере – это:

- распространение данных от клиента к банку;

- сеть или канал, связывающий субъектов банковских операций;
- взаимосвязь, при помощи которой информационные данные распространяются среди участников банковских сделок, договоров.

В процессе коммуникации осуществляются:

- двухстороннее воздействие клиента и банка друг на друга;
- обмен достоверной и точной информацией между кредитной организацией и клиентом.

К сожалению, качество и количество обработанной и собранной информации не являются показателями стабильного развития банка. Наблюдаются случаи сбора неправильной и недостоверной информации, хранение неусвоенных информационных данных. Причиной этому могут служить погрешности, допущенные в процессе сбора информации и применение дефектных методов сбора информационных данных к той части клиентов, формирующих клиентскую базу.

К проблемам использования информации о клиентах, наиболее часто встречающихся в банках, авторы относят следующее:

- не достаточная глубина обработки информации;
- отсутствие селективности при сборе информации;
- выбор способа получения информации и его содержания;
- правильность интерпретации информации;
- качество собранной информации[3].

Еще одной значимой проблемой в данном направлении является низкий уровень избирательности при сборе информационных данных, к разным категориям клиентов. Данная проблема тесно взаимосвязана с другими имеющимися. Неправильный анализ и непродуманность в политике и маркетинговой стратегии банка в сфере формирования клиентской базы, приводят к вышеуказанным проблемам. Немаловажной проблемой при сборе информации является низкая квалификация персонала, недостаточность ведущих специалистов. Степень риска получения и распространения недостоверной или неправильной информации зависит так же от отдельных видов операций, в зависимости какого рода информация требуется для осуществления той или иной информации.

Идентификация (распознавание) клиента имеет главенствующую в процессе сбора информации для формирования клиентской базы. Эта процедура отличается от других процедур тем, что подразумевает получение данных о клиенте, до того как банк начнет работу с данным «покупателем». Сбор стандартных документов предоставленных клиентом для приобретения банковских услуг относится к первичной идентификации. Реестр таких документов определяется в зависимости от статуса клиента и предусматривается в соответствии с нормативными данными банка. Информационные данные, полученные при этой процедуре по истечении определенного времени будут считаться внутренними.

Основываясь на вышесказанном, считается возможным допустить, что информация и коммуникация имеют одну из основных ролей в стабильном функционировании кредитной организации. Правильно использованная информация может послужить действующим рычагом при формировании

фундаментальной и надежной клиентской базы банка. Коммуникационные навыки банка направленные в правильное русло, имеют возможность улучшить маркетинговую основу банка и получить доверие клиента. В свою очередь сбор и обработка не качественной информации, вызванные допущением ошибок при разработке политики банка и низкой квалификацией персонала, могут привести к снижению ликвидности и истощению ресурсов банка.

Список источников:

1. Глик Дж. Информация. История. Поток. - М.: АСТ. - 2013.
2. Официальный сайт DailyOnline. - <http://dailyonline.ru/clauses/>
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. - М.: Вильямс. - 2007.

Ачкасов Олег Дмитриевич
Студент, специальность «5В050600- Экономика»
Тлеубекова Айгуль Доктырбековна
Магистр экономики, старший преподаватель
Алматинская академия экономики и статистики, г. Алматы.

УПРАВЛЕНИЕ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКОЙ ПРЕДПРИЯТИЯ

В современных условиях уровень конкуренции между отечественными предприятиями со схожим качеством продукции требует серьезного отношения к вопросам формирования ценовой политики предприятия. Субъекту хозяйствования, осуществляющему свою деятельность в рыночных условиях, прежде всего, необходимо выработать единую стратегию и основные принципы определения цен, при этом руководствуясь которыми это предприятие может эффективно решать стоящие перед ним задачи и цели. В этой связи, отсутствие продуманной и обоснованной ценовой политики предприятия способствует неопределенности в принятии основных решений в этой сфере всеми службами предприятия, а также может приводить к несогласованности данных решений с последующим ослаблением позиций предприятия на рынке в целом, и как следствие потери в выручке и прибыли. С другой стороны, даже детально продуманный процесс ценообразования имеет возможность изменения под влиянием внутренних и внешних факторов. Таким образом, необходимо заранее спрогнозировать возможные изменения и заранее продумать возможности адаптации ценовой политики предприятия.

Следует заметить, что ценовая политика предприятий, осуществляющих деятельность в области промышленности, должна быть различной в зависимости от характера их деятельности. Разница может быть выявлена при анализе ценовой политики предприятий, осуществляющих производство продукции производственно-технического назначения, а также предприятий, производящих потребительские товары. Формирование цен на потребительские товары – является одной из крупнейших по масштабам областей деятельности специалистов по ценообразованию. При этом, свойства потребительских товаров настолько различны, что следовательно порождают

необходимость в применении отличающихся методов ценообразования и корректировки цен в различных отраслях.

Рынок товаров и услуг оказывает мощное влияние на экономику как отдельно взятой страны, так и на мировую экономику в целом, и фигурирующие на нем фирмы-производители – как составляющая рынка, неизменно будут оставаться в центре внимания экономистов.

Производимые ими товары также имеют немаловажное значение для формирования явных и скрытых течений и тенденций рынка, а предоставление конечному пользователю достоверной информации о них – залог честной конкурентной борьбы фирм, и, как следствие, выживание сильнейших из них, обладающих лучшей стратегией и тактикой, поставляющих лучшие товары по параметрам: качество, цена, сервис.

Ценовая политика и управление ценообразованием базируются на экономической сущности цены, которая проявляется в ее функциях. При всем разнообразии теоретических трактовок, присущих цене и ценообразованию, большинство экономистов [1] признает следующие функции: функцию учета и измерения затрат общественного труда; сбалансирования спроса и предложения; стимулирующую; распределения и перераспределения.

1) Учетная функция связана с сущностью цены, являющейся денежным эквивалентом товара или услуги, в которой учитываются затраты труда, сырья, материалов на изготовление товара, размер прибыли.

2) Стимулирующая функция состоит в воздействии на производство через закладываемый в них уровень прибыли, поощрении инвестиций, научно-технического прогресса, изменении структуры производства и потребления, улучшении качества продукции.

3) Распределительная функция связана с распределением и перераспределением национального дохода между отраслями, регионами, формами собственности, изменением приоритетов и пропорций развития экономики, системы налогообложения, налоговыми льготами.

4) Функция балансирования спроса и предложения осуществляет связь между спросом и предложением. В случае отклонения цены от ее реального рыночного значения, возникают диспропорции в производстве и потреблении. Возврат к состоянию равновесия может быть достигнут за счет изменения цен или объемов производства.

5) Функция цены как инструмента рационального размещения производства способствует переливу капитала из одной сферы в другую [3].

Ценовая политика при этом определяется следующими принципами ценообразования: научная обоснованность цен – необходимость учета в ценообразовании объективных экономических законов, тщательный сбор и анализ информации действующих цен, уровнях издержек, соотношении спроса и предложения, других рыночных факторах, обоснование и анализ различия цен, устанавливаемых предприятием, и ценами на конкурирующую продукцию с точки зрения приобретения потребителем дополнительных услуг и выгод в виде сервисного обслуживания, новизны и качества продукции, гарантий на эту продукцию, предоставляемых предприятием – производителем; принцип целевой

направленности цен – предприятие должно определить, какие конкретные экономические и социальные задачи оно будет решать в результате использования выбранного подхода к ценообразованию; принцип непрерывности процесса ценообразования; согласно этому принципу продукция на каждом этапе ее изготовления имеет свою цену; кроме того, в реальной рыночной ситуации вносятся постоянные изменения в уровень, действующих на рынке цен: принцип единства процесса ценообразования и контроля за соблюдением цен [2].

Сбор информации подразумевает оценку затрат на производство продукта и проведение мероприятий, связанных с разработкой маркетинговой стратегии, определение финансовых целей, потенциальных покупателей, согласование маркетинговой политики, а также выявление потенциальных конкурентов.

Стратегический анализ предполагает проведение комплексного финансового анализа продуктов в целях идентификации их в соответствии с матрицей, с проведением сегментного исследования рынка и анализа конкурентов, для определения темпов роста рынка, а также собственной доли в разрезе продуктов или предприятий группы.

В результате сбора информации и ее стратегического анализа формируется ценовая политика и стратегия ценообразования на предприятии.

На предприятии осуществление указанных мероприятий возлагается на руководство фирмы, а также подразделение осуществляющее маркетинг, при этом помимо координационной функции на этапах сбора информации и ее стратегического анализа, возлагается задача соблюдения сопоставимости решений, т.е. соответствия сформулированной стратегии ценообразования общей стратегии развития предприятия.

На рынке можно выделить две основные модели развития предприятия: классическую и инновационную. В классической реализуется товарная концепция развития и действует нейтральное ценообразование, с установлением цен, действующих на данном этапе. Инновационная модель предполагает поиск новых путей посредством роста эффективности на основе инвестиционных процессов, носящих наиболее рисковый характер. При применении инновационных изменений стратегическими целями развития являются повышение конкурентоспособности и рыночной ценности предприятия.

Таким образом, вследствие снижения покупательской способности и увеличивающейся конкуренции на рынке для успешной деятельности предприятия наибольшее значение необходимо уделять маркетингу, а в частности правильному выбору метода ценообразования. Появление новых видов товаров на фоне снижения доходов населения в условиях экономического кризиса способствует изменению их цены, в связи с чем возрастает значимость процессов оптимизации ценообразования как маркетингового инструмента управления сбытом. При этом формирование эффективной системы цен подразумевает не только решение задачи их адаптации к условиям внешней среды и конъюнктуре рынка, но и гармонизации интересов производителя и потребителя.

Увеличение потребностей и постоянное совершенствование технологических возможностей на современном этапе ставят предприятия перед

объективной необходимостью постоянного обновления выпускаемой продукции, а также расширения спектра предоставляемых услуг, что требует существенных затрат, которые должны быть возмещены по мере роста и стабилизации объемов продаж. Эффективность ценообразования, осуществляемого с учетом особенностей спроса потребителей, совершенствование методов оптимизации маркетингового ценообразования на разных стадиях жизненного цикла продукта, дает возможность предприятию регулировать объемы реализации и оборота продукции, добиваясь максимального увеличения прибыли либо достижения иных целей своего развития.

Список источников

1. Маркетинг в сфере услуг: Учебное пособие/ Автор: Скрынникова И.А. Издательство: Издательство МГУ, 2012 г.
2. Современный маркетинг: учебник. Авторы: Бун Л., Куртц Д. Издательство: Юнити-Дана, 2012 г.
3. Маркетинг в коммерции: Учебник/ Авторы: Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В. Издательство: Дашков и К, 2012 г.

Андатпа

Қазіргі жағдайда өнімнің ұқсас сапасы бар отандық кәсіпорындар арасындағы бәсекелестік деңгейі кәсіпорынның баға саясатын қалыптастыруға байыпты қарауды талап етеді. Нарықтық жағдайда жұмыс істейтін шаруашылық субъектісі, ең алдымен, баға белгілеудің жалпы стратегиясын және негізгі қағидаттарын әзірлеуі қажет, ал бұл кәсіпорын басшылыққа алға қойған мақсаттар мен міндеттерді тиімді шеше алады.

Аннотация

В современных условиях уровень конкуренции между отечественными предприятиями со схожим качеством продукции требует серьезного отношения к вопросам формирования ценовой политики предприятия. Субъекту хозяйствования, осуществляющему свою деятельность в рыночных условиях, прежде всего, необходимо выработать единую стратегию и основные принципы определения цен, при этом руководствуясь которыми это предприятие может эффективно решать стоящие перед ним задачи и цели.

Annotation

In modern conditions, the level of competition between domestic enterprises with a similar quality of products requires a serious attitude to the formation of the pricing policy of the enterprise. The business entity operating in market conditions, first of all, needs to develop a common strategy and basic principles for determining prices, while guided by which this enterprise can effectively solve the tasks and objectives that lie ahead of it.

ФАКТОРЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ КООПЕРАТИВОВ

В современных условиях вопросы социальной ответственности бизнеса во всех секторах экономики являются весьма актуальными. Среди новых форм сельскохозяйственных предприятий по признанию основной части ученых-экономистов стран СНГ и ряда других государств, где осуществлялись аграрные реформы, преобладающей и наиболее перспективной формой сельскохозяйственных предприятий являются производственные кооперативы. Производственные кооперативы созданы в результате реорганизации различных предприятий на основе добровольного объединения граждан с условно выделенными имущественными паями и долями. Деятельность кооператива строится на личном труде его членов, которые могут реализовать свои экономические интересы только при коллективном и эффективном использовании всего производственного потенциала. Численность членов кооператива законодательно не ограничивается, что позволяет сохранять предприятия, проводить их модернизацию по мере изменения экономических условий и развития материально-технической базы.

Институциональный анализ этапов развития кооперативного сектора показывает, что существует тенденция увеличения числа кооперативных форм, появляются новые типы кооперативов, усложняются их функции.

18 февраля 2017г утверждена Государственная Программа АПК РК на 2017-2021годы, где одним из главных мероприятий является «вовлечение мелких и средних хозяйств в сельскохозяйственную кооперацию» [2]. Согласно данной Программе сельскохозяйственным кооперативам предоставляется приоритет при государственной поддержке: в виде субсидий на возмещение затрат на приобретение удобрений, семян и др., инвестиционных субсидий на приобретение сельскохозяйственной техники, технологического оборудования (до 50%), а также предоставляются сельскохозяйственным кооперативам льготные кредиты под 6% годовых через Фонд финансовой поддержки сельского хозяйства и специальный налоговый режим (- 70%).

Основные результаты реализации нового Закона РК «О сельскохозяйственных кооперативах»:

- ✓ сельскохозяйственным кооперативам (производственный, сбытовой, перерабатывающий, снабженческий, сервисный и др) присвоен правовой статус коммерческой организации, позволяющий распределять чистый доход кооператива между его членами пропорционально вкладу каждого участника;
- ✓ созданы стимулирующие факторы объединения малых форм хозяйствования путем приоритетного предоставления сельскохозяйственным кооперативам государственной поддержки в виде субсидий, инвестиционных субсидий, льготного кредитования и налогообложения и др.;

- ✓ активизировалась роль государственных исполнительных и местных органов, общественных организаций, научных, учебных заведений аграрного профиля в проведении разъяснительных работ по организации сельхозкооперативов;
- ✓ организованы пилотные проекты сельскохозяйственных кооперативов в различных отраслях (плодоовощеводство, свекловодство, хлопководство, рисоводство, животноводство и др.) и регионах РК с участием различных форм хозяйствования (ТОО, ПК, КХ, ЛПХ и др.);
- ✓ созданы условия для развития инфраструктуры заготовки, хранения, переработки и сбыта сельхозпродукции на кооперативной основе;
- ✓ увеличилось число сельхозкооперативов разного направления деятельности (производственные, сбытовые, перерабатывающие, снабженческие, многопрофильные), количество их членов;
- ✓ изменилось отношение сельскохозяйственных товаропроизводителей к процессу кооперирования, появилось доверие, желание объединиться с целью совместного сотрудничества и защиты своих интересов, открытия собственного бизнеса.

По данным Министерства Сельского Хозяйства в республике создано на 2017г- 806 сельскохозяйственных кооперативов, в т.ч. в 2016г.- 289, 2017г- 517. Это в большей части кооперативы, созданные путем объединения личных подсобных хозяйств с целью совместного сбыта производственной продукции, ее хранения и первичной переработки. Так, за 2016-2017гг. создано сельскохозяйственных кооперативов по организации молокоприемных пунктов -273, пунктов по заготовке плодов и овощей -53, убойных цехов-458, забоя овец и производству шерсти-7, разведению и забоя птицы-4, производству и переработке верблюжьего молока-2, меда-2, рыбы-3, интенсивного сада-4[3].

Кроме того в республике созданы и создаются по сей день сельскохозяйственные кооперативы путем объединения не только личных хозяйств, но и путем кооперирования действующих крестьянских хозяйств и других форм хозяйствования (ТОО,ПК и др) в различных отраслях АПК, с различными направлениями деятельности.

Несмотря на вышеуказанные позитивные направления развития сельскохозяйственной кооперации имеют место и проблемы, сдерживающие процесс кооперирования малых форм хозяйствования. Основные из них:

- ✓ недостаточная информированность сельхозпроизводителей о преимуществах кооперации, мерах господдержки их, механизме создания и функционирования;
- ✓ неправильное информирование районных органов юстиции о процедуре перерегистрации и их сроков;
- ✓ отсутствие координирующих, регулирующих органов в виде союзов (ассоциаций) сельскохозяйственных кооперативов на районном, областном и республиканском уровнях, а также контролирующих органов по соответствию деятельности сельскохозяйственных кооперативов кооперативным принципам, финансовой их деятельности в виде ревизионных (аудиторских) союзов;

- ✓ отсутствие комплексности в процессе разъяснительной работы механизма функционирования сельскохозяйственных кооперативов и др.

По оценкам специалистов кооперативный сектор мировой экономики охватывает более 800 млн человек в более чем 100 странах с самыми различными социально-экономическими условиями, а услугами кооперативных организаций в сфере торговли, общественного питания, производства, сбыта и заготовок сельскохозяйственной продукции, в строительстве, эксплуатации и аренде жилья, кредитно-банковском страховании, транспорте, образовании, средствах массовой информации и др. пользуется около половины населения Земли. [4] Потребительская кооперация, являясь главным исполнителем социальной миссии на селе, по праву заслужила уважение и признание со стороны государственных органов.

Список источников

1. Закон Республики Казахстан от 29 октября 2015 года № 372-V РК “О сельскохозяйственных кооперативах”.
2. Государственная программа развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан на 2017 – 2021 годы.
3. Данные МСХ РК, [Электронный ресурс] Официальный сайт Министерство сельского хозяйства РК.
4. Роздольская И.В., Осадчая С.М. Маркетинг социально значимой проблемы субъектов кооперативного сектора экономики в глобальной рыночной среде как инновационное направление развития // Фундаментальные исследования. – 2013

Аннотация

В статье рассмотрены особенности развития производственных кооперативов. Юридические особенности создания производственных кооперативов. Цели развития кооперации в сельском хозяйстве.

Summary

The article deals with the development of production cooperatives. Legal features of the creation of production cooperatives. The objectives of the development of cooperation in agriculture.

Аннотация

Бұл мақалада өндірістік кооперативтердің дамуы қарастырылады. Өндіріс кооперативтерін құрудың құқықтық мүмкіндіктері. Ауыл шаруашылығындағы ынтымақтастықты дамыту мақсаттары.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ ПО КАЗАХСТАНСКИМ БУХГАЛТЕРСКИМ СТАНДАРТОМ

В настоящее время все организации, независимо от их вида, форм собственности и подчиненности, ведут бухгалтерский учет имущества, обязательств и хозяйственных операций согласно действующему законодательству и нормативным документам.

Развитие предпринимательства сопровождается возрастанием роли бухгалтерской информации в сферах управления, контроля и анализа предпринимательской деятельности. Своевременность, качество и достоверность этой информации достигаются высоким уровнем подготовленности и профессионализма бухгалтера.

В послании Президента Республики Казахстан народу Казахстана от 28 февраля 2007 года «Стратегия “Казахстан-2030” на Новом этапе развития Казахстана» одним из приоритетных направлений является ускорение процесса перехода всех юридических лиц на международные стандарты финансовой отчетности (МСФО). [1]

Для реализации данного приоритета необходимо обеспечить развитие базы профессионального бухгалтерского учета в Республике Казахстан. В соответствии с Законом Республики Казахстан от 28.02.07 г. № 234-ІІІ "О бухгалтерском учете и финансовой отчетности", профессиональный бухгалтер должен иметь соответствующую квалификацию, высокий уровень которого достигается наличием соответствующего образования и опыта практической работы в сфере организации бухгалтерского учета на предприятии. [2]

Организация бухгалтерского учета представляет собой систему условий и слагаемых построения учетного процесса и организацию работы исполнителей в целях получения достоверной и своевременной информации о деятельности предприятия.

На предприятиях бухгалтерский учет осуществляет специальная служба – бухгалтерия. Это самостоятельное подразделение, возглавляемое главным бухгалтером или финансовым директором.

Задачей бухгалтерской службы является обеспечение формирования полной и достоверной информации о хозяйственных процессах и финансовых результатах деятельности предприятия, необходимой для оперативного руководства и управления, а также для ее использования инвесторами, поставщиками, покупателями, кредиторами, государственными органами, банками и иными заинтересованными лицами в соответствии со стандартами бухгалтерского учета, устанавливающими принципы и правила ведения бухгалтерского учета и составления финансовой отчетности.

Бухгалтерская служба в своей деятельности регламентируется различными нормативно-законодательными актами. Процесс непрерывного бухгалтерского

учета разделяется на различные стадии, особенности его ведения различаются на предприятиях в зависимости от учетной политики, принятой на предприятии, а также от действующего плана бухгалтерских счетов предприятия.

Актуальность темы обеспечивается необходимостью иметь представление о бухгалтерском учете в современных условиях.

Бухгалтерский учет - это сфера деятельности, которая оказывает влияние на многие стороны повседневной жизни общества. Достижения в области научно-технического прогресса изменяют все аспекты бухгалтерского дела. Географическая близость континентов и стран, тесные экономические связи, активное участие иностранных компаний в инвестиционной деятельности, расширяющаяся экспансия зарубежного капитала и т.п. заставляют по-новому взглянуть на учетную систему в целом. В настоящее время ученые, работающие в этой области, признают необходимость и целесообразность активизации усилий по сближению национальных учетных систем. Они призывают заложить в основу всей системы учета признак «понятности», определяющий ключевое качество любой учетной информации. Этот важный критерий нашел отражение во всех международных стандартах бухгалтерского учета. В нашей республике актуальность этого положения усугубляется в связи с переходом на государственный язык.[3]

Под учетной системой (от греч. system - целое, составленное из частей, соединение) понимается определенная целостность или множество элементов учета, находящихся во взаимосвязи друг с другом. Оптимальной учетной системой будет та, которая отвечает требованиям точности, своевременности, низкой себестоимости и исключает возможность хищения или обмана и т.д.

Развитие бухгалтерского учета - составная часть истории человеческого общества. Противоречивость интересов, усложнение организации хозяйственной жизни, возрастающая роль государства и права усиливают значение бухгалтерского учета.

Термин «бухгалтер» (от нем. слова «buchhalter») появился в XV в. в Австрии и означает «держатель (учетных) книг». В английском языке дословный перевод этого понятия подразумевает выражение «accountant», что буквально понимается, как «счетовод».

Учетная система в своем развитии прошла определенные эволюционные этапы становления, которые образно можно представить в виде.

Изложенное доказывает, что развитие учета - это результат многовекового взаимодействия и развития культур разных стран, стимулированное систематическим ростом технического прогресса. Завершающим этапом, характерным для нынешнего развития, является стратегическая система, основанная «на интеграции видов учета, определением результатов предприятия по географическим зонам, группам населения и другим параметрам, а самое главное - с определением финансового положения в перспективе».

В современных условиях необходимо дальнейшее развитие теоретических и методологических положений бухгалтерского учета. Существующее сегодня различное обоснование содержания понятий, которые зачастую встречаются в учебниках по бухгалтерскому учету, требует некоторого уточнения. В частности,

под предметом учета традиционно понимается «упорядоченная система сбора, регистрации и обобщения информации в денежном выражении об имуществе, обязательствах хозяйствующего субъекта и их движении путем сплошного, непрерывного и документального учета всех хозяйственных операций». Это означает, что предмет бухгалтерского учета ограничивается только рамками одного субъекта собственности. Не снижая значения данного положения о предмете, подчеркнем, что современное системное окружение различных видов и объектов учета и изменение их свойств взаимосвязаны между собой и оказывают влияние друг на друга, соответственно отражаясь на понятийном аппарате.

Толкование метода учета буквально сводится к так называемому «применению специальных способов и приемов, которые обеспечивали бы сплошное, взаимосвязанное, непрерывное отражение средств и хозяйственных процессов». В современных условиях метод как способ исследования понимается намного шире и означает прием, способ и/или образ действия. Иначе говоря, он неразрывно связан с целью деятельности субъектов хозяйствования. То же самое характерно и для многих других терминов учетной системы.

Сравнительная характеристика предметной сущности видов учета свидетельствует, что каждый имеет свои самостоятельные, научно обоснованные цель, предмет, метод, в должной мере определяющие их автономность. Как уже отмечалось, поступательное развитие учета требует корректировки отдельных терминов и категорий учетной системы.

Существуют и другие обстоятельства, которые расширяют понятия учета в связи с международным пространственным охватом. В частности, получают распространение такие новые модификации учета, как:

- креативный - творческий, что делает современного бухгалтера творцом или «конструктором правды»;
- социальный, расширяющий традиционный учет и нацеленный на интересы пользователей информации;
- учет человеческих ресурсов, рассматривающий кадровый потенциал как один из важных ресурсов и, следовательно, его непременно включение в состав актива предприятия.

В учетном процессе различают три стадии: первичный учет, текущий учет, сводный учет. Первичный учет представляет собой сложный комплекс приемов по восприятию исходной информации, то его объектами являются учетные номенклатуры и их движение, также осуществляет контрольную функцию. Текущий учет формирует учетную номенклатуру. Для текущего учета характерны разработка рабочего плана счетов и отбор хозяйственных операций. Сводный учет представляет собой процесс формирования определенных показателей. Информации сводного обобщения характеризуют состояние и результаты деятельности хозяйствующего субъекта.

Перед казахстанским учетом стоит важная проблема адаптации к передовой международной практике, которая обусловлена тем, что в рыночных условиях учет является связующим звеном разнообразных видов деятельности, присущих любому бизнесу между странами.

Одна из центральных проблем в совершенствовании учета - интеграция, направленная на ликвидацию дублирования при сборе и регистрации исходной информации. Приближение отечественного учета к международной практике учета связывается также и с переподготовкой специалистов с высоким уровнем профессионализма.

Список источников:

1. Гражданский кодекс Республики Казахстан (общая часть)/ М.К. Сулейменов Ю.Г.Басин – г.Алматы: Жетіжарғы, 2003
2. Инструкция (основа) по разработке Рабочего плана счетов для организаций, составляющих финансовую отчетность в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности (приказ МФ РК от 22.12.2005г. №426)
3. Послание Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева народу Казахстана «Новый Казахстан в Новом мире» от 28 февраля 2007г. //Индустриальная Караганда №15 от 01.03.2007г.

Аннотация

Бұл мақалада бухгалтерлік есеп терминінің қалыптасу тарихы мен бухгалтерлік есептің қазақстандық стандарт бойынша жүргізілу талартаы талқыланған.

Аннотация

В данной статье были рассмотрены формирование термина бухгалтерский учет, а так же ведение бухгалтерского учета по казахстанским стандартом.

Summary

In this article, the formation of the term accounting, as well as the maintenance of accounting by the Kazakhstan standard were considered.

**Баймаханова С.
АЭСА магистранты**

БАҒА ТАҒАЙЫНДАУ ӘДІСТЕРІ ЖӘНЕ ӨТКІЗУ САЯСАТЫ

Өндірілген тауарды тұтынушыға міндетті түрде жеткізу керек. Өткізу- өнімді кеңістік пен уақыт ішінде жылжытып ауыстыру жөніндегі іс-әрекет түрлерінің жиынтығы, сондай-ақ тауарға меншік құқығын өндірушіден тұтынушыға беру. Қысқаша айтқанда, өнім мен қызметтерді тұтынушыға жеткізу.

Өткізу арнасына қатысушылардың міндетті қызмет аясы:

- Ақпараттық-маркетингтік зерттеулер жүргізу, ақпаратты жинау және оларды тарату.

- Коммуникациялық-жарнамалық ақпаратты жасау және тарату

- Тауарларды бейімдеу-тауарларды сатып алушының талабына сай ыңғайлау (өндіріс, сұрыптау, құрастыру және орау).

- Байланыстарды орнату-мүмкін болатын сатып алушылармен байланысты орнату және қолдап отыру.

- Келіссөздер жүргізу-тауар меншігін иемденуге беру үшін баға және басқа да шарттар туралы келіссөздер жүргізу.

- Тауар қозғалысын ұйымдастыру-тауарды тасымалдау және қоймаға қою.

- Қаржыландыру-арнаның қызмет атқаруына қажетті шығындарды жабатын қаржыны іздеу және пайдалану.

- Тәуекелге бару-өткізу арнасының жауапкершілігін өз міндетіне алу.

- Төлем жасау-тауарды өндірушіден алуға және тұтынушыға сатуға байланысты операциялар.

- Меншік құқығын табыстау-тауарларды иемдену құқығын бір жеке немесе заңды тұлғадан екінші бір тұлғаға табыстау.

Арнаның өткізу қызметтерін тек өндірушілер де, делдалдар да жүзеге асыруы мүмкін. Өткізу процестерін жалпы сипаттай келе, оның арналары, деңгейлер, жүйелер және өткізу нысандары деген құрамдастарын бөліп атайды.

Өткізу арнасы-ол өндірушіден тұтынушыға дейін тауарды жылжыту процесіне қатысатын фирмалар мен жеке тұлғалар жиынтығы. Маркетингтік әдебиеттерде кездесетін тарату арналары, тауар қозғалысының арналары, өткізу арналары немесе маркетингтік арналары деген терминдердің мағынасы бірдей.

Логистиканың қызмет ету саласында қолданылатын «тарату» түсінігі ғылымда даіс жүзінде де жиі пайдаланылады. Орыс тілінің түсіндірме сөздігінде тарату – әрқайсысына белгілі бір бөлікті бере отырып, біреулер арасында бірдеңені тарату делінген[2].

Экономикалық тарату – бұл ұдайы өндіріс үрдісінің кезеңі: ең бірінші материалдық игіліктерді өндіру керек, содан кейін оны бөледі, яғни өндірілген еңбек өніміне меншік құқығы бөлінеді.

Логистикадағы тарату – осы үрдістің физикалық сезілетін заттай құрамы. Тарату логистикасындағы негізгі зерттеу пәні қолда бар материал қорларының физикалық бөлу үрдісін оңтайландыру болып табылады. Өнімді қалай орау керек, қай маршрутпен жіберу керек, қойма желілері қажет пе, қажет болса қандай, делдалдар қажет пе – деген сияқты сұрақтарға шешім іздеу тарату логистикасының айналысатын мәселелері.

Логистика материалдық ағымдарды іштей басқаруды зерттейді және оны жүзеге асырады, сондықтан тарату сипатындағы әр түрлі мәселелерді шешуді, яғни акімдекім арасында бір нәрсені таратуды барлық кезеңде орындап отыруға тура келеді.

Логистикалық таратуда:

– тауар сатып алу барысында түрлі жабдықтаушылар арасында тапсырыстар бөлінеді;

– кәсіпорынға келіп түскен кезде сақтау орындары бойынша жүктер бөлінеді;

– өндірістің түрлі учаскелері арасында материалдық қорлар бөлінеді;

– сату үрдісінде материалдық ағымдар бөлінеді және т.б.

Тарату логистикасының дәстүрлі өткізу мен сатудан айырмашылығы мынада:

- материалдық және ақпараттық ағындарды басқаруды маркетинг мақсаттыр мен мәселелеріне айналдыру;
- тарату үрдісі мен өндіру және сатып алу үрдістерінің жүйелі өзара байланысы (материалдық ағымдарды басқару бойынша);
- тарату ішіндегі барлық үрдістердің жүйелі өзара байланысы.

Сонымен біздің пікірімізше тарату логистикасына мынадай анықтама беруге болады: тарату логистикасы – материалдық ағымдардың түрлі көтереме сатып алушылары арасында бөлі үрдісінде жүзеге асатын өзара байланысты функциялар жиыны.

Тарату логистикасындағы зерттеу объектісі – жабдықтаушыдан тұтынушыға өту сатысындағы материалдық ағым.

Материалдық ағымды тарату көптеген уақыттан бері шаруашлық қызметтің маңызды жағы болып табылады, бірақ маңызды функция жағдайына тек жақында ғана ие болды. Нарықтық экономикасы дамыған елдерде 50-60 жылдардың басына дейін тарату кездейсоқ түрде дамып отырған. тарату арналарын таңдау, тауарларды орау мәселелері, оларды тасымалдауға және сатып алушыға жеткізуге дайындық мәселелері бір-бірімен өте әлсіз өзара байланыста шешілді. Жалпы тарату функциясын қамтитын жеке функциялар басқарудың дербес функциялары ретінде қарастырылды. Тарату функциясына интегралды көзқарас 60-70 жылдардың басында дамыды. Бұл кезеңде өндірілген өнімді таратуға қатысты түрлі функцияларды бір басқару функциясына біріктіру тиімділікті жоғарылатудың үлкен резерві болатынын компаниялар түсіне бастады[30].

Тарату логистикасы жабдықтаушы-тұтынушы учаскесіндегі материалды ағымды басқару бойынша бүкіл мәселелер кешенін қамтиды, өткізу мәселесін қою мезетінен бастап өнімнің жабдықтаушы сферасынан шығу мезетіне дейін.

Өткізу арнасын қалыптастыру кезінде бар мәселе-оған қатысушылар саны. Өткізу арналарының деңгейі-бұл тауарды өндірушілерден тұтынушыға жеткізу тізбегіндегі қайсыбір жұмысты орындайтын кез келген делдал. Өткізу арнасының ұзындығы арнаның аралық деңгейлерінің санымен анықталады, осыған байланысты өткізу арналары қысқа және ұзын болып қалыптасады.

Нөлдік деңгейдегі арна. Бұл арна тұтынушы мен өндірушіден ғана тұрады. Ол екеуінің арасында өткізу деңгейі болмайды, сондықтан тікелей маркетинг деп аталады. Тікелей маркетингке шығарып сату, үйде сату, телемаркетинг, пошталық сауда және тағы басқалары жатады.

Бір деңгейлі арна. Құрамына бір делдал кіреді. Тұтыну нарығында делдал ретінде әдетте бөлшек сатушы, ал өндірісте пайдалану тауарларды нарығында - өткізу жөніндегі агент, дистрибьютор және дилер атқарады. Мысалы: тұрмыстық техниканың негізгі түрлерін, жиһазды, теледидарды өндірушілер өз өнімдерін ірі бөлшек сатушыларға сатады, ал олар оны түпкі тұтынушыларға өткізеді.

Екі деңгейлі арна. Құрамына екі делдал кіреді. Тұтыну нарығында – көтерме және бөлшек саудагерлер, өндірістік құралдары нарығында – дистрибьютер және дилерлер. Мұндай арналарды әдетте азық-түлік, дәрі-дәрмек өндірушілер және тағы басқалары қолданады.

Үш деңгейлі арна. Құрамында үш делдал: көтерме, ұсақ көтерме және бөлшек саудагер болуы мүмкін. Мысалы, ет өңдеу өндірісінде көтерме сауда және бөлшек сауда сатушыларының арасында ұсақ көтермелеуші орналасады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

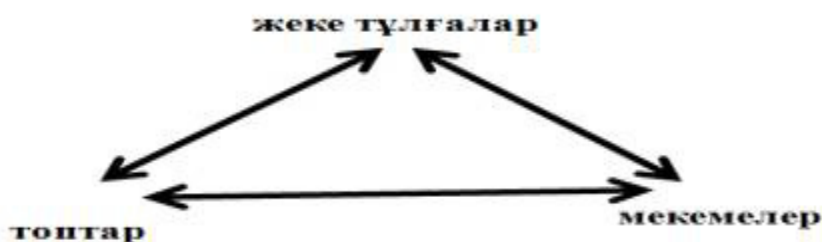
1. Аникин Б.А. Высший баскару для руководителей. М.: ИД ИНФРА_М, 2015.
 2. Козлов В.К., Старкова С.А. Коммерческая деятельность производственных предприятий. СПб: Изд_во СПбу, 2014.
 3. Лебедев Ю. Г. Логистика: Теория гармонизированных цепей поставок. – М.: Изд_во МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2015. – 448 б.
 4. Костоглодов Д.Д., Харисова Л.М. Распределительная логистика. Ростов_на_Дону: Экспертное бюро, 2015. – 127 б.
- Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – 4_е изд., перераб. и доп. –М.: ИНФРА_

Баймұханова М.Т.
Х.Досмұхамедов атындағы Атырау мемлекеттік
университетінің аға оқытушысы,
Жантемірова Айшат
Мемлекеттік және жергілікті басқару
мамандығының 1-курс студенті

ҰЙЫМДАҒЫ ПЕРСОНАЛДЫ БАСҚАРУ ЖҮЙЕСІНІҢ ЭЛЕМЕНТТЕРІ

Персонал-бұл адамдардың жеке сапаларының күрделі жиынтығы,оның ішінде әлеуметтік психологиялық қасиеттері басты рөл атқарады,персонал-кәсіпорынның экономикалық және инновациялық кеңістігінің басты бөлігі.Алдыңғы қатарлы кәсіпорындар жұмыс кезінде адам ресурстарының басқа ресурстар түріне қарағанда артықшылығын дәлелдейтін философиясымен басшылық ету кезінде шаруашылық субъектілерінің табысты іс-әрекетінің негізгі әлеуеті-кәсіпорын персоналында олардың біліктілігі мен кәсіпорын мүдделеріне берілгенінде екенін жақсы түсінеді. Персонал-кадрлар түсінігін қамтитын неғұрлым кең ұғым болып табылады,сондықтан персоналды басқару негізі болып ұйым мақсаттарына жету өндірістік жүйелердің қызмет етуінде жұмыскерлердің потенциалын неғұрлым толық және тиімді пайдалану мен дамыту тұрғысынан қарағанда өндіріс процесінде қызметкерлердің арақатынасы аса маңызды орын алады.

Персоналды басқару — бұл ұйымдық-экономикалық, әкімшілік-басқарушылық, технологиялық, құқықтық, топтық және жеке факторлар, кәсіпорынның табысының тиімділігін жоғарлату үшін персоналға ықпал ететін тәсілдер мен әдістер туралы кешенді қолданбалы ғылым. Осы ғылымның объектілері жеке тұлғалар мен орталықтар (ресми және бейресми топтар, кәсіби-біліктілікті және әлеуметтік топтар, ұжымдар мен біртұтастай мекеме) болып табылады.



Сурет 1 - Персоналды басқару ғылымының объектісі

Персоналды басқару ғылымының мәні бірлескен еңбек жағдайларында адамдардың және ортақтықтардың мінезін анықтайтын, негізгі заңдылықтар мен қозғаушы күштер болып табылады. Ал міндеті, персоналдың жеке тұлғалардың және топтардың мүдделерін есепке ала отырып, ұйымның табысқа жету мақсатында қолданылатын заңдылықтар мен факторлардың мінезін танып білу.

«Персонал» түсінігі көбінесе «адам ресурстары» түсінігімен алмастырылады. Ресурстарға ақшалай қаражаттар, құндылықтар, қорлар, мүмкіндіктер және табыспен қаражат көздері жатады. Адамдарды ресурстарға есептегенде, оларды «объект» дәрежесіне ауыстырады, «субъектіге» қарағанда олар басшылықты түсінудің мүмкіндігін шектейді.

Қазіргі заманғы ғылымдар мен практиктердің ойынша «кадр», «штаттық бірлік», «қор», «адамдық фактор» терминдерінің орнына «персонал» терминін енгізілуі, адамдардың өндірісте меңгеруінің өзгерісін, тұтынушы қарым-қатынасынан гуманистік үрдіске ауысуын қамтып көрсетеді.

Персоналды басқару қызмет түрі ретінде – бұл тірі еңбекті, адамдарды, потенциалды сарқылмайтын, айрықша қиын және перспективті кәсіпорынның қорын басқарады, шешуші деңгейде қызметтің нәтижелігін және ұйымның бәсекеге жарамдылығы мен өміршендігін анықтайды [1].

Персоналды басқарудың тұжырымдамасы - персонал басқаруын түсіну және мәнін, мазмұнын, мақсатын, тапсырмаларын, критерийлерін, ұстанымдарын, әдістерін анықтау және нақты ұйым шарттарында механизмдердің өңделуінің жүзеге асыруының теориялық әдістік көзқарастар жүйесі. Ортақ тұжырымдама кадрлық саясат және кадрлық жұмыс арқылы айқындалады.

Персоналды басқарудың негізгі мақсаты:

- бүгінгі күннің экономикалық ойлаумен және кәсіптік абырой сезімінің дамуының, жоғары білікті, персоналдың берілген тапсырмасын жауапты тұлғаны қалыптастыру;

- ұжымның әлеуметтік тиімділігін қамтамасыздандыру.

Персоналды басқару бүтіндік жүйе ретінде мынадай функцияларды жүзеге асырады:

- ұйымдастырушылық – персоналды толықтыруының талаптар мен қайнар-көздерін жоспарлау;

- әлеуметтік-экономикалық – персоналдың тиімді пайдалануына және бекітуіне бағытталған жағдайлар мен факторлардың жиынтығын қамсыздандыру;

- жаңғырту — персонал дамуының қамсыздандыруы.

Демек, персоналды басқару – бұл кәсіби қызметінің жағдайларында адамдарды тиімді басқаруының өнері де, ғылымы де болып табылады. Бұл персоналды ұтымды қолданудың, оның дамуының және оңтайлы жинақтаудың механизмдері, әдістер мен принциптердің жүйесі.

Персоналды басқару кәсіпорынның даму тұжырымдамасына жауапты болу керек, жұмыскерлердің қызығушылықтарын қорғауын және персоналды қабылдағанда, рәсімдегенде еңбек туралы заңнамаларының сақталуының қамтамасыздандырады [2].

Персоналды басқару жүйесі персоналдарды басқару мақсаттарының функцияларының ұйымдастырушылық құрылымның қалыптасуларынан басқарушылық шешімдерді негіздеу, өңдеу, қабылдау және көлдеңінен функционалды өзара байланыстардың қалыптасуынан тұрады.

Персоналды басқару функцияларын жүзеге асыратын жүйе ұйымның персоналын басқару жүйесі деп аталады.

Ұйымның персоналын басқару, басқару жүйесін жалпы және сызықтық басқарудың кіші жүйелерінен сонымен қатар, бірыңғай функцияларды орындауға мамандандырылған бірқатар функционалды кіші жүйелерден тұрады.

Жалпы және сызықтық басқарудың кіші жүйесі: ұйымды бүтіндей басқару, жеке функционалды және өндірістік бөлімшелерді басқару жұмыстарын атқарады. Жалпы және сызықтық басқарудың кіші жүйелерінен, сонымен қатар, бірыңғай функцияларды орындауға мамандандырылған бірқатар функционалды және өндірістік бөлімшелерді басқару жұмыстарын атқарады. Жалпы және сызықтық басқарудың кіші жүйесінің функциясын ұйымның жетекшілері, оның орынбасарлары, функционалды және өндірістік бөлімшелердің жетекшілері, олардың орынбасарлары, мастерлер, бригадирлер орындайды.

Ұйымдағы персоналды басқару жүйесі ұйымды бүтіндей және оның жеке бөлшектерін басқаруды орындайтын сызықтық жетекшілік бөлімдер мен сонымен қатар, келесі функционалды және қамтамасыз ететін кіші жүйелерден тұрады:

- персоналды жоспарлау және маркетинг;
- персоналды жалдау және есепке алуды басқару;
- еңбек қатынастарын басқару;
- бір қалыпты еңбек жағдайын қамтамасыз ету;
- персоналды дамытуды басқару;
- персоналдың мінез құлқын мотивациялауды басқару;
- әлеуметтік дамытуды басқару;
- басқарудың ұйымдастырушылық құрылымын дамыту;
- персоналды басқару жүйесін құқықтық қамтамасыз ету;
- персоналды басқару жүйесін техникалық қамтамасыз ету;

Ұйымның көлеміне байланысты функционалды кіші жүйелердің міндетін орындайтын бөлімдердің құрамы өзгереді. Кіші ұйымдарда бір бөлімше бірнеше кіші жүйелердің функцияларын орындауы мүмкін, ал жеке мәселелердің орындалуын бөлімше емес нақты мамандарға тапсырылуы мүмкін. Кейбір функциялар қатары персоналдарды басқару қызметіне кірмейтін басқа бөлімшелерге берілуі де мүмкін. Кейбір функциялар (мысалы, персоналдарды басқару жүйесін ақпараттық қамтамасыз ету) басқаруды ұйымдастыру жөніндегі

кіші бөлімдердің құзырына берілуі мүмкін.

Персоналды басқару қызметінің құрылымдық орналасқан орны келесі нұсқалардың біріне сәйкес келуі мүмкін:

- 1) Қызмет штабтық орган ретіндегі құрылым бойынша ұйымның жетекшісіне бағынады;
- 2) Қызмет ұйымның басқару құрылымына кіріп, персонал бойынша тағайындалған басшының жетекшілігінде болады;
- 3) Штабтық орган ретіндегі қызмет құрылымы бойынша функционалды бағыттағы директорға бағынады;
- 4) Қызмет құрылым бойынша әкімшілік ету жөніндегі маманның жетекшілігіне бағынады.

Персоналды басқару жүйесінің ұйымдастырушылық құрылымы. Персоналды басқару жүйесінің ұйымдастырушылық құрылымы-бұл персоналды басқару жүйесі мен лауазымды тұлғалардың өзара байланысқан жиынтығы.

Персоналды басқару жүйесінің ұйымдастырушылық құрылымын жасау келесі кезеңдерден тұрады:

- персоналды басқару жүйесінің мақсатын қалыптастыру;
- басқару функциясының құрамын анықтау;
- басқару функциясының құрамын қалыптастыру;
- ұйымдастырушылық құрылымның кіші жүйелер құрамын қалыптастыру;
- барлық деңгейдегі бөлімшелердің мамандары мен жетекшілердің құқықтары мен жауапкершіліктерін анықтау;
- кіші жүйелер арасында байланыстарды бекіту;
- бөлімшелердің саны мен атқаратын функцияларының еңбек сыйымдылығын есепту;
- ұйымдастырушылық құрылымның кескін үйлесімін құру.

Персоналды басқару жүйесінің ұйымдастырушылық құрылымын құру процесіндегі маңызды кезең-оның кіші жүйелерінің арасындағы байланыстарды қалыптастыру болып табылады. Бұл жағдайда байланыстың түрі, оның маңызы, мерзімділігі, материалдық негізі нақты белгіленуі қажет.

Құрылымдық байланыстың төрт түрін бөліп көрсетуге болады: сызықтық бағыну (тікелей әкімшілік жасау); функционалды жетекшілік ету (әдістемелікпен қамтамасыз ету, басқа бөлімшелерге кеңес беру); бірге қызмет атқару (жұмыстарды бірге атқару); функционалды қызмет көрсету (шешімдерді қабылдау процесін қамтамасыз етуде көршілес бөлімшелердің ақпараттарды дайындауы немесе басқа да жұмыстар).

Персоналды басқару жүйесі келесі негізгі элементтерді қамтиды:

- 1) басқару аппаратының мамандар тобын;
- 2) басқару жүйесінің техникалық құралдар кешенін;
- 3) персоналды басқару үшін қажетті ақпараттар негізін;
- 4) еңбекті ұйымдастыру және персоналды басқарудың тәсілдері мен әдістемелерінің жиынтығын;
- 5) құқықтық негізін;
- 6) персоналды басқару мәселелерін шешудегі ақпараттық процестерді басқарудың бағдарламалар жиынтығы;

Персоналды басқарудың екі бағыты бар . Бірінші бағыты бойынша бизнестің стратегиялары шеңберінде ұйым мен жұмыскерлер арасындағы қарым – қатынастарды реттеу негізінде ұйымның бәсекеге қабілеттілік жағдайлары мен ұзақ мерзімді дамуын қамтамасыз етуге мүмкіндік туғызады. Екінші бағыты бойынша, ағымдағы кадрлық жұмыстар жүргізіледі: кадрлар қажеттілігінің қазіргі жағдайы мен жоспарлауы, штаттық кестелерді жасау; персоналды бағалау және іріктеу, таяудағы кадрлық ауысымдарды, жұмыстан босатуды жоспарлау; біліктілігін жоғарылату және қайта даярлау және т.б. Жалпы алғанда, персоналды басқару-ұйымды қажетті өндірістік тәртіпті сақтайтын, өндірістік функцияларды қызыға орындайтын жұмыскерлердің қажетті санымен қамтамасыз ету болып табылады[4].

Бүгінгі кезеңдегі персоналды басқарудың мәні - ұйым жетекшілігінің жоғары дәрежесіне адам ресурстарын басқару жүйесін енгізу; компанияның ұйымдастырылған құрылымына және анықталған стратегиясына адам ресурстарын басқаруын қатыстыру; әр түрлі дәрежедегі барлық жетекшілердің бірыңғай кадрлық саясаттың жүзеге асыруының қатысуы; корпорацияның барлық деңгейлерінде және барлық бөлімшелерде персоналмен байланысқан, кадровиктер мен жетекшілердің интеграциясы, біріншілердің жетекшілердің кеңесшілері түрінде сұрақтарды шешуге үнемі қатысуы; мекеменің бірыңғай кадрлық тұжырымдамасы негізінде адам капиталының жүйелік, комплекстік сұрақтарын шешуін құрайды.

Дереккөздер тізімі:

1. <http://www.bibliotekar.ru/upravlenie-personalom-2/3.htm>
2. э.ғ.к., доцент Мұхамбетова Л.К., Бирсарина А. // Қазіргі заманғы персоналды басқарудың мінездемелері, факторлары және әдістері
3. http://uprperson.ru/upravlenie_personalom_sutj_zadanie_osnovnye_principy
4. Рахметов Б.А. Персоналды басқару: Оқу құралы – Алматы, 2005. - Б. 14.

Аннотация

В этой статье рассматриваются элементы системы управления персоналом как совокупность приемов, методов, технологий организации работы с персоналом.

Summary

This type of article is understood as an element of the system of managing personnel, how to get the benefits, methods, the organization of work with the staff.

Балабин Р.
Магистрант АЭСА
Сейфуллин Ж.Т.
д.э.н., профессор АЭСА

СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА

При изучении вопроса об экономическом содержании производительности

труда надо исходить из того, что труд, затрачиваемый на производство продукции, состоит из живого труда, расходуемого в данный момент в процессе производства продукции, и прошлоготруда, овеществленного в ранее созданной продукции, используемый для производства новой.

Функцией живого труда является не только создание новой стоимости, но и перенесение рабочего времени, материализованного в вещественных элементах производства, на вновь создаваемый продукт. Поэтому производительная сила живого труда характеризуется его способностью создавать новые потребительные стоимости. Общая тенденция роста производительности труда проявляется в том, что доля живого труда в продукте уменьшается, а доля овеществленного труда (сырья, материалов) возрастает, но так, что общая сумма труда, заключающаяся в единице продукции, сокращается. В этом и состоит сущность повышения производительности труда.

Изменение соотношения между затратами живого и овеществленного труда может происходить по-разному в зависимости от уровня развития производительных сил. На высшем этапе научно-технического прогресса с ростом механизации и автоматизации производства снижаются одновременно затраты и живого и овеществленного труда на единицу продукции, но затраты живого труда снижаются в большей степени, чем затраты прошлого труда, поэтому доля живого труда в продукте уменьшается, а доля прошлого – увеличивается. Отсюда, чем выше уровень механизации и автоматизации труда, тем большую роль в его экономии будет играть сокращение затрат овеществленного труда.

Производительность труда является показателем экономического роста, то есть показателем, обеспечивающим рост реального продукта и дохода. Увеличение общественного продукта на душу населения означает повышение уровня жизни.

Отсюда производительность труда – общий объем продукции, деленный на количество затраченного, на его производство труда, или реальная часовая выработка на одного занятого.

В нашей стране в последние годы показатель производительности исчез из официальной статистики, прекратилась работа по планированию повышения производительности на всех уровнях управления, начиная с организаций, перестал пропагандироваться передовой опыт в этой области.

Предприятия различной формы собственности игнорируют основной принцип рынка: возможность их преуспевания определяется более низкими затратами на выпуск продукции по сравнению с ценой на нее. Следовательно, для увеличения реализации и прибыли необходимо снижение себестоимости и цены, а значит – жесткое внутрипроизводственное планирование на основе технико-экономических норм и нормативов (по видам работ, затратам труда, сырья, материалов и топливно-энергетических ресурсов, использованию производственных мощностей и удельным капитальным вложениям). Причем требуются планирование и координация масштабов и интенсивности деятельности по всем основным организационным элементам – занятости, структура кадров, технология и оборудование, продукция и рынок сбыта, которые являются важнейшими составляющими управления производительности труда.

Одной из основных проблем нынешнего кризисного состояния экономики является обвальное падение производительности труда. Как известно, динамика производительности труда, определяется взаимным изменением двух составляющих ее элементов – объемов производства и численности промышленно-производственного персонала. В свою очередь, каждый из этих элементов определяется взаимодействием целой группы факторов, действующих, как правило, разнонаправлено.

Вопросам повышения производительности труда в условиях планово-централизованной экономики придавалось большое значение, хотя по ряду объективных и субъективных причин эти проблемы не могли решаться достаточно эффективно. Сейчас, к большому сожалению, вопрос эффективности, и в частности эффективности труда, практически никого не интересуют, ибо ошибочно считается, что для стабилизации экономики эта проблема не очень важна. Однако без остановки падения и последующего роста производительности труда не возможно добиться стабилизации общественного производства, не говоря уже о его росте. Главной причиной сокращения производительности труда стало падение объемов производства. Важным фактором спада является кризис неплатежей. Последние возникают вследствие как низкой платежной дисциплины, так и сокращающейся платежеспособности предприятий.

Наиболее просто объяснить обвальное падение производительности труда можно тем, что происходящий спад производства не сопровождается соответствующим сокращением численности занятых, а точнее – численности промышленно-производственного персонала. Происходит накопление скрытой, или латентной, безработицы. В связи с этим остановимся на факторе цены труда. По большому счету, накопление скрытой безработицы было бы не возможным, если бы не уменьшалась реальная заработная плата. Поэтому содержание излишней численности возможно только за счет уменьшения реальной заработной платы всех работников.

В рыночной экономике заработная плата – цена рабочей силы, соответствующая стоимости предметов потребления и услуг, которые обеспечивают воспроизводство рабочей силы, удовлетворяя физические и духовные потребности работника.

Тенденция снижения цены труда – реальной заработной платы работников материального производства, особенно государственных предприятий, в значительной степени препятствует росту производительности труда.

Заработная плата во много раз меньше, чем в Европе, а цены на многие товары достигли мирового уровня. Дешевый труд не может быть высокопроизводительным, обеспечивать экономию и рациональное использование материальных и других производственных ресурсов. Все это ведет к деградации производства, дальнейшему падению его объемов и ухудшению качества выпускаемой продукции.

Таким образом, экономическая реформа не только не изменила прежние ранее негативные тенденции развития экономики, но и привела к глубокому и затяжному социально-экономическому кризису, беспрецедентному спаду производства, разрушению научно-технического и интеллектуального

потенциала, массовому обнищанию населения, возникновению социальной напряженности в обществе. Это обусловило дальнейшее снижение экономической эффективности производства и, в частности, производительности труда.

Повышение производительности труда в любой системе может происходить различными путями под воздействием различных факторов. Она может повышаться, если наблюдается одна из следующих ситуаций:

- объем продукции растет, а затраты снижаются;
- объем продукции растет быстрее, чем затраты;
- объем продукции остается без изменения, в то время как затраты снижаются (например, в результате реализации программ по сокращению издержек);
- объем продукции растет при неизменных затратах;
- объем продукции снижается более медленными темпами, чем затраты.

Рост производительности труда не может быть беспредельным. Экономически разумные пределы роста производительности труда диктуются условием увеличения массы потребительных стоимостей и повышения качества продукции. Стремление к безмерному росту производительности труда за счет сокращения численности работающих может привести к снижению объема и качества выпускаемой продукции.

Основным источником удовлетворения потребностей трудящихся является оплата труда, будучи правильно организованной, она содействует вовлечению людей в производство, становится важнейшим средством материального стимулирования непрерывного роста производства, повышения его эффективности.

Общий уровень заработной платы зависит от состояния экономики страны, от производительности труда, техники, технологии, организации производства. На реальное содержание заработной платы оказывает влияние изменение цен на товары широкого потребления и услуги, ставки налогов. В связи с этим различают номинальную и реальную заработную плату.

Номинальная заработная плата – абсолютная сумма денежных средств, получаемая работником за определенный период или работу.

Реальная заработная плата – это количество материальных благ и услуг, которое может быть приобретено работником при данном уровне номинальной заработной платы.

Распределение материальных благ через заработную плату наиболее тесно увязывает интересы эффективного развития производства и потребления. Это проявляется в социальной и экономической функции заработной платы.

Социальное значение заработной платы состоит в том, что она выступает основным источником повышения благосостояния работников, стимулирует творческое отношение к труду.

Экономическое значение заработной платы сводится к тому, чтобы возместить затраты живого труда, создать условия для воспроизводства рабочей силы, материальной заинтересованности в индивидуальных и коллективных результатах труда, повышении эффективности производства, улучшении качественных показателей работы.

Планирование заработной платы включает определение фонда и средней заработной платы по категориям персонала.

Фонд заработной платы – это сумма денежных средств, предусмотренных в плановом периоде для выплаты работникам по тарифным ставкам, окладам и сдельным расценкам, а также премий из фонда заработной платы и всех видов доплат к основной заработной плате.

Планирование фонда заработной платы должно обеспечить повышение заинтересованности персонала в улучшении индивидуальных результатов труда и конечных результатов деятельности предприятия.

Повышение производительности труда связано с изменением всех затрат производства, поэтому необходимы управление этими процессами, их планирование и координирование (включая занятость, структуру кадров, технологию и оборудование, продукцию и рынки сбыта). В системе управления производительностью должны сочетаться также два направления: мотивационное и техническое, т.е. усиление заинтересованности в повышении производительности труда и обеспечение условий ее роста.

Список использованной литературы:

1. Антикризисное управление: от банкротства к финансовому оздоровлению/ Под ред. Г.П.Иванова. - М.: Закон и право, ЮНИТИ, 2012.-309с.
2. Грузинов В.П. Экономика предприятия: Учебник для вузов/ Под ред. проф. В.П.Грузинова. - М.:Банки и биржи, ЮНИТИ, 2013.-535с.
3. Евдокимов Д.К., Нормирование материальных ресурсов.-Словарь.- М.:2012.-250с..
4. Зайцев Н.Л. Экономика промышленного предприятия: Учебник; 2-е изд., перераб. и доп.-М.:ИНФРА-М,2011.-336с.

**Беймурзаева Майра – магистрант КГУ им. Ш.Уалмханова
(Кокшетау, Республика Казахстан)
Научный руководитель – д.э.н, доцент Исаков А.Ж.**

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В настоящее время ни одно предприятие в системе рыночных отношений не может нормально функционировать без маркетинговой деятельности. И значение маркетинга резко возрастает. Это происходит потому, что потребности людей, как известно, безграничны, а ресурсы предприятия ограничены. Каждый субъект имеет свои потребности, удовлетворить которые не всегда качественно удается. К каждому необходим свой индивидуальный подход. Поэтому в новых условиях выживает то предприятие, которое может наиболее точно выделять и улавливать разнообразие вкусов. Этому и способствует маркетинг.

В Республике Казахстан опыт маркетинговой деятельности у отечественных предприятий весьма ограничен. При этом часто руководствуются принципом «продать, что берут, и за любую цену». Это, безусловно, противоречит самой идее

маркетинга [1]. Проблема оценки эффективности маркетинговых технологий является актуальной для многих предприятий, широко применяющих маркетинг в своей деятельности. В первую очередь, это обусловлено достаточно высокими маркетинговыми затратами в условиях конкуренции, и, как следствие, желанием руководителей знать, насколько оправданы затраты на реализацию той или иной стратегии маркетинга.

Для казахстанских предприятий проблема оценки эффективности маркетинговой деятельности становится особенно значимой, потому что им приходится выживать не только в условиях нестабильности внешней среды, обусловленной политическими и экономическими факторами, но и серьезной конкуренции со стороны зарубежных производителей [2].

Исследование эффективности маркетинговой деятельности предполагает проведение качественного и количественного анализа ожидаемого экономического эффекта, который предприятие рассчитывает получить при внедрении тех или иных мероприятий в системе управления. Экономический эффект получается в виде повышения качества управления, может быть выражен в увеличении сбыта, сокращении затрат на маркетинг, в повышении отдачи от рекламной компании и т.д.

Проблемам маркетинга уделяется достаточно большое внимание со стороны отечественных и зарубежных исследователей. Однако, существует целый ряд проблем и задач, которые до настоящего момента не получили удовлетворительного решения.

Осуществление маркетинговой деятельности выступает как объективная необходимость ориентации научно-технической, производственной и сбытовой деятельности фирмы (предприятия) на учет рыночного спроса, потребностей и требований потребителей. Здесь отражается и постоянно усиливается тенденция к планомерной организации производства в целях повышения эффективности функционирования фирмы в целом и ее хозяйственных подразделений.

Маркетинговая деятельность предприятия направлена на то, чтобы достаточно обоснованно, опираясь на запросы рынка, устанавливать конкретные текущие и главным образом долговременные (стратегические) цели, пути их достижения и реальные источники ресурсов хозяйственной деятельности; определять ассортимент и качество продукции, ее приоритеты, оптимальную структуру производства и желаемую прибыль. Другими словами, производитель призван выпускать такую продукцию, которая найдет сбыт, принесет прибыль. А для этого нужно изучать общественные и индивидуальные потребности, запросы рынка как необходимое условие и предпосылку производства. Поэтому все больше углубляется понимание того, что производство начинается не с обмена, а с потребления. Эта концепция нашла свое воплощение в маркетинге [3].

Именно всестороннее изучение спроса, потребностей и их учет в целях более правильной ориентации производства и составляют главное назначение маркетинговой деятельности в системе управления процессом производства.

Маркетинг подразумевает управление рынком с целью осуществления обмена для удовлетворения нужд и запросов человека. Или, другими словами, маркетинг – это процесс, в ходе которого отдельные лица и группы лиц получают

необходимое и желаемое посредством создания товаров и потребительских ценностей и обмена ими друг с другом.

Процессы обмена не происходят сами по себе. Продавцы должны искать покупателей, выявлять их потребности, создавать качественные товары и услуги, продвигать, хранить и доставлять их. Разработка товаров, анализ рынка, коммуникации, распределение, установление цен и обслуживание потребителей – основные виды маркетинговой деятельности. Принято считать, что маркетингом занимается в основном продающая сторона, но и покупатели, оказывается, принимают в нем участие – когда ищут нужные товары по доступным ценам. Агенты по закупкам тоже участвуют в маркетинге, занимаясь поиском продавцов, с которыми можно совершать выгодные сделки.



Рисунок 1. Составляющие элементы системы маркетинга предприятия [4]

На рисунке 1 показаны основные элементы системы современного маркетинга. В стандартной ситуации маркетинг подразумевает обслуживание рынка конечных потребителей в условиях наличия конкуренции. Компания и ее конкуренты отправляют производимую ими продукцию и информацию о ней конечным потребителям – напрямую или через маркетинговые промежуточные звенья (посредников). На все действующие лица этой системы оказывают влияние одни и те же факторы окружающей среды (демографические, экономические, экологические, научно-технические, политико-правовые, социально-культурные). Каждая из составляющих системы маркетинга вносит свой вклад в создание потребительской ценности. Таким образом, успех компании зависит не только от ее собственных действий, но и от того, насколько хорошо нужды конечного потребителя удовлетворяются всеми звеньями цепи.

Философия управления маркетингом предполагает, что достижение компанией своих целей является результатом определения нужд и запросов целевых рынков и более эффективного по сравнению с компаниями-конкурентами удовлетворения потребителя.

Маркетинговая деятельность, ее состояние на конкретном предприятии является актуальной на сегодняшний день, потому что сам процесс маркетинговой деятельности подразумевает систему различных мероприятий, которые после проведения анализа позволяют выбрать оптимальный вариант финансово-хозяйственного развития предприятия в целом.

Уже сейчас большинство руководителей понимает, что успех предприятия во многом зависит от эффективного руководства, принятия оптимальных решений, изучения рынка, подбора кадров. И все это полностью или частично входит в предметную область маркетинговой стратегии развития предприятия.

Современная концепция маркетинговой стратегии состоит в том, чтобы все виды деятельности предприятия основывались на знании потребительского спроса и его изменений в перспективе. Более того, одна из целей маркетинга заключается в выявлении неудовлетворенных запросов покупателей, чтобы ориентировать производство на удовлетворение этих запросов. Система маркетинга ставит производство товаров в функциональную зависимость от запросов и требует производить товары в ассортименте и количестве, нужном потребителю. Именно поэтому маркетинг, как совокупность сложившихся методов изучения рынков, ко всему прочему еще направляет свои усилия на создание эффективных каналов сбыта и проведение комплексных рекламных кампаний. Руководителям современных предприятий Республики Казахстан необходимо не только изучать концепцию маркетинга, но и уметь ее использовать, именно так и можно добиться повышения эффективности маркетинговой деятельности предприятия.

Роль маркетинга и его вклад в достижение основной цели любой коммерческой фирмы по увеличению прибыли ограничен. Традиционно маркетинг – это подсистема коммерческой службы, и его задача – продать товар в заданном объеме, по заданной цене, в определенном географическом регионе в отведенное время. Три параметра оценки, которые могут достаточно полно отразить эффективность маркетинговой деятельности: рыночная доля, известность и имидж торговой марки, лояльность потребителей [5]. Анализ этих параметров, сравнение их фактических и плановых значений может показать, насколько маркетинговая служба справилась с поставленной задачей, в какой области искать причину неудач, где есть резерв для роста. Полученные данные являются ключевыми для составления стратегии дальнейшего развития.

Список источников

1. Казиева Р. Основы бизнеса. – Алматы, 2009.- С.82
2. Рахимбаев А.Б, Бельгибаев А.К. Теория и практика маркетинга: учебное пособие. – Алматы, С. 172.
3. Абрамишвили Г.Г. Проблемы международного маркетинга. – М.: МО, 2002. – С. 93.
4. Лавров С.Н., Злобин С.Ю. Основы маркетинга промышленных объектов. – М., 2007.- С.177
5. Лескевич С.А. Проблемы эффективности маркетинга на казахстанских предприятиях//КазЭУХабаршысы/Вестник КазЭУ. -201.1-№2(80). – С. 142-147

Аннотация

В данной статье рассматриваются роль и значение маркетинговой деятельности, проблемы оценки эффективности маркетинговых технологий,

которые являются актуальными для предприятий, широко применяющих маркетинг в своей деятельности.

Annotation

This article examines the role and importance of marketing activities, the problems of assessing the effectiveness of marketing technologies, which are relevant for enterprises that widely use marketing in their activities.

Аннотация

Осы мақалада маркетингтік технологияның тиімділік бағаларының мәселелері және маркетинг қызметінің рөлі мен маңызы қарастырылады, өз қызметінде кеңінен маркетинг қолданатын кәсіпорындар үшін өзекті болады.

Биболова Айтолқын
Менеджмент мамандығы 1 курс студенті
Шиганбаева Н.Б
Алматы экономика және статистика
академиясының аға оқытушысы

КРИПТОВАЛЮТА ЖӘНЕ ОНЫҢ BITCOIN РЕТІНДЕ ҚОЛДАНЫП, ҚАЗІРГІ ЗАМАНҒЫ ЭКОНОМИКАҒА ӘСЕРІ

Бүгінгі күні әлемнің көптеген елдерінде тауарларды немесе қызметтерді сатып алуға немесе сатуға байланысты операцияларды жүзеге асыру үшін криптовалюта төлем құралы ретінде пайдаланылады. Крипталық валюта - орталықсыздандырылған есепке ие, криптографияны пайдалана отырып, транзакциялық блоктың тізбегі Блокбинде өзгеріссіз қалу үшін сандық актив.

[1]

Криптография - құпиялылықты қамтамасыз ету әдістерінің ғылымы (ақпараттың сырттағы тұлғаларға оқылуы мүмкін еместігі), деректердің тұтастығы (ақпараттың елеусіз өзгеруінің мүмкін еместігі), аутентификация (автордың түпнұсқалығын тексеру немесе объектінің басқа да қасиеттері) және авторлықтан бас тартудың мүмкін еместігі [1].

Биткойн - бұл екі тарап арасындағы сандық транзакцияны делдалсыз жүргізуге мүмкіндік беретін криптондық валюта түрі. Әрбір транзакция регистрлер ретінде әрекет ететін блоктарда сандық кодтармен жазылады және толық толтырылған кезде бірден жаңа блок жасалады. Барлық блоктар бір-біріне хэштегтер арқылы қосылады, ал осы блоктың сызықтық хронологиялық тізбегі блок-тізбекті құрайды. Осылайша, әрбір транзакция қауіпсіздік деңгейін жоғарғы деңгейде қамтамасыз ету үшін сандық түрде жазылады. Транзакция тіркелсе де, биржада қатысатын тараптардың ақпараты ашылмайды.

Криптографиялық валютада санаттар бойынша жіктелуі бар, олардан негізгі ерекшеліктерді ажыратуға болады:

Қамтамасыз етілмеген	Қамтамасыз етілен
Криптовый валюта бағалары қоғамда қалыптасқан сұраныс негізінде қалыптасады және соның салдарынан спекуляция мүмкіндігін ұлғайтуға, сондай-ақ мұндай крипто валютаның құнсыздануының әлдеқайда жоғары мүмкіндігіне ықпал етеді.	Крипталық валюта нақты активтермен қамтамасыз етіледі. Мұндай криптондық валюта крипто-белсенді деп аталады.

Осылайша, Активтермен қамтамасыз етілген активтердің иесі кепілдіктер бойынша артықшылықтарға ие - бұл қаржы құралының нақты активтерді қамтамасыз етуге негізделмеген басқа криптоларға қатысты жоғары өтімділігі [1]. Қазіргі уақытта ең қымбат крипто валютасы - BITCOIN. 2017 жылдың 23 желтоқсанында бір BITCOIN'a құны 15 179 АҚШ долларын құрайды, капиталдандыру 254 400 559 735 АҚШ долларын құрайды. Салыстыру үшін, 2017 жылғы 23 желтоқсандағы жағдай бойынша екінші ең танымал крипто-валюта Ethereum капиталдандыру 71,228,981,687 АҚШ доллары.

Кесте - 2017 жылғы 23 желтоқсандағы Криптопрозигтің капитализация көрсеткіштері.

Валюта	Құны, АҚШ доллары әр дана үшін	Капиталдандыру АҚШ долларымен
Bitcoin	14 436	237 208 621 775
Ethereum	462	47 307 563 863
Bitcoin cash	1 398	23 558 097 964
Exchange Union	7	20 367 612 690
Veritasium	189	18 915 583 000

Дерек көзі: жеке даму негізінде [2]

Ақшаның негізгі идеясы - тауарлармен алмасу, нәтижесінде және адамдар арасында. Bitcoin-ақ тауарларды айырбастауға (сатып алу / сату) және басқа төлем құралдарының аясында тиімдірек және оңай басқарылады. Дегенмен, крипто-валютаның оң және теріс жағы бар [3].

Оң жағынан:

Толық анонимділік. Бақылаудың жоқтығы және операциялар туралы ақпараттың (күні, көлемі, тауар алмасуы) ақпараттардың болмауы. Нәтижесінде жіберетін адамға және жай алмайтын адамға қандай да бір шектеулерді қолданыңыз. Жекелеген қатысушыларға операцияларды жүргізуге толық тыйым салу мүмкін емес.

Шағын комиссиялық пайыз. Қатысушылар арасында мәміле жасау үшін ең аз комиссия - транзакция сомасынан 0.0001 астам б.т. Аударымның аз мөлшерімен бұл комиссия соншалықты кішкентай болғандықтан, оны жоқ деп айтуға болады. Соған қарамастан, осы нарықтағы транзакциялардың саны әртүрлі және бір саудасаттықтағы бірнеше бірліктерден бірнеше миллион бірлікке дейін болады. Нәтижесінде, комиссия әлдеқайда үлкен болады, бірақ соған қарамастан, басқа төлем құралдарын жасаумен салыстырғанда, ол өте төмен деңгейде қалады.

Транзакция жылдамдығы. Мәміленің жылдамдығы - бірнеше минут. Дегенмен, мәміле барысында транзакция сомасына байланысты кідірістер орын алуы мүмкін, алайда, егер мәміле ақысы көтерілсе, бұл кешіктірулерді барынша азайтуға болады. Салыстыру үшін әртүрлі елдер арасындағы банктік аударымдар бірнеше күнден бірнеше аптаға дейін созылуы мүмкін, бірақ кез келген проблемалар, бұзушылықтар немесе сәйкессіздіктер болған жағдайда бұл трансферттер белгісіз мерзімге тоқтатыла алады немесе мүлде мұздатуы мүмкін. Банкаралық аударымдармен қатар, аударымдарды растау мен бекіту уақытының ұзақтығы бірнеше аптаға жетуі мүмкін.

Теріс жағы:

Мәмілені болдырмау мүмкіндігі. Криптондық валютамен ақша аударғанда, ешкім сіздің қаражатыңызды басқармайды және аударымды тоқтата алмайды. Егер ақшалай қаражат алдын-ала төлем ретінде жіберілсе, онда тек алушының тұтастығына сүйенуге болады. Дәстүрлі ұлттық валюталар бұл тұрғыдан сенімді және апат болған жағдайда барлық ақша қайтаруға мүмкіндік береді.

Мәмілелер бойынша уақыт ұзақтығы (банктік аударымдармен салыстырғанда). Бір банктегі және осы банктің бір қатысушысымен ақша аудару уақыты бір минуттан аз уақытқа жетеді. Мысалы, карточкадан бір банктің қатысушы картасына аудару бірнеше секундқа созылады, ал Bitcoin арқылы аударымдардың ең аз ұзақтығы бірнеше минут ішінде бірнеше сағатқа дейін (комиссия сомасына және мөлшеріне байланысты) қабылданады [3].

Қазіргі заманға сай крипто-валюта мәселелерінің бірі: валюта немен қамтамасыз етілген және олардың бағасы қалай қойылады?

Егер валюта алтынмен қамтамасыз етілген деп айтылса, алтынға валютаның айырбасталуы мүмкін болатын орын бар дегенді білдіреді. Бір мағынада, криптовалютаның тауардың сатушысы белгілеген бағамен, яғни белгілі бір валютаға тауар алмасуға уәде бергені туралы айтуға болады.

Осылайша, крипто валютасын мәміле жасасқан тараптардың біреуінің «уәдесі» ғана қамтамасыз етеді деп айтуға болады.

Бағаға келетін болсақ, крипто-валютаның құны бар, себебі олар төлем ретінде қабылданады. Қарапайым, бір жағы крипто валютасын сатып алады және осы валюта үшін тауарлармен алмасады. Яғни, шын мәнінде, крипто валютаның өзі - «тауар». Экономикалық теориядан өнімге сұраныстың неғұрлым жоғары болғаны белгілі, баға да соғұрлым жоғары. Осыдан бастап, крипто валютасының бағасының өсуі осы «өнімнің» нарықтағы сұранысына байланысты екендігі туралы қорытынды жасауға болады.

Бұдан әрі, сұраныстың өсуі себебін, онымен бірге биткоин бағаларын қарастырып көрейік:

1) Белгілі болғандай криптондық валютамен жасалған операциялар интерференция мен сыртқы бақылаудан қорғауды қамтамасыз ететін күрделі кодтар мен кодтармен қорғалған. Яғни, бұл операциялар қауіпсіз және басқа қатысушыларға көрінбейді.

2) Курстың өсуіне басты әсер бұл крипто валютаны «Wordpress» сияқты ірі ұйымдардың тануы мен танылуы болды.

3) Кипрдегі дағдарыс, бұл өз қаражаттарына инвесторлар үшін «тыныш аймақ» іздеді. Соның салдарынан, бұл қаражаттар биткоинге жұмсалды.

Соңғы себепке байланысты, крипто-валюта - «оффшорлық аймақ» болып табылады, онда ақша мен ақша қайда және қашан ауыстырылатындығыңызды да көре алмайсыз.

Алайда, криптовалюта ешқандай кіріссіз және қамтамасыз «көпіршікке» ұқсас. Криптовалюта айырбас ретінде ғана құны бар, бірақ қолданыстағы құндылығы жоқ. Егер бәрі кенеттен биткоин және басқа валюта қолданудан бас тартса «көпіршіктің» құны нөлге түседі. Осылайша, криптондық валютаның сенімсіздігінен көптеген инвестициялардың салынған қаражаттардың барлығы миллиардтаған долларларды мыңдаған долларға айналдыруға мүмкіндік беретін жай ғана құнсыздану мүмкіндігіне ие болады және криптовалютасына салынған осы ірі компаниялар банкрот болуы мүмкін, жекелеген өңірлер мен салалардағы дағдарысқа әкелуі мүмкін.

Осылайша, қазіргі кезеңде крипто-валютаның әлемдік экономикадағы әсері, негізінен, оларға инвестицияланған сандар мен сомалардан өте маңызды деген қорытындыға келуі мүмкін. Бөлініп жатқан сұраныстың арқасында төлем құралы және сыртқы кедергілерден қорғау. Соған қарамастан, қазіргі құлдырау қаупі өте ауыр және оның салдарынан қаражат жоғалту салдарынан тұтастай алғанда экономикаға теріс әсер етуі мүмкін.

Дереккөздер тізімі:

1. Криптовалюта / Bitbon Space [Электронный ресурс]. – Кіру режимі: <https://www.bitbon.space/chto-takoe-kriptoalyuta> –Кірген күні: 21.12.2017.
2. Курс криптовалют на сегодня / MYFIN.by [Электронный ресурс]. –Кіру режимі: <https://myfin.by/crypto-rates?sort=capitalization.desc> –Кірген күні: 23.12.2017.
3. Bitcoin в мировой экономике / Bitcoin [Электронный ресурс]. -Кіру режимі: <https://ru.bitcoinwiki.org/wiki/Bitcoin>. –Кірген күні: 21.12.2017

Аннотация

Мақалада криптондық валютаға қатысты негізгі анықтамалар қарастырылған. Көптеген ең кең тараған крипто-валюта бағасының көрсеткіштері қарастырылады. Криптондық валютаның артықшылықтары мен кемшіліктері қарастырылады. Осындай қорытындылар экономикаға әсер етуі мүмкін.

Аннотация

В статье рассмотрены основные определения связанные с криптовалютой. Рассмотрены стоимостные показатели нескольких наиболее распространенных криптовалют. Рассмотрены преимущества и недостатки криптовалюты. Так же сделаны выводы о ее возможном влиянии на экономику.

Summary

In the article the main definitions related to crypto currency are considered. The cost indicators of several of the most common crypto-currencies are considered. The advantages and disadvantages of crypto currency are considered. The same conclusions are drawn about its possible impact on the economy.

Бисенбина Аружан.
«Қаржы» мамандығының 1 курс студенті.
Шиганбаева Н.Б
Алматы Экономика және Статистика Академиясы,
аға оқытушы

ЖАРНАМАНЫҢ НАҚТЫ ТҮРІН ЖӘНЕ ОНЫҢ ТИІМДІЛІГІН ТАҢДАУ.

Жақсы жарнамасыз, әсіресе қазіргі заманғы әлемде, қаланың жарнама көшелерінде, Интернеттегі WEB-беттерде, газеттерде, теледидарларда және күнделікті кездесетін басқа да нысандарда және дерек көздеріне жарнама толы болғандықтан жақсы жарнамасыз көп пайда табу мүмкін емес.

Жарнамаға үнемдемеңіз немесе оны артқы жағына қоймаңыз, себебі ол компанияға немесе фирмаға нарықтағы жетекшілікті алуға көмектеседі. Бірақ сіз бүкіл мемлекетті жарнамаға бөлместен бұрын оның қандай түрлерінің сіз үшін дұрыс екендігін және сіздің жарнамаңызды әлеуетті клиентке ғана емес, адамдардың ең көп санына қол жетімді болатындығын анықтауыңыз керек.

Мақала жарнаманың бірнеше түрін қарастырады және олардың әрқайсысының артықшылықтары мен кемшіліктерін айқындайды. Біз үшін бірінші және ең таралған әдіс: теледидарда жарнаманы ұсыну. Теледидар жарнамасы әр түрлі жастағы және қызығушылық тудыратын көптеген теледидар көрермендерін қамтиды және әлеуетті клиенттерге ақпарат берудің ең сенімді әдістерінің бірі болып табылады. Бұл әдіс өте қымбат және дайындау қиын, бірақ ол оң нәтиже әкелуі мүмкін.

Бұл әдістің басты артықшылығы - адамның көрнекі және есте сақтау қабілетіне бағдарлау. Көптеген жарнамалық агенттіктер өз уақытында жарнама абсурд әдісін қолданады – яғни коммерцияны(жарнаманы) күлкілі есте сақтайтын ұранмен немесе саундтрекпен жасайды, ол адамның жадында сақталады, оған оны сатып алуға немесе жаңа қызметті пайдалануға мәжбүр етпейді. Бұл әдіс бойынша елеулі кемшілік - болашақта осы ұйымның клиенттері бола алатын адамдардың белгілі бір сегментіне назар аудармау. Мәселен, ипотекаға төмен қызығушылық туралы жарнама ересектерге және мектепке дейінгі балаларға ұқсас, олар үшін бұл бейне пайдалы ақпарат бермейді.

Екінші және кең танымал әдіс- Интернетте жарнама жасау болып табылады. Бұл әдіс кәсіпорынның немесе фирманың және өзіңіздің WEB парақшаңызды құруды, сондай-ақ жарнамаларды басқа сайттарға немесе іздеу жүйелеріне жіберуді қамтиды. Әрбір өзін-өзі құрметтейтін ұйымның Интернетте өз WEB-беті бар. Бұл дизайнды тартымды болуға ғана емес, сондай-ақ әлеуетті пайдаланушыны қызықтыратын барлық ақпаратты барынша көрсету керек. Мысалы, тауарлардың немесе қызметтердің бағасының веб-сайтында көрсеткіш пайдаланушыларға ұсыныстың қаржылық мүмкіндіктеріне сәйкес келетіндігін дереу шешуге көмектеседі. Оң шешім қабылданған жағдайда мұндай бетті «бетбелгілерге» қосып, әрқашан есте сақтау керек. Сайтты артық ақпаратпен шамадан тыс түсіру пайдаланушыға жақсы әсер қалдырмайтындығын, керісінше, оны алыстауға

итермелейтінін ескеру керек Мысалға, егер жақсы тәрбиеші бар болса, бұл ұсынылған кандидаттың балаға қалай ұнайтындығын, қызықтыратындығын білдірмейді. Егер байланыс қоңырауларға жауап бермесе, қоңырауларға дейін күте тұрса, телефон нөмірін қайта теріп алмауға мүмкіндік беретін байланыс деректері көрсетіле отырып кері байланыс нысаны болуы артық болмайды.

Сіздің ұйымыңыз туралы қысқаша әңгімелесу, бәсекелестерге қатысты барлық артықшылықтары мен артықшылықтарын атап өту пайдалы болады. WEB-парақшаңызды портфолиоға қосыңыз, егер сіз бұл әрекетті орындауға мүмкіндік берсеңіз, бұл клиент үшін теріс нәтижелерді болдырмауға көмектеседі. Әрине, сайттың пайда болуы әлеуетті тұтынушыға да әсер етпейді. Мәтіндік ақпаратқа ұқсас, дизайн қарапайым және нәзік болуы керек. Әрине, түстер схемасы туралы айту мүмкін емес, өйткені әр адамның талғамы бөлек. Дегенмен, минимализм барлық адамдар үшін жағымды болады деп айтуға болады және көбінесе ұйымның қызметіне ешқандай қатысы жоқ артық суреттерге емес, WEB-бетте жарықтандырылған пайдалы аспектілерге көңіл аударуға көмектеседі.

Басқа сайттардағы жарнама пайдаланушыға бірнеше ұқсас ұйымдар арасында таңдауға мүмкіндік береді. Жарнаманы ұсыну үшін көптеген WEB-ресурсы бар, онда пайдаланушы өзі белгілеген параметрлерге сәйкес ұсынылған параметрлерді таңдай алады. Оң нәтиже іздестіру жүйесіндегі контекстік жарнама арқылы жүзеге асырылады, егер пайдаланушы іздеу жолында негізгі сөздерді терсе, сіздің ұйымыңыздың сайтына сілтеме алады. Бұл әдістің артықшылығы - оны қарапайым бетте көрсету арқылы емес, жолдама үшін қолжетімді баға және төлем. Мақсатты пайдалану өздерінің жас топтарына, қызығушылықтарына және географиялық орналасуына қарай жарнаманың көрсетілуін тұтынушылардың белгілі бір аудиториясына таңдауға мүмкіндік береді. Интернеттегі жарнаманың кемшілігі кейбір жастағы топтардың компьютерге және басқа мобильді құрылғылар желісіне қол жеткізу мүмкіндігі болмауы мүмкін болып табылады.

Қазіргі уақытта қаланың көшелеріне билбордтар мен түрлі белгілер және баннерлер талап етіледі. Әрине, бұл жарнамада белгілі бір аудиторияға ешқандай бағдар болмайды, сонымен бірге көптеген адамдарға қол жетімді. Көптеген адамдар қаланы өзінің барлық даңқында көреді: билбордтарсыз және плакаттарсыз, бірақ олар кейбір тауарларға жеңілдік үшін жарнаманы көрген кезде дүкенге қалай баратындығын байқамайды, бұл қазіргі уақытта мүлде қажетсіз болуы мүмкін. Бұл әдіс бойынша кемшіліктер, әрине, көп. Билбордты жалға алу шағын бизнеске оның құндылығына байланысты қол жетімсіз болуы мүмкін, ал автокөлік энтузиастары жазуларға үнемі көңіл бөлуден пайда көрмейді, бұл тіпті апатқа әкелуі мүмкін.

Сондай-ақ, баспа басылымдарында: газеттер мен журналдарда жарнамалау мүмкіндігі бар. Жарнаманың бұл түрін өзекті деп санауға болмайды, себебі баспа басылымдарының көпшілігі электронды түрде және басылған нұсқасынан айырмашылығына қарағанда тегін. Қарт және егде адамдар арасында ғана газеттер мен журналдар сұранысқа ие, егер сіздің ұйымыңыздың қызметі осы контингентте болса, назарға алынуы керек.

Жарнаманың әрбір түрі өзінің артықшылықтары мен кемшіліктеріне ие. Жарнамалық шығындар оның берілетін пайдадан аспайтындай етіп, оның қандай

түрлерінің қайсысының тиімді екендігін анықтауға, сондай-ақ оның қаржылық мүмкіндіктерін бағалауға бағытталған жарнамалық әрекеттің қандай топқа бағытталғанына талдау қажет.

Дереккөздер тізімі:

1. Сампо: Ақпараттық сайт [Электронды ресурс]. URL: www.sampo.tv/docum/reklama.doc (анықтама күні: 12.11.2015)
2. Сыртқы: жарнамалық сайт [Электронды ресурс]. URL: <http://outdoor.ru/articles/26959/> (анықтама күні: 12.11.2015)

Аннотация

Мақала жарнаманың бірнеше түрін қарастырады және олардың әрқайсысының артықшылықтары мен кемшіліктерін айқындайды. Жарнаманың түрін дұрыс таңдау әдісі анықталды, таңдалған дұрыс бағдар әлеуетті клиенттердің нақты топтарына қарай ең үлкен пайда мен тиімділікті қамтамасыз етеді.

Аннотация

В статье рассмотрено несколько видов рекламы и подчеркнуты достоинства и недостатки каждой из них. Раскрывается метод правильного подбора вида рекламы, который обеспечит наибольшую прибыль и эффективность, исходя из правильной ориентированности на конкретные группы потенциальных клиентов.

Summary

The article describes several kinds of advertising and the advantages or disadvantages of them. Explained a method of selecting the right kind of advertising, which provides the biggest profit and efficiency, based on a correct focus on the specific groups of potential customers.

Болатқызы Салтанат,
«Нархоз Университеті» АҚ,
э.ғ.к., доцент.
Сарсенова К.Б.
«Нархоз Университеті» АҚ,
э.ғ.м., аға оқытушы.

ҚЫЗЫЛОРДА ОБЛЫСЫНДАҒЫ ҚҰРЫЛЫС САЛАСЫНЫҢ БОЛАШАҒЫ

Қазіргі уақытта Қазақстанда құрылыс сапасын арттыру мәселесі айтарлықтай өзекті болып табылады. Құрылыс жұмыстарын сапалы жүргізуді талқылау кезінде Қарағанды қаласындағы машақатты «Бесоба» тұрғын үй кешені ойға оралады. Бұл құрылыс саласындағыларға үлкен сабақ болды.

ҚР Президенті Н.Назарбаевтың Қазақстан халқына «Нұрлы жол - болашаққа бастар жол» Жолдауында әлеуметтік инфрақұрылымдарды дамытуға қатысты бірінші кезекте, апатты мектептер мен үш ауысымда оқыту проблемаларын шешуді тапсырды. Үшжылдық бюджетте қарастырылған қаржы бұл проблеманы

2017 жылға дейін шешуге мүмкіндік бермейді. Сондықтан, Үкіметке қосымша 70 миллиард теңге бағыттауды тапсырды. Мектепке дейінгі мекемелерде орындар тапшылығын түбегейлі қысқарту үшін 3 жыл бойы қосымша 20 миллиард теңге бағыттауды тапсырды.

«Қолжетімді баспана» бағдарламасы аясында республикалық бюджеттен 787, 04 млн. теңге бөлініп, құрылыс жұмыстары жүргізілуде. Алдағы жылы жас отбасыларға берілетін төрт 50 пәтерлік, бір 40 және бір 30 пәтерлік тұрғын үйдің құрылысы басталады деп күтілуде.[1]

Қызылорда қаласында соңғы жылдары көптеген жаңа ғимараттар мен құрылыс нысандары салынуда. Солардың қатарында пайдалануға берілген «Сыр сүлейлері» аллеясы, «Бастау» бизнес орталығы, «Сыр Ана» кешені бар. «Жібек жолы» каналының бойынан бой көтерген жаңа мөлтек ауданда қарқынды құрылыс жұмыстары жүргізілуде. Ал, ескі ғимаратты қайта жөндеуге бағытталған «Тұрғын үй шаруашылығын жандандыру» бағдарламасы аясында Ақмешіт, Мерей, Шұғыла мөлтек аудандарындағы 18 қабатты тұрғын үйлер қайта жөндеуден өткізілді.

Аймақта құрылыс нысандарын салып, құрылыс индустриясы саласындағы тәжірибелі және алдыңғы қатарлы кәсіпорындар қатарында мыналар бар: «Құрылыс» Акционерлік қоғамы, «Мелиоратор» Жауапкершілігі шектеулі серіктестігі, «Құрылыс KZ» Жауапкершілігі шектеулі серіктестігі, «Асар Құрылыс» Жауапкершілігі шектеулі серіктестігі, «PM3 - Шапағат» Жауапкершілігі шектеулі серіктестігі және т.б.

Облыстың құрылыс материалдарының индустриясы силикат және күйдірілген кірпіш өндірісі, үлкен ассортиментте темір бетон бұйымдары өндірісі, әртүрлі фракциядағы қиыршық тас, асфальт бетон, полимерлік құбырлар, ағаш бұйымдары және басқа да құрылыс материалдары өндірісі бойынша кәсіпорындарымен ұсынылып отыр.

Қазіргі кезде облыста құрылыс материалдарын шығаратын кәсіпорындар:

– 6 кәсіпорын темір бетон бұйымдарын және тауарлы бетон шығарумен мамандандырылған («Құрылыс» АҚ, «КСМиК» ЖШС, «МО-1» ЖШС, «Айдан Инвест» ЖШС, «Мелиоратор» ЖШС және т.б.);

– 10 кәсіпорын әртүрлі кірпіш өндірісімен айналысады («Қызылордаэкпортастық» ЖШС, «Асыл Гани» ЖШС, «АСАР-Құрылыс» ЖШС, «КиД 2003» ЖШС, «Туктибаев» ЖК, «Бегимбаев» ЖК, «УАД» ЖШС, «Шалкибаев» ЖК, «Мелиоратор» ЖШС, «Корган Қызылорда» ЖШС);

– 7 кәсіпорын әртүрлі фракциядағы қиыршық тас шығару бойынша («Компания КазПром-Қызылорда» ЖШС, «Управление автомобильных дорог» ЖШС, «Казвернал» ЖШС, «Тасбулак» ЖШС («ҚДСМ Қыран»), «Шалкия-Неруд» ЖШС, «ЖКНМ» ЖШС, «Шиели Тас Онтустик» ЖШС және т.б.).

Құрылыс саласы қызметінде неғұрлым жоғары сапалық көрсеткіштерге қол жеткізу үшін аймақтағы «Құрылыс KZ» Акционерлік қоғамы, «Мелиоратор» Жауапкершілігі шектеулі серіктестігі, «Жабдықтау» Жауапкершілігі шектеулі серіктестігі, «Асар Құрылыс» Жауапкершілігі шектеулі серіктестігі, «PM3 - Шапағат» Жауапкершілігі шектеулі серіктестігі және т.б. құрылыс кәсіпорындары СТ РК ИСО 9001 – 2009 сапа менеджменті жүйесімен қызмет жасауда.

Мысал ретінде, аймақ құрылысында өзіндік үлесі бар «Құрылыс KZ» Жауапкершілігі шектеулі серіктестігінің қызметіне тоқталамыз. Кәсіпорын Қызылорда облысындағы құрылыс индустриясы саласындағы тәжірибелі және алдыңғы қатарлы кәсіпорын. Серіктестік өзінің іс-қызметін Қазақстан Республикасы заңнамаларына, Жарғысына негізделе отырып атқарады және елімізде отандық кәсіпкерлікті дамыту жөніндегі мемлекет басшысы Нұрсұлтан Назарбаевтың тапсырмасына сәйкес, Қазақстанның индустриалды-инновациялық дамуының іске асуына елеулі үлес қосуда.

«Құрылыс KZ» жауапкершілігі шектеулі серіктестігінде алға қойылған мақсаттар мен міндеттерді іске асыру үшін және барлық жұмыстар мен жобаларды сапалы орындауға қажетті қуатты материалдық-техникалық базасы бар. Аумағы 0,35 га-ды құрайтын Қызылорда қаласындағы негізгі базасында басты офис (2 қабатты ғимарат), жөндеу-механикалық бокс, цехтар, қойма және т.б. орналасқан. Жөндеу-механикалық цех темірден және пластикадан әр түрлі бұйымдар және конструкциялар жасауға қажетті барлық құралдармен, ал механикалық учаске қажетті станоктар паркі мен білікті персоналмен жабдықталған. Сонымен қатар, «Құрылыс KZ» жауапкершілігі шектеулі серіктестігінің жұмысшылардың жұмыс істеуіне және демалуына қажетті барлық жағдайы жасалған (тұрғын жайы, асхана) жылжымалы тұрмыстық базасы бар.

Сонымен, отандық өнімнің бәсекеге қабілеттілігін жоғарылату, өндірісті жетілдіру және әртараптандыру мақсатында Қызылорда облысында индустриалды-инновациялық даму бағдарламасына сәйкес өңірде 2012 -2015 жылдарға арналған ИСО сапасының халықаралық стандартын енгізу бағдарламасы кезең-кезең жүзеге асырылды.

Қызылорда облысында қолға алынған инвестициялық жобалардың ішіндегі ең елеулісі облыс орталығынан ірге көтеретін шыны зауытының құрылысы. Қызылорда қаласының солтүстік батыс бөлігіне орналасатын зауыттың құны – 125 млн. доллар. Жобаны ұлттық компанияның еншілес кәсіпорны «Самұрық-Қазына Инвест» ЖШС белгілі қытайлық компаниямен бірлесіп жүзеге асыратын болады. Стратегиялық әріптесіміз – қытай елінің «Yaohua Glass Group» атты компаниясы. Жоба құнының 51 пайызын осы қытайлық компания өз қаржысы есебінен бөледі.

Құрылыс жұмыстарының көлемі 16 696,4 млн.теңгені құрап, өткен жылдың салыстырмалы кезеңімен 116,2 пайызды құрады. Облыста атқарылған құрылыс жұмыстарының 81,9 пайызы Қызылорда қаласының үлесінде. Қаржыландырудың барлық көздері есебінен 2016 жылы жалпы ауданы 146 017 шаршы метр, оның ішінде мемлекеттік меншік қаражаты есебінен 16 832 шаршы метр, жеке меншік қаражаты есебінен 129 185 шаршы метр тұрғын үй пайдалануға берілді. Бұл өткен жылдың салыстырмалы кезеңімен 112,1 пайызды құрады.

Тұрғын үй құрылысын дамыту мақсатында апаттық жағдайдағы тұрғын үйлерде тұрып жатқан тұрғындарға Жаппасбай батыр көшесіндегі 60 пәтерлік №1,2 тұрғын үйлердің құрылысын аяқтауға облыстық бюджеттен барлығы 500,5 млн. теңге бөлініп, бүгінгі күні 4,0 мың шаршы метрді құрайтын №1 тұрғын үй пайдалануға берілді.

2015 жылы республикалық бюджеттен бөлінген 1155,5 млн. теңгеге Титов қыстағындағы үш 60 пәтерлік жас отбасыларға арналған тұрғын үйлердің құрылысы жүргізіліп, пайдалануға берілді. Қаланың инженерлік-коммуникациялық инфрақұрылымды жобалау, дамыту және (немесе) жайластыру мақсатында Ұлттық қордан, республикалық, облыстық және қалалық бюджеттерден барлығы 8 888,7 млн. теңге бөлінді, яғни Ұлттық қордан 7567,2 млн. теңге, республикалық бюджеттен 45,4 млн. теңге, облыстық бюджеттен 1164,6 млн. теңге, қалалық бюджеттен 111,5 млн. теңге.

Ұлттық қор есебінен 7567,2 млн. теңге және облыстық бюджеттен қоса қаржыландыруға 685,3 млн. теңге бөлінді. Оның ішінде 980 га инженерлік желілер құрылысы ПС 35/10, сыртқы электрмен жабдықтау, 655 га жер телімінің сыртқы ауыз сумен жабдықтау, 325 га жер теліміне сыртқы газбен жабдықтау және сыртқы ауыз сумен жабдықтау жұмыстары жүргізіледі. Сонымен қатар Жаппасбай батыр, Сұлтан Бейбарыс көшелеріндегі тұрғын үйлерінің, Титов, Әл-Фараби, КБИ, Гагарин, Саяхат, Сәулет, СПМК-70 тұрғын аудандарының инженерлік-коммуникациялық инфрақұрылымы жүргізілуде. Игерілген қаржы сомасы – 2600,0 млн. теңгені құрайды. Республикалық бюджеттен бөлінген 45,4 млн. теңгеге Шанхай ауданына тас жол салу және Жаңа ауыл ауданын сумен қамтамасыз ету жұмыстары жүргізілуде. Осы кезеңге дейін игерілген қаражат сомасы 41,4 млн. теңге. Облыстық бюджеттен бөлінген 1164,6 млн. теңгеге Жаппасбай батыр көшесіндегі, Шұғыла мөлтек ауданындағы тұрғын үйлердің кварталын салу және Сәулет мөлтек ауданындағы тұрғын үйлерге алаңишілік желілерін жүргізу және абаттандыру жұмыстары, Жаппасбай батыр көшесіндегі №2 тұрғын үй кварталын салу және сыртқы инженерлік желілері жүргізілуде.

Қалалық бюджеттен бөлінген 111,5 млн. теңгеге Арай-2 ауданындағы қуаттылығы 15 Гкал/сағатына бу қазандығын кеңейту және Арай – 3 тұрғын кварталының құрылыс жобасымен сыртқы инженерлік желілеріне, СПМК- 70, СПМК-70-2 тұрғын аудандарындағы құрылыс жобасымен сыртқы инженерлік желілеріне ЖСҚ-н дайындап, мемлекеттік қорытындысын алу жұмыстары жүргізілді. Сонымен қатар, Қалалық бюджеттен бөлінген 42,8 млн. теңгеге Сырдария өзенінің сол жақ бөлігінің су құбыры мен кәріз су жүйесінің техникалық-экономикалық негіздемесінің жоба сметалық құжаттамасы дайындалып, мемлекеттік қорытындысы алынды. Қызылорда қаласы рәміздер алаңының құрылысына облыстық бюджеттен 100,0 млн. теңге бөлінді.[2]

Шиелі-Қызылорда, Тереңөзек-Қызылорда бағытындағы кіре беріс қақпасының құрылысына 5,0 млн. теңге бөлінді. Қала бойынша 2016 жылы автокөліктермен 18 946,5 мың тонна жүк тасымалданып, жүк айналымы 2584,1 млн. тонна-шақырым немесе өткен жылдың салыстырмалы кезеңінен 98,2 пайызды құрады. Жолаушы тасымалдау көлемі есепті мерзімде 110 328,4 мың жолаушыны құрап, өткен жылғыдан 108,4 пайызға өсті. Жолаушылар айналымы 1977,5 млн. жолаушы-шақырымды немесе салыстырмалы кезеңмен 107,5 пайызға артты. 2016 жылы 890,0 млн. теңгенің телекоммуникация қызметі көрсетілді. Жыл басынан бері 2886 дана телефон, оның ішінде 2401 данасы жеке тұрғындарға орнатылды.

Қала бюджетінің 2016 жылы кірістер болжамы 18 684,7 млн. теңгені құрап, 19 171,3 млн.теңгеге немесе 102,6 пайызға орындалды. Оның ішінде өз кірістері болжанған 7262,3 млн. теңгенің орнына 7738,2 млн.теңгеге немесе 106,6 пайызға орындалды.Қала бюджетінің шығыстар жоспары 19 159,2 млн. теңге болса, ол 19 146,3 млн. теңгеге немесе 99,9 пайызды құрады.

2016 жылы қала бойынша шағын және орта кәсіпкерлік субъектілерінің саны – 27233 бірлікті құрайды, оның ішінде жеке кәсіпкерлер саны - 20567 бірлік, жұмыс істеп тұрғандар саны – 17479 бірлік. Заңды тұлғалар бойынша - 6666 бірлікті құрайды, жұмыс істеп тұрғандар саны - 5050 бірлік.2016 жылы қалада кәсіпкерлік саласында 1173 тұрақты жаңадан жұмыс орны ашылды, оның ішінде 223 – білім және денсаулық сақтау саласында, 564 – сауда саласында, уақытша және маусымдықта – 310, басқа да қызмет түрлері бойынша – 386 жұмыс орындары ашылды.2016 жылдың 24 наурызында Қызылжарма ауылдық округінің клубында, шағын және орта кәсіпкерлікті қолдау мақсатында "Кәсіпкерлікті қаржыландыру көздері және мемлекеттік қолдау шаралары" тақырыбында семинар өткізілді.

Индустриялық-инновациялық дамытудың 2015-2019 жылдырға арналған мемлекеттік бағдарламасы аясында Қызылорда қаласы бойынша жыл басынан екі инвестициялық жоба қосылды. [3]

«Газ Трейд» ЖШС-нің «Автомобильді газбен толтыру бекетінің құрылысы» жобасы. Жоба құны – 380 млн. теңге, жаңа жұмыс орындарымен 27 адам қамтылды.«Қазақстан Республикасының өңірлерімен, шекаралас және алыс шет елдермен өзара әрекеттестікті және ынтымақтастықты жолға қою жұмыстарын жүргізу туралы» кестесіне және басқарманың 2016 жылғы жұмыс жоспарына сәйкес шекаралас көрші орналасқан облыс ретінде Қызылорда облысының мемлекеттік сәулет-құрылыс бақылау басқармасымен бірлесе тәжірбие алмасу туралы іс-шаралар Жоспары жасақталды.

Біздің жүргізген талдауымыздың нәтижесінде құрылыстың дамуын тежейтін бірнеше факторды анықтадық:

- құрылысшылардың жеке қаражаттарының жоқтығы және несиелік ресурстардың жетіспеушілігі;
- қажетті инфрақұрылыммен қамтамасыз етілген құрылысқа дайын алаңдардың жоқтығы;
- құрылыс мекемелерінің аса қуатты еместігі мен құрылыс материалдар өнеркәсіп индустриясы базасының әлсіздігі;
- құрылыстың құнының жоғарылауына жер телімдері мен құрылыс материалдарына бағаның ұдайы өсуінің әсері;
- құрылыс рыногының монополиясы;
- мамандандырылған құрылыс мамандарының жетіспеушілігі.

Біздің пайымдауымызша, жаңа тұрғын үй саясаты барлық қазақстандықтардың тұрғын үй алуына кепілдік бере алмайды, әйтсе де ол әрбір жұмыс жасайтын адамның пәтер немесе үй сатып алуына нақты мүмкіндік береді.

Дереккөздер тізімі:

1 Қызылорда облысы әкімдігінің сайты. www.e-kyzylorda.kz

2 Аймақтағы құрылыс нарығының ағымдағы жағдайы // «Жаһандану жағдайындағы экономикалық даму: тенденциялары және перспективалары» атты республикалық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдары. Болашақ университеті, Қарағанды қаласы. 2013 жыл, 22-23 ақпан.

3 Электронды ресурс: <http://syrboui.kz>. Ж. Әлмахан. Инвестиция көлемі артып келеді.

Аннотация

Мақала Қызылорда облысындағы құрылыс саласының дамуын қарастырады. Осы саланы дамытуды тежейтін, яғни кері әсер ететін факторлар толығырақ сипатталған.

Аннотация

В статье рассматривается развитие строительной отрасли в Кызылординской области. Подробно описаны факторы, которые оказывают сдерживающее влияние на развитие данной отрасли.

Summary

The article considers the development of the construction industry in the Kyzylorda region. The factors that have a deterrent effect on the development of this industry are described in detail.

Борисова Е.И. к.э.н., доц.
кафедры «Банковский менеджмент и финансовые рынки»
Аманжолов А. магистрант
Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза

РОЛЬ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В КАЗАХСТАНЕ

Роль иностранных инвестиций сводится к развитию экономики страны в целом и получателей этих инвестиций (предприятий, производств и т.д.) в частности. Стране очень выгодно получать из-за рубежа иностранные инвестиции, т.к. они развивают их производства, появляются новые инновационные производства, рабочие места, а также платятся налоги в национальный бюджет и при этом из него же ничего не тратится на это.

Хотя Казахстану свойственны изобилие природных ресурсов и стратегическое месторасположение, по мнению многих иностранных инвесторов, инвестиционный климат Республики Казахстан перспективен, но все же нестабилен.

Вложений могло бы быть и больше со стороны иностранных инвесторов, но существуют факторы, некоторые настораживают иностранных инвесторов вкладывать деньги в экономику Казахстана. Нестабильность сопровождается преобладанием ряда негативных факторов, которые препятствуют притоку

иностранных инвестиций в республику. Присутствие этих факторов обусловлено негативной по отношению к иностранным инвестициям внутренней политикой Правительства Республики Казахстан.

Одна из главных причин низкой активности иностранных инвесторов - не способствующая иностранным инвестициям политика государства, отсутствие для них режима наибольшего благоприятствования, который создан во многих развивающихся странах и дает высокий эффект.

При принятии законов и других решений, касающихся иностранных инвестиций, превалирует не столько желание создать благоприятные условия для них, сколько боязнь, что иностранные компании внедрятся в важные сектора казахстанской промышленности.

Иностранному инвесторам препятствует позиция многих руководителей предприятий, которые не хотят терять контроль над предприятием и боятся, что иностранные владельцы пригласят более квалифицированных менеджеров на их место. В результате многие предприятия, которые могли бы привлечь инвестиции и эффективно работать, деградируют.

Самым главным фактором, препятствующим притоку портфельных инвестиций в республику, является то, что в Казахстане отсутствует нормально функционирующий рынок ценных бумаг - реальная основа для привлечения подобных инвестиций в эту область. Он функционирует на относительно низком уровне и пока не признан на мировом фондовом рынке. Законодательство, регулирующее эту область экономики нестабильно. Остальные факторы непосредственно вытекают из предыдущего: неопределенность, «непрозрачность» рынка ценных бумаг республики, огромные риски, сопряженные с ними, - все это сдерживает иностранного инвестора от вложения денег в ценные бумаги Казахстана.

Но всё же Казахстан добился значительных успехов по привлечению иностранных инвесторов. Всему этому способствовали положительные факторы

Казахстан стремится создать благоприятный социальный, финансово-экономический, правовой режим для деятельности иностранных инвесторов и соответствующий их интересам инвестиционный климат, решать одновременно свои проблемы и достигать поставленных целей. Правовой режим предусматривает гарантии для иностранных инвесторов, основные из которых:

- национальный режим, т.е. иностранные инвесторы вправе пользоваться условиями не менее благоприятными, чем отечественные инвесторы;
- правительственные гарантии от имени республики;
- гарантии от изменений законодательства и политической ситуации и др..

Обеспечение инвестиционного климата и прямого диалога между правительством РК и иностранными инвесторами создан совет иностранных инвесторов при президенте Республики Казахстан.

Для оперативного решения проблемных вопросов иностранных инвесторов и защиты их прав функционирует инвестиционный омбудсмен.

На создание благоприятного инвестиционного климата оказывает влияние множество факторов, главными из которых являются политические, экономические и социальные.

В республике отмечается политическая стабильность в обществе, отсутствуют межнациональные конфликты, образованы и активно функционируют большая (республиканская) и малые (региональные) ассамблеи народов Республики Казахстан.

Кроме того, отмечается растущий международный политический и экономический авторитет Казахстана.

Казахстан признали более 100 стран мира, более 70 из которых установлены дипломатические отношения. Казахстан принят в ООН и другие крупнейшие международные организации, ведется работа по вступлению страны во Всемирную Торговую Организацию, заключено около 700 межгосударственных и межправительственных соглашений и договоров более чем со 100 государствами мира.

Согласно международному рейтингу легкости ведения бизнеса 2016, Казахстан вошел в число первых 50-ти стран мира по легкости ведения бизнеса, заняв 22 место - по защите инвесторов, 18 - по налогообложению. Казахстан обладает самым привлекательным налоговым режимом среди стран СНГ и восточной Европы.

Сегодня можно констатировать, что Казахстан признан в мировом сообществе как государство с рыночной экономикой.

Следует отметить, что на сегодняшний день указанные выше факторы оказывают позитивное влияние на создание благоприятного инвестиционного климата и, несмотря на негативные факторы, инвестиционная привлекательность Казахстана растет.

Приток прямых иностранных инвестиций в Казахстан осуществляется посредством создания совместных предприятий, дочерних предприятий, приватизации государственных предприятий с участием иностранного капитала, передачи в управление иностранным фирмам крупных промышленных предприятий и инвестирования банковского сектора. Основной формой привлечения прямых инвестиций в республику являются совместные предприятия (СП), в меньшей степени - со 100%-ным иностранным капиталом - дочерние предприятия. Наибольшее количество из них было организовано совместно с Турцией, Россией, Китаем, Германией, США, Италией, Южной Кореей, Великобританией и другими странами.

Ранее в Казахстане действовало 5300 предприятий с участием иностранного капитала, а в 2016 году уже в Казахстане активно работали около 8 тыс. предприятий с участием иностранного капитала, а объем накопленных прямых иностранных инвестиций на душу населения в 2016 году составил 6,5 тыс. долл. США.

Доля казахстанского участия в такой системообразующей отрасли экономики, как нефтяная составляет всего 46%, а иностранцев - 54%. Причем доля казахстанских нефтяных компаний на нефтяном рынке Казахстана составляет 1,11%, российских - 8,52%, американских - 29,4%, европейских - 8,52%, китайских - 20,7%, азиатских - 0,55% [1].

Увеличение бюджетных средств ознаменовалось реализацией большого числа государственных программ как по поддержке малого и среднего бизнеса,

постепенной диверсификации национальной экономики в фарватере новой индустриально-инновационной политики и проведенного ЭКСПО-2017.

Максимальный объем привлеченных валовых прямых иностранных инвестиций в 2016 году достиг почти 30-ти млрд. долларов. В 2015 году привлечено 24 млрд. Это выше показателя 2015 года на 25%.

По итогам 2016 г. Казахстан вошел в 20 стран-лидеров по объему привлеченных прямых иностранных инвестиций [2].

Значительно улучшились и позиции Казахстана в ведущих международных рейтингах, связанных с оценкой инвестиционного климата. Так, по итогам 2016 года республика заняла 50-е место в мире по степени благоприятности условий для ведения бизнеса, 33-е место - по уровню налоговой нагрузки и 10-е место - по показателю защиты инвесторов.

В цифрах статистики итог всей этой работы правительства выглядит следующим образом (рисунок 1).

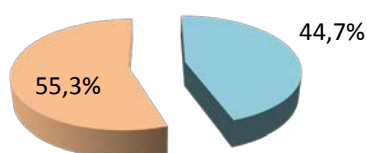


Рисунок 1. Объем привлеченных инвестиций

Из 183,922 млрд. долл. инвестиций, вложенных в казахстанскую экономику за последние девять лет, 101,785 млрд. долл. (или 55,3%) было привлечено именно в период с 2014-го по 2016 год, то есть за время реализации программы ФИИР, соответственно за период с 2013-го по 2015 было привлечено 44,7%.

Если смотреть по отраслям, то объемы притока инвестиций разделились следующим образом (рисунок 2).

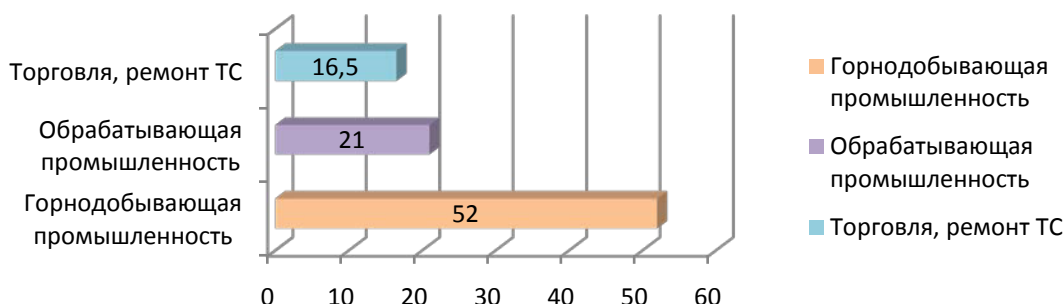


Рисунок 2. Объем притока инвестиций по отраслям, млрд. долл.

В горнодобывающую промышленность и разработку карьеров - чуть больше 52-х млрд., в обрабатывающую промышленность - свыше 21-го млрд., в торговлю, ремонт автомобилей и мотоциклов инвестировали 16,5 млрд.

В 2016 году доля иностранных инвесторов, затрудняющихся оценить привлекательность Казахстана для прямых инвестиций, сократилась с 42 %

(результаты опроса 2015 года) до 19,8 %. Уровень информированности инвесторов о возможностях, которые предлагает страна, вырос как среди тех, кто уже работает в Казахстане, так и среди потенциальных инвесторов [3].

Инвесторы по-прежнему неохотно вкладывают капитал в эти отрасли. В связи с этим была разработана государственная программа индустриально-инновационного развития страны на 2015-2019 годы, в которой были обозначены приоритетные отрасли промышленности, вкладывая инвестиции в которые, инвесторы получают ряд преференций [4].

Прямые иностранные инвестиции в экономику способствуют борьбе с кризисом и, одновременно, финансовой стабилизации экономики, помогают решить стратегические и тактические задачи макроэкономического характера, такие как борьба с инфляцией, структурная перестройка, искоренение технологической и управленческой отсталости экономики. То есть все эти факторы доказывают важность и необходимость привлечения и использования иностранных инвестиций.

Список источников:

1. Комитет по статистике Республики Казахстан. Официальная статистическая информация (по отраслям) : stat.gov.kz
2. Всемирный инвестиционный отчет. Юнктад, 2016
3. Официальный интернет ресурс <http://www.kazinvest.kz>
4. Государственная программа по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2015-2019 годы, утвержденная Указом Президента Республики Казахстан от 17 мая 2014 года.

Аннотация

В статье определена роль и значение иностранных инвестиций¹ в Казахстане, обозначены некоторые проблемы и причины не активного вложения иностранных инвестиций.

Summary

The article defines the role and importance of foreign investment¹ in Kazakhstan, identifies some of the problems and reasons for the non-active investment of foreign investment

Аннотация

Мақала шетелдік инвестициялардың Қазақстандағы рөлі мен маңыздылығын анықтайды¹, шетелдік инвестициялардың белсенді емес инвестицияларының кейбір проблемалары мен себептерін анықтайды

Борисова Е.И.
к.э.н., доц. кафедры «Банковский
менеджмент и финансовые рынки»
Шамшиден М.Ж. магистрант
Карагандинский экономический
университет Казпотребсоюза

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НАКОПИТЕЛЬНОГО ПЕНСИОННОГО ФОНДА (ЕНПФ) В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Цель новых преобразований в пенсионной системе в Казахстане – повысить эффективность и прозрачность системы в целом, обеспечить социальную справедливость, то есть соответствие пенсионных выплат ранее получаемым доходам и растущему уровню жизни. В основном, перемены коснутся только экономически активной части населения, для которых наступление пенсионного возраста является вопросом перспективы.

В европейской практике имеются примеры создания единых государственных пенсионных фондов в период кризиса. Так, в Норвегии в 2006 году нефтяной фонд был переименован в пенсионный. Фонд наполняется за счет налогов нефтяной промышленности. В 2010 году в Венгрии были национализированы пенсионные накопления. Граждане могли оставаться в частных фондах, но при этом они лишались права на обязательную государственную пенсию. Однако государство не входило в капитал самих частных пенсионных фондов. Сегодня такая практика непопулярна. В марте 2013 года Евросоюз счел недопустимой национализацию пенсионного фонда в Кипре, несмотря на кризисную ситуацию [1].

При этом создание ЕНПФ не являлось реформированием системы пенсионного обеспечения, а носит характер институциональных преобразований. Основные принципы пенсионного обеспечения в Казахстане сохранены. накопительная пенсионная система является одним из важнейших компонентов социального обеспечения Республики, с одной стороны, и инструментом инвестирования средств в экономику Казахстана, с другой. Две функции накопительной системы осуществляются следующим образом. Занятые граждане государства отчисляют из своих доходов пенсионные взносы в пенсионные фонды. Средства, привлечённые накопительными пенсионными фондами от занятого населения, инвестируются специальными организациями в экономику страны, а по достижении гражданами пенсионного возраста выплачивают последним пенсии. Абстрактная картина довольно привлекательна, но в реальности пенсионная система испытывает три серьёзные проблемы, на преодоление которых нужно направлять большие усилия. Что же это за проблемы?

Одна из проблем, на наш взгляд, наиболее велика по своим масштабам и значению, как в пенсионном обеспечении, так и в экономике страны в целом. Она заключается в нехватке финансовых инструментов. Говоря проще, сегодня мероприятия, доступные для вложения пенсионных активов фондов, можно

пересчитать по пальцам одной руки. Это мероприятия, поддерживаемые ценными государственными бумагами, депозитами отечественных банков, ценными бумагами исполнительных органов и облигациями иностранных эмитентов и международных финансовых организаций.

В настоящей статье мы остановимся только на одном проблематичном примере инвестиционной деятельности ЕНПФ.

7 июня 2017 года ЕНПФ вложил в азербайджанский банк 71,6 млрд тенге (примерно 227 млн долларов США). Рахим Ошакбаев выразил большое сомнение в том, что эти деньги можно вернуть в страну, если не будет принято политическое решение на самом высоком уровне – например, по договоренности между президентами Назарбаевым и Алиевым.

13 мая 2017 года Международный Банк Азербайджана заявил о банкротстве. Заявление о банкротстве было подано в один из американских судов.

Убыток азербайджанского Межбанка (МБА) по итогам прошлого года превысил миллиард долларов.

Международный банк Азербайджана (МБА) оказался на грани краха из-за дефицита в стране валюты и колебания цены на нефть.

В качестве источника погашения долгов Межбанка официальный Баку рассматривает два варианта: государственный бюджет и средства Госнефтефонда. Первый вариант маловероятен, потому что в этом году в госбюджете не заложены расходы на выплату долгов Международного банка.

Второй вариант – за счет нефтяного фонда – более реален, но скорого возврата денег ждать все равно не следует. Пройдет несколько лет, пока будут проведены все бюрократические процедуры, а до того времени денег казахстанские пенсионеры и ЕНПФ не увидят.

Как стало известно из официальных источников, долг Межбанка перед Нацбанком РК относится к так называемым старшим долгам, держатели которых в случае банкротства должника получают деньги в первую очередь. На сегодняшний день Межбанк предлагает три варианта реструктуризации долга [2]. Первый вариант. Обмен 250 млн долларов текущих обязательств МБА на 200 млн долларов долга в виде государственных ценных бумаг Азербайджанской Республики со сроком погашения 12 лет (до 2029 года), со ставкой вознаграждения 5,125%.

Второй вариант. Обмен 250 млн долларов текущих обязательств МБА на 250 млн долларов долга в виде государственных ценных бумаг Азербайджана со сроком погашения 15 лет (до 2032 года) и ставкой вознаграждения 3,5%.

Третий вариант. Обмен 250 млн долларов текущих обязательств МБА на 250 млн долларов нового выпуска облигаций МБА со сроком погашения 7 лет (до 2024 года) и ставкой вознаграждения 3,5%».

В итоге, долг банка обменяют на государственные ценные бумаги Азербайджана сроком на 15 лет и со ставкой 3% [3].

Это значит, что 71,3 млрд тенге пенсионных денег казахстанцев инвестированы в чужую экономику с доходом намного ниже инфляции. К сожалению, в Казахстане не разработан механизм государственно частного партнерства с институциональным инвесторами, для которых выгода участия в данных

проектах очевидна. Привлекательные условия для долгосрочных капиталоемких инвестиций.

В рамках совершенствования пенсионного обеспечения, на наш взгляд, необходимо осуществить:

1. Дальнейшее совершенствование законодательных положений в сфере инвестиционной деятельности ЕНПФ и ДНПФ;

2. Рассмотрение разделение типов фондов на законодательной основе по уровню риска;

3. Для участников рынка коллективных инвестиций внедрение электронного документооборота;

4. Обновление и пересмотр перечня ценных бумаг, в которые может инвестировать институциональный инвестор;

5. Развитие срочного рынка и расширение спектра финансовых инструментов;

6. В системе коллективных инвестиций повышение роли отечественных рейтинговых агентств;

Таким образом, государство, конечно, заранее предприняло необходимые действия по объединению пенсионных фондов в ЕНПФ, к чему в итоге привели бы диктуемые рынком правила. Крупным игрокам тяжело диверсифицировать инвестиции на неэффективном фондовом рынке с ограниченным набором финансовых инструментов. Поэтому у институциональных инвесторов выхода только два. Первый путь - вложения в новые финансовые высокодоходные инструменты на отечественном фондовом рынке KASE. Второй путь - выход на мировые рынки и возможное лидерство на них.

Список источников:

1. <http://www.fingramota.kz/publication/show-32261> – образовательный WEB-ресурс [fingramota.kz](http://www.fingramota.kz).

2. https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/dengi-enpf-azerbaydjanskiy-bank-investirovali-eks-sotrudniki-318701/

3. http://keden.kz/ru/news_main.php?id=59894

Аннотация

В статье освещены новые преобразования в пенсионной системе Казахстана и освещены некоторые проблемы в инвестиционной деятельности ЕНПФ

Аннотация

Бұл мақалада Қазақстанның зейнетақы жүйесіндегі жаңа өзгерістер туралы баяндалады және ЕПҚҚ-ның инвестициялық қызметіндегі кейбір проблемаларды атап көрсетеді

Summary

The article highlights new transformations in the pension system of Kazakhstan and highlights some of the problems in the investment activity of the EPPF

ИННОВАЦИОННОЕ УПРАВЛЕНИЕ В ОБЛАСТИ ОХРАНЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

В настоящее время в мире функционирует более 100 различных международных организаций, занимающихся вопросами экологии.

Наиболее авторитетная международная межправительственная из них – Организация Объединенных Наций (ООН). Одно из важнейших направлений ее деятельности – сотрудничество в области охраны природы. ООН рассматривает важные вопросы на Генеральной Ассамблее, принимает резолюции и декларации, проводит международные совещания и конференции. ООН разработала и приняла специальные принципы охраны окружающей человека среды, в частности, в Декларации Стокгольмской конференции ООН (1972 г.) и во Всемирной Хартии природы (1982 г.).

При ООН функционируют специализированные международные организации по охране окружающей среды.

Специальный орган ООН по окружающей среде (ЮНЕП) осуществляет долгосрочную программу по охране окружающей среды, для финансирования которой Генеральная Ассамблея ООН создала Фонд окружающей среды.

Международное агентство по атомной энергии (МАГАТЭ) осуществляет программу «Ядерная безопасность и защита окружающей среды».

Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) занимается организацией исследования окружающей среды и ее ресурсов, ею одобрены программы «Человек и биосфера», «Человек и его окружающая среда».

Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) занимается проблемами гигиены окружающей среды, борьбы с загрязнением атмосферного воздуха.

Всемирная метеорологическая организация (ВМО) занимается изучением климата.

Всемирная организация продовольствия (ФАО) занимается вопросами продовольственной безопасности отдельных стран и всего мира.

Важная роль в решении экологических проблем принадлежит международной неправительственной организации – Международному союзу охраны природы и природных ресурсов (МСОП), который содействует сотрудничеству между правительствами, национальными и международными организациями, а также отдельными лицами по вопросам защиты природы и охраны природных ресурсов. МСОП подготовил Международную Красную книгу (10 томов).

Вопросами сохранения биологического разнообразия активно занимается Всемирный фонд дикой природы (ВВФ).

Главным направлением деятельности международной общественной организации «Гринпис» является противодействие радиоактивному загрязнению окружающей среды[1].

Основным правовым документом для осуществления международного сотрудничества в Республике Казахстан является ст. 8 п. 1 Конституции РК [1] и разработанные на ее основе нормы права в области международного сотрудничества, которые нашли отражение в Экологическом Кодексе РК (ст. 188), предусматривающие:

- охрану окружающей среды, благоприятной для жизни и здоровья человека;
- достижение устойчивого развития;
- защиту интересов Республики Казахстан в области охраны окружающей среды и природопользования;
- предотвращение, снижение и контроль трансграничных загрязнений;
- развитие и поддержка свободной международной торговли и инвестиций на основе соблюдения экологических стандартов и требований;
- оказание международной помощи в случае чрезвычайных экологических ситуаций;
- применение норм и принципов международного права для решения трансграничных и региональных экологических проблем;
- участие в международных инициативах в области охраны окружающей среды и устойчивого развития [2].

В настоящее время заключены договоры в области охраны окружающей среды РК практически по всем природным объектам.

По мнению известного казахстанского политика Е.Аман, высказанных на Всемирном форуме в Стамбуле, посвященного проблемам глобального потепления и мировых ресурсов, депутат Сената Парламента Республики Казахстан высказал мнение, что «назрела необходимость пересмотра международных правовых документов, как устаревших». Данное положение было высказано отечественным ученым С.Н. Сабикеновым [1].

Исходя из мнений известных политиков, мы также придерживаемся этого мнения, в РК назрела необходимость определить на правительственном уровне орган ответственный за охрану окружающей среды, его функции перечень стратегически важных природоресурсных объектов, подлежащих охране от диверсионных актов и чрезвычайных ситуаций и обеспечить их охрану; определиться с международными конвенциями, договорами и принять решение - к каким необходимо присоединение Казахстану.

Исходя из имеющихся проблем в области окружающей среды, важное место занимает изменение климата, которая активно обсуждалась на саммите «большой восьмерки» в Хакайдо (Япония) и Дании.

Проблема глобальных климатических изменений связывают с ожидаемым потеплением, вызванными техногенными выбросами парниковых газов. Предполагается, что накопление углекислого газа в атмосфере приведет к потеплению, которое ускорит таяние полярных льдов и, как следствие, приведет к подъему Мирового океана. В результате произойдет затопление ряда прибрежных территорий, увеличение стихийных бедствий, рост заболеваний.

Рамочная Конвенция ООН об изменении климата 1992 года и Киотский протокол к указанной конвенции 1997 года направлены на предотвращение вредных

последствий в результате антропогенного воздействия на окружающую природную среду.

Обязанность по снижению углеродных выбросов в атмосферу, возложенная Киотским протоколом, преследует сразу две цели:

- экологическую (защиту воздушного бассейна и загрязнения и борьба с глобальным потеплением);
- экономическую (уменьшение потребления энергии, возможность привлечения современных технологий, в виде инвестиций и возможность торговать квотами на выбросы).

Второй проблемой в области сотрудничества на международном уровне является обезлесение. Потеря лесов по всему миру является глобальной проблемой. Она приводит к изменению количества осадков, резкому перепаду температур, изменению скорости ветров, сжигание леса загрязняет атмосферу окисью углерода. Вопрос, связанный с международно-правовой защитой лесов стоит особенно остро, так как в области международно - правовой защиты лесов не существует единого универсального международного договора. Нормы об охране лесов содержатся в международных договорах, регулирующих отношения в других областях, региональных и двухсторонних соглашениях. Многосторонним международным договором в области защиты лесов является Соглашение по тропической древесине 1983 года, где в основу положена Концепция устойчивого развития для сохранения тропических лесов. Соглашение заключили страны - производители тропической древесины, включая Индонезию, Бразилию, стран Евросоюза, Японии и США. Для выполнения этого Соглашения в 1986 году под эгидой ООН создана международная организация по тропической древесине.

В настоящее время заключены договоры в области охраны окружающей среды РК практически по всем природным объектам.

Киотский протокол Республикой Казахстан подписан в соответствии с Указом Президента Республики Казахстан №84 от 12 марта 1999 года «О подписании Республикой Казахстан Киотского протокола к Рамочной конвенции Организации Объединенных Наций об изменении климата» и Указом Президента Республики Казахстан №144 - IV от 26 марта 2009 года подписан Закон Республики Казахстан «О ратификации Киотского протокола к Рамочной Конвенции Организации Объединенных Наций об изменении климата» [3].

Срок действия Киотского протокола истекает в 2012 году. К сожалению, механизм реализации обязательств, предусмотренных этим международным договором, до настоящего времени не работает достаточно эффективно, так как имеет ряд противоречий со стороны большинства государств (США, Индия, Китай) с одной стороны и Япония, Евросоюз и Россия - с другой - является актуальным и на сегодняшний день.

Несмотря на то, что Республика Казахстан не имеет лесных массивов и данная проблема касается нашего государства как импортера древесины, одной же из проблем РК, в сфере охраны окружающей среды, является опустынивание.

Опустынивание не означает расширения пустынь - это процесс деградации земли в засушливых регионах, где окружающая среда была разрушена деятельностью

человека, из-за эрозии, чрезмерного землепользования, чрезмерного выпаса, неадекватных методов полива, вырубки леса.

Международное сообщество уже давно признает тот факт, что опустынивание представляет собой экономическую, социальную и экологическую проблему для всех стран и всех регионов мира. В 1977 году Конвенции ООН по борьбе с опустыниванием приняла План действия с опустыниванием.

Специфические формы техногенного опустынивания проявляются в пределах огромных по территории космических, военных и бывших ядерных испытательных полигонов, занимающих в настоящее время более 6% территории республики. При этом зона их влияния окажется значительно шире, если включить в нее трассы взлета ракет. Отрицательное воздействие полигонов, кроме прямого изъятия земель, выражается в падении несгоревших в атмосфере фрагментов ступеней ракет и частей других летательных аппаратов, разливов в местах запуска и вокруг упавших ступеней высоко токсичного ракетного топлива, огромные объемы сгорания кислорода и нарушения озонового слоя в моменты запуска ракет.

В 1994 году в Париже была принята Конвенция ООН по борьбе с опустыниванием в тех странах, которые испытывают серьезную засуху и опустынивание. Целями Конвенции является борьба с опустыниванием и смягчением последствий в государствах, испытывающих серьезную засуху. Средством достижения этой цели является принятие эффективных мер на всех уровнях в сочетании с соглашениями о международном сотрудничестве и партнерстве в рамках комплексного подхода, соответствующего Повестке дня на XXI век ООН и направленного на достижение устойчивого развития в затрагиваемых регионах. Необходима также долгосрочная комплексная стратегия для затрагиваемых стран, направленная на использование земель, сохранение и рациональное использование земельных и водных ресурсов.

В соответствии с этими международными договорами деятельность, связанная с производством и удалением отходов, в том числе их трансграничной перевозкой, рассматривается как деятельность, сопряженная с риском нанесения ущерба здоровью человека и окружающей среде. В документах, предусматривающих суверенное право каждого государства запрещать ввоз или удаление опасных и других отходов другого государства на всей территории. Республика Казахстан присоединилась к Базельской конвенции о контроле за трансграничной перевозкой опасных отходов и их удалением на основании закона Республики Казахстан от 10 февраля 2003 года №389-ІІ [4].

Одним из видов сотрудничества является ратификация Конвенции о доступе к информации, участию общественности в процессе принятия решения и доступе к правосудию по вопросам, касающимся охраны окружающей среды является закон РК от 23 октября 2000 г. №92 - ІІ «О ратификации Конвенции о доступе к информации, участию общественности в процессе принятия решения и доступе к правосудию по вопросам, касающимся охраны окружающей среды».

Следовательно, «Международные договоры, ратифицированные Республикой, имеют приоритет перед ее законами и применяются непосредственно, кроме

случаев, когда из международного договора следует, что для его применения требуется издание закона» [4].

Исходя из вышеизложенного, следует, что для решения проблем охраны окружающей среды на основе сотрудничества с другими государствами необходимо:

- заключение универсального международного договора между странами производителями древесины и странами - потребителями древесины;
- возникает необходимость сотрудничества в области сокращения техногенных отходов и разработке законодательства по освоению техногенных отходов горной промышленности в РК;
- предусмотреть во внутреннем законодательстве уголовную ответственность за перевозку опасных отходов, разработку внутреннего законодательства по привлечению иностранных инвестиций для разработки техногенных отходов;
- разработка механизма эффективного управления разделяемыми водными ресурсами, их защиты, предотвращения трансграничного ущерба и механизмов ответственности за такой ущерб.

Список источников:

1. Конституция Республики Казахстан от 30.08.1995 г. - Алматы: Юрист, 2009 - 25 с.
2. Экологический кодекс Республики Казахстан от 09.01.2007 г. №212 - III. - Алматы: Юрист, 2009 - 138 с.
3. Сабикенов С.Н. Проблемы совершенствования конституционных основ взаимоотношений государства и личности // Конституция: Тұлға, қоғам және мемлекет халықаралық ғылыми-практикалық конф. Материалдарының жинағы 30-31 тамыз 2005 жыл - Сборник материалов междунаучно-практ. конф. Конституция: Личность, общество и государство 30-31 августа 2005 года. 2005 - С. 153-159.
4. Указ Президента Республики Казахстан «О подписании Республикой Казахстан Киотского протокола к Рамочной Конвенции Организации Объединенных Наций об изменении климата» от 12 марта 1999 года №84. // <http://www.eco.gov.kz>

Аннотация

Бұл мақалада қоршаған ортаны қорғау саласында басқарудың инновациялық әдіс-тәсілдері туралы баяндалған.

Аннотация

В данной статье были рассмотрены эффективность инновационного управления в области охраны окружающей среды.

Summary

This article examined the effectiveness of innovative management in the field of environmental protection.

ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И РОЛЬ АО «ЖИСТРОЙСБЕРБАНК КАЗАХСТАНА» НА РЫНКЕ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАНЕ.

В Казахстане на сегодняшний момент обеспечение доступным жильем социально уязвимых слоев населения остается для государства одной из важнейших стратегических задач. Так, ежегодно в Казахстане возводится в среднем около 10 млн кв. метров жилья. Одним из выгодных и социально адаптированных условий является арендное жилье, как реальный вариант улучшить жилищные условия для тех, кому доходы не позволяют обслуживать ипотеку.

Казахстаном была выбрана Малайзийская модель системы ипотечного кредитования. В этих целях в 2000 году было начато внедрение системы жилищных строительных сбережений в Казахстане с принятия Закона Республики Казахстан «О жилищных строительных сбережениях в Республике Казахстан» (7 декабря 2000 г.), а в 2003 году создано АО «Жилищный строительный сберегательный банк Казахстана» со 100% участием государства.

Практика последних лет показала, что такие механизмы решения квартирного вопроса, как ипотека, долевое участие в строительстве и система жилищно-строительного сбережения, на сегодняшний день не способны полностью решить проблему обеспечения населения доступным жильем. На фоне высоких цен, на рынке недвижимости при ипотеке требуется первоначальный взнос от 30% до 50%, а ставки по ипотечным займам часто неподъемные для человека с невысоким уровнем дохода. Долевое строительство считается рискованным после последствий кризисных времен. Все это потребовало поиска действенных альтернатив, итогом которого стало направление «Арендное жилье с правом выкупа» новой государственной жилищной программы «Доступное жилье-2020», реализуемой совместно с АО «Жилстройсбербанк Казахстана» [1].

Положительное влияние на увеличение показателей рыночной доли Банка и развития системы жилстройсбережений оказал умеренный рост активности БВУ на рынке кредитования населения на строительство и приобретение жилья, стабилизация цен на рынке недвижимости, внедрение новых государственных программ по строительству и обеспечению казахстанцев доступным жильем, а также улучшение показателей социально-экономического развития страны, реальных денежных доходов и покупательской способности населения (рисунок 1).

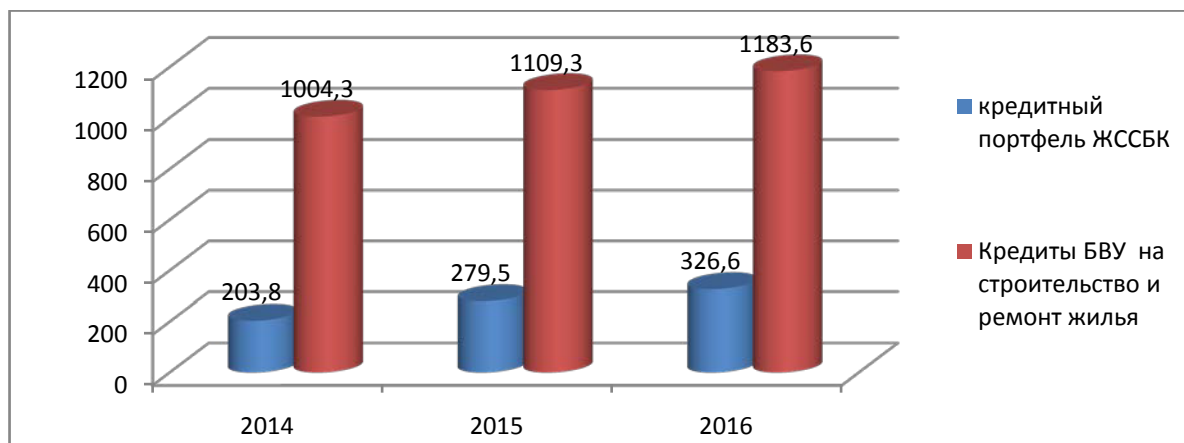


Рисунок 1. Динамика объема кредитования на строительство и приобретения жилья в РК, млрд. тенге

Согласно данным рисунка 1, за три года объем кредитного портфеля Банка вырос с 203,8 млрд. тенге до 326,6 млрд. тенге на 122,8 млрд. тенге или в 37,6% [4]. При этом, доля на рынке кредитования ЖССБК на строительство и приобретение жилья БВУ и ИК по состоянию на 01.01.2016 г. выросла с 20,3% до 27,6%.

На деятельность Банка оказывает влияние ситуация на рынке недвижимости. Анализ индикаторов рынка недвижимости показывает, что динамика основных показателей рынка недвижимости имеет умеренный рост на фоне восстановления экономики страны после кризиса, что свидетельствует о недостаточной степени активизации рынка.

Пик ввода в эксплуатацию жилья пришелся на 2009 год и составил 6832 тысяч квадратных метров, затем окончила свое действие государственная программа жилищного строительства в Республике Казахстан на 2008-2010 годы, что обусловило снижение. В 2009 году начата реализация Программы «Нұрлы жол». Далее банк принял участие в реализации Программы по развитию строительной индустрии и производства строительных материалов РК на 2010 – 2014 годы, что повлекло за собой использование в строительстве объектов местные стройматериалы. Кроме того начата реализация Программы АО «Фонд Недвижимости «Самрук-Казына» по арендному жилью. Подписание соглашений о сотрудничестве с местными исполнительными органами и Агентством РК по делам строительства и жилищно-коммунального хозяйства в рамках реализации Программы развития строительной индустрии и производства строительных материалов в РК на 2010 – 2014 годы [2].

На 31.12.2016 года в среднем по республике цена 1 кв. метра нового жилья составила 247,4 тыс. тенге и с начала 2014 года повысилась на 14,8%, цена перепродажи благоустроенного жилья – 188,6 тыс. тенге, увеличившись на 15,7% (смотри рисунок 2).

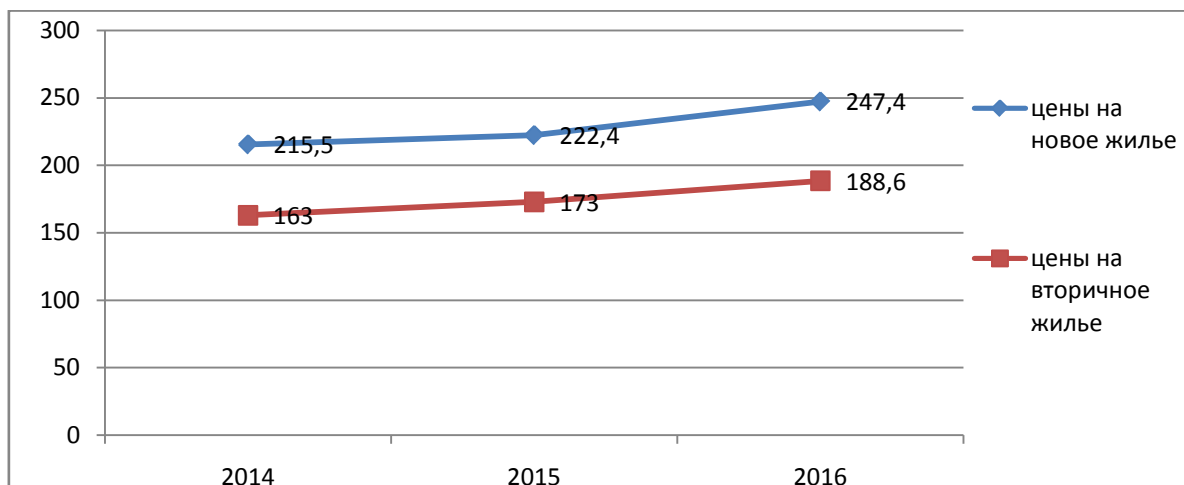


Рисунок 2. Динамик цен рынке жилья , тыс. тенге за 3 года

На первичном рынке наибольшее увеличение цен на жилье отмечено в Павлодаре (+34,5%), Усть-Каменогорске (+19,7) и Атырау (+16,2%). В городах Астана и Алматы цена 1 кв.м. нового жилья составила 338,4 тыс. тенге и 304,5 тыс. тенге соответственно.

На вторичном рынке жилья самая высокая цена за 1 кв.м. на в Алматы (337,3 тыс. тенге), г.Актау (324,1 тыс. тенге), г. Астана (307,4 тыс. тенге).

Рост количества договоров о ЖСС отражает заинтересованность населения в вопросах посредством участия в системе жилстройсбережений. В свою очередь, участие Банка в реализации Государственных программ жилищного строительства в Республике Казахстан на 2005-2007гг. и 2008-2010гг., Программы «Доступное жилье – 2020», Программы «Развитие регионов -2020» также способствовало достижению указанных показателей [3].

В целом, замкнутость системы жилстройсбережений, обеспечило Банку относительную независимость от рыночных колебаний и успешное прохождение мирового финансового кризиса.

Рассмотрим структуру кредитного портфеля ЖСС за 3 года (смотри рисунок 3).

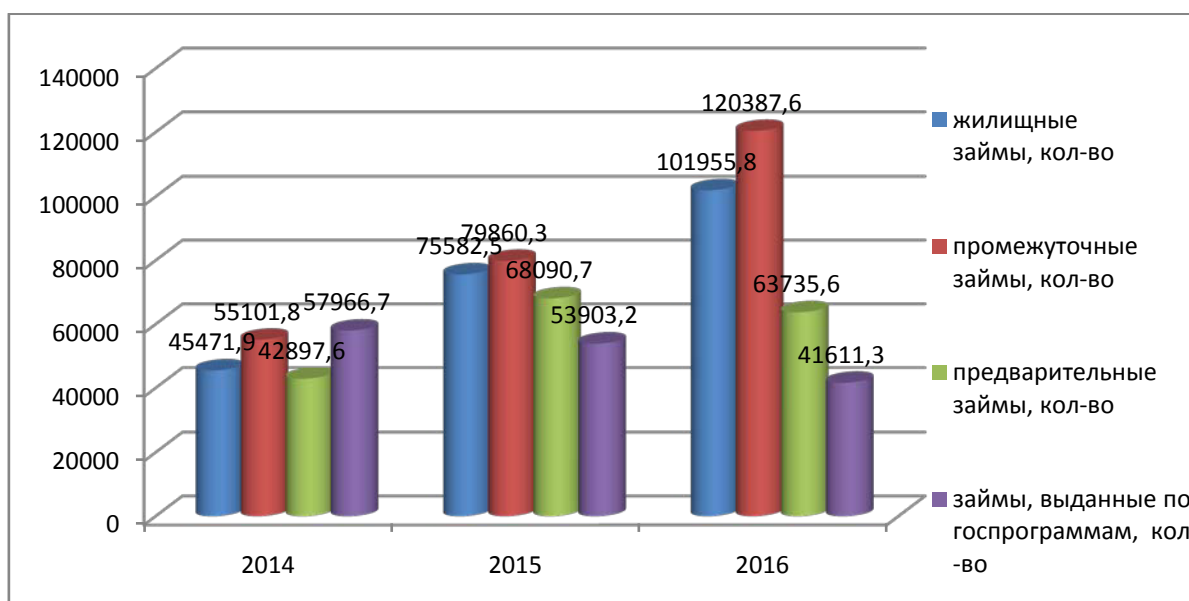


Рисунок 3. Динамика выданных займов АО «Жилстройсбербанка» за 2013-2015 гг.

Как видно из рисунка 3, основную долю займов промежуточные займы, которые за три года увеличились на 54,2%. Количество жилищных займов увеличилось на 55,4%, предварительные займы – на 32,7%, количество займов, выданных по госпрограммам 2005-2007г., 2008-2010г.г. (за счет бюджетных средств) наоборот снизились 39,3%.

Если рассмотреть качество ссудного портфеля ЖСС, то можно увидеть следующую картину (рисунок 4).

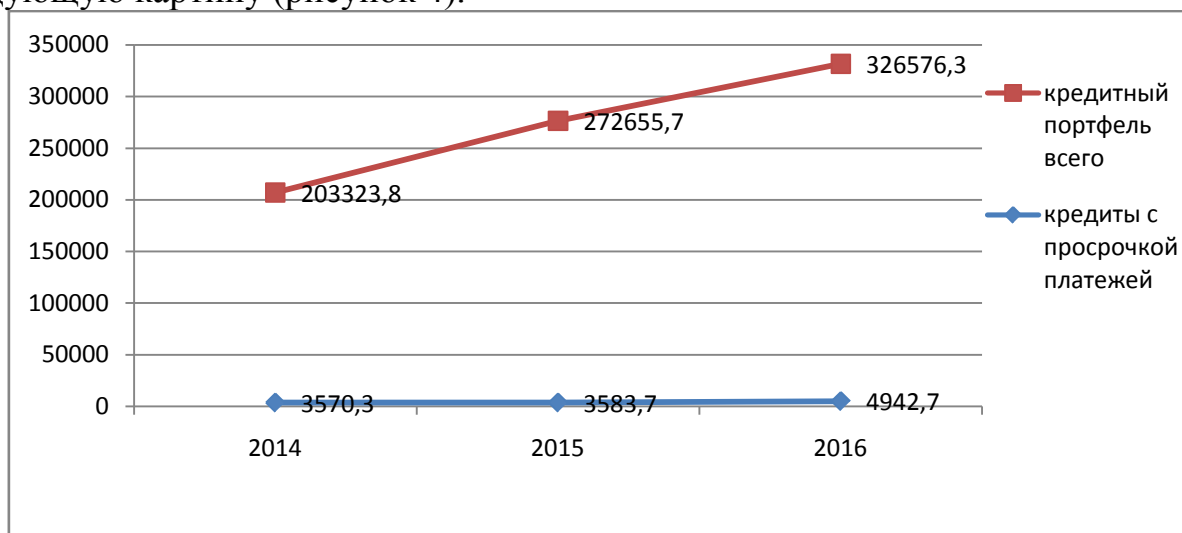


Рисунок 4. Качество ссудного портфеля АО «Жилстройсбербанка» за 2014-2016 гг., млн. тенге

Как видно, из рисунка 4, на фоне роста ссудного портфеля АО «Жилстройсбербанка» на 37,6%, незначительно выросли кредиты с просрочкой платежей и составили прирост 1372,4 млн. тенге или 27,8%. В структуре ссудного портфеля их удельный вес снизился с 1,8% до 1,5%.

Традиционное предложение на рынке ипотеки в банках на сегодняшний момент выглядит следующим образом: срок до 30 лет, а средняя эффективная ставка по рынку колеблется в районе от 7,6% до 20,5%. Также следует отметить, в отдельных коммерческих банках можно получить кредит без первоначального взноса имея дополнительный залог в виде недвижимости [4].

На этом фоне всё большую популярность набирает система жилстройсбережений. Условия здесь более выгодные для заёмщика: средняя эффективная ставка 8,9 % годовых, ежемесячная плата около 50 000 тенге, или 42 % от среднего дохода. Переплата по такому кредиту составит 181 % от суммы займа. При сокращении ипотечного рынка ссудный портфель ЖССБ показал прирост 82,6 млрд тенге. Доля Жилстройсбербанка в совокупном ипотечном портфеле за год увеличилась с 23 до 32 %.

Таким образом, можно отметить, что ипотечное кредитование от АО «Жилстройсбербанка» является на сегодняшний день наиболее востребованной формой ипотеки для населения.

Список источников

1. Устав АО «Жилстройсбербанк Казахстана» №41/14 от 24.12.2014 г., утвержденный Правлением АО Национальным управляющим холдингом «Байтерек»
2. www.hcsbk.kz - официальный сайт АО «Жилстройсбербанк Казахстана»
3. Официальный сайт Национального банка Республики Казахстан www.nationalbank.kz
4. www.fnsk.kz - официальный сайт АО Фонд недвижимости «Самрук - Казына»

Аннотация

В данной статье рассматривается роль и значение системы жилищных строительных сбережений в Казахстане. Изучается современное состояние ипотечного кредитования и роль АО «Жилстройсбербанка Казахстана» в данном финансовом сегменте. Анализируется текущее состояние ссудного портфеля АО «Жилстройсбербанк Казахстана» и его качество. Основная цель статьи на основе анализа основных индикаторов кредитной политики провести исследование и использованных данных, предложить пути совершенствования.

Аннотация

Аталмыш мақалада Қазақстандағы тұрғын үй құрылыс жинақ жүйесінің мәні жiне рөлi қарастырылған. Аталмыш қаржылық сегментiнде ипотекалық несиелендiрудiң қазiргi жағдайы және АҚ «Қазақстан Тұрғын үй құрылыс жинақ банкінің» рөлi көрсетiлген. АҚ «Қазақстан Тұрғын үй құрылыс жинақ банкінің» несиелiк қоржынын ағымды жағдайы және сапасы талдауы жүргiзiлген. Негiзгi назар аударарлық мәселелер қатарларына мақаланың мақсаты несиелiк саясатының негiзгi индикаторларын зерттеу және алынған мәлiметтер негiзiнде оларды жетiлдiру жолдарын ұсыну болып табылады.

Summary

This article examines the role and importance of the system of housing construction savings in Kazakhstan. The current state of mortgage lending and the role of JSC Zhilstroysberbank of Kazakhstan in this financial segment are being studied. The current state of the loan portfolio of JSC Zhilstroysberbank of Kazakhstan and its quality is analyzed. The main purpose of the article is to analyze and analyze the main indicators of credit policy and to use the data, suggest ways to improve it.

Джамалова Г.Г.
магистрант, 1 курс,
Университет «Туран»

РЫНОК ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ КАЗАХСТАНА

Образование в настоящее время стало важнейшим, системообразующим ресурсом социокультурной модернизации общества, социально-экономического

развития государства, важнейшим фактором создания инновационной системы и развития человеческого капитала страны.

Образование признано одним из важнейших приоритетов долгосрочной Стратегии «Казахстан - 2030». Общей целью образовательных реформ в Казахстане является адаптация системы образования к новой социально-экономической среде. Президентом Казахстана была также поставлена задача о вхождении республики в число 50-ти наиболее конкурентоспособных стран мира. Совершенствование системы образования играет важную роль в достижении этой цели[1].

Одним из инструментов достижения поставленной цели определен переход на 12-летнюю модель обучения. 12-летнее среднее образование рассматривается как социально-педагогическая инновация, способная консолидировать общественные и профессиональные усилия для создания уникальной национальной модели образования в интересах экономического и социокультурного развития Казахстана и с учетом современных тенденций модернизации образования и интеграции в мировое образовательное пространство.

Современный динамично развивающийся мир предъявляет качественно новые требования к подготовке специалистов технического и профессионального образования. От специалиста требуются высокий профессионализм и компетентность, мобильность, способность к профессиональной адаптации, постоянному самосовершенствованию, владение информационными технологиями, знания в области экономики и управления. В настоящее время функционируют 148 вузов (9 национальных, 2 международных, 32 государственных, 12 негражданских, 93 частных, в том числе 16 акционированных), в которых обучаются свыше 595 тыс. человек[2].

Согласно государственной программе развития технического и профессионального образования в РК на 2008-2012 годы предполагается разработка и внедрение с участием работодателей, международных экспертов государственных общеобязательных стандартов технического и профессионального образования, предусматривающих формирование у обучающихся базовых, специальных компетенций и нескольких квалификаций, интегрированных (модульных) образовательных программ по специальностям, в том числе эквивалентных программам бакалавриата, типовых учебных программ по специальным дисциплинам, учебной литературы, учебных пособий и учебно-методических комплексов[3].

Увеличение спроса на образовательные услуги привело не только к росту образовательных организаций, но и появлению недобросовестной конкуренции. Особенно ярко это проявляется в сфере экономического образования. Большой спрос на экономическое образование привел к организации различного рода учебных заведений с усеченными программами обучения и привлечением сторонних, зачастую непрофильных преподавателей. Выпускников по экономическим специальностям готовит практически каждый вуз. И именно эти специальности являются донорами для существования всего вуза. Но насколько качественно происходит такая подготовка? Кто несет ответственность за

содержание образования, качество преподавания, выделение всех видов необходимых ресурсов в полном объеме? Насколько содержание экономического образования, отвечая запросам работодателей, одновременно является фундаментальным? Насколько выпускник «заточен» под конкретную специфику деятельности?

Существует риск несистемного характера образования, набор читаемых курсов выбирается в зависимости от наличия преподавателей. Часто за красивыми названиями курсов скрывается объективно старое содержание. Формируя программы, большинство вузов думают не о системе знаний, а стремятся удовлетворить некомпетентного потребителя образовательных услуг. Несовершенство законодательства не позволяет отследить места работы ППС, что приводит к их перегрузке и снижает качество образования в целом.

Старение кадров – одна из актуальных проблем современных университетов. Процесс «воспроизводства» идет медленнее темпов увеличения численности студентов. Это приводит к тому, что вузам приходится брать на работу все большее количество преподавателей с сомнительной квалификацией. Это же послужило причиной того, что преподаватели совмещают работу в двух, трех и даже четырех вузах.

Государству наравне с университетами следует всячески стремиться повышать активность профессорско-преподавательского состава. Для этого надо постепенно повышать уровень оплаты труда в сфере образования, стимулировать научную деятельность путем предоставления грантов и т.п.

Преподаватели должны стать заинтересованными в непосредственном контакте со способными и талантливыми студентами. Совместная научная и исследовательская деятельность будет способствовать взаимному росту уровня накопленных знаний.

Нам необходимо восстановить честь и репутацию высшей школы. Преподаватель вуза должен вызывать уважение в глазах населения. Ключевая роль в этом процессе принадлежит государству. Преподаватели – основное звено в цепи. Именно от них зависит, каким вырастет новое поколение.

Наиболее острая проблема высшего образования в РК – низкое качество знаний студентов, несвязанных с потребностями экономики, а это грозит ситуацией, случившейся в арабских странах – большое количество «как бы образованного» но безработного молодого населения.

Качество образования определяется и уровнем, масштабами научных исследований, в вузах в значительной степени они зависят от остепененности преподавателей. Прямо скажем, она далеко недостаточна. Процент остепененности с учетом совместителей по данным МОН РК составил в 2010/2011 г. 42,6% , при этом действующий норматив остепененности только для штатных ППС ранее был 45%, по программам магистратуры – 60%. А в проекте новых квалификационных требований процент остепененности уже составляет 70%. Закономерно, что выход в международное конкурентоспособное образовательное пространство, аккредитация в зарубежных аккредитационных агентствах требуют высокого качества проведения занятий остепененными преподавателями. Обеспечение остепененности преподавателей, их качественной

подготовки требует поиска специальных мер, направленных на соответствие имеющимся требованиям. Следовательно, нам необходимо выработать пути по решению этой проблемы в кратчайшие сроки.

Ежегодно количество поступающих абитуриентов в РК сокращается, так с 2007 г. численность студентов сократилась более чем на 100 тыс. человек (на 15%). Сокращение контингента вызвано не только демографическими причинами, увеличением проходного балла ЕНТ, но и повышением стоимости обучения.

Еще одна задача, стоящая перед высшей школой, это развитие трехязычия, интеграция и превышение требований Болонской декларации. Болонский процесс – атрибут индустриального общества, Казахстану, чтобы быть конкурентоспособным, крайне необходимо переходить на новый уровень – уровень информационного общества.

В связи с этим актуально нормативное ориентирование на личность как активный творческий субъект познания и управления; пропаганда казахской идеи индивидуальной открытости как национальной идеи общегражданской нации Казахстана; пропаганда объективной системы ценностей; формирование свободного правосознания; внедрение методологии личностно-ориентированного подхода вместо «компетентностного»; усиление фундаментальных теоретических знаний как основы оперативного компонента познавательной схемы, сведение к минимуму накапливания знания как суммы постоянно меняющихся фактов; современный перечень учебных дисциплин с унифицированными пособиями, согласованными с методологическими, логическими и методическими требованиями, с обновляемым научным содержанием.

Мировой опыт подтверждает, что бизнес-образование требует к себе особо серьезного отношения. Недопустимо сводить его к узкому корпоративному обучению. Сфера экономического образования, и бизнес-образования в частности, требует специальных знаний передовых технологий и научных исследований, информационного и интеллектуального обмена с вузами-партнерами. Острой остается проблема качества профессионального образования. Показатель качества образования учебного заведения - это трудоустройство его выпускников. Однако такие показатели для анализа отсутствуют.

Так в 2016 году экономическая активность молодежи составила 46,9% от численности молодежи в возрасте 15-24 лет. Причем, экономическая активность молодежи в возрастной группе 15 лет сократилась до 8,9%, 16-19 лет - до 24,9% и в возрастной группе 20-24 года до 69,5%. Это связано с тем, что молодые люди предпочитают в этом возрасте продолжать свое образование, а не предлагать свои услуги на рынке труда[4].

В настоящее время важнейшие направления развития высшего образования в Республике Казахстан обусловлены целями и задачами интеграции страны в мировое образовательное пространство. Концепция развития казахстанского образования до 2020 г. предполагает ряд приоритетных направлений, ориентированных на подготовку специалистов-бакалавров, специалистов с высшим образованием и магистров, документы об образовании которых будут признаваемы в других странах.

Список источников:

1. <https://articlekz.com/article/11173>
2. Об утверждении Государственной программы развития образования Республики Казахстан на 2011-2020 годы
3. <https://www.zakon.kz/188308-aktualnye-voprosy-razvitija.html>
4. <https://articlekz.com/article/13830>

**Джангарашева Н.В., д.э.н., профессор,
Центрально-Азиатский университет,
Шакенова М.Б ассистент КазНАУ,
Бектурганова А. к.э.н. КазНАУ**

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ОПЛАТЫ ТРУДА В СИСТЕМЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Эффективная деятельность современных организаций во многом определяется результативностью труда их сотрудников и действенной системой оплаты труда и мотивации персонала. В настоящее время уникальным по значимости конкурентным преимуществом любой организации становится ее человеческий потенциал. Его эффективное использование призвана обеспечить система управления персоналом, в которой особое место занимает разработка и внедрение системы оплаты труда. Система оплаты труда должна соответствовать стратегическим целям развития компании, создавать достоверную оценку вклада отдельных сотрудников и подразделений в достижение высоких результатов, создавать условия для вовлеченности персонала в решение общих задач, формировать лояльность и восприниматься всеми сотрудниками как справедливая.

Таким образом, актуальными становятся теоретическое и методическое обоснование, эффективных систем оплаты и мотивации труда, которые должны быть нацелены на решение задач модернизации экономики РК, обеспечение сочетания экономических и социальных интересов и целей отдельных сотрудников, организации, ее руководителей и акционеров. Это предполагает использование новых подходов организации оплаты труда, с учетом специфики деятельности организации и накопленного опыта отечественных и зарубежных компаний в вопросах оплаты труда.

Финансовые средства организаций здравоохранения в Республике Казахстан распределяются на две составляющие: первая - фонд оплаты труда с начислениями во внебюджетные государственные фонды, вторая - средства, направляемые на содержание и развитие организаций здравоохранения.

В последующем эти средства подлежат распределению между подразделениями организации здравоохранения, а в рамках подразделений - между сотрудниками с учетом тарифных разрядов и достигнутых показателей объема и качества выполненной работы.

На первом этапе планирования фонда оплаты труда определяется число должностей медицинского персонала. Причем здесь возможны два подхода:

первый - в соответствии со штатными нормативами, которые в настоящее время носят рекомендательный характер, второй - исходя из объема работы организации здравоохранения и ее подразделений. На практике, как правило, встречается сочетание того и другого подходов.

Штатное расписание административно-хозяйственного и прочего персонала устанавливается в соответствии с типовым штатным расписанием, утвержденными для данного типа организаций, с учетом особенностей и объема работы. При этом составляются тарификационные списки должностей работников, которые являются основными документами для определения должностных окладов работников здравоохранения.

Должностные оклады и другие виды оплаты средних медицинских работников определяются исходя из занимаемой должности, стажа непрерывной работы, образования, квалификации и других условий, предусмотренных в соответствии с приказом, определяющим порядок оплаты соответствующих должностей.

Таблица 1 Численность и фонд заработной платы наемных работников по видам экономической деятельности по РК на 2015 год

Деятельности здравоохранения и социальных услуг	Численность работников, тыс. человек		Фактическая численность работников, принимаемая для исчисления средней заработной платы, тыс. человек		Фонд заработной платы работников, млн. тенге	
	всего	в том числе женщин	всего	в том числе женщин	всего	из него начислено женщинам
Здравоохранение и социальные услуги	413,2	336,8	384,7	311,4	424 256,3	336328,0
Деятельность в области здравоохранения	381,1	310,9	354,3	286,9	401 866,1	318161,7
Деятельность больничных учреждений	246,7	203,8	229,2	188,4	256 538,1	205161,0
Врачебная и стоматологическая практика	79,1	66,8	73,7	61,7	83 801,7	69718,8
Прочая деятельность по охране здоровья	55,3	40,3	51,4	36,8	61 526,3	43281,9
Данные Комитета по статистике РК						

Из таблицы 1 видно, что фактическая численность работников в области здравоохранения всего составило 381,1 тыс. человек в 2015 году из них женщин 310,0 тыс. человек или 81,5% из них фактическая численность работников, принимаемая для исчисления средней заработной платы составило всего 354,3 тыс. чел., в том числе женщин 286,9 тыс. человек. Фонд заработной платы всего по Республике Казахстан для деятельности в области здравоохранения составило

401 866,1 млн. тенге, из них начислено женщинам 318 161,7 млн. тенге или 79,1% от всего фонда заработной платы системы здравоохранения страны.

Из анализа видно что, в деятельности больничных учреждений численность работников всего выше и составило 64,7 %, чем в врачебной и стоматологической практике, где численность составляет 79,1 тыс. человек или всего 20,7% от всей деятельности в области здравоохранения.

Среднемесячная номинальная заработная плата одного работника в 2015 году в системе здравоохранения составил в среднем 94,5 тыс тенге, у мужчин 103,5 тыс чтенге или на 9,5% выше среднемесячной номинальной заработной платы, у женщин 92,4 тысяч.тенге соответственно на 2,2% ниже средней номинальной заработной платы и на 10,7% ниже чем у мужчин. В деятельности больничных учреждений среднемесячная номинальная заработная плата ниже на на 1,3% от общей среднемесячной номинальной заработной платы и на 1,5 % ниже, чем у врачебной стоматологической практики

Таблица 2. Среднемесячная номинальная заработная плата работников по видам экономической деятельности и группам занятий (по обследованным профессиям и должностям)* РК 2015

	Среднемесячная номинальная заработная плата одного работника, тенге			
	руководителей (представителей) органов власти и управления всех уровней, включая руководителей организаций	специалистов высшего уровня квалификации	специалистов среднего уровня квалификации	служащих, занятых подготовкой информации, оформлением документации, учетом и обслуживанием
Здравоохранение и социальные услуги				
Деятельность в области здравоохранения	212 709	140 827	95 159	60 957
По кругу наблюдаемых видов экономической деятельности	264 467	129 597	103 091	92 160
Данные Комитета по статистике РК				

Из таблицы 2 видно, что среднемесячная номинальная заработная плата руководителей (представителей) органов власти и управления всех уровней, включая руководителей организаций здравоохранения ниже на 19,5% или составило 212,7 тыс. тенге, чем по кругу наблюдаемых видов экономической деятельности и группам занятий. У специалистов высшего уровня квалификации в системе здравоохранения выше на 8,7% или 140,8 тыс. тенге по сравнению с другими видами экономической деятельности и группам занятий, где среднемесячная номинальная заработная плата составляет соответственно 129,5

тыс. тенге. Однако у специалистов среднего уровня квалификации в системе здравоохранения среднемесячная номинальная заработная плата ниже на 7,75%, чем с другими видами экономической деятельности и группам занятий.

Объективную потребность в изменении системы оплаты труда медицинские работники испытывают давно: необходима гибкая система, позволяющая лучше оценить не только физическую, но также умственную и нервную нагрузку работника, стимулировать достижение определенных количественных и качественных показателей и способствовать удержанию в медицинском учреждении хороших специалистов.

Список источников:

1. Менеджмент в системе обязательного медицинского страхования и здравоохранения. / Р.М. Зелькович, Л.Е. Исакова, Н.Б. Окушко/-М.: Федеральный фонд ОМС, 1999. – 352 с.
2. Объем оказанных услуг в области здравоохранения и предоставления социальных услуг РК., Серия 25, Социальная сфера, 2015г, Алматы.

Аннотация

Система оплаты труда должна соответствовать стратегическим целям развития компании создавать достоверную оценку вклада отдельных сотрудников и подразделений в достижение высоких результатов.

Summary

The wage system should correspond to the strategic goals of the company's development to create a reliable estimate of the contribution of individual employees and units to the achievement of high results.

**Джангарашева Н.В д.э.н., профессор ЦАУ.,
Шакенова М.Б. ассистент КазНАУ
Толепберген У. магистрант 2 курса
специальности Землеустройства, КазНАУ**

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ НАЛОГОВОГО БЮДЖЕТА ГОСУДАРСТВА.

Развитие рыночных отношений требует исследования механизма финансовых взаимосвязей в различных областях социально-экономического управления страной. Одно из центральных мест в реализации этого вопроса занимает разработка направлений налогового планирования и прогнозирования (на уровне государства и хозяйствующих субъектов), которые являются особыми элементами системы подготовки и принятия решений в сфере жизнедеятельности государства в процессе перераспределения совокупного общественного продукта. Между ними существует органическая связь, поскольку, несмотря на противоположность экономических интересов участников, они имеют общую стратегию - создание устойчивого экономического базиса в рамках страны. Задачей общегосударственного уровня является максимальная мобилизация

налогов и сборов, корпоративного - уплата налоговых платежей, а также их оптимизация.

Однако качество налогового планирования находится на довольно низком уровне, о чем отчасти свидетельствует состояние и динамика задолженности по налоговым платежам в бюджет РК. Одной из проблем остается слабая обоснованность методических подходов к формированию и функционированию механизма налогового планирования и прогнозирования, следствием которой является недостаточная проработанность вопросов формализованного представления бюджетов всех уровней.

В связи с этим существует необходимость изучения совершенствования методов, прогнозирования и планирования бюджетных ресурсов, которые способствовали бы оптимизации финансовых взаимосвязей, определению факторов и резервов роста государственных доходов.

Все элементы и результаты государственного налогового менеджмента и сам процесс управления могут быть представлены в налоговом бюджете государства (на уровне страны и ее регионов).

Как любой другой бюджет, налоговый бюджет состоит из своей доходной и расходной частей, в которых отражаются, соответственно, входящие и исходящие налоговые потоки. Традиционно налоговый бюджет государства в его доходной части включает в себя все плановые или фактические налоговые доходы, а в его расходной части – все налоговые расходы, связанные с администрированием налогообложения. Однако для целей налогового менеджмента такая структура налогового бюджета не целесообразна. Налоговый бюджет государства должен отражать цель, задачи и результат государственного управления налогами. В доходной части должны отражаться не общие налоговые доходы, а только тот их объем, который является результатом мер государственного налогового менеджмента, т. е. дополнительные налоговые доходы, обусловленные усилиями субъектов управления. Должна быть пересмотрена и расходная часть налогового бюджета, в которую следует включать все расходы, связанные с обслуживанием, планированием, оптимизацией контролем налогов. В налоговом бюджете должен отражаться конечный результат – налоговая прибыль (убыток), как результат управления налоговыми потоками, а также эффективные решения по использованию налоговой прибыли (или другие решения при получении убытка).

Налоговый бюджет государства – это инструмент, метод планирования, но необходимо составлять и отчетные налоговые бюджета по фактическим показателям движения налоговых потоков. Показатели и результаты планового и фактического бюджетов сравниваются, анализируются на этой основе опять же принимаются соответствующие решения.

Таким образом, налоговый бюджет государства представляет собой баланс входящих и исходящих налоговых потоков, или баланс налоговых доходов государства (дополнительных налоговых доходов от проведения мероприятий государственного налогового менеджмента) и его налоговых расходов (затрат, связанных с обслуживанием, организацией, планированием, оптимизацией и контролем налогов и ориентированных на конечный результат управленческой деятельности).

Налоговый бюджет государства не имеет законодательной силы и не утверждается, как обычный бюджет. Данный документ выполняет лишь управленческую функцию. На рис. 7 представлена модель налогового бюджета, ориентированного на результат, наиболее приспособленная для целей государственного налогового менеджмента.

Представленная модель налогового бюджета позволяет оценить результативность совокупных действий субъектов государственного налогового менеджмента в сфере налогообложения, т. е. составляя, исполняя и анализируя такой бюджет, можно проследить конкретный эффект от конкретных управленческих решений, от мер реформирования в сфере налогов (будь то новый налог или иная ставка, введение или отмена льгот и т. д. и т. п.).

Налоговый бюджет, точнее результаты управления налогами, непосредственно увязаны с управленческими решениями в области государственных расходов.

Налоговое бюджетирование на макроуровне предполагает не просто составление определенного плана налоговых поступлений, но обуславливает их зависимость от будущих результатов.

Таким образом, в налоговом бюджетировании, во-первых, определяется финансовый результат от управления налогами в определенном периоде; во-вторых, принимаются оптимальные решения по вложению и оценивается результат от использования полученной налоговой прибыли по различным направлениям, т. е. не просто определяются направления финансирования той или иной статьи расходов, а осуществляется последующая оценка конечного результата такого финансирования.

Дополнительный фискальный эффект должен приносить дополнительный экономический или иной эффект в виде прироста (объема и качества) общественных благ. Эффективный государственный налоговый менеджмент обеспечивает достижение цели государственного финансового хозяйства и обеспечение налогового равновесия на основе наиболее полной реализации функциональных возможностей налогов. Все это должно находить отражение в налоговом бюджете. Эффективный налоговый бюджет – это бюджет, который обеспечивает максимальный фискальный, регулирующий и контролирующий эффект на базе оптимизации совокупного налогового бремени и ставок основных налогов.



Рис. 7. Модель налогового бюджета государства

Успех в реализации стратегии развития налогового бюджета государства будет во многом определяться эффективностью системы управления и ее нацеленностью на решение стоящих перед органами налоговой службы задач.

Упорядочение, оптимизация и реинжиниринг бизнес – процессов.

Внедрение Системы сбалансированных показателей (ССП) в налоговых органах.

Внедрение процесса управления рисками.

Внедрение принципов мотивации, направленных на достижение цели, ориентированных на результат.

Внедрение принципов, прозрачности, объективности, карьерного роста при кадровых назначениях и перемещениях, а также при приеме на работу в налоговых органах.

Обеспечение эластичного, целенаправленного и основанного на результатах планирования финансами и материально – техническими ресурсами.

Повышение профессионального уровня работников, проведение обмена опытом с налоговыми службами стран СНГ и дальнего зарубежья, а также между работниками территориальных налоговых органов.

Отсюда вытекает Миссия налоговой службы, как государственного органа, определяет в качестве стратегического направления обеспечение полноты поступления налогов. Для достижения Видения налоговой службы выделяются два стратегических направления: обеспечение удовлетворенности общества

деятельностью органов налоговой службы и построение высокоэффективной налоговой службы.

Оценка поступлений доходов (без поступлений трансфертов) по текущему году в условиях действующего законодательства РК принимается за основу при прогнозировании поступлений в республиканский бюджет на плановый период и рассчитывается несколькими методами.

1. По налогам и другим обязательным платежам, по которым при прогнозировании за основу расчетов принимаются налоговая база или макроэкономические показатели, имеющие связь с фактической базой или определяющие ее величину, расчет оценки поступлений (налогового потенциала) по текущему году в условиях действующего законодательства осуществляется следующими методами:

• путем применения налоговых ставок к соответствующим налоговым базам по следующей формуле:

$$P_o = NO_6 * S, \text{ где}$$

P_o - оценка поступлений доходов по текущему году в условиях действующего законодательства

NO_6 - налоговая база

S - ставка, установленная Налоговым кодексом Республики Казахстан

При этом из фактических налоговых и неналоговых поступлений за отчетные периоды и по текущему году исключаются разовые платежи, носящие несистемный характер и не зависящие от производственной деятельности, в частности, крупные размеры годовых перерасчетов, полученных за счет временных факторов (колебания цен, структурных изменений), суммы, доначисленные по актам проверок.

Список источников:

1. Грищенко В.Н., Демидова Л.Г., Петров А.Н. Теоретические основы прогнозирования и планирования. Часть 1-СПб: Из-во СПбУЭФ.1995;
2. Черник Д.Г., Морозов В.П. Оптимизация налогообложения. Учебно-практическое пособие.~М.:ООО «ТК Велби», 2002;
3. Вылкова Е.С., Романовский М.В. Налоговое планирование: Учебник. - СПб.: Питер, 2004;
4. Евстигнеев Е.Н. Основы налогового планирования.СПб.: Питер, 2004;
5. Тихонов Д.Н., Липник Л.Г. Налоговое планирование и минимизация налоговых рисков. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2004;

Аннотация

Мемлекеттің салық бюджетін дамыту стратегиясын жүзегасырудағы табыстар, негізінен, басқару жүйесінің тиімділігі мен салық қызметі органдарының алдына қойылған міндеттерді шешуге бағытталады.

Summary

Success in implementing the strategy for the development of the state's tax budget will be largely determined by the effectiveness of the management system and its focus on solving the tasks facing the tax service bodies.

Dzhangarasheva N.V., Shakenova M.B.

CURRENT STATE OF BUSINESS DEVELOPMENT IN LIGHT INDUSTRY

Business can be carried out by individuals, businesses or organizations for the extraction of natural goods, the production or acquisition and sale of goods or the provision of services in exchange for other goods, services or money. In other words, business means any occupation, a business that brings income. A person engaged in business is a businessman.

The notion of "business" is closely related to "entrepreneurship". Often they are used as synonyms, but the content of these concepts has a significant difference. [1,2,3]

Business is characterized by finding new, more efficient ways of using resources, flexibility, constant self-renewal. An entrepreneur is a person seeking and realizing new opportunities for developing and developing goods and services, finding the best ways to serve consumers, new forms of capital application.

Characteristic definition of the entrepreneur given by the famous economist I. Schumpeter: "Being an entrepreneur means not doing what others do ... and not as others do." Consequently, entrepreneurship is inconceivable without innovation, creative search. In this way it differs from the ordinary business, which is understood as routine, monotonous activity for the purpose of profit. For example, the installation of another tent for the sale of beverages or other goods is a business, but there is no business here. Although business is often done on the basis of entrepreneurship and involves an entrepreneurial approach in organizing the business. [4]

Thus, the concept of "business" is broader than the concept of "entrepreneurship" and not only in its content, but also in the composition of its members, since it covers the relations between all participants in a market economy and includes the actions not only of businessmen but also of consumers, workers, state structures.

The world of entrepreneurship, business is built according to its own special laws. It is full of surprises, failures and conflicts. Only one can succeed in this world, for whom entrepreneurship is life itself, a certain way of life, thinking, a way of interacting with people, organizations, finances, information, etc. No university will be taught to passionately desire to start a business, to become the master of one's own destiny, to maintain faith in oneself and in business with blunders, conflicts, competition in case of disappointments, betrayals and bankruptcies.

A businessman should become a leader in order to attract people to himself, instill in them a belief in success, be able to support in failures and lack of money. Today you can cope with a serious matter, only having a team of like-minded people, people united by a common idea, future opportunities.

It should be noted that business can be dealt with by the small owner, the manager of the joint-stock company, the arena operator, the worker, etc. Both an individual and a group of people (collective entrepreneurship) can start their own business. However, the common for all are the initiative, the desire to gain, the desire to take a risk, to test oneself. Providing full freedom to the worker, entrepreneurship gives him the opportunity to realize energy, more fully reveal his creativity and on this basis provide decent living conditions. [6,7]

The modern consumer determines the direction of development of the overalls market, and personal protective equipment PPE. New requirements for the appearance of employees created a new service for most companies - the development of corporate style. The certain color scale, uniform style, obligatory presence of a trade mark - now attributes of all models of a winter and summer seasons from simple traditional (suits, overalls, dressing gowns) to professional complete sets of special purpose (for workers of road services, car-care center, security structures, etc.). , which determined the relevance of the chosen topic for the development of a business plan for the production of special clothing for medical workers.

Business goals are the key results that the company has been striving for in its activity for quite some time. The business objectives depending on its nature, degree of development and condition can be different.

Based on the goals of the business, tasks are set. They are closely interrelated. If the goal determines a particular area of activity, then the task is quantitative, qualitative and temporary determination of this goal. For example, the purpose of the business - the definition of break-even work and profit, the task - to achieve by the end of the first year of work 10% level of profitability. Formulating objectives, setting tasks, it is possible to mobilize the forces and means of the enterprise better, to act more coherently and efficiently.

Table 1. The main features of business types

Types of business	Main functions	Main field of activity
Industrial	Manufacture of products, goods, works, information services	Production enterprises and institutions
Commercial	Purchase and sale of goods and services	Trade establishments and commodity exchanges
Financial	Purchase and sale of money, currency, securities	Bank, stock exchanges, insurance and trust companies
Compiled by the author on the basis of the study [1,2,3]		

Types of business determine the main areas of the entrepreneur. As a rule, the production, commercial and financial businesses are distinguished (their main characteristics are shown in the table.) Being relatively independent, these types of activities can be integral parts and complement each other.

From the table, the volume of production of textiles and clothing in the Republic of Kazakhstan in 2015 remained at the same level as in 2014. Thus, the textile production index in 2014 was 98.5%, in 2015 - 98.5% The index of clothing production in 2015 increased compared with 2014 also did not change.

Table 2 - The volume of production of textiles, clothing in the Republic of Kazakhstan

	Number of enterprises and productions	Volume of production of industrial products (goods, services), million tenge			Volume indexes of industrial production, in %		
		previous month	the reporting month	accounting period	accounting month to		accounting period to the corresponding period of the previous year
					the previous month	corresponding to the corresponding month of the previous year	
Light industry	47	6 371	4 101	4 101	61,5	96,7	96,7
Manufacture of textiles	23	3 428	2 498	2 498	60,3	98,5	98,5
Manufacture of wearing apparel	20	2 400	1 361	1 361	61,5	96,3	96,3
Manufacture of leather and related products	4	543	242	242	72,3	83,7	83,7
Committee on Statistics of the Ministry of Economy of the Republic of Kazakhstan							

The specific weight of the volume of production of light industry products from all types of industrial products is only 0.3%, the production of clothing 0.1%, textile products 0.2%, the production of leather and related products only 0.02%

Table 3 Volume of production of light industry of the Republic of Kazakhstan

	Volume of production of industrial products (goods, services), million tenge	Share of activities in the republican volume of industrial output, in %
	accounting period	
Light industry	4 101	0,3
Manufacture of textiles	2 498	0,2
Manufacture of wearing apparel	1 361	0,1
Manufacture of leather and related products	242	0,02
Committee on Statistics of the Ministry of Economy of the Republic of Kazakhstan		

In general, the garment industry in the Republic of Kazakhstan has a sufficiently high potential for development. Participants in the clothing industry consider it

necessary to modernize existing production; develop a resource base; optimize and simplify licensing procedures; to develop the national system of standardization and certification, to increase budgetary financing for scientific research, to regulate tariffs for railway transportation of goods; to provide tax and tariff benefits to enterprises producing high-quality competitive products, to conduct explanatory work among enterprises regarding the possibilities of obtaining such

Listofused literature

1. Бусыгин А.В. Предпринимательство М., Дело 2003.
2. Предпринимательство. Учебник / Под ред. М.Г. Лапусты. – М.: ИНФРА-М, 2002.
3. Горфинкель В.Я. Предпринимательство. М. ЮНИТИ, 2004.
4. Основы предпринимательства. Мамыров Н.К., Смагулова Н.Т. и др., Алматы, Экономика, 1997.
5. Предпринимательство в Республике Казахстан. Под ред. Окаев К.О. Алматы, Экономика, 2000.
6. Грибов В.Д. Основы бизнеса. – Москва: Финансы и статистика 2001.

Аннотация

В целом же промышленность швейных изделий в РК имеет достаточно высокий потенциал для развития. Участники рынка швейной промышленности считают необходимым модернизировать действующие производства; развивать ресурсную базу; оптимизировать и упростить процедуры лицензирования; развивать национальную систему стандартизации и сертификации, увеличить бюджетное финансирование на научные исследования.

Аннотация

Жалпы алғанда, Қазақстан Республикасының тігін өнеркәсібі даму үшін өте жоғары әлеуетке ие. Тігін өнеркәсібінің қатысушылары қолданыстағы өндірісті жаңғыртуды қажет деп есептейді; ресурстық базаны дамыту; лицензиялау рәсімдерін оңтайландыру және жеңілдету; стандарттау және сертификаттаудың ұлттық жүйесін әзірлеу, ғылыми зерттеулерді бюджеттік қаржыландыруды арттыру.

**Джаркинбаев Жасер Азимханович,
Комитет по статистике Министерства национальной
экономики Республики Казахстан,
Заместитель Председателя Комитета,
магистр экономики, докторант Академии
Государственного Управления при Президенте
Республики Казахстан по специальности «Экономика»**

РАЗРАБОТКА И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕГРИРОВАННЫХ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ СЧЕТОВ

Успех в проведении социально-экономической политики государства в

немалой степени зависит от наличия и использования статистических данных, характеризующих развитие страны. На макроэкономическом уровне, Система национальных счетов (СНС) позволяет исчислять и представлять экономические показатели в формате, разработанном для целей экономического анализа, принятия решений и разработки экономической политики [1]. Важным достоинством данной системы является то, что счета являются последовательными и интегрированными. Последовательность выражается в том, что балансирующая статья одного счета переносится в следующий счет в качестве вступительной (исходной) статьи, обеспечивая взаимосвязь между всеми счетами и объединение их в единое целое. Интегрированность счетов означает, что все последствия одного действия одного субъекта обязательно отражаются в результирующих счетах. В таблице 1 представлены счета СНС, отображение операций, других потоков и позиций [2]. В счетах текущих операций отражается производство товаров и услуг, образование доходов в процессе производства, последующее распределение и перераспределение доходов между институциональными единицами, а также использование доходов на потребление или сбережение. После текущих счетов последовательно следуют счета накопления, в которых отражаются потоки, влияющие на запись в балансе активов и пассивов на начало и конец отчетного периода. Существуют четыре счета накопления: счет операций с капиталом, финансовый счет, счет других изменений в объеме активов и счет переоценки. В счете операций с капиталом отражаются приобретение и выбытие нефинансовых активов в результате операций с другими единицами или внутренних операций, регистрируемых в счетах бухгалтерского учета, связанных с производством (таких как изменение запасов материальных оборотных средств и потребление основного капитала), и перераспределение богатства с помощью капитальных трансфертов. В финансовом счете отражаются операции по приобретению и выбытию финансовых активов и обязательств. В счете других изменений в объеме активов отражаются изменения стоимости активов и обязательств институциональных единиц или секторов, произошедшие не в результате операций, а вследствие иных факторов, например, разрушения основных фондов в результате стихийных бедствий. В счете переоценки отражаются те изменения стоимости активов и обязательств, которые являются результатом изменений их цен. Связь между счетами накопления и текущими счетами операций обеспечивается тем фактом, что сбережение должно быть обязательно использовано на приобретение финансовых или нефинансовых активов того или иного типа, включая наличные денежные средства. Если сбережение отрицательно, превышение потребления над располагаемым доходом должно финансироваться путем продажи активов или принятия обязательств. Финансовый счет показывает, каким образом средства передаются от одной группы единиц к другой, особенно через финансовых посредников. Доступ к источникам финансирования является неременным условием возможности заниматься многими видами экономической деятельности. Балансы активов и пассивов отражают стоимость запасов активов и обязательств, имеющих у институциональных единиц или секторов на начало и конец отчетного периода. Они состоят из трех элементов:

нефинансовых активов, финансовых активов и обязательств, и чистой стоимостью капитала, как балансирующей статьей между активами и обязательствами[1].

Таблица 1. Счета СНС

		Операции	Другие потоки	Позиция
Текущий счет		Производство товаров и услуг, создание, распределение, перераспределение и использование дохода		
Счета накопления	Счет операций с капиталом	Чистое приобретение нефинансовых активов, сбережение и капитальные трансферты		
	Финансовый счет	Чистое приобретение финансовых активов и чистое принятие обязательств		
	Счет переоценки		Переоценка активов и обязательств	
	Счет других изменений в объеме активов		Другие изменения в объеме активов и обязательств	
Баланс активов и пассивов				Нефинансовые активы; финансовые активы и обязательства; чистая стоимость капитала как балансирующая статья

СНС предусматривает формирование счетов в разрезе институциональных секторов, к которым относятся нефинансовые и финансовые корпорации, государственное управление, домашние хозяйства и некоммерческие организации, обслуживающие домашние хозяйства (НКООДХ). Это позволяет проводить более качественный анализ и мониторинг развития экономики, планировать и прогнозировать последствия проведения мер социально-экономической политики на важнейшие институциональные сектора.

Как правило, чем более развита страна, тем более внимания в ней уделяется развитию национальной статистической системы, наличию и качеству данных. Например, к настоящему моменту большинство развитых стран Организации Экономического Сотрудничества и Развития (ОЭСР) уже внедрили последнюю версию международного стандарта СНС-2008. В данных странах на ежеквартальной основе формируются все счета накопления и балансы активов и пассивов в разрезе институциональных секторов. При этом, происходит

постоянный рост потребности в развитии СНС и подготовке новых данных. Так, недавний мировой финансовый кризис 2007-2009 гг. выявил пробелы с данными, которые помогли бы заранее прогнозировать надвигающиеся трудности. В связи с этим, страны G-20 обратились к МВФ и Совету по Финансовой Устойчивости с просьбой выработать предложения по формированию необходимых данных. В результате был выработан набор рекомендаций, который, в частности, предусматривает более детальную разработку финансовых счетов на основе СНС-2008, использование для анализа метода финансовых потоков и баланса активов и пассивов[3]. Таким образом, одним из важнейших элементов прогнозирования будущих кризисов является анализ взаимодействия реального и финансового секторов в разрезе институциональных секторов и их балансов активов и пассивов.

В Республике Казахстан развитие СНС идет несколько более низкими темпами по сравнению с развитыми странами. На сегодняшний день Комитетом по статистике Министерства национальной экономики (КС МНЭ) разрабатываются на годовой основе текущие счета, счет операций с капиталом и финансовый счет. Над другими счетами ведется экспериментальная работа. При этом, пока не идет речи о разработке счетов СНС на квартальной основе, поскольку это требует значительных дополнительных ресурсов. В таблице 2 приведены данные по чистому сальдо кредитования/заимствования счета операций с капиталом и финансового счета Казахстана в разрезе институциональных секторов за 2011-2015 гг. В принципе, сальдо двух данных счетов должны быть равны, поскольку сбережения, которые направлены на приобретение основного капитала должны быть использованы на приобретение финансовых активов, а заимствование для финансирования покупки основного капитала приводит к принятию финансовых обязательств. Однако, на практике сальдо счета операций с капиталом и финансового счета почти всегда не совпадают. Причинами этому являются различные источники данных, используемые для составления счетов, различные временные периоды регистрации потоков и другие статистические расхождения [4].

Таблица 2. Сальдо чистого кредитования (+)/заимствования(-), трлн.тенге

	Нефинан- совые корпора- ции	Финан- совые корпора- ции	Госупра- вление	НКО ОДХ	Домохо- зяйства	Эконо- мика*
2011						
Счет операций с капиталом	-2,2	0,4	3,8	-0,2	0,9	1,5
Финансовый счет	-1,9	1,0	1,6	0,1	0,6	1,5
Расхождение	-0,3	-0,6	2,2	-0,3	0,3	1,3
2012						
Счет операций с капиталом	-2,9	0,3	3,1	-0,2	1,1	0,2
Финансовый счет	-2,7	0,6	1,6	0,1	0,6	0,2
Расхождение	-0,2	-0,3	1,5	-0,3	0,5	1,2

2013						
Счет операций с капиталом	-2,6	0,8	4,3	-0,3	-0,8	0,2
Финансовый счет	-2,9	2,3	0,6	0,1	0,0	0,2
Расхождение	0,3	-1,5	3,7	-0,4	-0,8	1,3
2014						
Счет операций с капиталом	-4,2	0,3	4,9	-0,4	1,0	1,1
Финансовый счет	-3,6	1,4	1,7	0,0	1,6	1,1
Расхождение	-0,6	-1,1	3,2	-0,4	-0,6	0,5
2015						
Счет операций с капиталом	-5,2	0,1	4,6	-0,4	0,9	-1,1
Финансовый счет	-3,3	1,1	-0,9	0,1	1,9	-1,1
Расхождение	-1,9	-1,0	5,5	-0,5	-1,0	1,1

*-статистическое расхождение равно сумме расхождений по секторам

Из таблицы 2 видно, что в рассматриваемом периоде между сальдо чистого кредитования/заимствования по счету операций с капиталом и финансового счета имеются значительные расхождения, особенно по сектору государственного управления и сектору финансовых корпораций. Необходимо отметить, КС МНЭ является одним из немногих статистических офисов в мире, который разрабатывает финансовый счет. В большинстве стран мира данный счет разрабатывается центральными банками, которые осуществляют сбор информации по финансовому сектору и обладают необходимыми ресурсами для подобной работы. При этом, по примеру США, интеграция счета операций с капиталом и финансового счета требует тесной работы статистического офиса и центрального банка [4]. Поэтому, в Казахстане требуется усиление взаимодействия заинтересованных государственных органов при разработке интегрированных макроэкономических счетов. Это позволит снизить размеры расхождений между счетами и повысить качество анализа и прогнозирования.

Разработка счета текущих операций и счетов накопления позволяет составлять баланс активов и пассивов для страны в целом, а также в разрезе институциональных секторов. Это очень ценная информация, которая должна учитываться при планировании и прогнозировании развития страны. В настоящий момент баланс активов и пассивов в Казахстане не разрабатывается. На годовой основе рассчитывается национальное богатство страны. В таблице 3 приведены элементы национального богатства Казахстана за 2010-2016гг.

Таблица 3. Элементы национального богатства Казахстана, в % к ВВП

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Национальное богатство	123,4	104,7	108,5	99,9	102,9	146,6	136,4
Произведенные активы	103,7	84,9	85,3	79,1	82,5	127,7	122,2
Основной капитал	78,5	64,3	66,6	63,4	67,6	100,1	103,3
Непроизведенные активы	1,4	0,9	0,8	0,8	0,8	1,1	1,2
Чистые финансовые активы	19,7	19,8	23,2	20,8	20,5	19,0	14,2
Национальное богатство на душу населения, млн.тенге	1,6	1,8	2,0	2,1	2,4	3,4	3,5

Из таблицы видно, что национальное богатство страны по итогам 2016 года превысило ВВП, примерно, в 1,4 раза. При этом, основную часть национального богатства в Казахстане составляют произведенные активы, прежде всего, основной капитал. Непроизведенные нефинансовые активы занимают малую долю, поскольку в данный момент пока не налажен учет земельных и природных ресурсов вследствие недостатка в данных и сложностей с оценкой ресурсов в денежном выражении. Между тем, в развитых странах расчеты национального богатства включают все виды ресурсов и произведенные нефинансовые активы часто преобладают в национальном богатстве. Например, по итогам 2016 года ВВП Великобритании составил около 2 триллионов фунтов стерлингов. В то же время, национальное богатство страны составило 9,8 триллиона фунтов стерлингов или почти в пять раз больше ВВП, из которых на землю пришлось около 5 триллионов фунтов стерлингов [5].

Полный учет в национальном богатстве всех видов произведенных и произведенных активов имеет очень большое значение. В частности, это позволяет планировать устойчивое развитие страны, которое подразумевает бережное использование природных ресурсов для всех будущих поколений.

С учетом вышесказанного можно сделать следующие основные выводы. В развитых странах уделяется большое внимание развитию СНС, и она играет большую роль в проведении экономического анализа и макроэкономическом прогнозировании. Построение интегрированных макроэкономических счетов требует слаженной работы многих организаций. В Республике Казахстан необходимо обеспечить разработку всех счетов СНС с активным участием всех заинтересованных государственных органов. При планировании и прогнозировании необходимо шире использовать потенциал учета СНС.

Список источников:

1. Система Национальных Счетов 2008 - Европейская Комиссия, ОЭСР, ООН, МВФ, МБРР, Нью-Йорк 2009г.
2. Manik Shrestha, Reimund Mink, Segismundo Fassler «An Integrated Framework for Financial Positions and Flows on a From-Whom-to Whom Basis: Concepts, Status, and Prospects», WP/12/57, МВФ, 2012.
3. Manik Shrestha, Strengthening Sectoral Position and Flow Data in the Macroeconomic Accounts — A Way Forward, Conference on strengthening sectoral position and flow data in the macroeconomic accounts, organized by the IMF and OECD February 28–March 2, 2011
4. Marco Cagetti, Elizabeth Ball Holmquist, Lisa Lynn, Susan Hume McIntosh, David Wasshausen, «Measuring Economic Sustainability and Progress», University of Chicago Press, 2014 (стр.277-321).
5. Statistical bulletin «The UK national balance sheet: 2017 estimates», Office for national statistics, UK, 2017.

Аннотация

Мақалада біріктірілінген макроэкономикалық шоттардың дайындауы және пайдалануы, дамыған елдердің ұлттық шоттар жүйесін енгізу және пайдалану тәжірибесі қаралған. Ағымдағы жағдайды және басқа елдердің тәжірибесін талқылап Қазақстан Республикасы үшін ұсыныстар жасалған.

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы разработки и использования интегрированных макроэкономических счетов СНС, опыт развитых стран по внедрению и использованию СНС. На основе анализа текущей ситуации и опыта стран сделаны рекомендации для Республики Казахстан.

Summary

This article studies the development and use of integrated macroeconomic accounts of the SNA, the experience of developed countries in the implementation and use of the SNA. Based on the analysis of the current situation and the experience of countries, recommendations have been made for the Republic of Kazakhstan.

Джумадилдаева Жания Бакитовна
Учреждение Университет «Туран»,
ст.преподаватель, магистр экономических наук

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ФРАНЧАЙЗИНГА И ЕГО СЕТЕЙ, ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЕГО ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ СУБЪЕКТОВ КАК ИНТЕГРИРОВАННОЙ ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Казахстан вступил во всемирную торговую организацию, стал членом Евразийского экономического союза, что дает толчок к увеличению финансовых вложений, которое в свою очередь окажет существенное влияние на развитие малых форм предпринимательства, в том числе и развития франчайзинговых отношений. Данный факт открывает возможности для нашей страны к использованию новых технологий развития малого и среднего бизнеса.

Экономика стран постсоветского пространства изменилась в связи с развитием интегрированных форм предпринимательства. Таможенный союз как форма государственного соглашения является доказательством развития интеграционных механизмов. Страны - союзники построили единую нормативную базу, которая открывает возможности беспрепятственному перемещению товаров, услуг, денежных и человеческих ресурсов. Роль франчайзинга в рамках Свободная торговля означает выгодные условия для участников контрактных отношений в области франчайзинга. Структурное состояние и тенденции франчайзинга в Казахстане во многих отношениях сопоставимо с мировым рынком франчайзинга. Казахстан является лидером по

развитию франчайзинговых отношений в Средней Азии, но это не предел. Франчайзинговые отношения форсировано развиваются свыше 80 странах мира, 2,5 млн франчайзинговых компаний принадлежат более чем 30 тысячам франчайзерам. Франчайзинговые компании развиваются в 70 отраслях экономики.

Список лучших франшиз Franchise Direct - это ведущий, основанный на исследованиях рейтинг лучших 100 лучших в мире франшиз. Используя методологию, которая выходит далеко за пределы размера системы и финансовых показателей, рейтинг формируется с использованием множества критериев, дающих каждому критерию взвешенное значение. Франшизы, входящие в Топ-100 глобальных франшиз, выделяются из тысяч франшиз, которые инвестировали в международные стратегии расширения. Франшизы оценивались с использованием объективных и измеримых критериев, которые включают:

- размер системы, основанный на количестве единиц;
- доход;
- стабильность и рост;
- долговременность;
- расширение рынка.

Рейтинг также основан на:

- лучшие практики в области поддержки и обучения франчайзи;
- работы в области экологической политики;
- работы в области социальной ответственности.

Информация была собрана из документов о раскрытии информации о франшизе (FDD), представленных компаниями данных и опубликованных отраслевых источников. Информация о рейтинге 100 лучших глобальных франшиз, таким образом, может помочь интересующимся лицам собрать данные и моделях франшиз, определить перспективные направления и отрасли, где развиваются франчайзинговые отношения, принять решение о расширении, а также компаний, рассматривающих преимущества франчайзинговой бизнес-модели.

Стоит отметить, что рейтинг «Top 100 Global Franchises» не предназначен для одобрения, рекламы или рекомендации какой-либо конкретной системы и результатом работы авторитетных экспертов.

И так, рейтинг за 2017 год, опубликованный в www.franchisedirect.com состоит из 100 компаний, 80 из которых из США, 5 из Франции, 5 из Канады, 4 из Испании, из Великобритании, Японии, Германии, Швеции, Австралии Южной Кореи по одной франчайзинговой компании. Рейтинг «Top 100 Global Franchises» за 2017 год охватывает разнообразный спектр франчайзинговых отраслей от продуктов питания до фитнес услуг и отелей и многое другое. Ниже приведена диаграмма, суммирующая количество определенных видов франшиз в рейтинге 2017 года (Рисунок 1). Неудивительно, что продовольственные франшизы превосходят остальные.

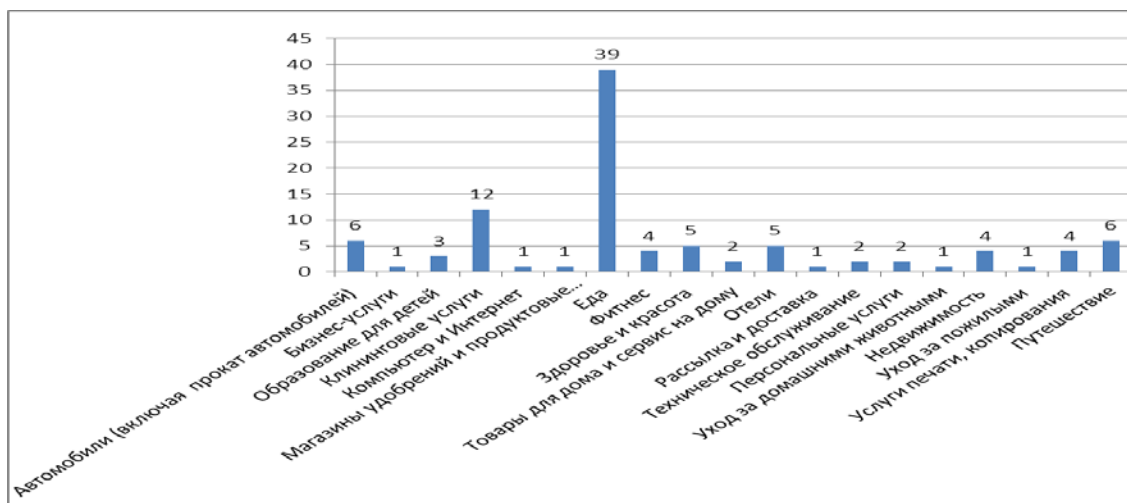


Рисунок 1. Структура 100 лучших глобальных франшиз по рейтингу видам деятельности

Примечание: Составлено автором на основе [1]

Для более детального определения перспектив развития франчайзинга в Республике Казахстан автором работы было проделано сравнительное исследование моделей организации франчайзинговой сети, которое даст возможность описать направления экспоненциального развития предпринимательской деятельности в Казахстане без привлечения дополнительного капитала (Таблица 1).

В мировых экономических процессах используются несколько моделей организации франчайзинговой сети, через которые развиваются принятые за образец и новые проекты.

Таблица 1

Сравнительная характеристика преимуществ и ограничения известных моделей организации франчайзинговой сети

Модель	Краткая характеристика	Преимущества	Ограничения
Прямой	Права передаются одному франчайзи на ограниченной территории, при этом франчайзер оставляет себе право открыть собственные предприятия на оговорённой территории.	Непосредственный контроль за работой франчайзи и быстрый анализ результатов деятельности.	Медленные темпы расширения в регионах и необходимость увеличения издержек на развитие каждой точки в случае их нахождения на отдаленных территориях.
Последовательный	При данной модели франчайзер вступает в очередные контрактные отношения с франчайзи после того, как убедится в эффективной работе предыдущих фирм, открытых по франчайзингу	Экстенсивный рост сети. Отсутствие издержек на подбор нового персонала и его обучение. Повышенная мотивация франчайзи с целью получения дополнительных контрактов	Медленные темпы расширения в регионах.

Развитие территории	На установленной территории франчайзи обязуется открыть оговоренное в договоре определенное количество франчайзинговых предприятий, то есть по данной модели определяются четкие территориальные или административные границы по открытию сетей	Предвидение объема реализации продукции или услуги в определенной территории. Единичный договор действует на большой территории.	За счет охвата больших территорий повышаются объемы вложений. Поиск новых приемов мотивации франчайзи.
Мастер – франчайзинг	Мастер франчайзи или субфранчайзи получает возможность контролировать и управлять франшизными предприятиями на определенной территории, а также сам открывает франчайзинговые предприятия согласно графику открытия с главным франчайзером.	Форсированный рост сети. Облегчение контроля больших территорий развития сети. Франчайзер и субфранчайзи преследуют одну и ту же цель – увеличение количества франчайзинговых предприятий. У франчайзера существует вариант развития собственной сети посредством выкупа сформированной сети предприятий, которые не надо переоборудовать, нанимать персонал и т.п.	Трудность нахождения компетентного и надежного партнера, у которого есть достаточное количество финансовых средств. Франчайзер теряет возможность подбирать конечных франчайзи. Риск, связанный высокой степенью доверия субфранчайзи продавать права на бренд.
<i>Примечание:</i> составлено автором на основе [2]			

На основе изучения характеристик известных моделей организации франчайзинговой сети автором была разработана матрица выбора модели, основанная на этапах становления системы франчайзинга (Таблица 2).

Таблица 2.
Матрица выбора модели

	Ранний этап становления системы	Интернационализация и выход на зарубежные рынки
Прямой	+	
Последовательный	+	
Развитие территории	+	
Мастер – франчайзинг		+

Изучив данные от вторичных источников, автором были выделены категории лиц (субъектов рынка), которые могут стать франчайзерами, учитывая бизнес-культуру нашей страны, так как это даст нам сформировать мотивации, которые подталкивают субъектов рынка заниматься данной деятельностью и впоследствии прогнозировать перспективы развития франчайзинга.

1. Частные предприниматели (не крупные инвесторы), дипломированные специалисты, желающие заниматься своим делом, репатрианты (как показывает практика, они представляют с собой население с высоким уровнем желания заниматься собственным бизнесом, полагающие только на свои силы), жены мужей с высоким уровнем дохода. Для данной категории лиц приемлемы франшизы, направленные на предпринимателей без опыта работы;

2. Крупный и средний бизнес, общественные инвесторы: обладатели коммерческой недвижимости, девелоперы;

3. Компании, расширяющие сферу деятельности в смежных областях или отличающихся кардинально от своей деятельности;

4. Бизнесмены, присоединяющиеся, к наработанной системе сбыта или бывшие дилерские компании.

Список источников:

1. «Top 100 Global Franchises» источник: www.franchisedirect.com
2. «Как упаковать бизнес под франчайзинг: практики и рекомендации» аналитические исследования Группы Компаний «Институт Тренинга – АРБ Про», 2011 г.

Аннотация

Мақалада автор кәсіпкерлік қызметтің интеграцияланған нысаны ретінде франчайзингтің ең үздік 100 жаһандық франшиза тізімінің салалық құрылымын оған қызығушылық танытатын тұлғаларға франчайзингтің перспективалық бағыттарын және салаларын анықтау, деректерді жинауға, өз ісін кеңейту туралы шешім қабылдауға пайдалы болады деген үмітпен қарастырған. Автор мақалада франчайзинг желісін ұйымдастыру модельдерін салыстырмалы зерттеуін жасады және еліміздің бизнес – мәдениетіне сәйкес оның нарықтық тұлғаларын сипаттады.

Аннотация

В статье автор рассмотрел структуру 100 лучших глобальных франшиз по видам деятельности, которая может быть полезна интересующимся лицам, собрать данные о моделях франшиз, определить перспективные направления и отрасли, где развивается франчайзинг как интегрированная форма предпринимательской деятельности, принять решение о расширении. Автором было проделано сравнительное исследование моделей организации франчайзинговой сети и выделены категории лиц (субъектов рынка), которые могут стать франчайзерами, учитывая бизнес-культуру страны.

Summary

In the article, the author considered the structure of the 100 best global franchises by types of activity that can be useful to interested individuals, who collect information about franchise models, identify perspective directions and industries where franchising is developing as an integrated form of entrepreneurial activity, and make a decision about expansion. The author made a comparative study of the models of the organization of the franchise network and identified the categories of individuals (market entities) who can become franchisers, based on the business culture of the country.

**Джумаева Айгуль Кабджановна – ст.преподаватель,
магистр экономических наук
Атырауского Государственного университет
им.Х.Досмухамедова
Казбекова Айнель Канаткызы – магистрант специальности
6M050600 Экономика Атырауского
Государственного университет им.Х.Досмухамедова**

СТРАТЕГИИ СОЗДАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Проблема конкурентоспособности отечественных предприятий является одной из высоко приоритетных задач в Казахстане. Президентом РК на заседании Совета предпринимателей отмечено: «Сильная экономика – это сильное предпринимательство, высокая конкурентоспособность отечественных предприятий, их кооперация» [1]. Глава государства обозначил развитие отечественных предприятий как второе по значимости направление политической стратегии.

«Конкуренция - соревнование организаций между собой в целях достижения желаемых результатов, таких как: завоевание клиентов, доли рынка, рейтинга или необходимых ресурсов» [2].

Ф. Котлер утверждает, что конкуренция — кондиция рынка, которая со временем усиливается. Интернет упрощает доступ к рынкам и способствует более ожесточенной конкуренции. Кроме того, многие американские, европейские и японские предприятия основывают свои компании в странах, обладающих дешевыми ресурсами.

Он рассматривает конкуренцию из степени взаимозаменяемости товаров и выделяет следующие виды конкуренции:

1.«Конкуренция торговых марок». В этом виде компания считает своими конкурентами предприятия, производящие похожие товары и представляющие их одной и той же целевой группе. В качестве примера приводится «Volkswagen», который конкурирует с «Toyota» или «Honda».

2. «Отраслевая конкуренция». В данном виде компания считает своими соперниками все фирмы ее отрасли. Например, Volkswagen соперничает со всеми фирмами, производящими транспортные средства.

3. «Формальная конкуренция». Компания считает своими конкурентами те фирмы, которые удовлетворяют нужды одних и тех же клиентов. В этом виде конкуренции компания будет соревноваться со всеми фирмами, производящими транспортные средства.

4. «Родовая конкуренция». С точки зрения родовой конкуренции конкурентами считаются такие фирмы, которые соревнуются за деньги одних и тех же покупателей [3].

Среди отечественных исследователей методы конкурентной борьбы рассматривает Джумагельдиева Т.А. Как форму экономической конкуренции Джумагельдиева Т.А. первой рассматривает ценовую конкуренцию. Согласно автору цена служит в качестве экономической категории как оценочный показатель и выражает деятельность фирмы и свойства товара, а также характеризует ценность товара. Цена через уравнивание спроса и предложения выступает в качестве связи между производством и потреблением. В результате ценового урегулирования происходит перераспределение капитала из одного сегмента в другой [4].

Производство, не пользующееся спросом, закрывается и ресурсы направляются на производство товаров, адресующих реальные нужды потребителей. Суть ценовой конкуренции заключается в том, что организации стремятся привлечь потребителей, устанавливая более низкие цены, чем их конкуренты. Второй вид конкуренции Джумагельдиева Т.А. определяет как продуктовая конкуренция, которая заключается в том, что компании соревнуются в улучшении продукта и его способности удовлетворять нужды потребителей, неудовлетворенные текущим положением дел. Автор утверждает, что в этом случае удовлетворение нужд потребителей происходит в результате диверсификации продукта. Суть данной формы конкуренции заключается в том, что производители находят такие характеристики товаров, за которые потребители будут платить.

Согласно М. Портеру конкурентная стратегия - это поиск конкурентной благоприятной позиции в индустрии и основной арене, где происходят состязания. Конкурентная стратегия нацелена на занятие прибыльной и стабильной позиции против сил, которые определяют конкуренцию индустрии. Конкурентное преимущество определяет, каким образом фирма выбирает общие стратегии для достижения и поддержания этого преимущества. При этом основным инструментом для выявления и поддержания конкурентного преимущества является цепочка создания ценностей, которая делит фирму на отдельные виды деятельности, осуществляемые ею в производстве, дизайне, маркетинге и дистрибуции ее продукции.

А. Томпсон и Дж. Стрикланд считают, что успешная стратегия развития бизнеса должна отвечать на следующие вопросы: каким образом обеспечить рост бизнеса?, как удовлетворить клиентов?, как обогнать конкурентов?, каким образом управлять каждым функциональным аспектом бизнеса (научно-исследовательская деятельность, производство, маркетинг, человеческие ресурсы, финансы и т.д)?, как реагировать на меняющиеся рыночные условия?, как достигать запланированных результатов?

Данные авторы утверждают, что эффективная стратегия отличается от обычной стратегии способностью менеджмента предпринимать меры как внутри компании, так и на рынке, которые создают устойчивое конкурентное преимущество.

В малом и среднем бизнесе об успешности компании традиционно судят по следующим коэффициентам, приведенным в таблице 1.

Данные показатели сравнивают со средними показателями по индустрии и определяют успешность фирмы. Кроме того, успех фирмы анализируется по данным из финансовой отчетности. По данным отчета о прибылях и убытках можно анализировать структуру, источники доходов и расходов. В балансе показаны обязательства и активы компании. Отчет о движении денежных средств показывает ликвидность организации, притоки и оттоки ее денежных средств от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности. В отчете об изменениях в капитале можно видеть насколько умело компания управляет своим капиталом. [5].

Таблица 1- Показатели рентабельности компаний

Коэффициенты	Способ исчисления	Что измеряется
1	2	3
Коэффициент ликвидности	Текущие активы/текущие обязательства	Измеряет степень, в которой фирма может ответить по своим краткосрочным обязательствам
Маржа валовой прибыли	Маржа/продажи	Измеряет маржинальный доход, покрывающий операционные расходы
Маржа операционной прибыли	Прибыль до процентов и налогов/продажи	Рентабельность без учета процентов и налогов
Маржа чистого дохода	Чистый доход/продажи	Рентабельность компании после налогов
Рентабельность активов	Чистый доход/суммарные активы	Рентабельность активов
Рентабельность капитала	Чистый доход/собственный капитал	Рентабельность капитала
Индексный анализ рентабельности	1) Изменение продаж в процентах по сравнению с базисным годом 2) Изменение уровня чистого дохода в процентах по сравнению с базисным годом	Уровень роста дохода в продажах и в чистом доходе

Конкурентное преимущество и конкурентоспособность измеряется не только финансовыми показателями, но также существуют нефинансовые показатели, измеряющие и свидетельствующие о конкурентоспособности компаний.

Можно приводит следующие критерии оценки конкурентного потенциала экономического субъекта по группам показателей:

– качественный уровень менеджмента субъекта (организационные формы и совершенствование элементов механизма хозяйствования с позиции нововведений и ответственности);

– потенциалы производства и сбыта, направляющие на возможность субъекта хозяйствования производить и реализовывать свою продукцию в соответствующих количествах, в соответствующие сроки;

– размер и структура инвестиций, которые характеризуют политику производственной деятельности и т.п.);

– потенциал научных исследований (сферы научных исследований, расходы на научные и опытно-конструкторские исследования и др.);

– стратегия деятельности субъекта, инновационная деятельность, репутация;

– рост квалификации человеческого капитала [6].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что об успешности бизнеса можно судить как по финансовым, так и по нефинансовым показателям. Успех фирмы может быть краткосрочным или преследовать долгосрочные стратегии.

Список источников:

1. Назарбаев Н.А.. Выступление на заседании Совета предпринимателей, Астана, 2013
2. Coulter M. Entrepreneurship in action.- New Jersey: Pearson Education Inc., 2003.- 384 p. (3)
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент /Экс пресс-курс. 2-е изд.; /пер. с англ.; под ред. Божук С.Г.- СПб.: Питер, 2006. – 466 с. (4)
4. Джумагельдиева Т.А. «Ценовая конкуренция: мотивы и последствия»: <http://www.kisi.kz/docs/1121.pdf>. (6)
5. Бригхэм Ю.Ф., Эрхардт М.С. Финансовый менеджмент. /10-е изд., пер. с англ.; под ред. Дорофеева Е.А. – СПб.: Питер, 2000. - 959 с.
6. Шальминова А.С. Инновационное бизнес - планирование развития приоритетной отрасли : автореф. ... канд. экон. наук: – Казань: КФЭИ, 2000.- 16 с.

Аннотация

В данной статье рассмотрены основы формирования и развития конкурентных преимуществ, исследованы и проанализированы проблемы развития и конкурентоспособности малого и среднего бизнеса

Summary

Bases of forming and development of competitive edges are considered in this article, the problems of development and competitiveness of small and midsize businesses are investigational and analysed

Аннотация

Мақалада шағын және орта бизнестің бәсекеқабілеттілігінің даму мәселелері талданып зерттелген және бәсекелестік артықшылықтың дамуы мен қалыптасуы негізі қаралған.

МАРКЕТИНГ В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ

Первоначальные признаки маркетинговой деятельности связаны с переходом от натурального хозяйства к товарному производству [1]. К наиболее ранним элементам маркетинга следует отнести рекламу. Простейшие формы рекламы существовали еще до нашей эры. Одним из первых дошедших до нашего времени рекламных обращений считается египетский папирус, который хранится в Британском музее. Современные исследователи также считают одним из древнейших рекламных текстов высеченную на камне надпись, найденную в развалинах древнейшего города Мемфиса [3]. Рекламная письменность сочеталась с образцами монументальных надписей, особенно распространенных в ближневосточной культуре и на территории Казахстана. Примерами таких надписей служат высеченные на камнях знаки, танба, иероглифы. Таким образом, истоки рекламной деятельности уходят в глубокую древность. Эти формы рекламной деятельности выражались посредством разнообразных наборов словесных, звуковых, письменных и изобретательных приемов, создающих рекламные образы, цель которой – активно проникать в психику потенциального потребителя. Достаточно широкий для своего времени набор элементов маркетинга использовался в середине XV в. типографских предприятиях Гетенберга, который в 1450 г. ознаменовал начало становления системы средств массовой коммуникации [2, с. 22]. Следовательно, эволюция маркетинга как практической деятельности тесно связана с развитием хозяйственных отношений и имеет давнюю историю.

Во многих литературных источниках по развитию маркетинга в аграрном секторе экономики анализ этапов эволюции маркетинга заканчивается этапом социально-этического маркетинга. Однако в литературных источниках по маркетингу отмечается, что примерно с середины 90-х гг. XX в. маркетинг вступил в новую, современную фазу развития, характеризуемую как маркетинг взаимодействия, или маркетинг отношений, который базируется на методологии рыночных сетей, теории взаимодействия и коммуникаций и использовании комплекса современных информационных технологий. В условиях развитой конкуренции особое внимание стали уделять квалиметрическим характеристикам маркетинга, т.е. соблюдения международных стандартов качества товара, качеству обслуживания потребителей товаров и услуг. Особое внимание обращается к охране здоровья человека и охране окружающей среды. Следовательно, сущность данного этапа состоит в индивидуализации отношений производителя и потребителя на основе долгосрочного партнерского взаимодействия. Благодаря маркетингу взаимодействия в современной экономике происходит конвергенция принципов максимизации прибыли и устойчивого развития. Духу маркетинга взаимодействия отвечает фраза: «Изменения рынка могут изменить цену и технологию, но хорошие отношения могут сохраняться пожизненно и передаваться преемникам» [4].

Анализ показывает, что зарубежные специалисты трактуют маркетинг АПК как практическую деятельность. Н.Д. Эриашвили подчеркивает, что «система агромаркетинга включает в себя комплекс наиболее существенных рыночных отношений и информационных потоков, которые связывают сельскохозяйственное предприятие с рынками сбыта его товаров». Следовательно, в основу инструментария маркетинга АПК положены исследования рынка как информационная база управленческих решений. Американская ассоциация маркетинга (АМА) сделала акцент на распределительную функцию маркетинга АПК в процессе движения товаров и услуг от производителя к конечному или промежуточному потребителю. Многоэтапный характер продаж в АПК и вытекающие из этого особенности аграрного маркетинга подчеркивают о сущности и роли промежуточного потребителя в системе продвижения продукции.

На наш взгляд, маркетинг как комплексная интегрированная система включает концепции маркетинга как теоретическую основу, методы как средства реализации концепций, функции как основные формы практической реализации концепций, мероприятия как действия в рамках предпринимательской деятельности, обусловленные целями и задачами маркетинга.

Теоретической основой рассматриваемых явлений является маркетинг как раздел науки, который изучает социально-экономическое развитие общества. Развитие концепции маркетинга обуславливают соответствующие методы и определенные функции, на основе которых создаются конкретные мероприятия. Из представленной схемы видно, что наш подход к пониманию маркетинга дифференцирует эти явления и интегрирует его элементы.

Исходя из результатов проведенного исследования и логики рассуждений, нами выдвинуто собственное определение маркетинга в АПК – это комплексная система концепций, методов, функций и мероприятий в условиях предпринимательской деятельности, направленная на удовлетворение потребности потребителей в продуктах питания на основе организации производства и распределения при всестороннем анализе рынка в целях получения максимума прибыли и достижения поставленных социально экономических задач с учетом интересов общества и охраны окружающей среды.

С позиций нашего исследования, немаловажно определить предмет маркетинговой деятельности в агропромышленном комплексе. В литературе уделяется незначительно внимание определению маркетинговой деятельности. Наиболее распространены следующие понятия: маркетинговая деятельность как разновидность методов, функций в сфере предпринимательства; деятельность, связанная с осуществлением функций маркетинга в целях формирования и воспроизводства спроса и обеспечения максимума прибыли предприятия; систему, состоящую из совокупности взаимосвязанных элементов – условий, при которых в определенный момент протекает деятельность на рынке; деятельность по внедрению философии и инструментария маркетинга во все звенья воспроизводственной цепи рыночной экономики. Следовательно, определение маркетинговой деятельности в АПК, на наш взгляд, будет выглядеть следующим образом.

Следовательно, нами исследована взаимосвязь сбытовой деятельности предприятия с развитием рыночных отношений, выявлена роль маркетинга в организации эффективного сбыта, даны понятия маркетинга и маркетинговой деятельности в АПК. Однако для глубокой оценки рыночных подходов к формированию экономических отношений в сфере производства, переработки и реализации продукции АПК необходимо исследовать основные пути и формы применения концепции маркетинга в аграрном секторе экономики.

Список использованных источников:

1. Валовая М.Д. Азы древнейшего ремесла, или 13 бесед о рекламе и маркетинге. – М.: Нива XXI век, 2014. – 219 с.
2. Панкратов Д.С., Баженов Ю.К., Серегина Т.К., Шахурин В.Г. Рекламная деятельность: учеб. для студентов высших учебных заведений. – 3-е изд. перераб. и доп. – М.: Информ.-внедренческий центр Маркетинг, 2015. – 364 с.
3. Абрамова Г.П., Жигалин М.М., Семенова Е.И. и др. Маркетинг в АПК / Под ред. Г.П. Абрамовой. – М.: Колос, 2016. – 240 с.

А.М. Дуйсебаева
«Нархоз» университетінің докторанты

ӘЛЕМДІК ЖӘНЕ ҚАЗАҚСТАНДЫҚ САУДА-САТТЫҚ НАРЫҒЫНДАҒЫ ҰНТАРТУ САЛАСЫНА АНАЛИТИКАЛЫҚ ШОЛУ

Қазіргі кезде ұнтарту өндірісі, Қазақстандағы тамақ өнеркәсібінің ең басты саласы, оның дамуына Қазақстан Республикасының азық-түлік қауіпсіздігі тікелейбайланысты.

Әлемдегі халықтың жоғары өсу қарқыны, азық-түлік қауіпсіздік мәселесін күрт арттырады. Біз дәнді дақылдарды ірі экспорттаушыларының біріміз. Бізде экологиялық таза аумақтар болғандықтан, экологиялық таза тамақ өнімдерін шығара аламыз.[1].

Көптеген жағдайларда, біз әлемдегі ең ірі ауыл шаруашылық өнімдерін өндірушілердің бірі бола аламыз, әсіресе органикалық тағамдарды өндіру үшін. Шикізат өндіруден, сапалы және өңделген өнімдерді өндіруге көшуді қамтамасыз ету қажет. Тек сонда халықаралық нарықта бәсекеге қабілетті бола аламыз.[2].

Қазақстандық кәсіпорындар дамыған елдердің тәжірибесіне жүгінеді. Бәсекелестікті жоғарылату, шикізат бағасының тұрақты өсуі сияқты факторлармен және маркетингтік құралдар негізінде, осы саланы дамытуға көп көңіл бөлу үшін ұн өндірушілерге күш салады.

Бүгінгі күні әлемдегі ұн тартатын кәсіпорындардың ассортименті шамамен 400-ге жуық өнім түрлерін қамтиды. Сонымен бірге, дайын өнімге деген сұраныс өсіп келеді, ал үй шаруашылығында ұнды қолдану азайды. Үй шаруашылығындағы ұнның қолданылуының азаюы, В2В секторында ұнды сатудың өсуімен ішінара өтеледі.[3].

Халықаралық Астық Кеңесінің болжамына сәйкес 2017-2018 жылдары әлемдік сауда көлемі, әлемдік рекордтық деңгейге жетіп, 17 миллион тоннаға жетеді. Жаңа болжам мамыр айында жарияланған IGC болжамының 16,8 млн тоннасына қарағанда 200 000 тоннаға жоғары, ал 2016-2017 жылдары ҰҚК-нің соңғы болжамы бойынша 16,8 млн. тоннаға жуық.[3].

Жаңа болжам 2016-2017 жж. көлемінен әлдеқайда көп болмаса да, жаңа маусымға жоспарланған 17 млн.тонна құрайды. 2015-2016 жылдары ұн саудасының көлемі 16,612 миллион тоннаны құрады, бірақ 2014-2015 жылдарға арналған бес жыл ішінде 12,63 миллион тоннадан 14,197 миллион тоннаға дейін өзгермелі болды.2017-2018 жылдары ұнның экспортталуы, болжам бойынша 17,42 млн. тонна.

МГК, жетекші ұн экспорттаушыларына елеулі түзетулер енгізді. Пәкістаннан 2017-2018 жылдарға болжанған экспорт 500 мың тоннамен салыстырғанда 700 мың тоннаға дейін ұлғайтылды. Әлемдегі ең ірі ұн экспорттаушы Түркияныңэкспорттаудың көлемі 5,45 млн. тоннаға бағаланды.

Біріккен Араб Әмірлігінің экспорты 540 мың тоннаны құрады. «Басқа» экспорттаушылар үшін 135 мың тоннаға ұлғайды.

Импорттаушылардың арасында мамыр айынан бастап ең үлкен түзетулер Өзбекстанға - 100 мың тоннаға, Иракта - 250 мың тоннаға дейін, ал Ангола - 180 мың тоннаға дейін ұлғайды.

2016-2017 жж. салыстырғанда 2017-2018 жж. көптеген экспорттаушы елдерде шағын өзгерістер күтіледі. Аргентинадан экспорт 1,14 млн. тоннаға бағаланып отыр, бұл өткен жылмен салыстырғанда 137 мың тоннаға немесе 14% - ға артты.Ресейден ұн экспорты 350 мың тоннаға дейін болжанып отыр, бұл 93 мың тонна немесе өткен жылмен салыстырғанда 36% артық.

2017-2018 жылдары Түркиядан экспорттау 545 млн. тоннаны құрайды, бұл 132 мың тонна немесе 2016-2017 жылдарға қарағанда 2% артық. Экспорттаушылар арасында екінші орынды Қазақстан алып отыр, 2016-2017 жылдармен салыстырғанда 9 мың тоннаға дейін өсіп, 3,2 млн. тоннаны құрады. Болжам бойынша, 2017-18 жылдары Қазақстан мен Түркия әлемдік ұн экспортының үлесін тиісінше 32% және 19% сақтайды. Үшінші ірі нарық үлесі Аргентинада - 6,7% - 2017-2018 жылдары құрайды.

2017-2018 жылдары Еуропалық Одақтан ұн экспорты 1,15 млн. тонна деңгейінде болжанып отыр, бұл 50 мың тоннаны немесе өткен жылмен салыстырғанда 5% артық. АҚШ-тың 2017-2018 жылдардағы экспорты 450 мың тоннаны құрайды, бұл 2016-2017 жылдарға қарағанда 16 мың тоннаға немесе 3% - ға аз.

Өзбекстан үшін импорттаушылардың арасында 2017-2018 жылдарға арналған болжам 1,1 млн. тоннаны құрады, бұл 100 мың тоннаны немесе 10% -ды, 2016-2017 жж. 1 млн. тоннаны құрайды. Өткен жылмен салыстырғанда басқа өзгерістер аз болған.

Болжам бойынша, 2017-2018 жылдары ең ірі ұн импортері Ауғанстан - 2,69 млн. тонна болады, бұл 110 мың тоннаны немесе бір жыл бұрынғыдан 3% артық. Жаңа маркетингтік жылы Ирак ұнды екінші ірі импорттаушы болады - 2,55 млн. тонна, бұл 100 мың тоннаға немесе 4% -ға өсуіне сәйкес келеді. Болжам бойынша,

2016-2017 жылдары ұн нарығындағы Ауғанстан үлесі 16%, Ирак - 15% құрайды.[4].

АӨК елдің азық-түлік және экономикалық қауіпсіздігін, сондай-ақ ауылдық аумақтардың еңбек және қоныстанушылық әлеуетін қалыптастыратын экономиканың маңызды секторының бірі болып табылады.

Қазақстан Республикасының АӨК-сі әрі қарай дамыту үшін жақсы перспективаларға ие: майлы, етті секторлардың экспорттық позициясы күшеюде, ал астық пен ұн бойынша Қазақстан қысқа мерзімде әлемдегі ірі экспорттаушы елдердің қатарына кірді. Қазақстанның Еуразиялық экономикалық одаққа және Дүниежүзілік сауда ұйымына мүшелігі мүмкіндіктер ашады және сонымен бірге ішкі нарықта да, сыртқы нарықта да бәсекеге қабілеттілікке жоғары талаптар қояды.[4].

Тамақ өнімдерінің анағұрлым сұранысқа ие түрлеріне баса назар аударып отырып, ауыл шаруашылығы өндірісінің көлемін ұлғайту және қайта өңделген ауыл шаруашылығы өнімдерінің экспортын дамыту мақсатында бәсекеге қабілетті өнімді бастапқы қайта өңдеу, сақтау мен өткізу үшін қолайлы жағдай және инфрақұрылым жасау жолымен ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілерді мемлекеттік қолдаумен барынша қамтуды қамтамасыз ету қажет.

Осы ҚР АӨК-сін дамытудың 2017-2021 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы «100 нақты қадам» Ұлт жоспарында белгіленген Қазақстан Республикасын дамытудың стратегиялық мақсаттарына және «Қазақстан-2050» стратегиясына сәйкес әзірленді.

Осылайша, аталған Бағдарлама ауыл шаруашылығы өнімдерінің аса қажетті түрлері бойынша халықтың ішкі қажеттілігін қамтамасыз етуге, мақсатқа бағытталған экспорттық саясатты айқындауға бағытталатын болады.

Дереккөздер тізімі:

1. Послание Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева народу Казахстана «Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность». - Астана, 2017
2. Комитет по статистике Республики Казахстан [Электронный ресурс] // www.stat.kz
3. Анализ рынка муки США [Электронный ресурс] http://kirovmill.ru/novosti/mukavchera-segodnya-zavtra/analiz_rynka_muki_ssha/
4. Официальный сайт министерство сельского-хозяйства Республики Казахстан [Электронный ресурс] // www.mgov.kz

Аннотация

Берілген мақалада әлемдік сауда-саттық нарығындағы ұнтарту саласына аналитикалық шолу жүргізілген. 2017-2018жж. ұнтарту өндірісіне болжам жасалып, өткен жылдармен салыстырмалы талдау жасалынды. Қазақстан Республикасындағы ұнтарту саласының ерекше орны қарастырылып, азық-түлік қауіпсіздігінің дамуына байланысты үлесі айқындалды.

Аннотация

В данной статье сделана попытка, сделать аналитический обзор на мировом рынке мукомольной отрасли. На 2017-2018гг. сделан прогноз производство муки и проведен сравнительный анализ прошлых лет. Выделена особая роль мукомольной промышленности в Республике Казахстан и определена ее доля в продовольственной безопасности страны.

Summary

This article reviews analytical reviews on the world market of flour milling. 2017-2018 Production of flour was forecasted and comparative analysis of past years was made. The special role of the flour-grinding industry in the Republic of Kazakhstan is considered and the share of food security has been determined.

Gornaya M.A., KEUK, student of IR – 42
Research Supervisor: Blyalov B.Y., KEUK, Senior Lecturer,
Department of Management and Innovation

THE INFLUENCE OF ORGANIZATIONAL CULTURE ON THE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES

A few years ago, almost no one knew the phrase “organizational culture”, but it existed: interestingly, that our badges, diplomas and so on are a classic attribute of the organizational culture of many companies with a long history. And what about the form? It is enough to recall the traditional colors of ties of English colleges.

So what is organizational culture?

Of course, symbolism, traditions, style of clothes is only the surface layer. Corporate culture as the soil: we notice only the top layer, which is a small part of it.

Organizational culture is a set of the most important assumptions accepted by members of the organization and expressed in the values declared by the organization, which sets people's guidelines for their behavior and actions. These value orientations are transferred to the members of the organization through the symbolic means of the organization's spiritual and material environment.

The basis of the organizational culture is ideas, views, fundamental values that are shared by the members of the organization. They can be completely different, depending on the basis: the interests of the organization as a whole or the interests of its individual members. This is the core that defines everything. Values create the style of behavior, communication. External attributes haven't meaning without them. However, in recent decades, nothing has been done behind the outer layer. The same can happen with companies that accept a set of external signs for corporate culture.

What are the ways of forming an organizational culture? As the national culture, it is formed independently of our participation. It's like a bringing up of child: if parents say that it's not good to steal, but do it themselves, the children will repeat their actions. The same situation is in the formation of a corporate culture that comes from formal leaders (company management) or, more rarely, informal ones. Therefore, the

most important thing that a manager should do to form a corporate culture is to formulate the basic values of the organization himself. There are foreign companies with clearly formulated rules. For example, when you enter the office of the company "Johnson and Johnson", you can see a large stand, which formulates the basic principles of the development of the organization, relationships with employees and customers. Also, there are some companies that have special principles, everyone understands them, but there is no official record. Probably, is not so important, but, unfortunately, the overwhelming majority of emerged firms do not engage in the purposeful formation of the corporate culture. There are a lot of firms where all employees carry out their activities only for the sake of wages. It is not difficult to guess that it leads to direct losses.

It is interesting that corporate culture often creates and exists without conscious formation of it.

According to the observations of KPG Resources (obtained on the basis of a study of about 200 companies during 5 years), the ratio of a consciously and unconsciously formed corporate culture is approximately:

1. Post-Soviet companies - 20: 80;
2. Western companies - 70: 30;
3. Eastern companies - 90: 10 [1].

It is known that firms with a pronounced corporate culture use human resources much more effectively, because organizational culture is one of the most effective means of attracting and motivating employees. When a person satisfies the first level needs (material), he needs another: the position in the team, the community of values, the non-material motivation. And here the corporate culture comes to the forefront.

Nowadays, in the post-Soviet space it is not common to talk about corporate culture directly and specifically. But when you start discussing with the head of the company what kind of person he would like to see on this or that place, then after the obligatory professional skills, he designates the psychological, image, behavioral features of the person, without which even the most qualified candidate will not receive an invitation. So, analyzing this information, it is possible to draw certain conclusions about the existing corporate culture and how HR manager understands its existence.

So, it's interesting, that the same qualified specialist makes a different impression upon different firms. What is the reason for this?

Of course, it's not because the employee suddenly loses or acquires professional skills. It's easy to guess that it's a different corporate culture. Working with the company for a long time, selecting for it personnel of different levels, you can learn how to feel its corporate culture well.

Corporate culture is often determined by the scope of activity. So, in the financial sphere, it is traditionally more specific, strict; everything is indicated, up to the color of clothing and the appropriateness of makeup and accessories. But a strict dark suit and minimal makeup are unlikely to be appropriate for a woman working in a cosmetic company. Or...Does the representative of a consulting company with poorly delivered speech and obviously weak analytical skills make a good impression?! We don't think so.

It is important to correlate the appropriateness of this form of corporate culture in a specific type of business, market segment. The main thing that you cannot do is to let things go by themselves, because the form of corporate culture can be both positive and negative. So, the principle of "I'm the boss - you're a simple worker" is also a corporate culture. It can be very stable, and it takes considerable effort and a long time to overcome it. Also it is necessary to understand the resource of the rule. If this is an informal leader, you can try to influence it, replace it with another specialist or change the sociometric position. If these are traditions, they need to be changed slowly, taking into account the peculiarities of the curve of attitude towards innovations, gradually introducing new ones.

Analyzing the variety of elements and types of organizational cultures, their individual or complex impact on the effectiveness of the organization, it should be noted that the basis for the formation of the cultural values of the organization is a system of material rewards. Without a decent and material incentive for effective work, the entire structure of corporate values will collapse. Only a skillful creation of a foundation of an adequate salary system and other employee incentives provides a kind of spiritual motivation for work that will allow a company to hire the best professionals in its field.

It was also interesting to find out whether people working in the company appreciate the presence of a corporate culture. It turns out that more than 60% like when their company has something special [1]. In this case, people sometimes prefer to have a negative culture than to have no one. The desire to identify with society, the collective is one of the strongest motivations of a person.

So, it is important to remember that introducing into a new culture is often a complex and painful process. It is necessary to understand not only all the subtleties, but also to absorb them into yourself. Adaptation to corporate culture is one of the most difficult moments after coming to a new place. Usually this is helped by the HR manager. For the goals adaptation training is specially conducted in some companies, but the minimum requirement in this case is that the new employee should not be in an information hunger situation or receive incorrect information.

Of course, cultures are different, like traditions. Thus, according to S.V. Shcherbins: "Organizational culture can both stop development and stimulate it" [3, p. 27]. The main thing is to make the right choice yourself, create a corporate culture in the company, being the leader; and choose the suitable type, being an employee.

References:

1. <http://kpg.ru/> - Knowledge Performance Growth
2. Internet-journal "The World of Science" ISSN 2309 - 4265 <http://mir-nauki.com/> - 2017, Volume 5, No2 (March-April)
3. Tikhomirova O.G. Organizational culture: formation, development and evaluation. - St. Petersburg: Peter, 2008 - 148 pp.

Summary

the article is directed to understanding of importance of organizational culture in the modern world and creation of point of view about its influence on the development of enterprises.

Аннотация

данная статья направлена на выявление понимания важности организационной культуры и ее влияния на развитие организаций.

Аннотация

Бұл мақала ұйымдық мәдениеттің маңыздылығын және оның ұйымдардың дамуына әсерін түсінуге бағытталған.

Жанатова А.С.

**І.Жансүгіров атындағы Жетісу Мемлекеттік
Университеті**

Экономика кафедрасының магистранты

ҚР АГРОӨНЕРКӘСІПТІК КЕШЕНІН ИННОВАЦИЯЛЫҚ ДАМУЫ АЗЫҚ-ТҮЛІК ҚАУІПСІЗДІГІН ҚАМТАМАСЫЗ ЕТУ МҮМКІНДІГІ РЕТІНДЕ

Азық-түлік нарығы – күрделі жаһандық мәселе және Қазақстан Республикасы үшін де экономикалық қауіпсіздік жүйесіндегі орталық мәселелердің бірі болып табылады, өйткені азық-түлікпен сенімді қамтамасыз етпейінше бір де бір ел басқа мемлекетке тәуелділіктен құтыла алмайды. Қазақстан экономикасының тұрақтануы және экономиканың өсуі бұл проблеманың өткірлігін бәсеңдетеді. Азық-түлік нарығы - барлық адамның әр уақытта физикалық және экономикалық тұрғыдан азықпен қамтамасыз етілуі. Ол аграрлық және экономикалық саясаттың басты мақсаты болып табылады.

2009 жылы 11 желтоқсанда «Қазақстан Республикасының кейбір заңнамалық актілеріне азық-түлік қауіпсіздігі мәселелері бойынша өзгерістер мен толықтырулар енгізу туралы» Заң қабылданды. Онда бірқатар қолданыстағы заңдарға толықтырулар енгізілді. Заңда азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету азық-түлік қауіпсіздігіне төнетін қауіп-қатерлердің алдын алуға және оларды бейтараптандыруға бағытталған әлеуметтік-экономикалық, ғылыми-техникалық, әкімшілік және өзге де шараларды әзірлеу және іске асыру арқылы жүзеге асырылатыны айқындалған. Заңда азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету азық-түлік қауіпсіздігіне төнетін қауіп-қатерлердің алдын алуға және оларды бейтараптандыруға бағытталған әлеуметтік-экономикалық, ғылыми-техникалық, әкімшілік және өзге де шараларды әзірлеу және іске асыру арқылы жүзеге асырылатыны айқындалған. Соның ішінде жасына, мүлктік және әлеуметтік жағдайына, тұрған және тұрғылықты жеріне қарамастан тұтынудың физиологиялық нормаларына сәйкес сапалы азық-түлік тауарларына халықтың нақты және экономикалық қол жеткізуін қамтамасыз ету көзделген. [1]

Ауыл шаруашылығы шикізаттарынан азық-түлік және басқа да тауарлар өндірісінің жаңа жүйесі бойынша біріншілік өнім өндіру тек аграрлық өндіріс қызметіне жатады. Ал, осы өнімнің аз бөлігі ғана тұтынушыға таза түрінде жетеді де, көп бөлігі техникалық өңдеуден өтеді. Ауыл шаруашылығы өндірісі

оңашаланған өзін-өзі ұдайы өндіретін жүйеден жаңа ұдайы өндірістік жүйенің буынына айналады. Сонымен, жаңа қоғамдық еңбек бөлінісінің арқасында, аграрлық өндіріс қоғамдық капиталдың ұдайы өндірісінің жалпы жүйесіне кіреді және ол осы жүйенің даму заңдарына сәйкес дамитын болады. Бұған қоса, аграрлық өндіріс, көбінесе тұтыну заттарын өндіретін саладан, өндіріс құралдарын өндіретін салаға айналады.

АӨК-нің қалыптасуы және егіншіліктің өнеркәсіптік агрономияға айналуы, капиталдың ауыл шаруашылығына тартылуына жол ашып отыр, ірі капитал АӨК-нің барлық төрт сферасын қамтыған агробизнес жүйесі қалыптасып отыр. Агробизнес жүйесі арқылы, капиталдың жалпы айналысына, еңбектік жеке меншікке негізделген шаруашылық қожалықтары тартылып отыр. Алайда, Батыста біздің қолданыстағы агроөнеркәсіптік кешен түсінігін «агробизнес» деп қабылдайды. Бұл пікірмен толық келісуге болмайды. Себебі, агробизнеске қарағанда, агроөнеркәсіптік кешеннің ауқымы анағұрлым кең. Агробизнес – жалпы бизнестің ауыл шаруашылығы өнімдерін қайта өңдеумен және тұтынушыға жеткізумен айналысатын бөлігі.

Агроөнеркәсіптік кешен – бұлхалық шаруашылығының ауыл шаруашылығы өнімдерін өндірумен, сақтаумен, қайта өңдеумен, және тұтынушыға жеткізумен айналысатын салалар жиынтығы. Мұнда ауыл шаруашылығы агроөнеркәсіптік кешеннің ең негізгі құрамды бөлігі болып табылады, яғни ауыл шаруашылығы болмаса агроөнеркәсіптік кешеннің болуы мүмкін емес. Сондықтан агроөнеркәсіптік кешен мен ауыл шаруашылығы саласын өзара тығыз байланыста зерттеу ғылыми-теориялық, сондай-ақ іс-тәжірибелік тұрғыдан алғанда орынды саналады.

Елімізде 15 миллион халық бар, территория кең, егістік жер де мол, бірақ территорияның 60 пайыздан астамы - шөлейт жер, егіншілік табиғи-климаттық жағдайға байланысты, суармалы жер жеткіліксіз. Осы 15 миллион халықты тамақпен, шикізатпен қамтамасыз етуіміз керек. Кейбір экономистер әлемдік нарық жағдайында республика халқын азық-түлікті шеттен алып келіп, қамтамасыз етуге болатынын айтады. Ол рас, қамтамасыз етуге болады, алайда шет елден алынатын азық-түліктің үлес салмағы 40 пайыздай болса, онда ол ел өзінің азық-түлік тәуелсіздігін жояды. Елімізде халықтың 46 пайыздан астамы ауылда тұрады. Ауыл шаруашылығы саласы - өмір сүру ортасы [2].

Азық-түлік қауіпсіздігі – сапалы азық-түлік өнімін өндіру мен оны халықтың бұқаралық тұтыну мүмкіндігі үшін қолда бар табиғи шикізаттық ресурстарды пайдаланумен өлшенеді. Дүниежүзі бойынша азық-түлік қауіпсіздігін анықтау мәселесі бірінші кезекте сол елдің экономикалық жағдайын қарастырады, яғни әрбір тұрғын кез келген уақытта, керек мөлшерде тамақ өнімін алуға мүмкіншілігі болуы тиіс. Ақшалай табысының аздығынан адамдар ұдайы азық-түлік тапшылығын сезінеді. Сонымен бірге, азық-түлікке баға өскенде, тұрмыс деңгейі төмендей түскенде, түсімділік кемігенде де тапшылық көрініс береді. Агроөнеркәсіп өндірісінің дамуы төмендеп, тиімділік нәтижесі нашарлағанда азық-түлік жетіспеушілігі туындайды. Мұндай қауіп экономикалық өсу қарқыны төмендегенде, ұлттық валюта курсының тұрақсыздық жағдайында, сыртқы қарыз көлемі өскенде, экспорт мөлшері жоғарылағанда т.б. жағдайларда болады [3].

Елдің азық-түлік қауіпсіздігі - тұтынылатын азық-түліктің 80%-ы елде өндірілген жағдайда немесе экспорты сыртқы сауда балансының оң сальдосын алуға мүмкіндік беретін қандай да бір азық-түлікті өндіруге маманданған жағдайда қамтамасыз етіледі. Оның үстіне, азық-түліктің қажетті санын өндірумен қатар, әлемдік дамыған елдер деңгейіндегі қалпына келетін сақтандыру қоры көлеміндегі (60 күн немесе жылдық тұтыну көлемінің 17%-ы) азық-түлік қосымша шығарылған жағдайда қамтамасыз етіледі деп саналады. Егер елде азық-түліктің кейбір түрлері шығарылмаса немесе олардың өндірісі шектелген болса, елдің азық-түлік қауіпсіздігі басқа елдерден сатып алу арқылы қамтамасыз етіледі. Бұл жағдайда басқа экспорттаушы мемлекеттерге азық-түліктік, саяси және басқа да тәуелділіктің орын алмауы маңызды.

Дереккөздер тізімі

1. Региональная экономика. Учебник / Под ред. В.И. Видяпина, М.В. Степанова. - М.: ИНФРА-М., 2010.
2. Коваленко Е.Г. «Региональная экономика и управление» С-Пб. Питер, 2015г. 283 стр.
3. Приоритеты совершенствования структуры хозяйства регионов Казахстана/ Р.З. Жалелева.- Алматы: ИЗ МОН РК, 2008.- 30 С.-

Аннотация

Экономикалық қауіпсіздіктің проблемаларын шешу өзектілігі ұлттық экономиканың жағдайы мен дүниежүзілік нарықтағы бәсекелестік деңгейіне байланысты өзгеріп отырады. Ол негізгі экономикалық қауіптердің болуымен түсіндіріледі, яғни олар экономикалық қауіпсіздіктің нақты көрсеткіштері шекті мөлшерден төмен болған жағдайда пайда болады.

Summary

Problems of economic security must be addressed using a dynamic way as stability and development. It first cheered related to the indicators of economic security and the indicators change over time. The urgency of solving the problems of economic security depends on the state of the national economy and the level of competition on the world market. It explains the basic economic threats, that is evident when specific indicators of economic security is below the limit level.

**Жангужина Камилла Руслановна студентка
специальности «Учет и аудит» Кокшетауский
государственный университет им. Ш. Уалиханова
Научный руководитель: Ахмедьяров Е.А.,
магистр экономики, старший преподаватель**

О НЕОБХОДИМОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ПРЯМЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

На современном этапе развития экономики Республики Казахстан реформы

должны быть направлены, в основном, на выработку и реализацию инвестиционной политики государства, нацеленной на обеспечение высоких темпов экономического роста.

В сложившейся внутренней и внешней ситуации принятый в Республики Казахстан Закон "О государственной поддержке прямых инвестиций" имеет важное значение для достижения экономического подъема и скорейшего выхода из кризиса, ускорения научно-технического развития Казахстана путем активного стимулирования прямых отечественных и иностранных инвестиций в реальное производство товаров и услуг, предназначенных прежде всего для населения нашей республики. По сути дела, речь идет о конкретной реализации экономической политики на микроуровне, выработке новых подходов к проведению рыночных преобразований с учетом достигнутых за последнее время положительных результатов и накопившихся проблем.

Целью государственной поддержки прямых инвестиций является создание благоприятного инвестиционного климата для обеспечения ускоренного развития производства товаров и услуг в приоритетных секторах экономики.

Для достижения этой цели необходимы следующие условия:

- 1) внедрение новых технологий, передовой техники и ноу-хау,
- 2) насыщение внутреннего рынка высококачественными товарами и услугами,
- 3) государственная поддержка и стимулирование отечественных товаропроизводителей,
- 4) развитие экспортоориентированных и импортозамещающих производств,
- 5) рациональное и комплексное использование сырьевой базы Республики Казахстан, внедрение современных методов менеджмента и маркетинга, создание новых рабочих мест, внедрение системы непрерывного обучения местных кадров, повышение уровня их квалификации, обеспечение интенсификации производства, улучшение окружающей среды.[1]

В результате рыночных преобразований в республике созданы основы рыночного хозяйства, сформировался собственный частный сектор, обеспечена высокая степень либерализации экономики. Удалось достигнуть макроэкономической стабилизации, замедлить темпы падения производства, снизить уровень инфляции, укрепить национальную валюту и уменьшить дефицит бюджета. Однако произошедшие позитивные изменения еще не приобрели устойчивый характер, сохраняется сырьевая направленность, низкая эффективность действующего производства на многих казахстанских предприятиях.

В связи с этим, не дожидаясь завершения этапа финансовой стабилизации, необходимо начать форсированную работу по реализации инвестиционного этапа. С помощью привлечения прямых инвестиций в экономику Казахстана предстоит улучшить деформированную производственную структуру экономики, создать высокотехнологические - производства, модернизировать основные фонды и осуществить техническое перевооружение многих предприятий, активно задействовать имеющийся потенциал квалифицированных специалистов и рабочих республики, внедрить передовые методы менеджмента, маркетинга, использовать ноу-хау, наполнить внутренний рынок качественными товарами

отечественного производства с одновременным увеличением объемов экспорта в зарубежные страны.[2]

Для успешной реализации поставленных задач большое значение имеет Закон Республики Казахстан "О государственной поддержке прямых инвестиций", который в основе своей направлен на регулирование отношений, возникающих в процессе привлечения прямых отечественных и иностранных инвестиций, не связанных с государственными гарантиями, внешними займами и грантами, предоставляемыми в рамках официальной помощи развитию Республики Казахстан. Первым практическим шагом к выработке комплексной программы усиления инвестиционной активности в Республике Казахстан, стал Указ Президента от 8 ноября 2003 года, в соответствии с которым образован Государственный Комитет Республики Казахстан по инвестициям, в последующем - Министерство по инвестициям и развитию РК.

Государственная поддержка инвестиций заключается в законодательных гарантиях обеспечения инвестиционной деятельности, установлении систем льгот и преференций инвесторам, включающая в себя государственные гранты, налоговые льготы, полное или частичное освобождение от обложения таможенными пошлинами импорта оборудования, сырья и материалов. Льготы и преференции предоставляются инвесторам в целях привлечения инвестиций в приоритетные секторы экономики, снижения инвестиционного риска и повышения эффективности реализации инвестиционного проекта.

В систему льгот и преференций, предоставляемых Министерством по инвестициям и развитию РК, входят:

- льготы по земельному налогу, по налогу на имущество и подоходному налогу,
- льготы по уплате таможенных пошлин,
- натурные гранты.

По подоходному налогу предусматривается:

- снижение ставки подоходного налога до 100% основной ставки предоставляется инвестору в пределах периода, определенного налоговым законодательством, в размерах и сроки, установленные контрактом, заключенным между Министерством и инвестором. Освобождение от налога действует в отношении той части дохода, которая получена в результате деятельности, определенной контрактом;
- снижение ставки подоходного налога предоставляется инвестору по проектам, расчетная эффективность которых не обеспечивает необходимую (достаточную) рентабельность вложений с учетом предоставленных Министерством других льгот и преференций;
- снижение ставки подоходного налога до 100 % основной ставки предоставляется для привлечения иностранных инвестиций в проекты, создающие новые рабочие места, увеличивающие объемы выпускаемой продукции, расширяющие экспорт или сокращающие импорт; величина и длительность действия подобных льгот определяются приоритетом предполагаемых инвестиций в зависимости от экономики проекта.[3]

Таким образом, в современном мире социальное и экономическое развитие страны невозможно без партнерства бизнеса и государства.

Государство осуществляет нормативное регулирование, создает экономический климат и задает стратегические цели ее развития.

Список источников:

1. Инвестиции в основной капитал: основные понятия и состояние за 1 полугодие 2015 г. - Панорама, 2015, № 29, июль.
2. Кажымурат К., Кравцов А. Инвестиции, инновации и структурные преобразования в системе промышленной политики: проблемы и пути их решения в условиях рынка // Транзитная экономика. - 2016. - № 1.
3. Отраслевой и региональный аспекты привлечения иностранных инвестиций в экономику Казахстана. Г. Балахметова. Аль-Пари, № 6, 2000г.

Аннотация

Автор статьи констатирует, что осуществление инвестиционной деятельности является необходимым условием стабильного функционирования и развития экономики. В статье обоснована необходимость государственной поддержки прямых инвестиций.

Аннотация

Мақала авторы инвестициялық қызметті жүзеге асыру экономиканың тұрақты жұмыс істеуі мен дамуының қажетті шарты болып табылатынын айтады. Мақала тікелей инвестицияларды мемлекеттік қолдау қажеттілігін негіздейді.

Summary

The author of the article states that the implementation of investment activities is a necessary condition for the stable functioning and development of the economy. The article substantiates the necessity of state support of direct investments.

**Жолдасова Гулшат Талғатқызы
Серікқалиева Гаухар Берікқызы**

**Х.Досмухамедов атындағы Атырау мемлекеттік университетінің
6M050600-Экономика мамандығы магистранты**

**Х.Досмухамедов атындағы Атырау мемлекеттік университетінің
5B050600-Экономика мамандығының студенті**

**Ғылыми жетекшісі – Сабирова Рысты Куандиковна, э.ғ.к.,
қауымдастырылған профессор**

ҒЫЛЫМИ-ТЕХНОЛОГИЯЛЫҚ ЖӘНЕ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ҚЫЗМЕТТЕРДІ ДАМУДЫҢ ШЕТЕЛДІК ТӘЖІРИБЕСІ

Қазіргі уақытта Қазақстан инновациялық даму деңгейі көптеген елдерден, атап айтқанда АҚШ, Жапония, Германия, Финляндия, Оңтүстік Корея елдерімен салыстырғанда, көп жағдайда технологиялық жағынан даму деңгейі төмен.

Бұған қарамастан, елдің ғылыми-технологиялық секторы ағымдағы реформалар арқасында, Қазақстан инновациялық экономиканың қалыптасу бағытына бірте-бірте алға қарай жылжуда.

Енді ғылыми-технологиялық және инновациялық қызметтерінің дамуы жағынан дамыған елдерге қысқаша тоқталып кетелік.

Жапония өзінің бүкіл тарихында «дамуды жетілдіру», оның ішінде технологиялық тұрғыдан дамыған ел болды. Тек XIX ғасырдың ортасында Жапония үкіметі батыс елдерінің артта қалуын азайту бойынша қадамдар жасай бастады. Майдзи дәуірінде (XIX ғасырдың екінші жартысында) барлық технологиялар шетелдік мамандарды жұмысқа қабылдау, импорттаушы техниканы, шетелдік тікелей инвестицияларды импорттау арқылы дамыды. Осы кезеңде білім реформасы орын алады. Техикалық білімге көп көңіл бөлінді, сол кезде экономиканың басым бөлігін мемлекеттің бақылауында болған әскери өнеркәсіп алды. Әскери зауыттар технологиялық даму орталықтары болды. Осылайша, 1995 жылы ұлттық-ғылыми техникалық жүйе құрылды. Жапонияның экономикасына үлкен әсер еткен екінші дүниежүзілік соғыс болды, сол кезде Жапонияға технологиялық импорт тоқтатылды, сондықтан ел Батыстың елдерінен қайтадан артта қалып отырды. Үкіметтің ғылыми-техникалық саясатты жүзеге асырудағы маңызды шешімі шетелдік фирмаларға шектеулер енгізу болды. Атап айтқанда, бұл технология Жапонияда өндіріспен ғана импортталуы мүмкін, ал негізгі салалар жапондық кәсіпкерлердің қолында болды. Нәтижесінде, 1960 жылдан бері Жапония жаһандық нарықта айтарлықтай бәсекеге айналды, 1980 жылдан бастап ол жоғары технологиялық өнімдердің ірі экспортері болды.

1990-жылдардың басына дейін Жапонияның инновациялық мүмкіндіктерінің өсуі айтарлықтай болды, себебі шығындар мен ғылыми-зерттеу жұмыстарының тұрақты өсу үрдісі байқалды. Бірақ 1990-шы жылдарда экономика үшін қиын, еліміздің инновациялық әлеуетінің төмендеуі байқалды. Осыдан кейін, 1990-шы жылдары Жапония Үкіметі ҒЗТКЖ-нің тиімділігін арттыруға бағытталған инновациялық дамудың жаңа стратегиясын әзірледі. Стратегияны жүзеге асыру барысында орталық үкімет реформалары жүргізілді, ҒЗТКЖ құрылымы негізінен орталықсыздандырудан орталықтандырылғанға дейін, инновациялық қызметті реттейтін заңнамалық база қалыптасты, жаңа инновациялық жүйені қалыптастыруда ұлттық университеттердің рөлін күшейтуге бағытталған шаралар қабылданды, елдің стратегиялық ұзақ мерзімді қажеттіліктері үшін білім экономикасының жолдары қарастырылды. Осылайша, елдің инновациялық жүйесін дамытудың жаңа кезеңі басталды. Жапония инновациялық даму жағынан алдыңғы орындарда келеді.

Оңтүстік Корея тәжірибесіне тоқтала кетейік. Корея Республикасы ғылыми-техникалық прогреске белсене араласып, ол (1960-шы жылдардың басында) дамып келе жатқан жолға түсті. Басынан бастап, бұл үдерісті «экспортқа бағытталған индустрияландыру» саясатының маңызды құрамдас бөлігі ретінде ел басшылығы қарады. 1996 жылы алдыңғы қатарлы ғылым мен техниканы дамыту үшін Корея ғылым және технология институты құрылды, ал 1967 жылы Ғылым және технологиялар Министрлігі құрылды[1].

Бастапқыда еліміздің ғылым мен техника саласындағы саясаты ең алдымен шетелдік технологияларды енгізу, дамыту және қолдану мәселелеріне бағытталған. Алайда, 1980 жылдары ғылыми зерттеулер мен технологиялық даму деңгейін жоғарылату мақсатында ғылым мен техника саласында ұлттық

жобаларды жоспарлауға және іске асыруға баса назар аударды. Мұндай жобалар осы салаға мемлекеттік және жеке инвестицияларды ұлғайтуға, сондай-ақ жоғары білікті кадрларды даярлауға бағытталған бағдарламаларды қамтыды.

1960-1980-жылдар кезеңінде Қазақстан өзінің тәжірибесі мен шетелдік технологияларын жоғары тиімділікпен пайдаланды. Сол жылдары Оңтүстік Корея үшін ТЖКБ жетістіктерімен таныстырудың қуатты көздері болды: біріншіден, жоғары дамыған елдермен-АҚШ, Жапония, Батыс Еуропа елдеріне, екіншіден, шетелде жоғары білікті кадрларды даярлауға, ал үшіншіден, жоғары дамыған елдердің техникалық қолдауымен өнеркәсіптік кәсіпорындар құру.

Нәтижесінде, 1970-1980 жылдары, Оңтүстік Кореяның ғылыми-техникалық әлеуеті едәуір нығайтылды, бірақ өздерінің ҒЗТКЖ-ны дамытуға қарамастан, бұл процестердің үрдісі негізінен сыртқы факторлармен анықталды және әлемдік экономиканың орталықтарынан технологиялық трансфертті кеңейтуге байланысты болды.

Экономикалық дамудың жаңа қажеттіліктері мен жаһандандудың жаңа сын-қатерлері пайда болғандықтан, Қазақстан Республикасы әлемдік ғылыми-техникалық прогрестің жетістіктеріне қол жеткізу үшін сыртқы ғылыми арналарды оңтайлы үйлестіруді ұлттық ғылыми-техникалық әлеуетті дамытуға күш-жігерімен іздеуге көшті. 1980-ші жылдардың соңында, экспорттық өнімнің жоғары еңбек және жоғары технологиялық өндіріс субъектілерінің есебінен емес, жоғары еңбек өнімділігі есебінен жоғары бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етудің өзекті қажеттілігі болды. Кореяда фундаменталды ғылымды, қазіргі заманғы технологияларды және әлеуметтік маңызы бар технологияларды дамыту бойынша курстар өткізілді. Үкімет экономиканың мемлекеттік және жеке секторларында ғылыми-зерттеу және дамытуға деген сұранысты тез арада қанағаттандыру үшін ғалымдар мен білікті мамандарды даярлауға көп көңіл бөле бастады.

90-жылдардың басынан бері Корея Республикасының Үкіметі үш бағыт бойынша: негізгі ғылымдағы зерттеулерді дамыту, ғылыми-техникалық ресурстарды тиімді бөлу және қолдану, халықаралық ынтымақтастықты кеңейтуге бағытталған. Бұл күш-жігер қазіргі заманғы технологиялар саласында Корея Республикасының бәсекеге қабілеттілігін арттыруға бағытталған.

Ғылым мен техника саласындағы дамыған мемлекеттік саясаттың басты мақсаты ғылыми жетістіктерді емес, ХІХ ғасырда қолдануды, ғылыми бағдарламаларды жетілдіруді, ғылыми зерттеулерге тұрақты инвестицияларды қамтамасыз ететін жеке жоғары технологиялық салаларды дамытуды көздейді.

Оңтүстік Корея экономикасының қарқынды өсуін түсіндіретін факторлардың бірі авторитарлық үкіметтердің күшті және тиімді көшбасшылығы болды. Үкімет жаңа заңдарды қабылдады және қолданыстағыны мұқият қайта қарады. Ақшаны көбейту, экспорттауды кеңейту, ұлттық және шетелдік жек капиталды инвестициялауға, шетелден инвестицияларды және технологияларды тартуға, әсіресе, «индустрияландырудың жаңа кезеңінде» (1977-1988 жж.) көптеген саяси шаралар қабылданды.

2000 жылдан бері Оңтүстік Кореяның алдына қойылған міндеттердің алдыңғы қатарында технологиялар мен инновациялар пайда болды. Өнеркәсіптегі

жаңа технологияларды енгізу үшін Корея Республикасы іскерлік қызметке қатысты салаларды дамытуға ықпал етеді, сондай-ақ, ірі компаниялар мен орта және шағын кәсіпорындар арасындағы ынтымақтастықты кеңейтуге бағытталған саясатты жандандырады. Салыстырмалы түрде қысқа мерзім ішінде тиімді өсуге қол жеткізу тәжірибесі бар ҚР Үкіметі экономикалық өсудің сапасына назар аударды. Осы мақсатта болашақ өсуді қамтамасыз ететін үш жағдайға қол жеткізу қажет: жұмыс орындарын құруды ынталандыратын өсу, индустриалды инновацияны ынталандыратын өсу және қалалар мен провинциялардың теңгерімді дамуына әкелетін өсу.

2003 жылы үкімет ғылым мен техниканың дамуын экономикалық өсуді жеделдету үшін басымдық ретінде белгіледі. Ғылым мен техника министрінің мәртебесі ғылым және инновациялық технологиялар саласындағы саясатты тиімді жоспарлау, үйлестіру және бағалауға қол жеткізу үшін Премьер-Министрдің орынбасары деңгейіне көтерілді. Осылайша, 1980 жылдары Кореяда қазіргі уақытта инновациялық саясаттың негізгі бағыты ғылымды және нақты экономиканы өздерінің ғылыми технологияларын және технополисін трансферттеу орталықтарын құру, технологиялық кластерлерді құру және компанияларды зерттеу үшін салық жеңілдіктерін беру арқылы біріктіруге бағытталған. Мемлекет ғылыми университеттердің дамуын лицензиялауға құқығы бар жоғары оқу орындарында технология трансферт орталықтарын құруды қолдайды және университеттер өздерінің жаңалықтарын коммерцияландыру үшін өз кәсіпорындарын құруға құқылы. Оңтүстік Кореядағы даму барысында мемлекеттік-жекеменшік серіктестік (мемлекет-жергілікті капитал-шетелдік капитал), барлық партиялардың мүдделерін сақтай отырып, мемлекет – жалғыз қатысушы, шешімдері басқа адамдар үшін міндетті болып табылады. Шын мәнінде, Оңтүстік Корея экономикасы бизнес жүргізудің жоспарланған және нарықтық тәсілдерінің үйлесімі[2].

Қазіргі уақытта Қазақстан Республикасында ғылым бағытына қатысты кадрларды қамтамасыз ету жағынан бірнеше мәселе бар. Ғылыми-техникалық және технологиялық даму бағытында кадрлардың санын қысқартудың ұзақ мерзімді үрдісі байқалады.

The Global Innovation Index – «Инновациялық даму индексі» дүниежүзіндегі халықтың 95 % өмір сүретін және әлемдік ЖІӨ 99,5 % (2014 ж.) өндірілетін әлемнің 143 мемлекеті ішінде 81 көрсеткіш бойынша инновацияларды құру мен енгізу деңгейін бағалайды [3]. Рейтингілік кестеде Қазақстан 2014 жылы 62-ші орында болды (142 мемлекет пен аумақ арасынан), ал 2015 жылы 13 орынға жоғары көтеріліп 143 мемлекет ішінен 49-шы орын алды. Білім экономикасы индексында да ҚР мықты жақтары адами капиталының сапасымен (30-шы орын), технологиялар мен білімінің даму деңгейімен (34-ші), бизнестің даму деңгейімен (43-ші) байланысты екендігі атап өтіледі. Бірақ әрі қарай ҚР орындары әртүрлі себептерге байланысты 50-ші орыннан төмен. Демек, осы бағыттарда жұмыс жасау қажет.

Өнеркәсіптік кәсіпорынның белсенді кәсіпорынның үлесімен сипатталатын инновациялық үрдістерге бейімділігін бағалау бойынша Қазақстанның кәсіпорынның инновациялық белсенділігін жоғарылату қажет.

Дереккөздер тізімі:

1. Иванов Я. Е. Зарубежный опыт инновационного развития малого бизнеса // Молодой ученый. — 2013. — №12. — С. 306-308. — URL <https://moluch.ru>
2. Отчет о тенденциях развития инноваций в мире и Республике Казахстан
3. GlobalInnovationIndex 2014. TheHumanFactorinInnovation. INSEAD (The Business School for theWorld) and the World Intellectual Property Organization (WIPO). www.wipo.int/econ_stat/en/economics/gii

Б.Б.Жунусбекова
Университета Нархоз
М,Р, Смыкова
Алматы Менеджмент Университет
О.Ж.Устенова
Университета Нархоз
г Алматы, Республика Казахстан

МАРКЕТИНГОВАЯ ОЦЕНКА РАЗВИТИЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ

Туризм в Казахстане представляет собой одной из перспективных направлений не сырьевого сектора, поэтому целесообразно проводить маркетинговый анализ для выявления возможностей его развития. В стране наблюдается тренд увеличения объема туристских услуг в динамике, при этом наибольший удельный вес приходится на выездной туризм. Но в динамике наблюдается тренд стагнация показателей выездного туризма и незначительное увеличение потока иностранных туристов и рост доходов от туристской отрасли, что является позитивным фактором для Казахстана.

В условиях девальвации 2016 года наблюдается увеличение внутренних потоков туристов[2]. В целом, несмотря на определенные позитивные тенденции, с точки зрения маркетинга у Казахстана имеется ряд недостатков, которые связаны с маркетингом и туристским брендом.

Туризм имеет специфические особенности, которые связаны с тем, что в производстве туристских услуг задействованы многие предприятия, которые предоставляют определенную услугу, в частности гостиницы, транспортные компании, экскурсионные организации, тематические парки, и др.

Цель исследования – определить какими мотивами поведения руководствуются въездные туристы при посещении Казахстана.

При проведении анализа и исследований были использованы кабинетные методы исследования, в частности официальная статистика по туризму, вторичная информация, метод группировок и ранжирования. Теоретической основой для проведения исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых.

Динамичные изменения в социально-экономической сфере в последнее десятилетие, рост уровня доходов, изменения структуры потребления товаров и услуг, в стиле жизни, заставляют туристские организации внедрять в их деятельность элементы маркетинга, анализа внешней и внутренней среды,

стратегического планирования [2].

Развитие въездного туризма является наиболее выгодным для страны, с точки зрения валютных поступлений и роста занятости населения. В Казахстане, к сожалению, большинство туристов приезжают с деловыми целями.

Основной проблемой применения маркетинговых технологий, является так называемая маркетинговая близорукость, которая проявляется в том, что часто как компании, так и на уровне государства производятся услуги без учета состояния спроса и потребностей рынка. Из этого вытекает и проблема нежелания анализа рынка, изучения трендов и специфики туристского рынка [3].

По результатам обследования в 2017 году Комитетом по статистике Министерства экономики РК на рисунке 1 представлена структура потоков по видам въездного туризма.



Рисунок 1 - Структура въездного потока по видам туризма в РК за 2017 год, количество туристов [4]

По результатам анализа можно отметить, что этнические поездки являются наиболее востребованными на рынке въездного туризма. Если рассматривать данные показатели в процентном отношении то, получим еще более удручающую картину (рисунок 2).

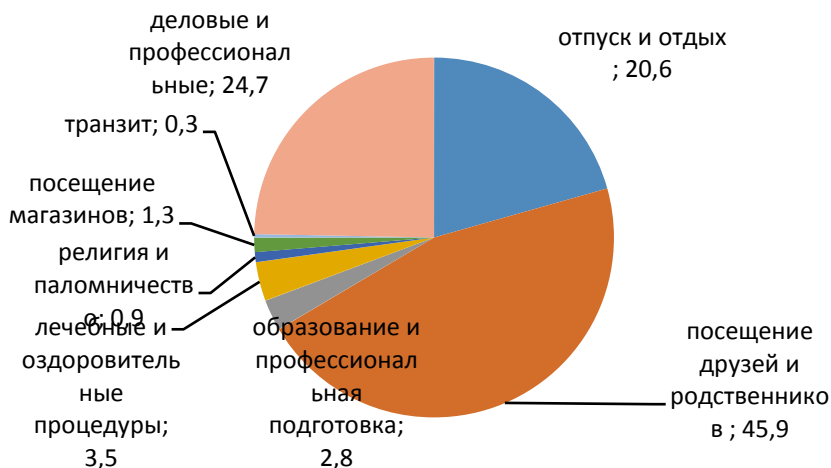


Рисунок 2 – Структура видов въездного туризма за 2016 год, % [4]

Наибольший удельный вес приходится на поездки с целью посещения друзей и родственников, на втором месте деловые и профессиональные поездки, на третьем месте поездки в отпуска и с целью отдыха, все остальные виды поездок занимают очень маленькую долю.

При обследовании потребителей туристских услуг были выявлены места их проживания в Казахстане. В основном приезжие проживают у друзей и родственников (рисунок 3).

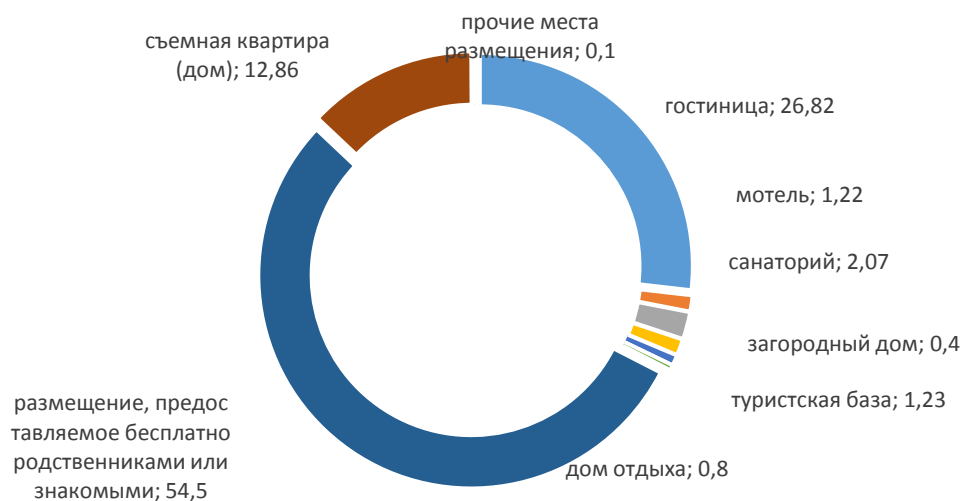


Рисунок 3 – Структура распределения въездных туристов по категориям мест проживания на 2017гг. [4]

Большая часть потребителей туристских услуг (26,82%) проживает в отелях, стали пользоваться популярностью хостелы как малобюджетные средства размещения. Значительная часть потребителей порядка 12,86% проживают на съемных квартирах.

Потребители которые размещаются в отелях могут выбрать отели по категориям звездности и безкатегорийные.

При этом структура распределения по классу отелей представлена на рисунке 4.

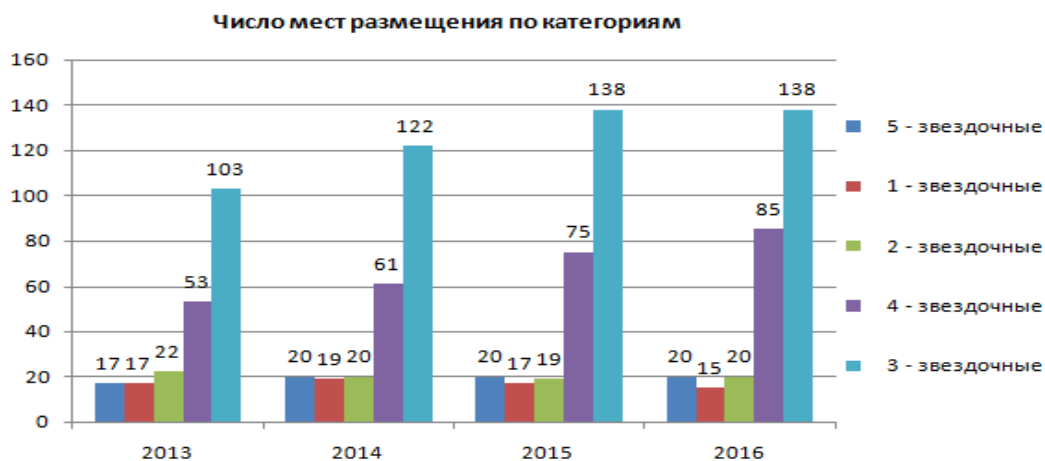


Рисунок 4 – Структура распределения отелей по классам за 2013-2016гг[4]

Как видно из представленных данных, наибольший удельный вес приходится на трехзвездочные мотели и их количество возросло по сравнению с 2013 годом на 35 гостиниц или на 33,9%. На втором месте по количеству четырехзвездочные отели, число которых составило 85 и увеличилось на 60,4%. Наименьшее количество 1-звездочных и 5-звездочных отелей.

Структура размещения иностранных и внутренних туристов по целям поездок различается, так если иностранные туристы приезжают в основном с деловыми целями, то внутренние туристы в большей степени с личными целями (рисунок 5).



Рисунок 4 – Обслужено посетителей местами размещения по целям поездок РК в 2016 году[4]

На рисунке 9 представлена динамика туристов и выделено количество обслуженных посетителей местами размещения за 2013-2016гг (рисунок 6).



Рисунок 5 – Динамика показателей обслуженных туристов местами размещения в РК за 2013-2016гг[4]

В динамике наблюдается увеличение притока туристов за последние 8 лет, увеличение туристов, которые останавливались в средствах размещения в

Казахстане на 63,7%. Наблюдался спад притока туристов в 2015 году и в 2009 году по сравнению с предыдущими годами (рисунок 6).

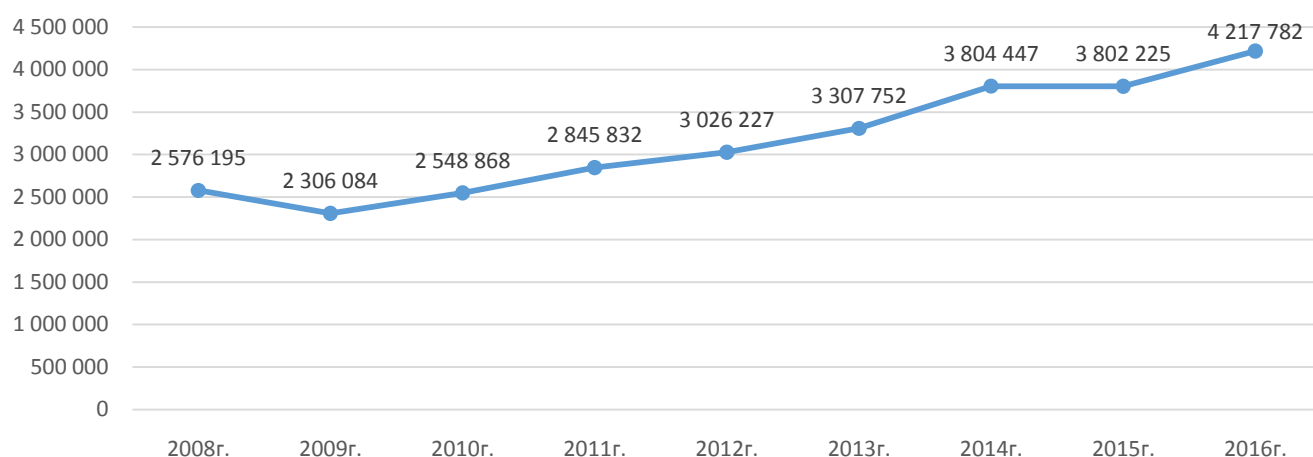


Рисунок 6 – Динамика притока туристов в Казахстан за 2008-2016гг. [4]

При посещении туристами страны следует понять какие расходы на поездку производят туристы, и в каких размерах. По результатам обследования Комитета статистики были выявлены расходы туристов (таблица 1).

Таблица 1- Расходы въездных туристов по результатам обследования[4]

Регионы	Расходы на поездку, всего	в том числе			
		в личных целях	Уд.вес,%	в деловых и профессиональных целях	Уд.вес,%
Республика Казахстан	971 854,3	562 988,7	100	408 865,6	100
Ақмолинская область	22 676,0	21 715,5	3,85	960,5	0,23
Ақтөбе	8 895,5	6 489,5	1,15	2 406,0	0,59
Алматы	32 886,9	23 318,3	4,14	9 568,6	2,34
Атырау	59 312,6	17 978,8	3,19	41 333,8	10,11
БатысҚазақстан	22 157,5	13 709,5	2,44	8 448,0	2,07
Жамбыл	11 737,2	9 462,4	1,68	2 274,8	0,56
Қарағанды	21 511,6	15 808,9	2,81	5 702,7	1,4
Қостанай	18 394,6	16 077,3	2,86	2 317,3	0,57
Қызылорда	17 626,1	11 671,7	2,07	5 954,4	1,46
Маңғыстау	17 786,8	10 479,9	1,86	7 306,9	1,79
ОңтүстікҚазақстан	19 825,8	16 033,1	2,85	3 792,7	0,93
Павлодар	16 512,8	13 455,1	2,39	3 057,7	0,75
СолтүстікҚазақстан	14 042,2	12 353,8	2,19	1 688,4	0,41
ШығысҚазақстан	59 425,0	39 719,5	7,06	19 705,5	4,82
Город Астана	319 414,4	176 890,6	31,42	142 523,8	34,85
Город Алматы	309 649,4	157 824,9	28,04	151 824,5	37,12

Как видно из представленных данных расходы на поездки в личных целях осуществляют больше, чем расходы при деловых и профессиональных поездках. Наибольшие расходы осуществляют на поездки в города Алматы и Астана. На

третьем месте затраты на профессиональные поездки осуществляют в город Атырау, а при личных поездках в Чимкентском регионе.

Следующим структурным элементом инфраструктуры туризма является транспорт. Из всех видов транспорта туристы, посещающие Казахстан предпочитают воздушный и железнодорожный виды транспорта, на втором месте – междугородные автобусы, водным транспортом туристы практически не пользуются.

Структура видов транспорта представлена на рисунке 7.

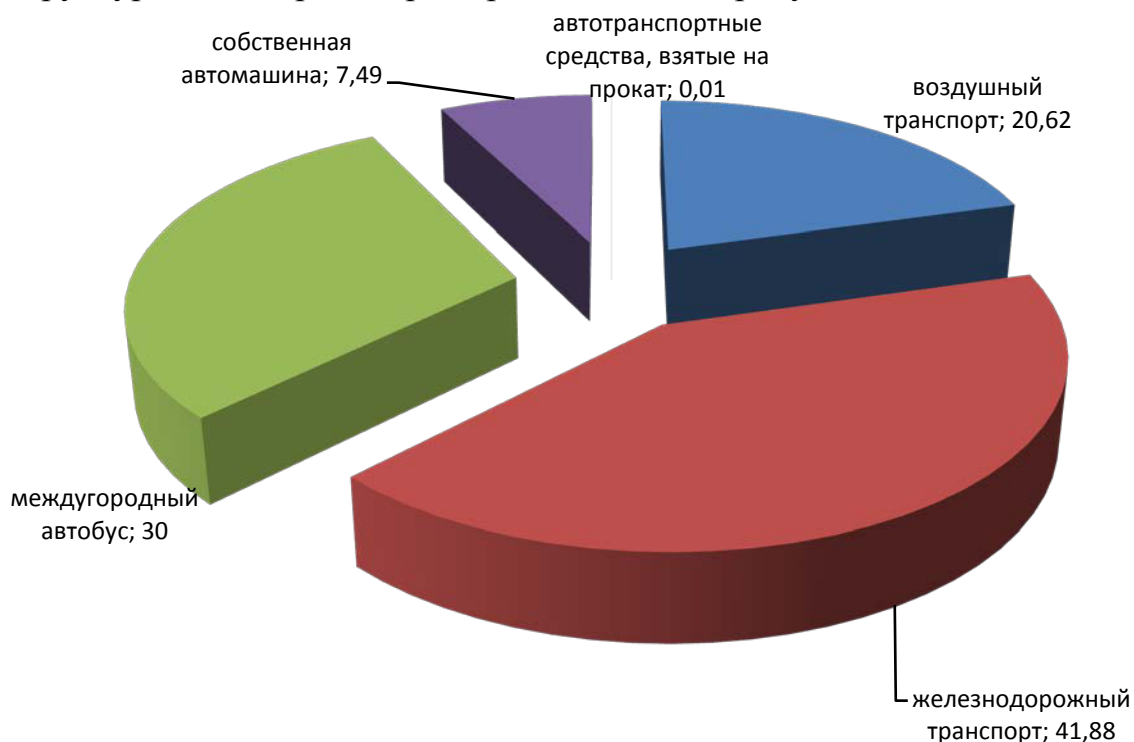


Рисунок 7 - Структура видов транспорта используемых въездными туристами, 2017 год

Как видно из представленных данных наибольший удельный вес приходится на железнодорожный транспорт, на втором месте междугородные автобусы, на третьем воздушный транспорт, туристы используют также собственные машины и в меньшей степени арендованные.

На территории Республики Казахстан работают 6 иностранных авиакомпаний. Казахстанские авиалинии осуществляют регулярные рейсы в 7 стран дальнего зарубежья, 12 авиакомпаний работают с регулярными рейсами из стран СНГ.

Существует 8 международных аэропортов, 7 аэропортов с временным доступом к международному графику и 6 аэропортов с доступом к внутреннему графику.

Местные туристские компании используют также вертолеты, но в основном для дорогостоящих туров, для доставки туристов в труднодоступные районы. На алматинском туристском рынке крупные турфирмы организуют чартерные перевозки в Турцию: «Жана-Нур», «Ост-Вест-Тур», «Жана-Арка» (Алматы – Анталья – Алматы) и «Бриз» (Алматы – Даламан – Алматы).

В разрезе областей представлены используемые виды транспорта въездными посетителями при выезде из Казахстана (таблица 1).

Таблица 1- Используемые въездными посетителями средства транспорта при выезде из Казахстана, количество туристов

Регионы	Всего	в том числе				
		воздушный транспорт	железнодорожный транспорт	междугородный автобус	собственная автомашина	автотранспортные средства, взятые на прокат (такси)
Қазақстан Республикасы	10 046	2 070	4 205	3 013	752	6
Ақмола	630	-	269	361	-	-
Ақтөбе	335	26	94	94	121	-
Алматы	601	30	221	202	148	-
Атырау	507	243	221	38	5	-
Батыс Қазақстан	396	25	190	90	91	-
Жамбыл	364	37	124	154	49	-
Қарағанды	415	72	224	119	-	-
Қостанай	393	18	71	186	118	-
Қызылорда	223	30	157	21	15	-
Маңғыстау	318	133	142	14	29	-
Оңтүстік Қазақстан	447	20	236	167	24	-
Павлодар	313	6	61	211	35	-
Солтүстік Қазақстан	392	13	191	119	69	-
Шығыс Қазақстан	640	210	116	260	48	6
Астана қаласы	2 354	803	1 353	198	-	-
Алматы қаласы	1 718	404	535	779	-	-

Как видно из таблицы 1 для Алматы наиболее используемый вид транспорта междугородные автобусы, в меньшей степени воздушный и железнодорожный транспорт. Для города Астаны наиболее востребован въездными туристами железнодорожный транспорт, на втором месте воздушный транспорт, но при этом небольшая доля туристов пользуется международными автобусами.

В остальных регионах, кроме Чимкентской области и г. Атырау в меньшей степени пользуются воздушным транспортом.

Заключение. Проведенный маркетинговый анализ позволил сделать следующие выводы%

- показатели въездного туризма неуклонно растут;
- иностранные туристы в основном приезжают с деловыми целями и посещают мегаполисы;
- основным видом транспорта являются железнодорожный, международные автобусные перевозки и воздушный транспорт..

В целом, можно сделать вывод, что наблюдается улучшение показателей развития туризма в Казахстане, но при этом требуется отслеживать изменения, происходящие как на международных, так и отечественном рынке[5].

Список источников:

1. Есмаханова А.У. Развитие туристской отрасли в Республике Казахстан: основные проблемы и перспективы: автореф. К.э.н. – Алматы, 2016. – 26 с.
2. Бутко И.И., Ситников В.А. Маркетинг в туризме. - М.: Дашков и К°, 2012. - 416с.
3. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. - М.: ИНФРА-М, 2012.- 316с.
www.stat.gov.kz
4. Розанова Т. П., Муртузалиева Т. В., Тарасенко Э. В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма. - М.: Дашков и К°, 2017.- 166с.

Аннотация

В статье проведен комплексный маркетинговый анализ развития туризма в Казахстане. По результатам анализа было выявлено, что в Казахстан в основном приезжают с этническими целями для посещения родственников и друзей, на втором месте деловые поездки. Основным средством размещения для приезжих являются места проживания, предлагаемые родственниками и знакомыми, на втором месте гостиницы. В разрезе категорий отелей въезжающие туристы отдают предпочтения трехзвездочным категориям. Увеличивается количество въездных туристов, основная часть расходов туристов приходится на города Алматы и Астана.

Zhunossova Gulzat Skendirovna, Pazylkhaiyr Bauyzhan Meirambekuly
Kazakh University of Technology and Business, Associate professor,
Candidate of Technical Sciences
Eurasian National University, Teacher, Master of Science in Tourism

LOCAL COMMUNITIES' MANAGEMENT IN SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT

When the role of local communities' management in sustainable tourism development is being considered differently at destinations, there is a question about importance of local participation. There are many answers for this question, and many representatives from the tourism world are arguing with each other in order to disclose the importance of domestic groups' implementation in sustainable tourism, and they try to see this response only through their view. Nevertheless, having one exact answer for this question and from just one industry point would be inaccuracy, because all industries which are involved in the tourism sector have a tight connection between each other and, especially, with local communities; besides, they may have no benefits without this connection. To understand the whole relationship of sustainable tourism and local communities is not as easy as it seems at first impression, since it derives from the

concept of sustainable development. In general, sustainable development is an idea of providing necessities in short and long-term perspective with the environmental, social and economic dimensions. According to McCool and Moisey research, because sustainable tourism does not include several sectors, it does not comply with all the main concept of sustainable development. [1] Therefore, one of the problematic aspects of this situation is participants of the tourism sector escape a contact with the sectors, as the transportation, employment, environment and accommodation, which directly or indirectly have connection with them. Having long-period existing with this issue at destinations is not able to be considered as the sustainable tourism development in the tourism sector. For example, even though popular destinations, such as Cyprus, Canary Islands and Malaysia attract a large number of tourists from around the world, and local governors assess that they develop with covering sustainability dimensions in the tourism side every year; unfortunately, the destinations have drawbacks in the environmental and socio-cultural sides. Thus, in order to have sustainable tourism at destinations, there should be a balance between the environmental, economic and social bases. However, in many cases, for instance, although the main idea of sustainable tourism is to influence positively on the local people and the environment at destinations, particularly, the role of the local communities is not viewed in long-term perspectives in the tourism industry. If one element of sustainable tourism as the role of domestic people is eliminated or underestimated, the idea of sustainability in tourism is in danger. Nevertheless, the value of local communities has been researching, and, as a result many books, articles and reports have published. Despite the significant role of domestic people in tourism development appears in papers, a lot of examples in the real life show that their participation in sustainable tourism development has been ignored or underestimated. Consequently, before estimating the whole system of local groups at destinations successfully, it is helpful to review the extension stages of the sustainable tourism notion widely, and appearance of the local communities' importance in sustainability development. [2, 3]

Local communities as an element of sustainable tourism

Having balance in economic, environmental and social sectors would give sustainable development, but different societies and communities have their own view in the development. For example, the World Tourism Organization accepted the tourism development guideline, which covers a balance between the tourism sector, the environment and heritage. More specifically, the guideline includes a few sustainability principles such as, everyone has access to tourist attractions, and the local government and people are responsible for them; partially using tourism attractions income from its visitors is one of the ways to keep and develop them; not only revenue has to be included in tourism plans, but also future strategies and plans for cultural heritage sites development. However, even though the balance of sustainability was written in the guideline, when it touches actions, the equilibrium could be beyond its initial purpose and whole idea. For instance, on one hand, in the tourism industry almost all small businesses, which embrace the sector, do not care the environment and local culture, because they mostly focus on their next income in short-term perspective. [4] On the other hand, in the tourism sector politicians are interested in keeping their position; consequently, they strengthen environmental laws and regulations that will save the

environment. In fact, the politicians, who talk dramatically about how to protect the environment and culture, are able to allow tourism companies to damage that environment and culture with tourism buildings and attractions. Therefore, tourism intermediaries as a part of the Social/community category who have profit and an advantage from the tourism sector also should have a place in tourism development. However, this process is not easy. Nonetheless, if these stakeholders, such as business people, tourism agencies, non-governmental organizations and host communities have common view of the development, they will reach main goal of sustainable tourism, the balance. However, there are would be difficulties with local communities' involvement in long-term perspectives of the tourism development, because they are negatively impacted by businesses, as two examples show. All in all, there could be difficulties with finding common consensus for everyone, in order to have equality of sustainable tourism elements. [5, 6]

The impact of the wider society, immediate community, environment and tourists to host communities at destinations:

Firstly, the wider society encompasses transnational companies, religious heads and international laws and regulations' (United Nations, World Trade Organization regulations and World Tourism Organization regulations) impact at destinations; besides, the first impact is considered as 'imperialism' in the tourism sector. More specifically, as Hall and Richards call that under the General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) monitoring and checks lay rules which control local culture and companies. For example, at destinations international enterprises under World Trade Organization (WTO) acting have the same rights as local firms do. As a result of these regulations, domestic businesses and communities can suffer, since there could be danger of external competitiveness; in addition, as Hall and Lew mentioned that in developing countries, transnational companies conduct the role of local communities in development. [7, 8]

Secondly, the changes that occur among immediate communities at destinations from their daily work, lifestyle and financial elements are influences on local groups.) For example, globalization can influence on people at destinations in way which covers new technologies. Besides, having tourism development does not guarantee work places, since it could offer mostly temporary and low - paid jobs at destinations. Also, tourism could influence on local communities' conventional work nature; for example, domestic groups frequently change their occupations: from the agricultural sector to the service. Formation of local communities can be changed through tourism development. For instance, the share of young generation and females has increased meaningfully among employees at destinations; in addition, domestic people have high - quality lifestyle through success in infrastructural changes at their places.

Third impact covers environmental changes at destinations. As an example of this kind of influence, would be places at destinations where local communities are not able to use their land in their needs, such as farming and livestock, because there are built courses for golf. [9]

Fourthly, the effect includes 'demonstration effect' which consists of the carrying capacity of tourists and their types. In this effect, as Kevin Meethan found, that the tourism product is a commodity in worldwide, governmental, regional and local levels.

So, the spaces, which appeal through these levels, create an area of sense and a representative component where guests and hosts have different lived experience of tourism; as a result of differences in experience, local tourism development at destinations has negative and positive impacts. All in all, four categories effect on local people in different ways, but they assist to establish sustainable tourism at destinations. [10]

Local people's levels of participation

One of crucial understanding in the tourism industry is to determine the definition and the role of local communities in tourism development. A lot of disputes have been about levels of local groups' involvement and its importance, also their role as facilities or controllers at destinations has been viewed too. However, there is no only one form of bases which may encompass all norms of host people in sustainable tourism; nonetheless, participation of local people at destination is significant, when there is sustainable development. Involving domestic groups in decision – making in tourism development expands only certain amount of people. As Hall and Lew found a definition for 'community' in tourism, which says that a community is people, who have knowledge about their living place, and they have common responsibilities and values. Thus, domestic communities are considered as a part of touristic destinations; ultimately, native people should have less negative influence from the tourism side, and they have to have rights to determine their plans for future. In that case, the method of involvement in decision – making would be useful in order to involve local residents in the tourism sector development. [11] Consequently, while this process, not only local people are able to have benefit in tourism in their area, also owners of tourism sights can have through the local citizens' cultural experience and local view. As UNESCO found that local communities accept all touristic attractions and cultural heritage at destinations as properties of their daily life. In addition, because residents consider that they are a part of the environment, they could solve problematic issues in the 'Mother nature', while they are in decision – making processes in tourism development. Their daily life style and culture will be included in the processes as the piece of it. Thereby, policy-makers should know what the level of local communities' involvement and when they could involve in the process. The author gives 6 typologies that encompass a role of local communities in the development of their regions. From the first type to the final type, on one hand, the roles of external participants increase. On the other hand, local communities expand its level of involving in development. For example, in the first two typologies, the local groups have dominating rights in decision-making procedure. Finally, with a positive side of participation, also a negative impact could appeal, when local groups have involvement in tourism development. For example, there are some advantages, such as to prevent improper development for destinations; to be consulters in selecting directs for museums; to assist finding where the changes should be at destinations and to create local people' impulse; to expand boundaries of the environment protection; to have appropriate types of services at destinations; to increase visitors' enjoyment through local people' aid. Drawbacks of local people involvement are: having extra expense in developing process; expending the time of development; not involving the minority communities in the process due to discrimination from the majority communities. [12]

References

1. Burns, M.P. and Holden, A., (1995). *Tourism a new perspective*. Essex: Pearson Education Limited.
2. Firth, L. ed., (2008). *Travel and Tourism*. (V. 156). Cambridge: Independence Educational Publishers.
3. Gossling, S., Hall, C.M. and Weaver, B.D., (2009). *Sustainable tourism: Perspectives on Systems, Restructuring and Innovations*. New York: Routledge.
4. Hall, C.M. and Lew, A.A., (1998). *Sustainable Tourism: A Geographical Perspective*. Essex: Pearson Education Limited.
5. Hall, D. and Richards, G., (2000). *Tourism and sustainable community development*. Oxon: Routledge Abingdon.
6. Macleod, V.L.D., (2004). *Tourism, Globalisation and Culture Change: An Island Community Perspective*. Clevedon: Channel View Publications.
7. Macleod, V.L.D. and Gillespie A.S. eds., (2011). *Sustainable Tourism in Rural Europe Approaches to development*. New York: Routledge.
8. McCool, F.S. and Moisey, R.N., (2001). *Tourism, Recreation and Sustainability Linking Culture and the Environment*. New York: Cabi Publishing.
9. Meethan, K., (2001). *Tourism in global society place, culture, consumption*. New York: Palgrave.
10. Mowforth, M. and Munt, I., (1998). *Tourism and Sustainability – New tourism in the Third World*. New York: Routledge.
11. Swarbrooke, J., (1999). *Sustainable Tourism Management*. New York: Cabi Publishing.
12. Timothy, J.D. and Boyd, W.S., (2003). *Heritage Tourism*. Essex: Pearson Education Limited.

Summary

In the sustainable tourism balance, local communities play a secondary role after protagonists as economic benefits and environment protection; nevertheless, this role for domestic groups is the best for them, because usually local people are considered as crowd scene participants, sometimes even as parts of decoration in their places. Consequently, in this article the participation of local communities infrequently has voice in tourism development.

Аннотация

Туризм саласындағы тұрақтылықта жергілікті халықтың менеджменттік рөлі әрдайым экономикалық және экологиялық алғышарттардан кейін қарастырылады. Осыған қарамастан, бұл рөл өте маңызды, себебі әдетте жергілікті халық туристік жерлердің тек әшекейі ретінде қалыптасып кеткен. Бұл мақалада жергілікті халықтың менеджменті жан-жақты зерттелген.

Аннотация

В устойчивом туристическом балансе управление местными сообществами играет второстепенную роль после протагонистов как экономических выгод и охраны окружающей среды; тем не менее, эта роль для местных групп является для них лучшей, так как обычно местные жители считаются участниками сцены, иногда

даже как части украшения на своих местах. Таким образом, в этой статье автор делает акцент на то что, управление местных общин является очень важным аспектом в развитии туризма.

Зейнуллина Асель Болатовна
Кокшетауский государственный университет
им.Ш.Уалиханова,
магистрант 2 курса, специальность - Экономика

ПРОБЛЕМЫ ЖЕНСКОЙ ЗАНЯТОСТИ В СТРАНЕ

Трудовые ресурсы являются главной производительной силой, наиболее значимым фактором устойчивого экономического роста любой страны. В Казахстане в целом, и особенно в Акмолинской области, где сельское население составляет более 50 %, а аграрный сектор экономики занимает почти треть, в современных условиях важной проблемой является эффективное использование сельских трудовых ресурсов.

Занятость сельского населения является одним из основных элементов социально-экономической жизни села, который объединяет в одно целое демографические, экономические и социальные её стороны [1].

Основной целью политики занятости в Казахстане является достижение полной, продуктивной занятости сельского населения, сокращение безработицы и поддержание её на социально приемлемом уровне.

Структура сельской безработицы намного сложнее, чем в городе. В составе сельских безработных большинство составляют женщины немолодого возраста, с невысоким уровнем образования.

Интерес к проблеме занятости женщин обусловлен двумя причинами: теоретической и практической (рисунок 1).

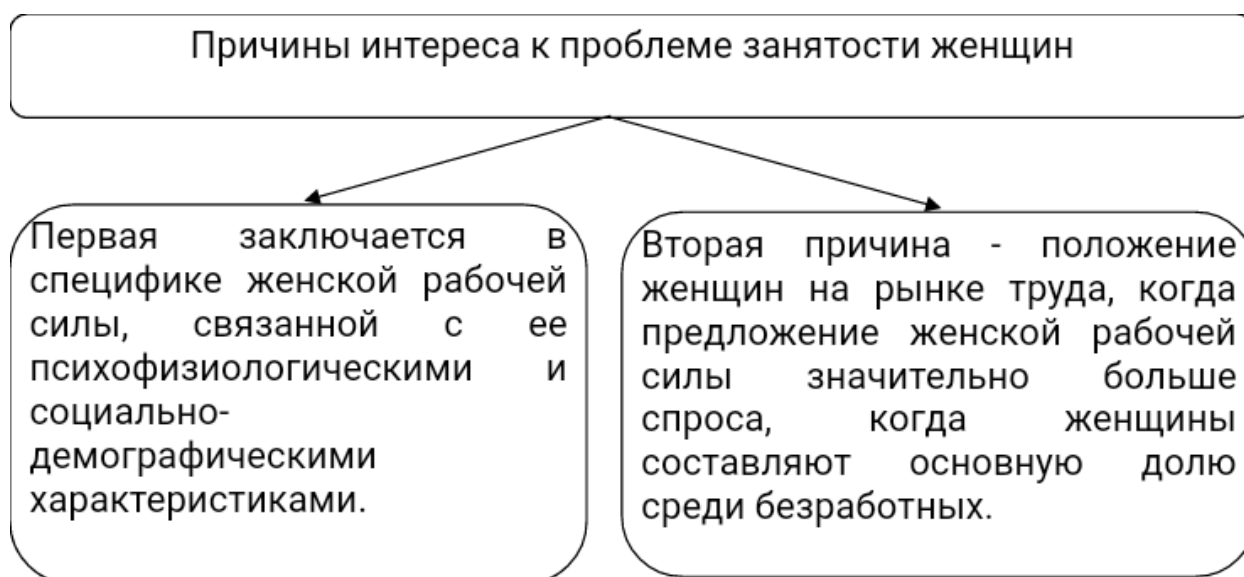


Рисунок 1 – Причины интереса к проблеме занятости женщин

В таблице 1 представлен состав экономически активного и неактивного населения в стране по полу.

Таблица 1 - Численность экономически активного и неактивного населения по полу, 2016 г.*

Показатели	Население всего	в том числе	
		женщины	мужчины
Экономически активное население, тыс. человек	9074,9	4430,7	4644,2
Уровень экономической активности, в процентах	71,1	65,8	77,2
Занятое население, тыс. человек	8623,8	4177,8	4446,0
Уровень занятости, в процентах	95,0	94,3	95,7
Наемные работники, тыс. человек	6294,9	3105,9	3188,9
доля в численности занятого населения, в процентах	73,0	74,3	71,7
Самостоятельно занятые, тыс. человек	2328,9	1071,9	1257,0
доля в численности занятого населения, в процентах	27,0	25,7	28,3
Безработное население, тыс. человек	451,1	252,9	198,2
Уровень безработицы, в процентах	5,0	5,7	4,3
Уровень долгосрочной безработицы, в процентах	2,4	3,1	1,8
Экономически неактивное население, тыс. человек	3680,1	2306,3	1373,8
Уровень экономической неактивности (пассивности), в процентах	28,9	34,2	22,8

* Данные Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан [2].

Следует отметить, что в общей численности безработных преобладают женщины, так в составе безработных они составляли порядка 60 %. Положение женщин в сфере занятости характеризуется тем, что они первыми попадают на рынок труда и приобретают статус безработного.

У женщин больше трудностей с трудоустройством, так как в сельском хозяйстве для них всегда были доступны малоквалифицированные, ручные, физически тяжелые и непрестижные работы, как в растениеводстве, так и в животноводстве, связанные, как правило, с трудом в неблагоприятных производственных условиях. Одним из основных объектов приложения женского труда на селе является ведение личного подсобного хозяйства.

Все демографические проблемы в сельской местности проявляются значительно сильнее, чем в городе: на селе выше темпы естественной убыли, ниже рождаемость и продолжительность жизни. Вызывает тревогу и то, что доля трудоспособного населения в сельской местности значительно ниже, чем в городской, и она имеет тенденцию к снижению [3].

Перемены в социально-профессиональной сфере по-разному повлияли на положение женщин и мужчин в сфере занятости, усугубив их неравенство на рынке труда. Анализ профессионального состава занятых по полу

свидетельствует о том, что в наибольшей степени женщины сконцентрированы в отраслях с меньшей оплатой труда, таких как страхование, образование, соцобеспечение, здравоохранение, связь, торговля, общепит (рисунок 2).

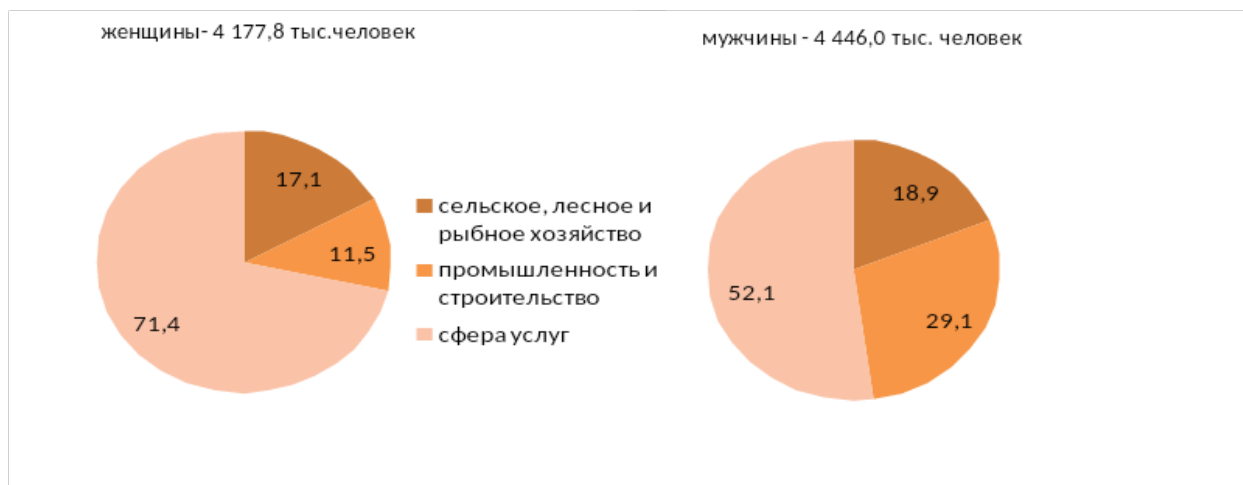


Рисунок 2 - Распределение занятого населения по секторам экономики и полу в 2016 г.

Женская безработица и безработица у мужчин различны по своему содержанию. Во-первых, важно отметить массовость женской безработицы, а во-вторых, ее долгосрочность. Кроме того, для некоторых безработных женщин характерно желание не работать, а вести домашнее хозяйство, но это невозможно в силу экономических причин, вынуждающих женщину работать. Вынужденность поиска работы делает женщин пассивными на рынке труда [4].

Мужчины реже обращаются в службу занятости; при поиске работы они чаще полагаются на знакомства, пользуются услугами коммерческих служб занятости, используют объявления в прессе.

Таблица 2 - Численность граждан, обратившихся за содействием в трудоустройстве в органы занятости в сельской местности в Акмолинской области

Года	Всего,	в том числе			
		Женщины		мужчины	
		чел.	уд.вес, %	чел.	уд.вес, %
2011 г.	5387	3011	55	2376	45
2012 г.	5585	3116	55	2469	45
2013 г.	5617	3131	55	2486	45
2014 г.	5478	3090	56	2388	44
2015 г.	6717	2960	44	3757	56

По данным Министерства здравоохранения и социального развития Республики Казахстан.

Женщины чаще всего обращаются в службу занятости не только для поиска подходящей работы, но и для того, чтобы получить временный оплачиваемый перерыв в профессиональной деятельности.

Существуют некоторые факторы, обуславливающие специфику женской безработицы в современном обществе. Среди этих факторов важно отметить прежде всего преобладание потребностей в мужских кадрах, которые формируют пониженный спрос на женскую рабочую силу.

Отличительной чертой женской безработицы является также ее массовый характер. Важно отметить, что наряду с увеличением числа официально зарегистрированных в службах занятости безработных, растет численность незарегистрированных безработных. Женщины, потерявшие свои рабочие места либо в связи с ликвидацией предприятия, либо в связи с сокращением штата, создали на рынке труда ситуацию, когда предложение во много раз превышало спрос на специалистов.

Характерной особенностью женской безработицы является не только ее массовый характер, но также длительность женской незанятости.

Нерациональная кадровая политика государства способствовала перепроизводству высококвалифицированных кадров, которые оставались невостребованными в условиях экстенсивной экономики и бюрократической системы управления. Вакансии, предоставляемые службой занятости, не соответствуют профессиональному уровню и запросам граждан, нуждающихся в трудоустройстве. На настоящий момент около 90% свободных рабочих мест в народном хозяйстве рассчитаны на кадры рабочих профессий, а среди безработных женщин лишь незначительная доля претендует на низкоквалифицированную работу.

В настоящее время сформировались новые, еще не занятые специалистами ниши, такие как работа с недвижимостью, работа в офисе, коммерческая деятельность. Эти направления являются перспективными на казахстанском рынке труда в плане вакантных рабочих мест. Наличие таких сфер требует специфических навыков и поэтому необходима определенная переподготовка специалистов по этим направлениям.

Очевидное несоответствие между предложением рабочей силы и спросом на нее по профессиональному признаку – характерное состояние для современного рынка труда. Это существенно затрудняет трудоустройство безработных женщин, особенно тех, кто имеет высокий профессиональный уровень, так как число мест, требующих высокой квалификации, постоянно сокращается. Высокая квалификация безработного делает его менее конкурентоспособным.

В итоге, обладая высокой квалификацией и оставаясь длительное время без работы, женщина теряет квалификацию, навыки и выпадает из современных рыночных условий.

Средние сроки незанятости в последние годы составляют от 4 до 5 месяцев. Это очень важный социально-экономический показатель. Увеличение сроков незанятости приводит к потере профессиональных и трудовых навыков, уменьшению способности к интенсивному труду вообще, утрате уверенности в себе, возрастанию трудностей при последующей адаптации на новом рабочем месте. Застойная безработица опасное социальное явление, которое особенно остро ощущается в удаленной от городов сельской местности.

Ситуация в сфере занятости осложняется еще и тем, что профессионально-квалификационная структура безработных не совпадает со структурой вакансий. С одной стороны, формирующийся рынок выталкивает из сферы производства преимущественно женщин с высшим и средним специальным образованием трудоспособного возраста, в основном имеющих узкую специализацию, с другой – рынок готов вновь принять большинство из них в принципиально ином качестве, со значительным снижением их социально-профессионального статуса.

Сельский рынок труда имеет ряд особенностей, связанных с менталитетом селян и их образом жизни, слаборазвитой инфраструктурой деревни, состоянием и динамикой развития аграрного сектора (рисунок 3).

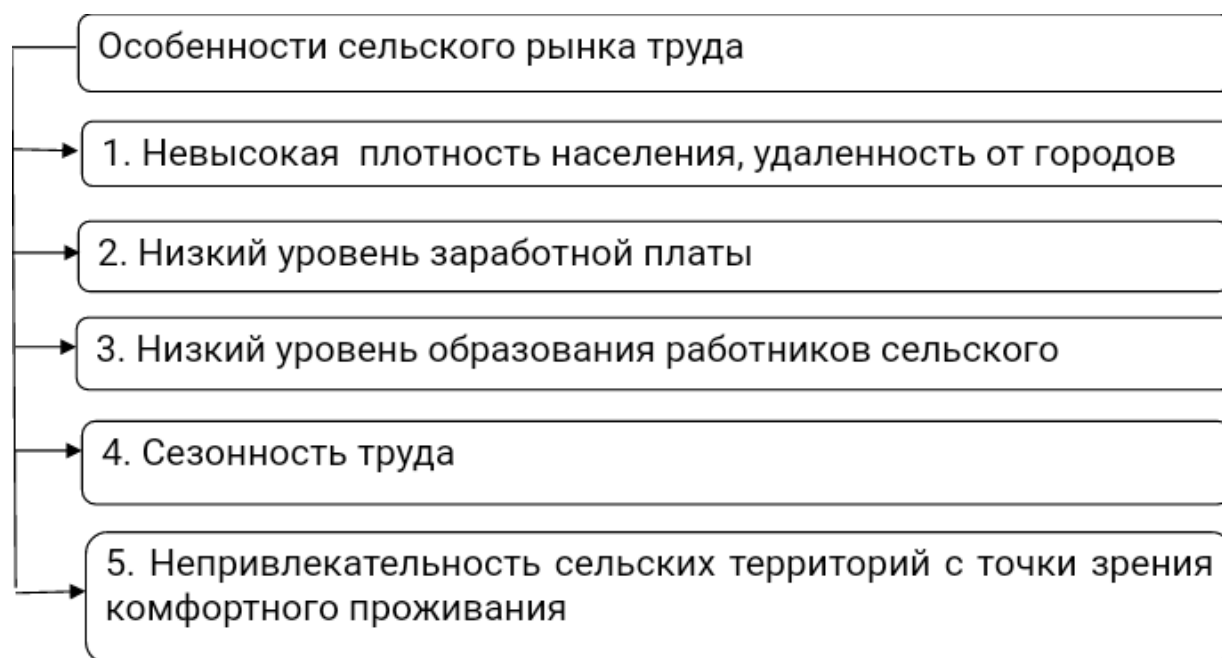


Рисунок 3 – Особенности сельского рынка труда

Для улучшения ситуации в аграрном секторе необходима четко продуманная государственная политика, которая должна быть направлена не только на сокращение существующей безработицы, но и на создание экономических условий для формирования более совершенной модели занятости.

Необходимо разработать новые направления занятости на селе, предусматривающие выделение приоритетных отраслей сельской экономики в зависимости от региональных особенностей. Не менее важным является развитие альтернативной занятости, государственная поддержка в развитии личного подсобного хозяйства, повышение уровня заработной платы сельских жителей.

Развитие ситуации в области занятости сельского населения в перспективе будет зависеть от многих факторов, в том числе в решающей степени от общей направленности и хода экономических преобразований в республике, уровня структурной, количественной и качественной сбалансированности спроса и предложения рабочей силы в аграрном секторе.

Список источников:

1. Богдановский В. Труд и занятость в сельском хозяйстве //Вопросы экономики.- 2006.-№6, с.72
2. www.stat.gov.rz
3. Аубакиров г.М. Развитие рынка труда в сельской местности // Проблемы агрорынка.- 2005.-№2, с.71
4. Акимбекова Ш.У. Сельская безработица как основной критерий занятости //Проблемы агрорынка.- 2005.- №4, с.80

Аннотация

В статье рассмотрены проблемы женской занятости в стране. Изучены причины интереса к проблеме женской занятости. Проведен анализ состава экономически активного и неактивного населения в стране по полу.

Выявлено влияние перемен в социально-профессиональной сфере на положение женщин и мужчин в сфере занятости.

Изучено различие по содержанию женской и мужской безработицы, определены отличительные черты женской безработицы. Рассмотрены особенности сельского рынка труда.

Аннотация

Мақалада елдегі әйелдерді жұмыспен қамту мәселесі талқыланды. Әйелдердің жұмыспен қамтылу мәселесіне деген қызығушылығының себептері зерттелді. Елдегі экономикалық белсенді және белсенді емес халықтың жынысы бойынша талдау жасалды. Әлеуметтік және кәсіптік саладағы өзгерістердің әйелдер мен ерлердің жұмысқа орналысу жағдайына әсері анықталды. Әйелдер мен ерлердің жұмыссыздығының мазмунындағы айырмашылығы және әйелдердің жұмыссыздық ерекшеліктері зерттелді. Ауыл еңбек нарығының ерекшеліктері қарастырылды.

Summary

The article discusses the problems of female employment in the country. The reasons for interest in the problem of women's employment have been studied. The analysis of the composition of the economically active and inactive population in the country by sex was carried out.

The influence of changes in the social and professional sphere on the position of women and men in the sphere of employment has been revealed.

The difference in the content of female and male unemployment has been studied, and the distinctive features of female unemployment have been determined. Features of the rural labor market are considered.

Ильяс Асель
«Туран» университеті,
«Маркетинг және
логистика» кафедрасының
экономика ғылымдарының
кандидаты, доценті

ҚАЗАҚАСТАН МҰНАЙ ӨНДЕУ ӨНЕРКӘСІБІНІҢ ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЫ МЕН ДАМУЫ

Нарықтық экономика жағдайында экономиканы дамыту мен орналастыру және халықты таратып орналастыру мәселелері негізінен нарықтық тетіктер арқылы айқындалады. Сонымен қатар, елдің орнықты экономикалық дамуы, табиғи ресурстарды, соның ішінде мұнайды ұтымды пайдалану үшін жүйелі жағдайды қамтамасыз етуге тиіс. Қазіргі кезеңде мемлекет міндеттері экономика мен еңбек ресурстарын экономикалық тұрғыдан қолайлы табиғи-климаттық аймақтарға шоғырландыруда, ынталандыруға, нарық экономикалық белсенділігін өсіру үшін жағдайлар жасауға және әлемдік шаруашылық жүйесіне үйлесімді біріктірілген біртұтас экономикалық кеңістікті қалыптастыруға келіп тіреледі. Қазақстанда мұнай қоры 13 млрд. тонна әлемде 12 орын алады, жылына 25-30 млн. тонна мұнай өндіреді, экспорттайды. Қазақстанның мұнай өңдеу саласындағы үш мұнай өңдеу зауыттары жылына 12,5 млн. тонна мұнай шикізатын өңдейді. Қазақстан табиғи ресурстарға бай болғанмен, экономиканы дамытуда көптеген қиындықтардан өтуде. Қазақстанда мұнайды өндіретін аймақтар экологиялық ластану көздерінің біріне жатады және ауыл шаруашылық жерлерінің топырағына зиян келтіреді. Осындай мұнай өнеркәсібінде сапа, экология аясындағы көптеген мәселелер бұл бағдарламаны даярлауға итермеледі [1].

Қазіргі кезде, Қазақстанда мұнай өңдеу саласында көптеген мәселелер туындап отыр. Қазақстан 50% Ресейден мұнай өңдеу саласына мұнай шикізатын алады. Қазақстан мұнай шикізатының көп көлемін өндіргенімен, алайда оны қазіргі талаптарға сай кешенді өңдеу технологиясы артта қалған. Мұнай өнеркәсібін талдау нәтижесінде мұнай өңдеу зауыттары ішкі нарықтың 60% ғана мұнай өнімдерімен қамтамасыз етеді, ал қалғанын Ресейден және басқа елдерден импорттайды. Зауыттардың өңдеу тереңдігі басқа елдерде 95%. Мұнай өңдеу өнеркәсібінде үш мұнай өңдеу зауыттары жұмыс атқарады. Олар Атырау мұнай өңдеу зауыты, Павлодар мұнай өңдеу зауыты, Шымкент мұнай өңдеу зауыты. Қазіргі кезде, үш газ өңдеу зауыттары: Қазақ газ өңдеу зауыты, Теңіз газ өңдеу зауыты, Жаңажол газ өңдеу зауыты іске қосылды. Сонымен қатар, мұнай өңдеу саласында зауыттарды қайта құру жұмыстарын жүргізуде. Қазақстанда мұнай өңдеу өнеркәсібін әлемдік нарықта бәсекелік қабілетін арттыру, өңдеуді тереңдету және мұнай өнім сапасын арттырудың маңызы зор екені айқындалады. Қазақстанның экономикасында мұнай өңдеу өнеркәсібін дамытудың маңызы зор. Мұнай өнеркәсібінің ішкі және сыртқы мәселелерін қарастыру қажет, оны талдау барысында мұнай өңдеу өнеркәсібінің өзекті мәселелері айқындалды [2]. Мұнай өнеркәсібінің ішкі мәселелеріне жататындар: технологиялық үдерістер, құрал

саймандарының физикалық ескіруі, артта қалуы; Өзіндік қаржылық ресурстарының жетіспеуі; Жоғары білікті мамандардың жетіспеуі; Мұнай өнімдер сапасын басқару, бақылау, қадағалау жұмыстарымен толығымен қамтылмауы; Ішкі нарықты сапалы мұнай өнімдерімен қамтамасыз ету қуаттылығының жетіспеушілігі; Мұнай өнімдер ассортиментінің аз болуы. Сыртқы мәселелеріне жататындар: мемлекеттің тарапынан реттеудің тұрақсыздығы; Мұнай құбырларының салынбауы; Ресейлік мұнай шикізатына тәуелділігі; Энергия көздерінің қымбаттауы; Әлемдік мұнай нарық құрылымына тәуелділігі; Шетелдік мұнай компанияларының қызметіне тәуелділігі.

Ал, Қазақстанда мұнай өңдеу зауыттарының өңдеу қуаттылығы 18,5 млн.тонна, соның өзінде мұнай өңдеу зауыттар қазірсі кезде 15 млн.тонна ғана мұнай өңдейді. Мұнай өңдеу зауыттарының ішкі нарықты қамтамасыз етуде өндірістік қуаттылығын жетіспеуі бұл ең басты мәселе болып табылады. Қазақстан мұнай өңдеу зауыттарын Ресейлік мұнай өңдеу зауыттарымен салыстырғанда, Ресейлік мұнай өңдеу зауыттары мұнай өнімдерінің халықаралық стандарттарға сай көп түрін өндіруімен ерекшелінеді. Сонымен қатар, ресейде тасымалдау құбырлар жүйесі дамыған. Ресей мұнай өңдеу зауыттары мұнай өнімдерімен ішкі нарықты қамтамасыз етіп, экспортқа шығарады. Соңғы жылдары ресейлік мұнай өңдеу зауыттары сапа менеджмент жүйесімен қатар экологиялық менеджмент жүйесін енгізуде. Ресей және

Өркендеген елдер арасында Мұнай Өңдеу Зауыттардың (МӨЗ) ең үлкен қуаттары Батыс Еуропа (Италия, Франция, ГФР, Ұлыбритания), сонымен қатар Жапонияда орналасқан. Батыс Еуропадағы өркендеген елдер және Жапония МӨЗ-дағы мұнай өңдеу тереңдігі АҚШ-қа қарағанда төмен. Бұл көрсеткіш Жапония мен Италиядан төмен (60% төмен), Франция, Англия және ГФР МӨЗ өңдеу тереңдігі орташа. Жапония мен Италияда мұнай өңдеу тереңдігінің төмендегі оларда өздерінің көмір және табиғи газ қорларының жоқтығынан. Жапония мен Италиядағы МӨЗ-да (мотор) қозғалтқыш отынының, шығымы (53,7 және 50% тиісінше) төмен, ал олардың ГФР, Франция және Англия МӨЗ-да шығымы жоғары. АҚШ пен Канададан кейін Ұлыбритания МӨЗ-да бензин шығымы -25% жоғары. Бұл көрсеткіш басқа елдердің МӨЗ-да 12-22%. Бензиннің дизель отынына қатынасының аздығы Батыс Еуропа МӨЗ-да дизель отынының көбірек өндірілу себебі, бұларда автомобиль көліктерін дизель қозғалтқышымен жабдықтауға бет алғандығынан, Жапония мен Италия МӨЗ-да мұнай өнімдері құрылымында, бірінші орында қазан отыны (35 және 37% тиісінше). Басқа өркендеген Батыс Еуропа және Жапония МӨЗ екінші кезектегі өңдеу үрдістерінен қамтылу жағынан АҚШ-тан әлде қайда төмен. Мұнай өңдеуді тереңдету үдерістер үлесі (термиялық, гидрокрекинг, каталитикалық крекинг және алкилдеу) АҚШ-та 2016 ж. 60,8% болды. [4] Батыс Еуропада қозғалтқыш отынының шығымын көбейту үшін мұнайды терең өңдеу үдерістерінің бағдары іске асырылуда, каталитикалық крекинг, висбрекинг, гидрокрекинг және кокстеу үдерістері көбеюде. АҚШ-та каталитикалық крекинг қуаты бензинге сұранысты керекті мөлшерде өтейтіндіктен, олардың құрылысы соңғы жылдары бәсеңдеді. Сонымен, дизель отынын өндіретін қуат гидрокрекинг есебінен, өсе бастады [3].

Сонымен, отандық мұнай өңдеу өнеркәсібінің хал- ахуалын талдауда оның күшті жақтары және әлсіз жақтары, мүмкіндіктер мен қауіптері анықталды. Оны төмендегі 4 кестеден көруге болады.

Кесте 1- Мұнай өңдеу өнеркәсібін (хал- ахуалын) SWOT талдау

S Күшті жақтары	W Әлсіз жақтары
<ul style="list-style-type: none"> • Мемлекет тарапынан қаржының бөлінуі; • Мемлекеттік стратегия, президенттің және бағдарламалардың басымды бағыттарының бірі; • Қайта құру жұмыстарының жүргізілуі; • Әлеуметтік, аумақтық дамытуға белсене қатысуы; • Экономикалық дамытуда үлесі бар; • Мұнай химия кешенді дамытудың жүзеге асырылуы. 	<ul style="list-style-type: none"> • Бөлінген қаржыны мемлекет тарапынан тексерудің жүргізілмеуі; • Стратегиялар, бағдарламаларды жүзеге асыру барысында бақылаудың болмауы; • Өндірістік қуатының жетіспеуі; • Ресейлік мұнай шикізатына тәуелділігі; • Тасымалдау құбырларының жетіспеуі; • Мұнай өнімдер сапасының төменділігі; • Экологиялық жүйенің әлсіздігі; • Мұнай өнімдерінің импортталуы; • Мұнай өнімдерінің бағасының тұрақсыздығы; • Мамандардың жетіспеуі; • Шетел мұнай компанияларына тәуелділігі • Нормативтік құжаттардың, заңдардың жетіспеуі.
O Мүмкіндіктері	T Қауіптері
<ul style="list-style-type: none"> • Бөлінген қаржыны тиімді пайдалану; • Жаңа зауыттарды құру; • Жаңа технологиялардың енгізілуі; • Нормативтік құжаттардың, заңдардың қабылдануы; • Мемлекет тарапынан бақылау, қадағалау жүйесін жетілдіру. 	<ul style="list-style-type: none"> • Әлемдік нарықтағы бағаның өзгеруі; • Заңдардың жиі өзгеруі; • Сыбайластық пен жемқорлық; • Алыпсатарлардың әрекеттері.
<p>Е с к е р т у – Кесте автордың зерттеуі бойынша құрастырылған.</p>	

Кестедегі мұнай өңдеу өнеркәсібін әлсіз жақтарын талдауға келсек, өндірістік қуатының жетіспеуі; Ресейлік мұнай шикізатына тәуелділігі; тасымалдау құбырларының жетіспеуі; мұнай өнімдер сапасының төменділігі; экологиялық жүйенің әлсіздігі; Мұнай өнімдерінің импортталуы; мұнай өнімдерінің бағасының тұрақсыздығы; мамандардың жетіспеуі; нормативтік құжаттардың, заңдардың жетіспеуі жатады.

Отандық мұнай өңдеу өнеркәсіп кәсіпорындарының ерекшеліктерін ескере отырып, экология және қоршаған ортаны қорғау, сапаны басқару жүйесін жетілдіру, мамандарды дайындау шараларын жүзеге асыру негізінде мұнай өңдеу өнеркәсібін дамыту бағдарламасы: жаңа мұнай өңдеу зауыттарын құру, ішкі нарықты отандық сапалы мұнай өнімдерімен қамтамасыз ету, экологиялық мәселелерді шешу, Ресейге және шетелдік мұнай кәсіпорындарына тәуелділікті жою. Мұнай өнімдерінің экспорттық көлемін ұлғайту арқылы шикізаттық бағытты азайту. Сонымен, қайта жабдықталған зауыттар сапалы өнім өндіреді және экологиялық нормаларды сақтайды және мұнай өнімдер ассортиментін кеңейтеді; инновациялық үдерістерді қолдану мұнай өнімдерінің жаңа түрлерін

өндіруге мүмкіндік береді, өңдеуге кеткен шығындарды азайтады; экологияға байланысты шаралар мұнайды өңдегеннен бастап тұтынуға дейінгі қоршаған ортаны ластауы азайып, экологиялық талаптарды орындауға мүмкіндік береді; мұнай өңдеу өнеркәсібіндегі сапаны басқару жүйесін жетілдіру; мұнай өңдеу өнеркәсібіндегі басшылардың және қызметшілердің сапаға деген жауапкершіліктерін арттырады; отандық мұнай өнімдерін әлемдік нарыққа шығару мұнай өнімдер көлемі ұлғайып ішкі нарықты толығымен қамтамасыз еткен соң, әлемдік нарыққа шығару әлеуеті пайда болады; мұнай өңдеу саласындағы мамандарды дайындау шетел мамандарынан тәуелділікті азайтады, мұнай өңдеу өнеркәсібін білікті мамандармен қамтамасыз етіледі. Мұнай өңдеу өнеркәсібінің сапа аясындағы және тағы басқа мәселелерді шешу жолы ретінде диссертациялық жұмыстың ұсынылған қорытындыларға қосарым: Мемлекеттік мекемелер, мұнай кәсіпорындары, зауыттар, химия, экология, экономика саласындағы ғылыми институттар мұнай өндіру, өңдеу саласын дамыту. Ол, Қазақстан мұнай өнеркәсібінің дамуына зор септігін тигізеді. Кәсіпорында өнім сапасының мәселесін шешу – бұл тұтынушылардың алдындағы биік мәртебе, ол ішкі және сыртқы нарықтарға шығу ғана емес, сонымен қатар, сапаны басқару жүйесін ұйымдастыру кәсіпорынның нарықтағы бәсекелік қабілеттілігін жоғарылату, жоғары табыс алуы және тұрақты қаржылық жағдайының қалыптасуының негізі. Сондықтан да, сапа аясындағы ғылыми зерттеу жұмыстары, теориялық тұжырымдары еліміздегі кәсіпорындардың сапа аясындағы білімді болуына ықпалын тигізері анық.

Пайдаланған әдебиеттер тізімі

1. Производство нефтепродуктов нефтеперерабатывающими заводами за 2016–2017 гг. // Нефть и газ Казахстана. – 2017. – № 1. – С. 63.
2. Төлтаев Б.С. Қазіргі таңдағы мұнай өңдеу зауыты. – Қарағанды, 2017. – 335 с.
3. Улпанов Н.М. Модернизация Казахстанских НПЗ//Oil and Gas of Kazakhstan. – 2017. – № 4. – С. 57–60.

Аннотация

В данной статье автор рассматривает проблемы нефтеперерабатывающей промышленности Казахстана такие как: недостаточная производственная мощность предприятий нефтеперерабатывающей промышленности, их технологическая отсталость и низкое качество производимого моторного топлива в силу несовершенства законодательно-нормативной базы в области регулирования качества. Автором проведен анализ состояние нефтеперерабатывающей промышленности Казахстана.

Аннотация

Мақалада автор Қазақстанның мұнай өнеркәсібінің мәселелерін қарастырады: кәсіпорындардың өндірістік қуаттылығының жетіспеушілігін, технологиялық артта қалуын, мұнай өнімдерінің сапасының төменділігін, сапаны реттейтін заңдық-нормативтік базаның жетілмеуін. Автор Қазақстанның мұнай өнеркәсібінің жағдайына талдау жасаған.

Summary

In this article, the author examines the problems of the oil refining industry in Kazakhstan, such as: insufficient production capacity of oil refineries, their technological backwardness and low quality of motor fuel produced, due to imperfections in the legislative and regulatory framework in the field of quality regulation. The author analyzed the state of the oil refining industry in Kazakhstan.

Iyembergenova A.K.

**Zhetysu state university named after I.Zhansugurov
2nd year student, specialty "Accounting and Auditing"
Research supervisor: Kereeva A.R.**

ECONOMIC INDICATORS. THE SYSTEM OF INDICATORS OF ECONOMIC STATISTICS

A key element of economic statistics is a system of indicators that reflect the digital characteristics of various economic phenomena and processes, as well as the economy as a whole. The term "system of indicators" refers to some ordered set of interrelated and mutually agreed indicators that characterize the main aspects of the economic process and the economy as a whole. Coherence between the various indicators is achieved by harmonizing and coordinating the definitions and classifications on the basis of which their calculation is performed. The consistency of the indicators makes it possible to use them in combinations, as well as to calculate various derived coefficients that are of great analytical importance. For example, the consistency of the methods for calculating GDP indicators and the state budget deficit allows us to determine the coefficient characterizing the ratio of these quantities. Indicators of economic statistics, which characterize certain aspects of the economic process, form subsystems (blocks) of the general system of economic statistics. Thus, the system of indicators of economic statistics is a set of interconnected subsystems of economic information, for example, such subsystems as the system of national accounts (SNA), price statistics, finance statistics, etc. [1]

The term "statistical indicator" has two meanings. First, this is a specific digital characteristic of a particular phenomenon, for example, the population of Kazakhstan on January 1, 1999, or the index of consumer price growth for a particular period, etc. Secondly, this is a general definition of the content of a particular indicator, i. elements that must be included in the indicator. For example, the definition of GDP sets out the types of payments made by enterprises and organizations that should be included in the calculation of this indicator. The definition of the content of the indicator and methods for its evaluation is commonly called the development of a methodology. The development of the methodology, as a rule, includes the following stages:

- the identification of phenomena and processes that are subject to statistical study (determining the type of data that requires development), the formulation of goals for which some should have been calculated (for example, the purpose of calculating GDP is measuring the production of goods and services, as well as the rate of economic

growth) . Identification of indicators can be carried out on the basis of direct order and requests of various government bodies, but often it is carried out by studying state programs and plans for social and economic development, documents that formulate directions of socio-economic policy. Identification of indicators to be developed can also be a result of studying international experience, the country's obligations to international economic organizations to provide some information;

- determination of the content of indicators. Thus, when calculating the indicator of national wealth, the types of economic assets that are to be included in this indicator must be precisely defined: financial and non-financial, produced and non-produced assets, etc .;

- Definition of methods for assessing individual indicators, for example, the type of prices that should be used to assess the various types of economic assets in calculating national wealth: purchase prices, replacement prices, etc .;

- the definition of the main classifications, which should be applied to the distribution of the studied economic phenomena, heterogeneous groups based on certain criteria. For example, according to one of the most important classifications, the country's population is divided into social groups;

- Identification of the main data sources required for the calculation of indicators, as well as procedures for processing the collected data in order to obtain generalized indicators.[2]

References

1. <http://www.catback.ru/articles/theory/stat/sns.htm>
2. <https://cyberleninka.ru/article/v/osnovnye-prioritety-gosudarstvennoy-ekonomicheskoy-politiki-pri-sozdanii-novoy-ekonomiki>

Аннотация

Бұл мақалада экономикалық көрсеткіштер мен экономикалық статистика жүйесі қарастырылады.

Аннотация

В этой статье рассматриваются экономические показатели и система показателей экономической статистики.

Summary

This article deals with economic indicators and the system of indicators of economic statistics.

Иманханова М.Қ.

І. Жансүгіров атындағы Жетісу мемлекеттік университеті

Есеп және аудит мамандығы 2 курс білімгері

Ғылыми жетекшісі: э.ғ.м., Кереева А.Р.

ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙДАҒЫ АУЫЛ ШАРУАШЫЛЫҒЫНЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК-ЭКОНОМИКАЛЫҚ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Қазақстан Республикасының 30 бәсекелі елдердің қатарына енуге ұмтылуы,

Әлемдік Сауда Ұйымына енуі, Еуразиялық экономикалық одаққа мүше болуы отандық ауыл шаруашылығы үшін үлкен сын. Өйткені ауыл шаруашылығы Қазақстан экономикасының негізгі салаларының бірі және қоғамның экономикалық және қоғамдық-саяси тұрақтылығын анықтайтын факторы болып табылады. Сондықтан да аграрлық сектордың дамуы мемлекет үшін экономикалық және ең бастысы әлеуметтік негізде стратегиялық жағынан маңызды [1].

Ауыл шаруашылығы — материалдық өндірістің ең маңызды түрлерінің бірі. Ауыл шаруашылығы халықты азық-түлікпен және өнеркәсіпті шикізаттың кейбір түрлерімен қамтамасыз етумен айналысады. Ауыл шаруашылығы екі үлкен саладан, яғни өсімдік шаруашылығынан және мал шаруашылығынан тұрады. Сонымен қатар оның құрамына балық аулау, аңшылық және омарта шаруашылығы да кіреді. Бұл сала шаруашылық салаларының ішіндегі ең ежелгі және табиғат жағдайларына тікелей тәуелді саласы. Сонымен қатар ауыл шаруашылығы — неғұрлым көп тараған сала. Шындығында, дүниежүзінде халқы ауыл шаруашылығының түрлі салаларымен айналыспайтын бірде-бір ел жоқ. Ауыл шаруашылығының барлық жерге таралуы оның алуан түрлілігіне байланысты. Ғалымдар шамамен оның 50-ге жуық түрін бөліп көрсетеді. Қазіргі мәлімет бойынша дүниежүзінде бұл салада шамамен 1,3 млрд-тан астам адам еңбек етеді, оған ауыл шаруашылығындағы шаруа отбасыларын қосатын болса, онда ол көрсеткіш 2,6 млрд адамға жетеді. Еңбекке жарамды ер адамдардың ауыл шаруашылығындағы үлесіне сәйкес елдер индустриялы, постиндустриялы және аграрлы болып жіктеледі. Дүниежүзінде экономикалық белсенді халықтың (ЭБХ) 46%-ы осы салада еңбек етеді [2].

Қазақстанның агроөнеркәсіптік кешенін дамыту аграрлық саясаттың асамаңызды бағыты болып отыр. Агроөнеркәсіптік кешеннің негізгі міндеті – елімізді азық – түлікпен, ал өнеркәсіпті ауыл шаруашылығы шикізатымен қамтамасыз ету. 2013 жылдан бастап Қазақстанда агроөнеркәсіптік кешенді дамытудың жаңа бағдарламасы жасалып, аграрлық сала дамуының әлемдік деңгейлеріне жету және индустриялы агроөндірісті қалыптастыру алдымызға қойылды. Ол бағдарлама бүгінгі таңда «Агробизнес 2020» бағдарламасы болып, өзінің қызметін бастауда. Дегенмен, ауыл шаруашылығы саласында сапалы секіріс жасау үшін Қазақстанның ішкі жағдайынан бөлек, жаһандық ауқымдағы мәселелер де маңызды болмақ. Сондықтан да бір жағынан жаһандану үдерісінің белсенді қатысушысына айналған елімізге халықаралық сауда-саттықтарға қатысты агроөнеркәсіптік бағытты қолдай түсу аса маңызды. Оның үстіне, Президент айтпақшы, жаһандануды ұлттық мемлекеттерге төнген қатер деп емес, керісінше, қайсы бір бағыттар бойынша зор мүмкіндік тудыратын объективті үдеріс деп қарауға болады. Бағдарлама мақсаты: ҚР агроөнеркәсіптік кешені (бұдан әрі – АӨК) субъектілерінің бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін жағдайлар жасау.

Бағдарламаның негізгі мақсаттарына қол жеткізу үшін төрт бағыт бойынша жұмыстар жүргізілмек. Оның біріншісі – қаржылық сауықтыру. Ол кредиттер мен жобаларды қайта құрылымдау, қай-та қаржыландыру, сондай-ақ, бар бо-рыш-тарын өтеу үшін ауылшаруашылық тауар өндірушілерін қаржыландыру

арқылы жүзеге асырылады. Осылайша, мемлекет кредиттік жүктемені жеңілде-теді және көптеген ауылшаруашылық тауарларын өндірушілердің қаржылық тұрақсыздығын болдырмайды. Екіншісі – агроөнеркәсіптік кешен субъектілері үшін қызмет пен жұмыс-тарды, тауарлардың қолжетімділігін жо-ға-рылату бағыты. Бұл ретте агроөнеркә-сіптік кешен субъектілеріне кеңес қызметін, білімдік, қаржылық, жұмыс, тауарлардың экономикалық қолжетім-ділігін жоғарылату бойынша мемлекет-тік қолдау механизмдері арқылы мін-дет-тер қойылған. Мұнымен АӨК субъек-тілерінің жаңа мемлекеттік қолдау механизмдеріне, біріншіден, АӨК басымды инвестициялық жобалар үшін инвестициялық субсидиялар, екіншіден, қаржылық институттар алдында АӨК субъектілерінің қарыздарын кепілден-діру және сақтандыру қызметтерін субсидиялау, үшіншісі – берілген несиелер бойынша сыйақы мөлшерлемесін субсидиялау жатады. Сондай-ақ, өсімдік шаруашылығы, мал шаруашылығы, ауыл шаруашылығы шикізатын қайта өңдеу және қамтама-сыз ететін салалардың өнімдерінің өндірісін субсидиялау бойынша жұмыс өз жалғасын таппақ. Ал үшінші бағыт бойынша агро-өнер-кәсіптік кешен субъектілерін мемлекет-тік қамтамасыз ету жүйелерін дамыту шеңберінде фитосанитарлық қауіпсіздік жүйесін дамыту, ветеринарлық қауіп-сіздік жүйесін дамыту міндеттерін шешу жоспарлануда. Шаралар фитосанитарлық және вете-ринарлық зертханалар құру және жабдықтауға, фито және ветеринарлық қауіпсіздіктің диагностикасы мен мониторингі, жануарларды бірегейлендіру, аурулардың таралу қаупін төмендету, сондай-ақ, жайылымдық мал шаруашы-лығы үшін жайылымдарды суландыруға бағытталмақ. Төртінші бағыт шеңберінде агро-өнеркәсіптік кешенді мемлекеттік реттеу жүйесінің тиімділігін арттыру бойынша ауқымды шаралар легі күтіп тұр. Айталық, ауыл шаруашылығына агрохи-миялық қызмет көрсету тиімділігін арттыру, АӨК субъектілерін ақпараттық қамтамасыз ету жүйесін дамыту, ауыл-шаруашылық дақылдарын мемлекеттік сорттық сынау тиімділігін арттыру, АӨК субъектілері үшін мемлекеттік қызмет-терді көрсету жүйесін дамыту, ауыл шаруашылығындағы техникалық реттеу жүйесін дамыту, АӨК-тегі мемлекеттік бақылау және қадағалау жүйесінің тиім-ділігін арттыру, органикалық ауыл шаруашылығы өнімін өндіру мен оның айналымын дамыту үшін жағдайлар жасау жұмыстары осы төртінші бағыт бойынша жүзеге асырылмақ [3].

Қазақстанда шағын кәсіпкерліктің дамуына, қоғамның тұрақтылығының негізіне және мемлекеттің экономикасына әрқашан тұрақты түрде көп көңіл бөлінуде. Бұл негізінен көптеген мәселелерді шешудегі мемлекеттің нақты қызметтерінің нәтижелерімен байланысты. Олардың қатарына, біріншіден, мемлекет шағын кәсіпкерліктің дамуы арқасында қоғамдық тұрақтылықтың негізін салатын орта буынды қалыптастыру мәселесін шешеді, екіншіден, халықты жұмыспен қамту мәселесін реттейді, үшіншіден, жалпы ішкі өнімнің өсуіне септігін тигізеді. Шағын кәсіпкерліктің дамуының негізін ауылдық жерлерден байқауға болады. Ауыл шаруашылықпен айналысатын кез келген аймақтарда шаруа қожалықтарының құрылуын және қалыптасуын байқауға болады, сонымен қатар осы шаруашылықтардағы, яғни жылдан жылға өсімдік және мал шаруашылықтарындағы материалдық-техникалық базаның нығаюын байқауға болады. Қазіргі таңда ауыл шаруашылық саласында Қазақстанда бұрын-

соңды болмаған экзотикалық өнімдер дайындау, страус өсіру жұмыстары және қоян өсіру салалары дамып келуде. Аграрлық саладан басқа, кәсіпкерлер ауылдық жерлерде әр түрлі бағыттағы қызметтер түрлерін қарастыруда, мысалы: бөлшек сауда саласында, күнделікті сұраныс көп болатын тауар түрлерін шығару, қызмет саласы (киім тігу, өнеркәсіп техникасын жөндеу, көлік саласындағы қызмет түрлері).

Жоғарыда аталып өткендей, алдымызда еліміздегі агробизнестің бәсекелестік жүйесін қалыптастыруды шешу міндеті тұр. Ол үшін заң актілерінің, бірінші кезекте, Жер, Су және Орман кодекстерінің қалтқысыз орындалуын қамтамасыз ету қажет. Дәнді дақылдар нарығын реттеу жөніндегі мемлекеттік саясаттың тиімділігін арттыру керек. Ауыл шаруашылығы өнімдерін қайта өңдеуді және өнім сапасын арттыруды жаңғыртуға ерекше назар аударылғаны жөн. Қазіргі заманғы аграрлық ғылымды дамытуды да естен шығаруға болмайды [4].

Қазақстан Республикасында аграрлы өндірісті дамыту үшін келесі шаралар кешенін қарастыру және қалыптастыру қажет:

- аграрлы сектор экономикасын ұйымдық-құқықтық объект ретінде қалпына келтіру керек, сонымен қатар ауыл шаруашылық министрлігінің құзыретін ұйымдастырушы және координаторлық ролін жоғарылату;
- аграрлық секторды қаржыландыру кезінде республикалық бюджеттен бөлінген қаражаттарды мемлекеттік бағдарламалар аясында қажетті түрде тиімді қолдану жұмыстарын орындау, сонымен қатар бюджеттің мүмкіншілігіне қарай реттеу;
- ауыл шаруашылығын дамыту барысында қаржылық тұтқаларды іс-тәжірибеде қолдану шараларын жетілдіру қажет, олардың қатарына ауыл шаруашылық саласында несиелік серіктестіктерді құру және ауыл шаруашылық тауарлар өндірушілерін мемлекеттік несиелендіру жұмыстары жатқызылады;
- ауыл шаруашылық тауар өндірушілерін қызметін жақсартуда бюджеттік көмек көрсету жұмыстарын ұйымдастыру және солардың маңайында басқа да кәсіпорындарды ашу жұмыстарын қарастыру;
- аграрлы секторды мемлекеттік қолдау жүйесін жетілдіру жұмыстарын әрі қарай жалғастыру, яғни, қайтару қорларын қалыптасыру арқылы қаржыландыру;
- лизингтік қор құру, жеңілдетілген несие беру қоры, республикалық және аймақтық жерлерде азық-түлік қорларын құру [5].

Қорыта келгенде, қазіргі жағдайда Қазақстандағы экономикалық жаңғырулар өзінің шешуші кезеңінен өтті. Қазірдің өзінде нарықтық қатынастардың жұмыс істеуінің негізгі және тиісті ұйымдық құрылым қаланып, бірте-бірте өндірісқұлдырауы тоқталып және алға қарай жылжу мүмкіндігі пайда болып, үлкен мақсаттар мен агроөнеркәсіптік өндіріс дамуының стратегиясы мен тактикасын анықтау қажеттілігі туды.

Республика Президенті Н.Ә. Назарбаев «Қазақстанның егемен мемлекет ретінде қалыптасуы мен дамуының стратегиясы» деген еңбегінде былай деп атап көрсетті: «барлық стратегиялық жоспарлардың алдында агроөнеркәсіп кешенінің дамуы, оны жүйелі және батыл реформалау келеді...». «Ауыл, селоны және

агроөнеркәсіптік кешенді дамытудың артықшылықтары туралы» Заң қабылдау да осы мақсаттарға арналады.

Дереккөздер тізімі

1. <https://articlekz.com/kk/article/15725>
2. https://kk.wikipedia.org/wiki/Ауыл_шаруашылығы
3. Қазақстан Республикасында агроөнеркәсіптік кешенді дамыту жөніндегі 2013–2020 жылдарға арналған «Агробизнес — 2020» бағдарламасын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2013 жылғы 18 ақпандағы № 151 қаулысы. — [ЭР]. Қолжетімділік тәртібі: <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1300000151>.
4. <http://economics.kazgazeta.kz/?p=9785>
5. Есенгелдин Б.С., Мырзатаева Г.Қ., Нұрымова И.Т. Аймақтық еңбек нарығы дамуының әлеуметтік негіздері // ҚарМУ хабаршысы. Экономика сер. — 2014. — № 2. — 78–84-б.

Аннотация

Бұл мақалада қазіргі жағдайдағы ауыл шаруашылығының әлеуметтік-экономикалық мәселелері қарастырылған.

Аннотация

В этой статье рассматриваются социально-экономические проблемы сельского хозяйства в современном мире.

Summary

This article examines the socio-economic problems of agriculture in the modern world.

**Ирkitбаева А.Б., ст. преподаватель
Университет «Туран»**

ИННОВАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВА, БИЗНЕСА И ОБРАЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

Президент Республики Казахстан Н.А. Назарбаев считает, что разработка и внедрение инноваций в различных сферах является стратегическим направлением развития нашего государства.

Сегодня экономика всех стран требует инновационного подхода. Только инновации могут предотвратить будущие кризисы во всех сферах экономики.

По оценкам INSEAD (Международная бизнес-школа), Корнельского университета, WIPO (Всемирная организация интеллектуальной собственности при ООН) за 2017 год лидирующие позиции среди 127 стран, занимают следующие страны: Швейцария, Швеция, Нидерланды (рис.1).

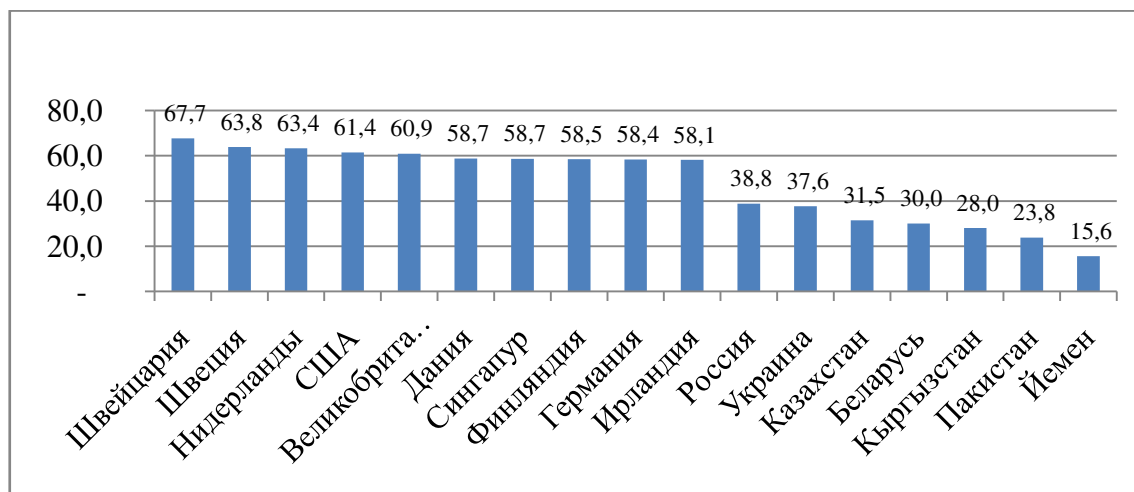


Рисунок 1. Глобальный инновационный рейтинг стран за 2017 г.

Примечание: составлено автором на основе данных [1]

Из вышеуказанного рисунка видно, что индекс инновационного рейтинга Казахстана составляет – 32% (78 место), индекс России – 39%, а Беларуси и Кыргызстана до 30%. Из этого следует, что нашему относительно молодому государству необходимо искать пути решения данного вопроса.

Глава государства поставил задачу развития Зеленой экономики, как нового вектора устойчивого развития. Данный вектор, базируется на одной из таких аксиом, как в невозможности удовлетворения бесконечно растущих потребностей в условиях ограниченности ресурсов. Рост народонаселения способствует незамедлительному разрешению вопросов продовольственной безопасности. В стране за последние 10 лет ежегодно доля произведенных инновационных продуктов по отношению к ВВП составило в среднем 0,9% (рис2).

Экономический рост за счет качественного совершенствования общественного производства, даст мультипликативный результат всех экономических показателей. Задача инновационного подхода заключается в качественном росте. Страны нацелены на получение качественной продукции, которая удовлетворит потребности потребителей, сформированные в новом эко-сообществе.

Веление времени использовать ресурсы с «умом», привели к новым инновационным продуктам: «Smartphone», «SmartHouse», «SmartCity». Возможности предприятий производить «смарт-продукты» с каждым годом растут. Количество «умных домов», «умных городов» в мире ежегодно увеличиваются. Это дает положительную оценку при формировании эко-среды в обществе.

По данным Комитета по статистике Республики Казахстан за 2016 год количество предприятий активно использующих инновационные технологии составило – 2879. Из них 144 предприятий в сельском и лесном хозяйстве и одним из лидеров по использованию инноваций является обрабатывающая промышленность, а это более 550 предприятий.

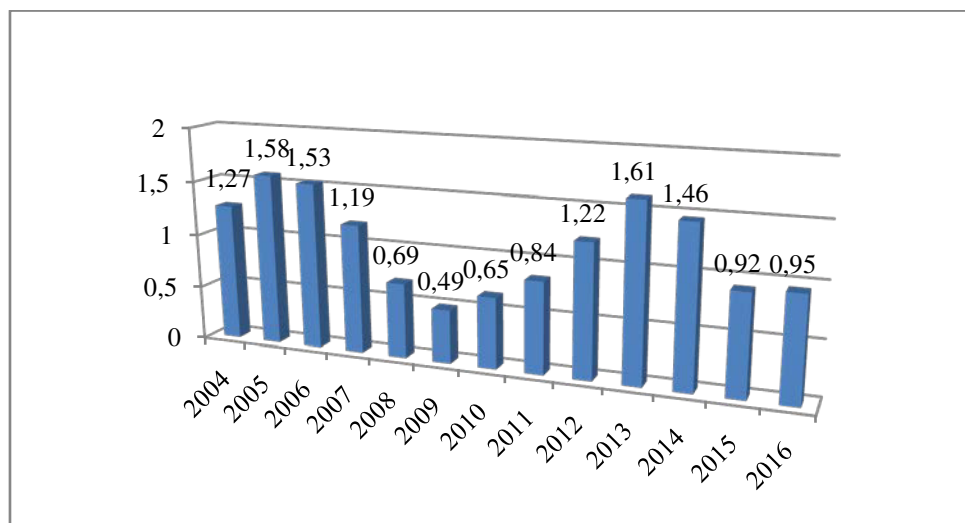


Рисунок 2. Доля произведенной инновационной продукции за период 2004-2016гг, %

Примечание: составлено автором по данным МНЭ РК Комитета по статистике [2]

Однако каждый инновационный проект требует значительных финансовых затрат. Особенно это касается агропромышленного комплекса, так как задача аграриев, создать смарт-инфраструктуру в регионах.

Таким образом, задача заключается в создании исследовательских центров в каждом регионе, в которых бы собирались ученые, руководители и специалисты производств, местные представители власти, в интересах которых на локальном уровне разрешать вопросы, и реализация локальных целей, а в результате институциональных целей.

Расходы на НИОКР во всем мире выросли лишь на 4%. Это стало результатом замедления экономического роста в странах с формирующимся рынком и сокращения расходов на НИОКР в странах с высоким уровнем дохода, что по-прежнему вызывает беспокойство. В Республике Казахстан внутренние расходы на НИОКР в 2016 году снизились на 4% по сравнению с 2015 годом (рис.3).

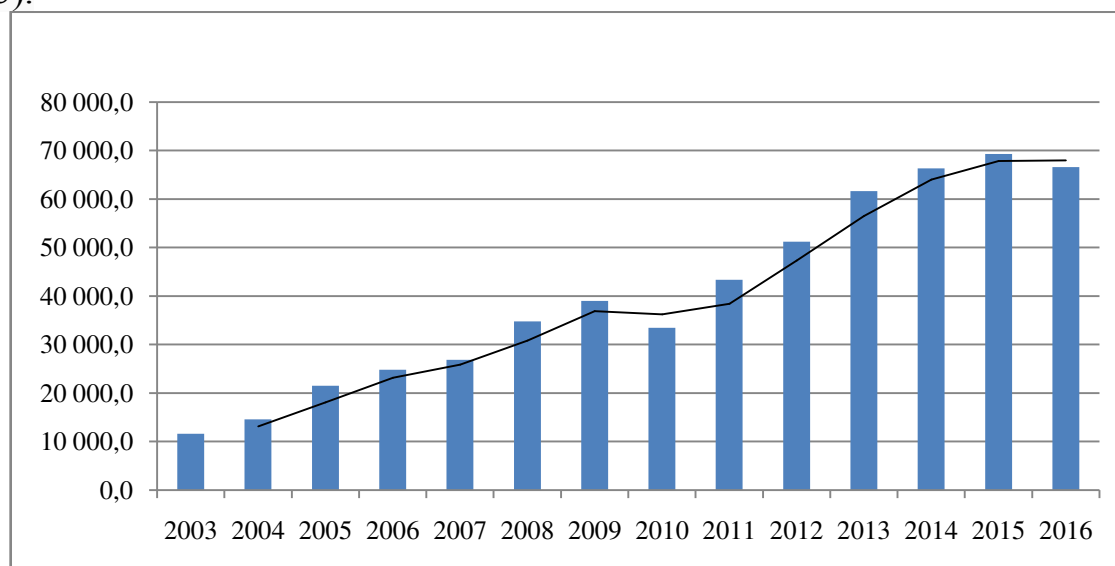


Рисунок 3. Динамика внутренних расходов на НИОКР, млн.тг

Примечание: составлено автором по данным МНЭ РК Комитета по статистике [2]

В связи мировым финансовым кризисом расходы на научно-исследовательские работы будут сокращаться во всем мире. Необходимость создания новых подходов к решению финансовых вопросов требует объединения усилий через призму инновационной экономики - «TripleHelix»[3], объясняющую тесную взаимосвязь государства, бизнеса и образования. Университеты, исследовательские центры становятся центром инноваций, то есть «движком» экономики. В этой экономической среде, государство и бизнес ждет от университетов новых инновационных решений, а последние же ждут финансовых вложений. Бизнес ждет, и ожидает от науки и государства инновационного решения. По данным Комитета по статистике из республиканского бюджета на научные исследовательские работы в 2016 году было выделено 35186294 тыс.тг (53%), 26388802,1тыс.тг (40%) затрачено из собственных средств. Доля иностранных инвестиций 1,5% (рис.4).

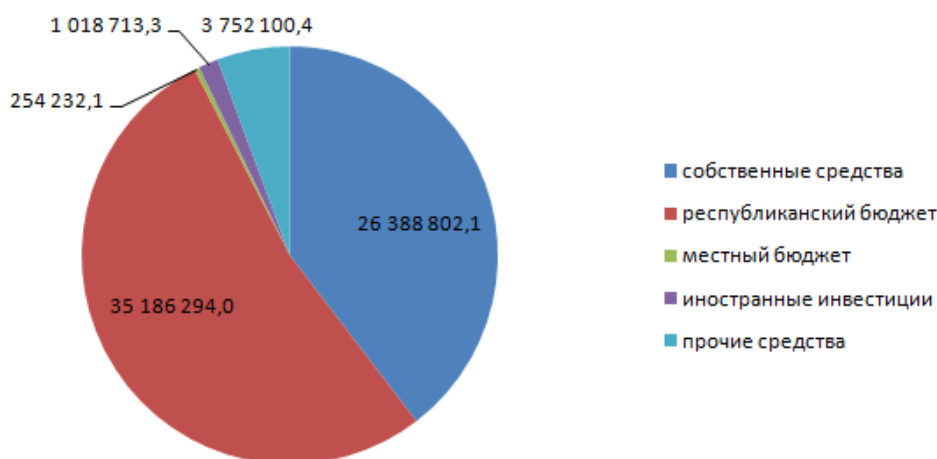


Рисунок 4. Источники финансирования внутренних затрат на НИОКР в 2016, тыс.тг

Источник: www.stat.gov.kz

Меркантильные, иждивенческие системы отживают свое бытие в современном обществе в условиях глобализации. Мы все еще полагаемся на государство, которое «должно» выделять средства на инновационное развитие страны. В развитых странах крупные коммерческие предприятия финансируют инновационные проекты, которые будут использованы ими. Отечественные предприятия ждут финансовых возможностей, а время не ждет. Инновации – это постоянное совершенствование, в целях создания продукта, отвечающих требованиям текущего времени. Время работать в тим-билдинге, создавая трех «великих» китов: государство, бизнес, образование, этим самым формируя инновационную социально-экономическую эко-культуру взаимодействия.

Список источников:

1. TheGlobalInnovationIndex 2017, InnovationFeedingtheWorld, TenthEditionXVIIIpages

2. www.stat.gov.kz

3. Г.Ицковиц Модель тройной спирали, Инновационная Россия, Инновации №4 (150), 2011, С.5-10

Аннотация

В статье рассматривается важность инновационного подхода, обеспечивающий эффективное взаимодействие государства, бизнеса и образования в условиях экономического кризиса. Также дан краткий обзор развития инновации в Казахстане, а также экспресс-анализ источников финансирования НИОКР.

Аннотация

Мақалада мемлекет, бизнес, білім арасындағы тиімді ара-қатынасты жүзеге асыратын, инновациялық жоллар маңыздылығы туралы сөз қозғалған. Сонымен бірге, Қазақстандағы инновациялардың дамуына қысқаша шолу және ҒЗТҚЖ-ны қаржыландыру көздеріне экспресс-талдау жасалынды.

Summary

The article considers the importance of the innovative approach, which ensuring effective interaction of the government, business and education in the conditions of the economic crisis. In addition, a brief overview of the development of innovation in Kazakhstan, as well as an express analysis of the sources offinancingof R & D is given.

**Кажатова Г.Н., старший преподаватель,
Джакупова А.Н., старший преподаватель,
Кокшетауский государственный университет
им.Ш. Уалиханова**

МЕТОДЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Важнейшая роль прибыли, усиливающаяся с развитием предпринимательства, определяет необходимость её правильного исчисления. От того, насколько достоверно определена плановая прибыль, будет зависеть успешность финансово-хозяйственной деятельности организации. Расчет плановой прибыли должен быть экономически обоснованным, что позволяет осуществлять своевременное и полное финансирование инвестиций, прирост собственных оборотных средств, соответствующие выплаты рабочим и служащим, а также своевременные расчеты с бюджетом, банками, поставщиками.

Планирование прибыли - составная часть финансового планирования. Оно проводится отдельно по всем видам деятельности организации. Раздельное планирование обусловлено различиями в методологии исчисления налогообложения прибыли от различных видов деятельности. В процессе разработки финансовых планов учитываются все факторы, влияющие на величину прибыли, и моделируются финансовые результаты от принятия различных управленческих решений.

В условиях стабильной развивающейся экономики планирование прибыли осуществляется на период от трех до пяти лет. При относительно стабильных

ценах и прогнозируемых условиях хозяйствования распространено текущее планирование в рамках одного года. При нестабильной экономической и политической ситуации планирование возможно на кратковременный период - квартал, полугодие.

Планирование прибыли использует все параметры бизнес-плана и является решающим в определении финансового результата от всей деятельности организации.

На практике возможно применение различных методик прогнозирования (планирования) прибыли, которые можно классифицировать по трем группам:

- Традиционные методы.
- Экономико-математические методы.
- Методы маржинального анализа.

К традиционным обычно относят методы:

- Метод прямого счета.
- Аналитический.
- Метод совмещенного расчета [2].

1. Метод прямого счета.

Данный метод наиболее распространен в организациях в современных условиях хозяйствования. Он применяется, как правило, при небольшом ассортименте выпускаемой продукции. Сущность его в том, что прибыль исчисляется как разница между выручкой от реализации продукции в соответствующих ценах за вычетом НДС и акцизов и полной ее себестоимостью.

Прибыль на реализуемую продукцию (Прп) в общем виде рассчитывается по формуле:

$$\text{Прп} = \text{Врп} - \text{Срп}, \quad (1)$$

где Врп - планируемая выручка от реализации продукции в действующих ценах (без НДС, акцизов, торговых и сбытовых скидок);

Срп - полная себестоимость реализуемой в предстоящем периоде продукции.

Более детально прибыль от объема реализуемой продукции в плановом периоде определяется по формуле:

$$\text{Прп} = \text{Пон} + \text{Птп} - \text{Пок}, \quad (2)$$

где Пон - сумма прибыли остатков нереализованной продукции на начало планового периода; Птп - прибыль от объема выпуска товарной продукции в плановом периоде; Пок - прибыль от остатков нереализованной продукции в конце планового периода.

Тогда:

Прибыль (убыток) планируемого года = Прибыль от продажи + Прочие доходы - Прочие расходы

Данная методика расчета применима для укрупненного прямого метода планирования прибыли, когда легко определить объем реализуемой продукции в ценах и по себестоимости.

Разновидностью метода прямого счета является метод по ассортиментного планирования прибыли. При этом методе прибыль суммируется по всем ассортиментным позициям. К полученному результату прибавляется прибыль в

остатках готовой продукции, не реализованных на начало планируемого периода [2]. Аналитический метод.

Используется при незначительных изменениях в ассортименте выпускаемой продукции, при отсутствии инфляционного роста цен и себестоимости.

Расчет аналитическим методом ведется отдельно по сравнимой и несравнимой товарной продукции. Сравнимая продукция выпускается в базисном году, который предшествует планируемому, поэтому известны ее фактическая полная себестоимость и объем выпуска. По этим данным можно определить базовую рентабельность P_0 :

$$P_0 = [П_0 : ПСтп] * 100\%, \quad (3)$$

где $П_0$ - ожидаемая прибыль (расчет прибыли ведется в конце базисного года, когда точный размер прибыли еще не известен);

$ПСтп$ - полная себестоимость товарной продукции базисного года.

Расчет ведется в определенной последовательности:

С помощью базовой рентабельности ориентировочно рассчитывается прибыль планируемого года на объем товарной продукции планируемого года, но по базисной себестоимости.

Влияние на прибыль всех перечисленных факторов суммируется. Прибыль от производства сравнимой продукции в планируемом году определяется с учетом прибыли, исчисленной на 1-м и последующих этапах.

Далее учитывается изменение прибыли в нереализованных остатках готовой продукции на начало и конец планируемого периода.

Аналитический метод показывает влияние различных факторов на прибыль, но это преимущество проявляется только при наличии стабильных условий хозяйствования [1].

В этом случае применяются элементы первого и второго способов. Так, стоимость товарной продукции в ценах планируемого года и по себестоимости отчетного года определяется методом прямого счета, а воздействие на плановую прибыль таких факторов, как изменение себестоимости, повышение качества, изменение ассортимента, цен и др., выявляется с помощью аналитического метода [2]. Необходимо отметить, что для применения традиционных методов нужна значительная исходная информация, не доступная на начальной стадии прогнозирования. Эти методы были продуктивны в условиях директивного планирования, но мало пригодны в рыночной экономике. Применение математических методов оправдано лишь на основе достоверных экономических моделей, учитывающих реальные факторы в прогнозируемом периоде.

Методы маржинального анализа основываются на эффекте операционного рычага. Применение этих методов соответствует современной системе финансового контроля, учета издержек и формирования прибыли (директ-костинг) и носит весьма продуктивный характер. Остановимся на них поподробнее.

Метод планирования прибыли, основанный на эффекте операционного рычага базируется на принципе разделения затрат на условно-постоянные и условно-переменные и расчете маржинальной прибыли. Для коммерческих предприятий очень важно определить порог окупаемости затрат, после которого

они начнут получать прибыль. Для этого следует установить точку безубыточности. Она позволяет определять объем и стоимость продаж, при которых коммерческая организация способна покрыть все свои расходы, не получая прибыли, но и без убытка. Из выручки от реализации продукции (без НДС, акцизов, таможенных пошлин) вычитаются условно-переменные затраты и получается маржинальная прибыль. Далее из маржинальной прибыли вычитаются условно-постоянные расходы и определяется финансовый результат (прибыль или убыток). Точка безубыточности - это такой объем выручки, при котором организация не получает ни прибыли, ни убытка [1].

Более наглядно это можно представить графически (см. рис. 1).

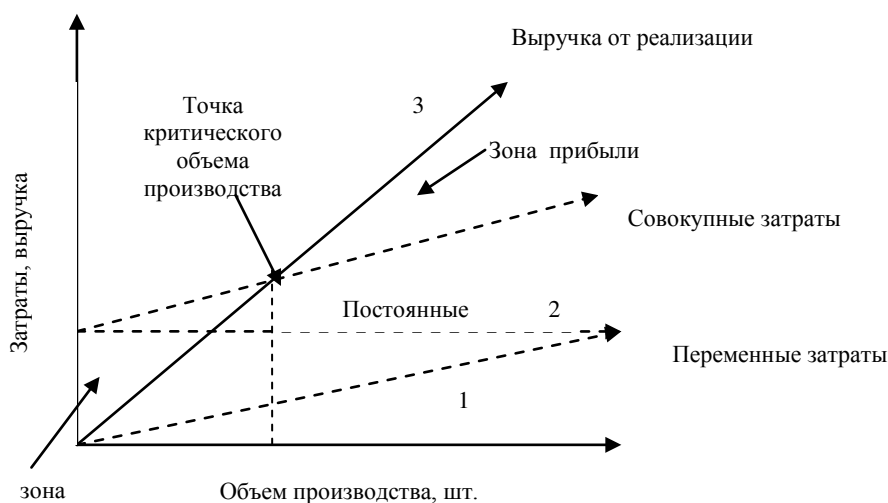


Рис.1. Определение точки безубыточности

Прямые 1-3 показывают зависимость переменных затрат, постоянных затрат и выручки от объема производства. Точка критического объема производства показывает объем производства, при котором выручка от реализации равна её полной себестоимости.

После определения точки безубыточности планирование прибыли строится на основе эффекта операционного рычага (левереджа), т.е. того запаса финансовой прочности, при котором организация может позволить себе снизить объем реализации, не приходя к убыточности. Эффект операционного рычага состоит в том, что любое изменение выручки от реализации приводит к ещё более сильному изменению прибыли. Действие этого эффекта связано с непропорциональным воздействием условно-постоянных и условно-переменных затрат на финансовый результат при изменении объема производства и реализации. Чем выше доля условно-постоянных расходов в себестоимости продукции, тем сильнее воздействие операционного рычага. И, наоборот, при росте объема продаж доля условно-постоянных расходов в себестоимости падает, и воздействие операционного рычага уменьшается [3].

Механизм применения операционного левереджа зависит от того, какие факторы воздействуют на изменение выручки от продаж в плановом периоде по

сравнению с базисным: динамика цен, либо динамика натурального объема продаж, либо оба фактора вместе. Как правило, на практике выручка растет, или снижается под влиянием одновременного действия обоих факторов. Но при планировании прибыли важнейшее значение имеют степень и направление воздействия на выручку каждого фактора. Изменение цен в большей степени отражается на динамике прибыли от продаж, чем изменение натурального объема продаж.

Это означает, что операционный левередж выражается не одним, а, как минимум, двумя показателями, из которых один рассчитывается для случая, когда в плановом периоде меняются только цены на реализуемую продукцию, второй - для случая изменения только натурального объема продаж. При условии, что плановая выручка от продаж изменяется за счет обоих факторов, в расчетах применяются оба названных показателя операционного левережда.

Натуральный операционный левередж - это отношение выручки от продаж базисного периода, уменьшенной на переменные затраты того же периода, к базисной прибыли от продаж, или отношение маржинальной прибыли к прибыли от продаж в базисном периоде.

С помощью показателя натурального операционного левережда рассчитывается плановая прибыль от продаж при условии изменения в плановом периоде только натурального объема продаж.

Определение операционного левережда позволяет решать следующие задачи в процессе планирования финансового результата от продаж:

- Расчет темпов и направления изменения финансового результата от продаж.
- Целенаправленное изменение планового финансового результата от продаж путем корректировки каждого индекса в пределах имеющихся практических возможностей.
- Определение необходимого уровня одного из индексов, если известен другой и задана нужная организации сумма плановой прибыли от продаж.
- Определение уровня индексов, обеспечивающих критический объем продаж, т.е. нулевую прибыль в плановом периоде.

Таким образом, операционный левередж - инструмент, позволяющий оперативно реагировать на динамику спроса и принимать решения, связанные с изменениями финансового результата от продаж [3].

Однако применение методов маржинального анализа ограничено рядом условий, в числе которых:

Устойчивый характер переменных расходов к выручке от продаж.

Неизменность постоянных расходов.

Постоянство структуры продаж по видам (группам) продукции.

Литвин М.И. предлагает использовать факторную модель прогнозирования прибыли от продаж, которая имеет следующий вид [2]:

$$PSp = PSb \pm DS \pm DN \pm DVC \pm DFC \pm DP, \quad (4)$$

где PSp - прогнозируемая прибыль;

PSb - прибыль базисного периода;

DS - влияние изменения объема продаж;

DN - влияние структурного (ассортиментного) сдвига в объеме продаж;

DVC - влияние изменения переменных расходов;

DFC - влияние изменения постоянных расходов;

DP - влияние изменения продажных цен на продукцию организации.

1. Фактор влияния объема продаж на прибыль (DS) может быть рассчитан по формуле:

$$DS = DTs * OL * PSb, \quad (5)$$

где DTs - прогнозируемый прирост выручки от продаж;

OL - операционный рычаг;

PS - прибыль от продаж в базовом периоде.

2. Влияние фактора структурных сдвигов в объеме продаж (DN) определяется по формуле:

$$DN = Sb * Tb * DMPn, \quad (6)$$

где Sb - выручка от продаж в базовом периоде;

Tb - прогнозный темп роста выручки от продаж;

DMPn - изменение коэффициента маржинального дохода из-за структурных сдвигов.

3. Влияние на прибыль фактора переменных расходов (DVC) определится как:

$$DVC = Sb \times Ts \times VCn \times VCp, \quad (7)$$

где: VCn - коэффициент переменных расходов с учетом структурных сдвигов (1 - MPn);

VCp - прогноз снижения переменных расходов (с обратным знаком).

4. Влияние на прибыль фактора постоянных расходов (DFC) определяется прямым счетом, но с обратным знаком.

5. Влияние на прибыль фактора цен (DP) определится по формуле:

$$DP = Sb * Tb * Pp, \quad (8)$$

где Pp - прогнозируемое изменение цен на продаваемую продукцию

Применение факторных моделей расширяет возможности прогнозирования прибыли. Эти модели хорошо поддаются программированию и сочетаются с использованием возможностей обработки данных на персональных компьютерах, особенно для расчета структурных сдвигов [3].

Список использованной литературы:

1. Мамыров М.К., «Экономика предприятия», Алматы, 2014
2. Продиус И.П., Филимонова С.В. Экономика предприятия. Краткий курс. – Харьков: «Одиссей», 2004.
3. Нехорошева Л.Н. Экономика предприятия: Учебное пособие – Мн.: Выш.шк., 2005.

Аннотация

Пайданы жоспарлау- қаржылық жоспарлаудың құрама бөлігі болып табылады. Ол ұйым қызметінің барлық түрлері бойынша жеке жүргізіледі. Жеке жоспарлау қызметтің әр түрлерінен түсетін пайдаға салынатын салықты есептеу әдістемесінің ерекшеліктерімен негізделеді. Пайданы жопарлау бизнес-жоспардың барлық параметрлерін пайдаланады және кәсіпорынның барлық қызмет түрлерінің қаржылық нәтижесін анықтауда шешуші болып табылады.

Аннотация

Планирование прибыли - составная часть финансового планирования. Оно проводится отдельно по всем видам деятельности организации. Раздельное планирование обусловлено различиями в методологии исчисления налогообложения прибыли от различных видов деятельности. Планирование прибыли использует все параметры бизнес-плана и является решающим в определении финансового результата от всей деятельности организации.

Summary

Profit planning is an integral part of financial planning. It is conducted separately for all activities of the organization. Separate planning is due to differences in the methodology for calculating the taxation of profits from various activities. Profit planning uses all the parameters of the business plan and is decisive in determining the financial result from the entire activity of the organization.

Калауов Асхат

**Х.Досұхамедов атындағы Атырау мемлекеттік
университеті**

Экономика мамандығының 2-курс магистранты

ШАҒЫН ИННОВАЦИЯЛЫҚ БИЗНЕСТІ МЕМЛЕКЕТ ТАРАПЫНАН ҚОЛДАУДЫ ҚАЛЫПТАСТЫРУ БАҒЫТТАРЫ

Елбасы Н.Ә. Назарбаев биылғы жылғы Қазақстан халқына жолдауында инновациялар ғана еңбек өнімділігінің шұғыл артуына жеткізеді. Біз тәуекелдерді өз мойнына алуға жаңа рыноктарды игеруге инновацияларды ендіруге дайын қуатты кәсіпкерлер табын көргіміз келеді. Нақ осы кәсіпкерлер экономиканы жаңғыртудың қозғаушы күші болып табылады.

Шағын инновациялық бизнесті мемлекет тарапынан қолдау құқықтық және заңмен қамтамасыз етуден, несиелендіруде жеңілдіктер жүйесін орнатудан, салық салудағы жеңілдіктерден, тікелей бюджеттік қаржыландырудан, ақпараттық – кеңес беруден, маркетингпен және мамандармен қамтамасыз етуден тұрады. Біздің көзқарасымыз бойынша инновациялық істі дамыту саласында үлкен жетістіктерге ие болған дамыған мемлекеттердегі тәжірибелерге сүйеніп, олар жиі қолданатын шараларға назар аудару керек. Шет елдік тәжірибеден өз экономикасымызға аларымыз мол. Өнеркәсібі дамыған елдердің мемлекеттік инновациялық саясаты инновациялық процестерді жүзеге асыру үшін қолайлы жағдайлар жасауға бағытталған және академиялық ғылым мен өндіріс мәселелері арасындағы байланыстырушы тарап болып табылады.

Батыста мемлекеттік реттеу – ұлттық бәсекелестік қабілетті жоғарылату мен халықтың әл-ауқатын көтерудің бірден бір негізгі факторы болып табылады. Біздің ойымызша, Батыс елдерінің ғылымды дамыту жағынан алда келе жатқандығы бұл елдердегі жеке ұмтылыстың күштілігімен түсіндірілмейді, мұнда инновациялық істі тиімдірек қолданады. Мемлекет инновациялық істі тікелей және жанама тәсілдер арқылы қолдайды. Тікелей мемлекеттік қолдау жүйесінде

ғылыми-зерттеу-құрылыстық жұмыстарды бюджет тарапынан қаржыландыру маңызды орын алады, сондықтан, инновациялық істі тікелей тәсілмен қолдай отыра, мемлекет жаңа өнертабыстарды тарату орталығының және инновациялық іс субъектілеріне қызмет көрсететін кеңес беру орталықтарының желісін құра отыра, инновациялар нарығын (мемлекеттік басылымдардағы ақпарат, көрмелер, жәрменкелер) құрып және оның агенті ретінде (мысалға лицензияларды сату және сатып алу кезінде) қатыса отырып мемлекеттік инновациялық инфрақұрылымды құрады[1].

Шет елдердің тәжірибесі көрсетіп отырғандай, мемлекет шағын кәсіпорындардың өмір сүруі үшін қызмет көрсететін әртүрлі құрылымдар құрады, мысалға потенциалды инвесторларды, тапсырыс жасаушыларды іздестіру, венчурлық кәсіпорынды мемлекет тарапынан сақтандыру, ақпаратпен қамтамасыз ету шағын кәсіпорын үшін өте маңызды. Инновациялық істі мемлекет тарапынан ынталандырудың ең тиімді түрі ретінде ғылыми зерттеулерді жүргізуге салық салудың жеңілдетілген тәртібін орнату, бұл бүкіл әлемде танылған, сонымен қатар, шет елдерде салықтық несие сияқты мемлекеттік ынталандыру шаралары кеңінен таралған.

Салықтық жеңілдіктер кәсіпкерлік салаға негізінен екі түрдегі пайыздық шегерілімдерді ұсынады: көлемді және өсімді. Бірінші түрінде салық салынатын кірістен ғылымға жұмсалатын шығындардың белгілі бір бөлігі шегеріліп тасталынады. Мұндай жеңілдіктердің түрі Австралияда және Сингапурде үш мәнді деңгейде қойылған, бұл компанияларға ғылыми зерттеулер шығындарынан артық сомаларға салық төлемдерін 1,5-2 есе қысқартуға мүмкіндік береді. Өсімді салық жеңілдігі негізгі жылмен салыстырғанда ғылыми зерттеулердің жоғарылаған шығындарының сомасына салынады. Мұндай салық ставкасі Францияда-50% құрайды. Кейбір мемлекеттер бірден екі салықтық жеңілдіктерді де қолданады. Мамандардың бағалауы бойынша, дәл осындай салықтық жеңілдіктерді қолдану ғылыми зерттеуді ынталандырады.

Дамыған елдерде мемлекеттің маңызды қызметтерінің бірі – кәсіпкерлік сектордағы инновациялық іс-әрекет үшін қолайлы жағдайлар жасау. Біздің көзқарасымыз бойынша осы қызметті жүзеге асыру мақсатында келесідей экономикалық және бюджеттік саясаттың шаралары қоданысқа ұсынылады: жеке сектордағы ғылыми-зерттеулер шығындарын өнімнің өзіндік құнына енгізу; ғылыми құрал-жабдықтардың маңызды бөлігін жедел амортизация нормалары бойынша шығынға жазу; ірі корпорациялардың ғылыми шығындарының көлемін үнемі ұлғайтуға және шағын және орта бизнесті жаңа технологиялар саласындағы инновациялық іске жұмылдыруға бағытталған мекен жайлық салық жеңілдіктерінің жүйесін қолдану; ғылыми-техникалық зерттеулерді жеңілдік түрінде несиелендіру және ірі жобаларды үлестік қаржыландыру, венчурлық қаржыландыруды дамыту үшін институционалды жағдайлар жасау; аймақтарда инновациялық кәсіпорындар, ғылыми инфрақұрылымдарды құру үшін жеңілдіктер түрінде мемлекеттік мүлікті немесе жерді беру немесе қайтарымсыз беру.

Аталған шаралар еш кедергісіз дамыған және жаңа индустриалды елдерде жүргізіледі және монополияға қарсы реттеу, кедендік саясат, инновациялық

белсенділікті жоғарылату мақсатында интеллектуалды меншік құқығын қорғау облысында орталық және жергілікті билік іс-әрекеттерімен толықтырылады[2].

Ғылыми-техникалық салада шағын бизнестің ары қарай өркениетті дамуы үшін өнеркәсібі дамыған елдердің тәжірибесі қажет. Шағын инновациялық кәсіпорындар АҚШ-та экономикалық өсудің және ғылыми-техникалық прогресті жеделдетудің маңызды қайнар көздері ретінде қарастырылды. Шағын бизнестің инновациялық белсенділігін ынталандыру саясаты бүгінгі күнде мемлекеттік басқарудың барлық деңгейінде жүргізілді. АҚШ-та шағын бизнес қатынасындағы мемлекеттік инновациялық саясаттың басты бағыты шағын фирмалардың қаражат көздеріне қол жеткізуін жеңілдетуге бағытталған қаржы ағымдарын реттеу болып табылады. Бюджеттен мақсатты қаржыландыру үш түрде жүргізіледі: қайтарымсыз субсидия (гранттарды бөлу); жаңа өнімдер мен технологияларды жасап шығаруға контрактілерді бекіту арқылы жеңілдік займдарын беру; шағын инновациялық кәсіпорындар іс-әрекетін қаржыландыруға жеке капиталдарды жұмылдыру.

Алайда, Ресей ғылыми-техникалық кадрларының саны жөнінен көптеген дамыған елдерді артта қалдырып, әлемдегі алдыңғы орындардың бірін алады. Бай ғылыми және интеллектуалды потенциалына қарамастан, технологиялық қаруланусыз, инновациялық бейімделмей, ғылыми қамтамасыз етпей отандық өндірісті көтеру мүмкін емес. Ресейдің ғылыми потенциалына талдау жасап, оған баға беріп, алдыңғы қатарлы елдердің тәжірибелеріне сүйене отырып, біздің көзқарасымызша, осы сферадағы мәселелердің шешімі келесі бағыттарда жүзеге асырылуы керек:

1. Инвестицияны инновациялық бағытта жұмсау. Шетелден алған құрылғылар мен технологияларды үнемі жаңартып отыру керек, өз инновациялық потенциалымыз есебінде жаңа технологиялық өндірісті және технологиялық процестерді құру және оны меңгеру керек.

2. Отандық кәсіпорындардың шикізатты терең және кешенді қайта өңдеу деңгейін жоғарылату. Қолда бар ғылыми-техникалық потенциалды қарқынды қолдану есебінде тауар өндіру ұлттық өнім өндірушінің бәсекеге қабілеттігін жоғарылатады, жалпы экспорт көлеміндегі шикізат ресурстарының үлесін төмендетеді.

3. Әлеуметтік сұраныстағы өнімді өндіруге бейімделу. Бұл әскери-өнер кәсіптік кешендегі бос жатқан негізгі қорлар тиімдірек қолдануға ғана емес, әлеуметтік тиімділікті де қамтамасыз етуге мүмкіндік береді.

4. Инновациялық стратегия тарапынан импорттың орнын басуды ынталандырып қана қою жеткіліксіз. Экспорттық өндірісті құру және осының есебінде қажетті өнім импортын қамтамасыз ету мақсатқа сай болады. Елдің экспорттық потенциалын күшейту және кеңейту үшін отандық кәсіпорындардың әлемдік технологиялық және экологиялық стандарттарға көшуі керек.

5. Ресурсты және энергияны үнемдейтін технологияларға көшу. Ресурсты үнемдейтін технологияға көшу мемлекеттік экономикалық саясаттағы ең приоритетті бағыттың бірі болуы керек. Ғылыми-техникалық потенциалы сақталған және елде оның салыстырмалы бәсекелестік артықшылықтары бар салаларды дамыту керек. Осы салалар көтерілген жағдайда экономиканың басқа

да аралас салаларын дамыту және техникалық жабдықтау үшін қолайлы жағдайлар жасалады.

6. Отандық кәсіпорындардың негізгі инновацияны меңгеруге бейімделуі. Бұл сапасы жоғары, тауарлар мен технологияларды өндіруге және ішкі және сыртқы нарықтарда кәсіпорынның бәсекелестік қабілетін жоғарылатуға мүмкіндік береді.

7. Өнер табыстылықты дамытуға көмек көрсету және өз елімізде, шетелде отандық күрделі және қосымша зерттемелердің нәтижелерін патенттік қорғау.

8. Біздің еліміздегі инновацияның даму жағдайын ескеретін болсақ, бізге шетелдік тәжірибеге жүгінгеніміз абзал, оның ішінде дамушы елдердің тәжірибесі қазақстанның қазіргі шындығына жанасады[3].

Солардың ішінде соңғы он жылдықта сәтті келе жатқандардың бірі – Үндістан, ол 7 млрд. долл-ға бағдарламалық өнім, дәрі-дәрмекті-3,5 млрд. долларға экспорттайды. Осы елдерде ғылымды көп қажет ететін салаларды құруды жеделдету бойынша Қазақстанға ең жақын келетіні – Бразилия мен Үндістанның тәжірибесі.

Ал шетелдік және ТМД елдерінің ішіндегі Ресейдің инновациялық даму тенденциясын сипаттай келе, біздің ойымызша шет мемлекеттерде сияқты ғылымды дамытуға мемлекет көп көңіл бөлуі және мемлекет тарапынан қолдау табуы керек, ал көршілес Ресейде мамандардың болжауы бойынша, осы ғасырдың ортасына қарай Ресей жоғары технологиялар нарығының-1%-ын бақылай алатын халге жетеді және мұнда жыл сайын 40-50 млрд долл. табыс табады деп күтіледі. Бұл болжам ресейлік өнім өндірушілердің өз орнын сақтап қалуын және нарықтың мынадай сегментінде орнын кеңейтуді ескереді: телекоммуникациялық, оптикалық, геодезиялық құрылғылар, бағдарламалық қызмет көрсету. Әлемдік тәжірибе көрсетіп отырғандай, мемлекет ұлттық инновациялық жүйені құратын негізгі құрылтайшы және қаржылай, материалдық, басқа да ресурстармен көмек көрсетеді.

Әлемдік тәжірибе негізінде инновациялық істі ынталандыру үшін нарықтық механизмдердің жеткіліксіз және ұлттық ғылымның деңгейін айтарлықтай көтере алмайтындығын көрсетеді. Сондықтан, біздің көзқарасымызша мемлекет шет елдердегі инновациялық процестерді басқару ерекшелігін және Қазақстан Республикасындағы жағдайды ескере отырып, өз елімізде ғылымды дамытуға өзінің тәсілдерімен реттеу және ынталандыру шаралары арқылы ат салысуы керек. Приоритетті ғылыми-техникалық бағыттар бойынша республикалық мақсатты бағдарламаларды мемлекеттік қаржыландыра отыра, жоғары технологияларды және инновациялық өндірістерді құруға бағытталған ғылыми зерттеулерді және жұмыстарды дамытуға белсенді қатысуы керек деген қорытындыға келдік[4].

Менің пікірімізше, қай мемлекетте болмасын, инновациялық істің даму келешегі сол мемлекеттің ғылыми-техникалық саясатты қаншалықты табысты жүргізуіне тәуелді.

Қазақстан Республикасының 2003 – 2015 жылдары индустриалды-инновациялық даму стратегиясын іске асыру нәтижесінде ұлттық инновациялық жүйе құру болып табылады. Бұл жүйенің негізгі элементтеріне

ғылыми-техникалық саласы, кәсіпорындардың инновациялық қызметі және инновациялық инфрақұрылым жатады. Әр элементтің атқаратын рөлі өте маңызды. Ал инновациялық істің дамуы – сол елдің экономикалық өсуінің кепілі болып табылады.

Дереккөздер тізімі

1. Әлинов, М. Ш. Инновациялық менеджмент : ЖОО студ. арналған оқу құралы / М. Ш. Әлинов. – Алматы : "Бастау" баспасы, 2012. - 212 б.
2. Бочаров, В.В. Инвестиция / В.В.Бочаров. – СПб.: Питер, 2004. – 192 с.
3. Блохина, В. Г. Инвестиции анализ / В.Г.Блохина. - Р-на-Д.: ФЕНИКС, 2004. -156 с.
4. Жұмамбаев, С. Өндірістік менеджмент : студ. арналған оқу құралы / С. Жұмамбаев. – Алматы.: Қазақ университеті, 2009. - 228 б.

Аннотация

Өндірістік қуатты ұтымды деңгейде іске қосу. Өндірістік потенциалды толық қолдану арқылы өндіріс көлемін жоғарылату инвестициялық процестегі қаржылық кедергілерді жоюдың алғышарты болып табылады. Өндірістің инновациялық бағыттылығын күшейту және инновацияны енгізу қабілеттілігін жоғарылату мақсатында өндірісті қайта құру. Ол үшін бірлестіктер, ғылыми-өндірістік консорциумдар, холдингтер құру мақсатқа сай келеді. Ғылымның барынша тиімді де бәсекелі салаға бағытын күшейткен жағдайда, отандық өндірісті жандандыруға, елдің инновациялық потенциалын күшейтуге септігін тигізеді.

Аннотация

Запуск производственных мощностей на рациональном уровне. Увеличение объемов производства за счет полного использования производственных мощностей является необходимым условием для устранения финансовых барьеров для инвестиционных процессов. Восстановление производства с целью улучшения инновационной направленности производства и повышения способности к инновациям. Желательно создавать ассоциации, исследовательские и производственные консорциумы, холдинги. Усиление внимания науки в наиболее эффективном и конкурентном секторе, это поможет оживить отечественное производство и укрепить инновационный потенциал страны.

Summary

The launch of production facilities at a rational level. The increase in production volumes due to the full use of production capacities is a prerequisite for eliminating financial barriers for investment processes. Restoring production in order to improve the innovative direction of production and increase the ability to innovate. It is desirable to create associations, research and production consortia, holdings. Increasing the attention of science in the most efficient and competitive sector will help revive domestic production and strengthen the country's innovative potential.

АГРОӨНЕРКӘСІП КЕШЕНІНДЕ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ҮРДІСТЕРДІ БАСҚАРУДАҒЫ МӘСЕЛЕЛЕР

Әлем елдерінің барлығының экономикалық сипаты мен дамуын анықтайтын маңызды факторлардың бірі ретінде бүкіл әлемде мойындалған ғылыми-техникалық прогресс (ҒТП) батыс және отандық әдебиеттерде инновациялық үрдіс ұғымымен байланыстырылады. Бұл үрдіс жаңалық табуды білдіреді және ғылыми идеяның туылуынан, оның коммерциялық іске асуына дейінгі кезеңдерді, яғни өндіріс, айырбас, тұтыну қатынастарының бүкіл жинағын қамтиды.

Инновациялық үрдістерді зертеудің маңыздылығы, бір жағынан, қоғам экономикасын көтеру үшін ғылым мен инновациялардың ерекше маңыздылығымен, екінші жағынан, Қазақстан Республикасында инновациялық дағдарысты жеңу жолдарын анықтау қажеттілігімен түсіндіріледі.

Әлемдік тәжірибеде «инновация» сөзі өндіріске алдыңғы енгізілген аналогтан сапалы ерекшеленетін ғылыми зерттеудің немесе ашылымның соңғы нәтижесі ретінде анықталады. Инновация түсінігі шығындарды төмендетуді қамтамасыз ететін ұйымдастыру, өндірістік және басқа да қызметтерде кез келген жетілдірілген жаңалықтарды қолдануды айтады [1].

«Инновация» ұғымы жаңашылдық деген сөздің синонимі болып табылады да, көп жағдайда ол сөздің орнына қолданылады. Әдебиеттерде инновацияның мәнін анықтауда бірнеше тәсіл кездеседі. Ең кең тараған екі көзқарас: бірінші жағдайда жаңашылдықты жаңа өнім, технология, тәсіл ретіндегі шығармашылық үрдістің нәтижесі деп көрсетсе, екінші жағдайда – жаңа өнімдерді, элементтерді, тәсілдерді, қағидаларды бұрыннан бері жұмыс істеп тұрғанның орнына енгізу үрдісі ретінде қарастырылады. Инновацияның экономикалық мәнін жаңа тұтынушылық құндар жасау түріндегі шығармашылық үрдіс нәтижесі ретінде анықтауға болады. Бұл кезде инновацияның нарықтық жағдайындағы маңызды сипаттамасы болып тұтынушылық қасиеттердің жаңаруы табылады [1].

Инновациялық қызмет – бұл жаңа өнімді өндіру немесе өнімді жақсарту, не қызмет көрсету, оларды өндірудің жаңа әдістерін қолдану мақсатындағы ғылыми – техникалық және зияткерлік әлеуметтік шаралар жүйесі. Бұл жеке сұранысты, сонымен бірге жалпы пайдалы жаңалықтарға қоғамның мұқтажын қанағаттандыруы үшін пайдаланылады.

Инновацияның екі тұрпаты ажырытылады: өнімділік және үдерістік.

Жаңа өнімді өндіріске енгізу инновацияның түбегейлі өнімділігі ретінде анықталады. Мұндай жаңалықтар негізінде жаңа технологияға негізделеді, не тіршілікте қолданылып жүрген технологияның жаңа түрінде пайдалануын ұштастырады.

Үдерістік инновация – бұл жаңалықты енгізу немесе өндіріс тәсілін және технологияны едәуір жетілдіру, жабдықтарды және өндірісті ұйымдастыруды өзгерту.

Жаңалық дәрежедегі инновация негізінде жаңа, яғни өткен, отандық және шетелдік тәжірибеде ұқсастығы жоқ және жаңа нәрсенің салыстырмалы жаңалығы болып ұсақталады. Негізінде өнімнің жаңа түрлері, технологиясын және қызмет көрсетуі басымдық, абсолюттік жаңалықтарға ие болады және үлгінің түп нұсқасы болып табылады.

Инновацияның өмірлік кезеңі өзара байланысты үрдістердің және жаңалықтарды негізу сатысының жиынтығын көрсетеді. Инновацияның өмірлік кезеңі уақыт арасындағы ретінде идеяның дүниеге келуінен өндірістік өткізуден алып тастағанға дейінгі инновациялық өнімнің негізінде анықталады.

Жаңалықтарды енгізу және оларды пайдалану – бұл басқару үрдісі, сондықтан инновациялық менеджментті материалдық-техникалық жабдықтау (логистика), өндірісті дайындау және өндіріс (технологиялық менеджмент), қаржы менеджменті, кадр менеджменті, маркетинг сияқты басқару іс-әрекеттерінің бағыттарымен бір қатарда тұрады деп айтуға болады.

АӨК қатысты инновациялар – бұл жаңа технологиялар, жаңа техникалар, өсімдіктердің жаңа сорттары, жануарлардың жаңа тұқымы, жаңа тыңайтқыштар, өсімдіктерді және жануарларды қорғаудың жаңа құралдары, жануарларды емдеудің және сақтаудың жаңа әдістері, өндірісті ұйымдастырудың, қаржыландырудың және несиелеудің жаңа нысандары, кадрларды дайындау, қайта дайындау және мамандығын көтеру бойынша жаңа әдістер және т.б. [2]

Жаңалықты енгізу ғылыми зерттеулердің нақты нәтижесі және жаңа өнім, техника, технология, ақпарат, әдістер және т.б. түрлерін әзірлеу болып табылады. Өз кезегінде, инновация басқару объектісін өзгерту және ғылыми-техникалық, экономикалық және әлеуметтік нәтижені алу мақсатында жаңалықты енгізу үрдісі.

Аграрлық экономиканың инновациялық даму үлгісі мемлекеттің ғылыми-техникалық саясатымен, инновациялық механизмді қалыптастырумен анықталады. Аймақтық АӨК инновациялық үрдістерді дамытудың басылымдықтарын атап көрсетейік [3]:

- кешенді ұйымдастыруды технологиялық жаңадан жабдықтау;
- өндірістің энергетикалық және ресурстарды сақтау технологиялар, ауылшаруашылық өнімдерін сақтау және қайта өңдеу;
- топырақ құнарлығының ұдайы өндірісі, олардың барлық түрлерінің нашарлауына жол бермеу, агроэкожүйелерінің және агроландшафтарының бейімделу технологияларын әзірлеу;
- шектеулі ауылшаруашылық өнімінің өндірісін дамыту;
- АӨК инновациялық қызметінің заманауи ақапараттық және инфрақұрылымдық қамтамасыз ету жүйесін жасау;
- үдемелі технологиялық тәртіпті қалыптастыруға бағытталған республикалық және аймақтық деңгейде мемлекеттік ақпарат саясатын және стратегиясын әзірлеу;

- инновациялық негізде АӨК ұйымдастыру-экономикалық механизмінің қызмет етуін қалыптастыру;
- инновациялық қызметті белсендіруде мемлекеттік ұйымдардың рөлін күшейту;
- АӨК дамытудың аймақтық инновациялық бағдарламаларын әзірлеу;
- ұйымдардың инновациялық белсенділігін жоғарлатуды және ғылыми зерттеулердің нәтижелерін қаржыландыруды қамтамасыз ететін инновациялық қызмет саласында кадрларды дайындау жүйесін жетілдіру.

АӨК ендігі инновацияларды енгізу мәселелерін қарастырайық. Негізгі мәселе жаңа идеяларды қаржыландырумен байланысты. Ғылыми-өндіріс нәтижелерін қаржыландыру тәуекелділігі, шығындар және нәтижелер арасында уақыт алшақтық тәуекелі, инновациялық өнімге сұраныстың белгісіздігі ауылшаруашылығын дамытуға қаржыны салуға жеке инвесторларды қызықтырмайды.

Қазақстан Республикасында АӨК инновациялық дамуының бастамасы ауылшаруашылық инновацияларының ұдайы өндірісі және жаппай көпшілікте ауылшаруашылық өндірістерінің жетілген әдістерін жүргізуді менгеру болып табылады, олар жиынтықта ауылшаруашылықтың инновациялық дамуын анықтады. АӨК инновацияларды енгізу екі негізгі бөлімнен тұрады: ресурстық және институционалдық. Ресурстық бөлім қаржы, кадр, материалдық-техникалық, ақпараттық қамтамасыз етуден тұрады. Институционалдық бөлімнің құрамына ұйымдастырушылық-экономикалық, инфрақұрылымдық, нормативтік-құқықтық қамтамасыз ету кіреді, шаруашылықты инновациялық бағытта менгеру нысандарыда осы топты жалғастырады.

Айта кету керек, ауылшаруашылық өндірісіне инновацияларды енгізу және қысқа уақытта нәтижелерді алу үлкен масштабта және жеткілікті қарқынмен жаппай көпшілік тәжірибеде енгізілген жаңалықтарды қолдануға мүмкіндік бермейді.

Инновацияларды енгізуден нәтижелерді алу үшін осы үрдістің инерциялық сипатының белгілерін жеңуге мүмкіндік беретін жанжақты және сындарлы қамтамасыз етуді қажет.

АӨК инновацияларды енгізуді жетілдірудің негізгі міндеттерінің бірі аграрлық инновациялық әлеуетті өсіру болып табылады. Оның негізін агроөнеркәсіп өндірісі үшін агроөнеркәсіп кешенінің үздіксіз үдеме инновациялық жаңару мүмкіндіктерінің тұрақты түрде толықтырылып және жаңарып отыратын көзі ретінде ғылыми-техникалық әзірлемелер құрайды. Ғылыми-техникалық жетістіктер АӨК тұрақты дамуына көшу мүмкіндігін анықтайды, ал инновациялық жүйенің қамтамасыз ету шараларын жүргізуіне қарай ондай ауысу қалай жылдам болатына байланысты.

Қазіргі уақытта ғылыми-техникалық жетістіктерді толық және дұрыс пайдалана отырып ауылшаруашылық өндірістерінің мүмкіндіктерін алуының нақты нәтижелері артта қалуда.

Кәсіпкерлік шараларға және соңғы жылдардың оң өзгерістеріне қарамастан, республиканың аграрлық секторының әлеуметтік-экономикалық жағдайы күрделі, сол себептен келешекте агроөнеркәсіп кешенін дамытудың

стратегиялық басылымдықтары ендігілер: жер, су және ғылыми әлеуетті ұтымды пайдалану арқылы азық-түлік қауіпсіздікті қамтамасыз ету; бәсекеге қабілетті өнім өндірісін өсіру, импорт орнын ауыстратын өндіріске көшу; интенсивті технологияларды енгізу негізінде тиімді ауылшаруашылық өндірісін көтеру; ірі өнеркәсіп кәсіпорындарымен бірлестікті дамыту, өнімдерді жинау қабылдау пунктерін және өтімділік бірлестіктерді ұйымдастыру арқылы өтімділік жүйесін жетілдіру; экспортқа және өндірілген өнімді сыйымды өтімділік нарықтарына бағытталған, өсімдік шаруашылығында және мал шаруашылығында орта және ірі тауар өндірісін ұйымдастыру; дамып келе жатқан салалардың материалдық-техникалық және қаржылық өсуін қамтамасыз ету; қайта өңдеуді, нарық инфрақұрылымын, ұйымдық құрылымдарды қалыптастыруды жылдам дамыту.

АӨК инновациялық үрдістердің өз ерекшелігі бар. Олар аймақтық, салалық, қызмет ету, технологиялық және ұйымдастыру ерекшеліктерімен айқындалады. АӨК инновациялық дамуына әсер ететін шарттарды және факторларды талдау көрсеткендей, олар инновациялық дамуды тоқтататын және инновациялық үрдістерді жылдамдатуға ықпал ететін деп бөлуге мүмкіндік берді.

АӨК инновациялық дамуына ықпал жасайтын шарттары және факторлары табиғи ресурстардың, маңызды ғылыми-білім беру әлеуетінің, сыйымды ішкі азық-түлік нарығының болуы, экологиялық қауыпсіз, натуралды тамақ өнімдерін шығару мүмкіндігі болып табылады.

Инновациялық дамуды тоқтататын факторлар ретінде аграрлық ғылымның ғылыми әлеуетінің әлсізденуін, азық-түлікке ішкі сұраныстың қысқаруын, аграрлық секторды мемлекеттік қолдаудың және ғылыми-техникалық бағдарламаларды мемлекеттік қаржыландырудың қысқаруын, несиелеу жүйесінің дамымағандығын, несиелер бойынша жоғары ставкаларын, инновациялық инфрақұрылымның және мемлекеттік инновациялық саясаттың және стратегияның жоқтығын, инновациялық менеджмент саласында АӨК кадр персоналын ұйымдастырудың жеткіліксіз дайындық деңгейін айтуға болады.

Аграрлық экономиканың инновациялық даму жолына көшудің негізгі кедергілерінің бірі – кәсіби жетекшілердің және мамандардың жетіспеуі. Қазіргі уақытта ауылды қолдау үшін жоғары оқу орындарын бітірген жас мамандарды жұмысқа ауылға бағыттап, онда жұмыс жасау үшін және өмір сүру үшін жағдай жасалып жатыр.

Сүйтіп, АӨК инновацияларды енгізуде пайда болған мәселелерді жеңу үшін мемлекет тарапынан үлкен қолдау қажет, аграрлық өндірісіне жеке инвестицияларды салуда тәуекелдіктерді төмендету үшін мемлекет салымдарды сақтандыру және кепіл беру жүйесін әзірлеп, енгізу керек, фермерлердің қаржыландыруға қол жеткілігін кеңейту үшін жолдар іздеу қажет. Себебі ауылшаруашылық Қазақстан экономикасы үшін маңызды салаларының бірі болып табылады. Аграрлық сектордың даму деңгейі республиканың экономикалық тұрақтылығын анықтайтын фактор болып табылады.

Дереккөздер тізімі:

1. Минниханов Р.Н., Алексеев В.В., Файзрахманов Д.И., Сагдиев М.А. Инновационный менеджмент, 2003, с. 13.

2. Шайтан Б.И. Инновации в АПК, 2005, с. 207.

3. Конькова М.А. Методы инновационного развития регионального агропромышленного комплекса // Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. М., 2008

Аннотация

Мақалада Қазақстан Республикасының агроөнеркәсіп кешеніндегі инновациялық үдерістердің жай-күйі мен проблемалары және оларды шешу жолдары қарастырылады.

Аннотация

В статье рассматриваются состояние и проблемы инновационных процессов в АПК Республики Казахстан и возможные пути их решения.

Summary

In article are considered a condition and problems of innovative processes in agrarian and industrial complex of the Republic of Kazakhstan and possible ways of their decision.

**Калкабаева Г.М., к.э.н., доцент кафедры
«Банковский менеджмент и финансовые рынки»
Карагандинского экономического университета
Абдрахманова А., магистрант 1 курса
Карагандинского экономического
университета Казпотребсоюза**

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННО- ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В КАЗАХСТАНЕ

Как известно, инновационная деятельность является достаточно капиталоемким процессом, требующим серьезного подхода к поиску оптимальной структуры источников финансирования. Инновации неразрывно связаны с инвестициями. Направлениями вложения средств выступают инвестиции в НИОКР (создание нового продукта, оборудование, технологии), приобретение готового нового оборудования, покупка прав на новую технологию (патент на изобретение, лицензия на использование новых технологий и др.). Данные направления образуют общую величину затрат по инвестиционному проекту инновационной направленности.

Основными источниками финансирования инновационных проектов могут быть собственные средства или внутренние средства проекта, которые образуются в ходе его реализации, и внешними средствами проекта, полученными на различных условиях (рисунок 1).

Использование внутренних средств проекта в качестве источника финансирования осуществляется в рамках самофинансирования проекта. Внутренние средства формируются из чистой прибыли и амортизации,

образующихся в ходе осуществления проекта[1, с. 175]. Одна из форм самофинансирования может быть организована через создание внутреннего венчура – обособленного подразделения с отдельным бюджетом, созданным для реализации инновационного проекта.

Внешние средства проекта могут быть образованы за счет собственных средств владельцев предприятия, осуществляющего проект в рамках долевого финансирования. На действующем предприятии финансовые ресурсы, предназначенные для инвестирования в проекты формируются за счет: неиспользованных амортизационных отчислений; капитализации дивидендов, накоплений нераспределенной прибыли и т.д.

Кроме того, внешние средства могут быть привлечены через целевое финансирование, предоставляемое на безвозмездной основе, в том числе из республиканских и местных бюджетов, фондов поддержки предпринимательства «Даму», Банка развития Казахстана, АО Инвестиционный фонд Казахстана, АО «Национальное агентство по технологическому развитию и др.

Наряду с этим, при инвестировании инновационных проектов можно использовать заемные средства, такие как кредиты, займы, выпуск долговых ценных бумаг, лизинг, исламское финансирование и др.

Источники финансирования и условия предоставления инвестиционных средств постоянно изменяются. Развитие финансовых инструментов, появление новых технологий, изменение роли государства в регулировании процессов инновационного развития приводят к значительному усложнению схем финансирования проектов.

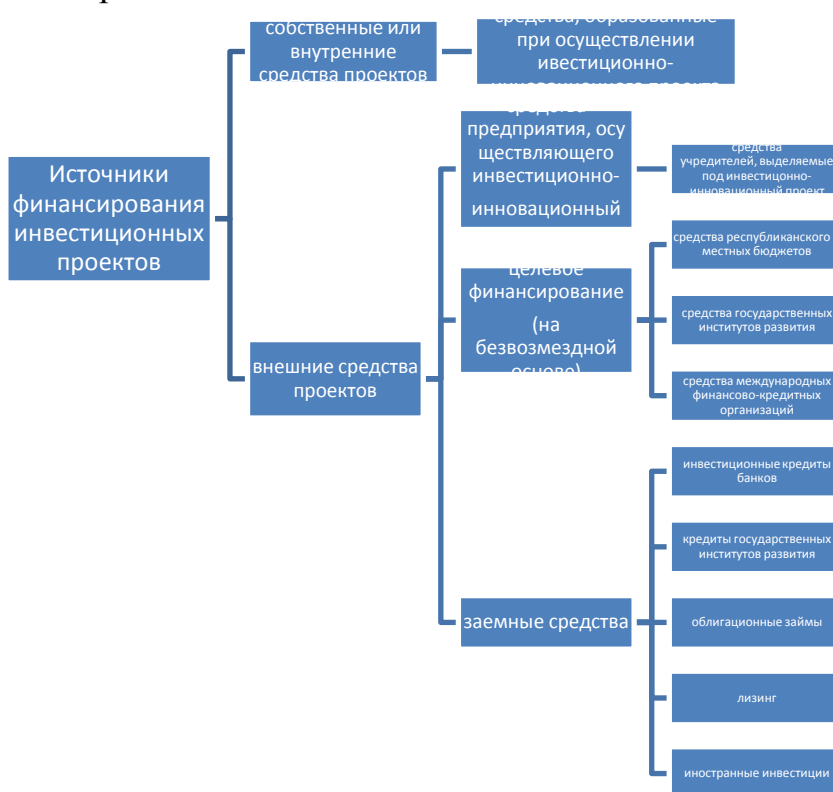


Рисунок 1 – Источники финансирования инвестиционно-инновационных проектов

В развитых странах финансирование инновационной деятельности осуществляется как из государственных, так и из частных источников. Для большинства стран Западной Европы и США характерно примерно равное распределение финансовых ресурсов для научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ между государственным и частным капиталами [2, с. 22].

Кредитное финансирование выступает наиболее распространенным методом финансирования инвестиционно-инновационной деятельности в отечественной практике. В числе основных недостатков следует отметить недостаточность долгосрочных программ кредитования. Кредитование в основном используется для реализации краткосрочных инновационных проектов.

В лизинге принимают участие три стороны, одной из которых является лизинговая компания, приобретающая по просьбе и указанию пользователя оборудование или транспортные средства у изготовителя и предоставляющая их этому пользователю во временное пользование.

Широкое распространение в современных условиях приобретает проектное финансирование, которое имеет строго целевой характер использования денежных средств. Проектное финансирование используется для вложения средств в инвестиционно-инновационные проекты, связанные с капиталовложениями в реальные активы, и направлено на разработку и освоение новых видов продукции и новых технологических процессов. Особенностью проектного финансирования является детальный анализ технических и экономических характеристик инвестиционно-инновационного проекта и оценка связанных с ним рисков, которые могут быть рассредоточены между участниками проекта.

При исследовании динамики долгосрочных капиталовложений в Республике Казахстан особое внимание следует уделить объемам инвестиций в основной капитал. В настоящее время объем инвестиций в основной капитал составляет 7719 млрд. тенге или 16,9% ВВП. Необходимо увеличение данного показателя до, как минимум, 35% ВВП или 17 трлн. тенге, что будет соответствовать уровню инвестиций в основной капитал развитых государств.

Анализируя участие банковского сектора в инвестиционном процессе, можно отметить, что по состоянию на начало 2017 года доля банковского кредитования в финансировании инвестиций в основной капитал составила всего 5,8% (рисунок 2).



Рисунок 2 – Инвестиции в основной капитал по источникам финансирования в 2016 году (млрд. тенге)

Примечание - составлено по данным Комитета по статистике МНЭ РК

В сравнении с развитыми странами, где указанная доля составляет 20-30%, можно сделать вывод, что в Казахстане участие банковского сектора в финансировании инвестиционных проектов весьма незначительно. В среднем на долю банковского кредитования за анализируемый период 2008-2016 гг. приходилось 4-5%. Данный факт свидетельствует о том, что казахстанские банки не удовлетворяют спрос на долгосрочные кредитные ресурсы в достаточной степени.

Можно отметить устойчивую тенденцию снижения активности банков второго уровня РК в предоставлении инвестиционных кредитов. Следует учитывать и тот факт, что к долгосрочным кредитам отнесены все кредиты, предоставленные банками на срок свыше одного года. Поэтому при более детализированном анализе на основе показателей суммы кредитов, предоставленных на срок свыше 3-х лет, ситуация с долгосрочным кредитованием еще более критична.

Возможности долгосрочного финансирования инвестиционно-инновационных проектов ограничены дефицитом долгосрочных ресурсов у самих банков. При рассмотрении структуры пассивов банковской системы можно отметить высокую долю краткосрочных привлеченных ресурсов, которые нецелесообразно использовать для долгосрочных кредитных вложений.

В соответствии с пруденциальными нормативами максимально допустимый уровень долга на одного заемщика или групп взаимосвязанных заемщиков ограничен суммой, не превышающей 25% капитала банка. В этих условиях многие казахстанские банки не имеют достаточных средств для инвестиционного кредитования. Следовательно, повышение роли банковского сектора в финансировании инвестиционно-инновационных проектов возможно при увеличении собственного капитала банков второго уровня РК. На решение данной проблемы направлена Программа повышения финансовой устойчивости банковского сектора Казахстана.

Ключевыми направлениями развития инвестиционного кредитования казахстанских банков могут выступить:

- введение дифференцированного подхода к определению гарантированной государством величины вкладов в зависимости от сроков их размещения (с увеличением этой гарантируемой величины при долгосрочном размещении депозита);

- повышение привлекательности жилищных и образовательных сбережений путем повышения страховых гарантий и премий государства, ограничения на досрочное их изъятие, а также депозитных и сберегательных сертификатов;

- предусмотреть в законодательной базе налоговое стимулирование инвестиционных операций банков второго уровня, направленных на реконструкцию и модернизацию производства, приобретение нового оборудования и техники, а также банков, принимающих активное участие в государственных инвестиционных программах;

- предусмотреть государственные гарантии по долгосрочным кредитам предприятий инновационного сектора и субсидирование процентных ставок для повышения доступности банковских кредитов.

Таким образом, для активизации кредитования инвестиционно-инновационных проектов необходимы эффективные механизмы регулирования и стимулирования инвестиционной деятельности банков второго уровня для увеличения объемов и качества их капитала, снижению кредитных рисков долгосрочных вложений в реальном секторе экономики.

Список источников:

1. Ковалев В.И. Крупномасштабные инновационные проекты и современные вопросы проектного финансирования. //Материалы международной научно-практической конференции «XX апрельские экономические чтения». – Омск: Региональный ОФ «Фонд региональной стратегии развития», 2014. – с.175-180

2. Фурсова Т.Т., Заболотникова В.Д. Источники финансирования инновационных проектов: особенности функционирования. //Вестник университета Туран. – 2017. - №1(73). – с. 22-26

Аннотация

В статье рассмотрены основные источники финансирования инвестиционно-инновационных проектов. Особое внимание уделено кредитному финансированию с участием банков второго уровня Республики Казахстан. Выявлены проблемы, ограничивающие развитие инвестиционного банковского кредитования. Предложены меры по активизации кредитования инвестиционно-инновационных проектов.

Аннотация

Мақалада инвестиция-инновациялық жобаларды қаржыландырудың негізгі көздері қарастырылған. Қазақстан Республикасының екінші деңгейдегі банктерінің қатысуымен несиелік қаржыландыруға ерекше көңіл бөлінген. Инвестициялық банктік кредиттеуді

дамытуды шектейтін проблемалар айқындалған. Инвестициялық-инновациялық жобаларды несиелендіруді белсендендіру бойынша шаралар ұсынылған.

Summary

In the article are considered the main sources of financing of investment-innovative projects. Particular attention is paid to credit financing with the participation of second-tier banks of the Republic of Kazakhstan. The problems limiting development of investment bank crediting are revealed. The measures on activation of crediting of investment-innovative projects are offered.

Кенжешов Айбар

**Х.Досұхамедов атындағы Атырау мемлекеттік университеті
Экономика мамандығының 2-курс магистранты**

АУЫЛ ШАРУАШЫЛЫҒЫ САЛАСЫН ИННОВАЦИЯЛЫҚ ДАМУ МӘСЕЛЕЛЕРІ ПРОБЛЕМЫ

Қазақстандағы аграрлық өндірістің қалыптасып отырған жағдайы ауыл шаруашылығы саласын дамытудың жаңа басымдықтарын әзірлеуге деген қажеттілікті туындатты. Мемлекеттің аграрлық саясатының басым міндеттері ішкі және әлемдік нарықтардағы аграрлық сектордың тиімділігі мен бәсекеге қабілеттілігін арттыру болып табылады. Бұл өз кезегінде агроөнеркәсіп кешенін дамытудың инновациялық жолына өтуін көздейді. Инновациялық үдерістер экономиканың аграрлық секторының нақты жаңғыруына (модернизациялануына) мүмкіндік беретіндіктен маңызды орынға ие. Отандық ауыл шаруашылық өнімдерінің көптеген параметрлер бойынша бәсекеге қабілетсіз болуы бұл саланы жаңғыртуға деген қажеттілікті арттырып отыр. Аграрлық өндірістің қарқындылығы, еңбек өнімділігі, өнім сапасы, табыс деңгейі енгізілген инновациялар деңгейіне байланысты екендігін ескерсек, ауыл шаруашылығы саласына инновацияларды енгізудің қажеттілігі айқындала түседі. Ауыл шаруашылық өндірісіндегі күрделі мәселелердің бірі – инновацияны енгізу деңгейінің төмен болуы мен инновацияны жасаудағы инвестиция көлемінің күрт төмендеп кетуі. Тұтас алғанда, агроөнеркәсіп кешені (АӨК) салаларындағы төмен рентабельділік, жеке айналым қорларының ылғи да жетіспеушілігі, сонымен қатар кепілдікке қоятын мүліктерінің өтімділік деңгейінің болмауы оның салалары үшін инновациялық жете зерттеулер мен капитал салымдарын салуды тежеп отыр [1].

Ауыл шаруашылығына қатысты инновациялық қызмет - жаңа немесе жақсартылған ауыл шаруашылығы өнімдері мен өңделген өнімдерін немесе ғылыми зерттеулер, талдамалар мен алдыңғы қатарлы өндірістік тәжірибе нәтижелерін қолдану негізінде өндірістің жетілдірілген технологиялары мен ұйымдастыруды құру бойынша бірінен соң бірі жүзеге асырылатын іс-әрекеттердің жиынтығы болып табылады. АӨК-те әрдайым және үздіксіз іске асырылатын инновациялық қызмет ғылыми зерттеулер мен талдамаларды жүргізу, инновацияларды құру мен оларды тікелей агроөнеркәсіптік өндірісте

игеру бойынша заңды әрі дәйекті кезектесіп келетін нақты іс-шаралар жүйесі ретінде алға шығатын инновациялық үдерістің құрылуын көздейді.

Агроөнеркәсіптік кешенге қатысты инновациялық үдерістердің ұйымдастырушылық-экономикалық мәні – ғылым мен техниканың әлемдік жетістіктері есебінен жетілдірілуге бағытталған агроөнеркәсіптік өндірістің үздіксіз ұйымдастырушылық, экономикалық, техникалық және технологиялық жаңартылуына негізделген оның дамуының мақсаттары мен міндеттеріне байланысты. Ауыл шаруашылығында инновациялық үдеріс әр түрлі формаларда жүруі мүмкін: интенсивті түрде, баяу екпінмен немесе өте ақырын, яғни экстенсивті түрде. АӨК-те қолданылатын барлық инновациялар бір-бірімен тығыз байланысты, бірыңғай аймақтық әлеуметтік-экономикалық жүйеде көрініс табады, сондықтан оны инновациялық тетікті қалыптастыруда ескеру қажет. Аграрлық салада қолданылу сферасы мен мәніне қарай инновацияның төрт типін бөлу қарастырылады: селекциялық-генетикалық; технологиялық- өндірістік; ұйымдастырушылық-басқарушылық және экономикалық; әлеуметтік-экологиялық.

Селекциялық-генетикалық инновациялар тек аграрлық салаға ғана тән. Технологиялық-өндірістік инновациялар ғылыми, соның ішінде селекциялық-генетикалық зерттеулердің нәтижелері, ауыл шаруашылығы мен азық-түлік өнімдерінің жаңа түрлерін өндіруде тәжірибелік қолданысты табады немесе дәстүрлі өнімнің сапасын арттырады.

Ауыл шаруашылығы дақылдарын өсіру технологиялары, мал шаруашылығында индустриалдық технологиялар. Егіншілік пен мал шаруашылығының ғылыми негізделген жүйелері. Тыңайтқыштар мен олардың жүйелері. Өсімдіктерді қорғау амалдары. Егіншіліктің биологизациясымен экологизациясы. Азық-түлік өнімдерінің тұтынушылық құндылығын арттыруға бағытталған өндірістің және азық-түлік өнімдерін сақтаудың ресурстық-жинақтық технологиялары. Кооперациялардың дамуы және біріктірілген құрылымдардың құрылуы. Техникалық қызмет көрсету формалары және ресурстар мен қамтамасыз ету. Еңбек пен басқаруды ұйымдастыру және ынталандырудың формалары. Инновациялар маркетингі. Ғылыми-техникалық және инновациялық қызмет сферасында инновациялық-кеңістік жүйелерін құру. Шешімдерді қабылдау тұжырымдамалары мен әдістері. Инновациялық дамудың формалары мен механизмдері. АӨК-ті ғылыми-техникалық қамтамасыз етуші кадрлар жүйесін қалыптастыру. Еңбек жағдайын жақсарту, ауылдарда денсаулық сақтау, білім беру және мәдениет салаларындағы мәселелерді шешу. Қоршаған ортаны сауықтандыру және сапасын арттыру. Халықты өмір сүру, еңбек ету және демалысқа қолайлы экологиялық жағдаймен қамтамасыз ету. Аграрлық инновациялар жаңашылдық деңгейі бойынша үшке бөлінеді:

1. Серпінді инновациялар – инновациялық механизация, гендік инженерия, спутниктік навигация.

2. Негізгі инновациялар – жаңа немесе жетілдірілген механизмдер, өсімдік сұрыптары және жануарлар мен құстар тұқымдары.

3. Жақсартылған инновациялар – азықтандыру технологиялары, топырақ құнарлылығын арттыру технологиялары.

4. Ауыл шаруашылығында өндірістің өнеркәсіптік құралдарымен қатар өндірістік үдерісте өсімдік және мал шаруашылығы әлеуеті белсенді іске қосылған. АӨК-тегі инновациялардың осындай кешенді сипаты инновациялық механизмге арнайы талаптар қояды. АӨК инновациялық қызметінің экономикалық механизмі жоспарлаудан, стратегиялық басқарудан, мемлекеттік қолдаудан, маркетингтен, қаржыландырудан, баға қалыптастырудан, салық салу және сақтандырудан тұрады. Инновациялық қызметтің мұндай механизмі ауылшаруашылығы саласындағы инновациялық үдерісті белсендендіруге оң ықпалын тигізуі тиіс.

Мамандандыруды, ұйымдастырылған өнім өткізуді және оның қайта өңделуін сипаттайтын үлгі. Төмен инновациялық белсенділікпен ерекшеленетін үлгі, ауылшаруашылығы техникасы және басқа да құрал-жабдықтар қарызға алынады. Үлгі инновацияның жоқтығымен, өндірісті еріксіз диверсификациялаумен сипатталады. Өндіріс тиімділігі 40% кем емес. Өндіріс тиімділігі 11% кем емес. Несиелік қарыз дебиторлық берешектен 15 есе асып түседі. Өндіріс дамымайды.

Оң ықпалын тигізетін факторларға шаруашылық жүргізудің нарықтық тәсілін, шаруашылық түрлерінің саналуандығын, табиғи ресурстардың көптігін, ғылым мен білім әлеуетінің жеткіліктілігін, ішкі азық-түлік нарығының ауқымдылығын, экологиялық тұрғыдан қауіпсіз, табиғи азық-түлік өнімдер өндірісінің мүмкіндігін, жаңа сапалы технологиялардың жеткіліктілігін жатқызуға болады. Кері ықпал ететін факторлар ретінде ауыл шаруашылығы ғылымындағы ұйымдық құрылымның күрделілігі, ғылыми-техникалық және инновациялық қызмет түрлерінің әркелкілігі, ғылыми зерттеулердегі өңірлік, салалық және салааралық сипаттағы мәселелердің үлес салмағының басымдығы, ұдайы өндіріске қатысты кейбір мәселелерді зерттеу мерзімінің тым ұзақтығы қарастырылады. Аталмыш факторлар ауыл шаруашылығын инновациялық дамытуда елеулі қиыншылықтар туғызады. Инновациялы күдерістің жүруінің көрнекі нәтижелік көрсеткіші ретінде өнімділік көрсеткіштері (ауыл шаруашылығы өндірісінің технологиялық тиімділігі) – ауыл шаруашылығы дақылдарының шығымдылығы және малшаруашылығының өнімділігі жатады [1].

Бұл келтірілген деректер Қазақстанның аграрлық секторындағы инновациялық дамудың төмен деңгейде екендігін айқындап отыр. Қазақстанда ауыл шаруашылығы саласындағы төмен өнімділіктің негізгі себептерінің бірі - малшаруашылығы саласында малдардың төмен генетикалық әлеуеті және өсімдік шаруашылығы саласында тұқымдар сапасының төмен деңгейі. Елдің агро өнеркәсіп кешеніндегі инновациялық қызметтің амануи жағдайы тұрақсыздығымен, инновацияларды жүзеге асырудың тиімді механизмінің жоқтығымен сипатталады. Аграрлық сектордың инновациялық тартымдылығы жоғары тәуекелділікке және инвестициялаудың жеткіліксіз деңгейіне байланысты төмендей түседі. Бұл АӨК кәсіпорындарын инновацияларды іздестіру, оларды игеру мен жүзеге асыру мүмкіндіктерінен айырады. Сонымен қатар, нарық жағдайында экономиканың тиімді инновациялық бағытта дамуын қамтамасыз етуге қауқарсыз кәсіпорынның заманауи менеджментінің төмен біліктілігіде жағдайды қиындата түседі. Инновацияны өндіріске енгізу өндірісті білікті

кадрлармен қамтамасыз етуге де айтарлықтай тәуелді. Солай бола тұрса да, ауыл шаруашылығында кадрлық тапшылық орын алып отыр және агросекторда жұмыспен қамтылғандардың біліктілігі төмен. Оның негізгі себептері: экономикаға қажетті мамандықтар бойынша мониторинг өткізілмеуі, жоғары білікті кадрлардың коммерциялық салаға кетуі, ауылшаруашылығы өндірісіндегі жұмыс орындарының әлеуметтік тартымдылығының нашарлығы, мамандардың ауылдық жерлерде толыққанды жұмыс істеуіне жағдайлар жасалмауы. Инновацияны білетін, инновацияны өндіріске ендіре алатын кәсіби мамандар даярлау арқылы бұл мәселенің оң шешімін табуға болады. Ауыл шаруашылығы саласын инновациялық дамытудағы өзекті мәселенің бірі – ғылыми жетістіктерді өндіріске енгізу. Іс жүзінде іргелі ғылыммен байланыс төмен деңгейде қалып отыр. Топырақтану, егіншілікті зерттеу ғылымдарында жаңалықтар болып жатыр. Бірақ ғалымдар ашқан жаңалықтар өндіріске трансформацияланбайды, ғылым мен өндірістің арасындағы байланыстың нашарлығынан сала игілігіне жаратылмай қалуда[2].

Өндіріс пен салалық ғылымның өзара байланыстарының болмауы, ғылыми әзірлемелерді енгізу және бизнеспен өзара іс-қимыл жасау құралдарының дамытылмауы, ҒЗТКЖ-ні қаржыландыруға жеке капиталдың шектеулі қатысуы салдарынан Қазақстан Республикасы инновациялық қызметтің бірқатар көрсеткіштері бойынша әлемдік үрдістерде артта.

Көрсетілген үш бағыт өзара бір-бірімен ұштастырылған жағдайда ғана ауыл шаруашылығын инновациялық дамыту мәселесі өз шешімін табады. Заманауи әлемде ғылым мен техника жетістіктерін ендіру арқылы ауылшаруашылығы өндірісін барынша жаңғыртуға, бұл саланы көтеруге және әлемдік нарықта өнімдердің бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етуге болады. Қазақстанның ауыл шаруашылығында инновациялық технологияларды кеңінен пайдалану саланың тиімділігін арттыруға үлкен мүмкіндіктер ашады. Олеңбек өнімділігін айтарлықтай өсіріп, өндірістің тиімділігін ұлғайтуға, табыстылықты арттыруға және салынған капиталдың өтімділік мерзімін қысқартуға жаңа мүмкіндіктер туғызады. Сонымен қатар, ауыл шаруашылығы кәсіпорындары қызметінің табысты нәтижелері өңірлердің инвестициялық тартымдылығын арттырып, экономиканың басқа салаларынан ауыл шаруашылығына қосымша инвестициялар тарту үшін негіз бола алады. Бағыттары Адам капиталына инвестициялар Білім беру мен іргелі және қолданбалы ғылыми-зерттеу ұйымдарын дамыту, инновациялар бойынша ақпарат банкі, ақпараттық-кеңес беру жүйесін құру Биологиялық ресурстарды дамытуға бағытталатын инвестициялар Топырақ құнарлылығын, ауыл шаруашылығы дақылдарының түсімділігі мен жануарлардың өнімділігін арттыруды қамтамасыз ететін жаңа енгізілімдерді әзірлеу мен игеру Технологияларды әзірлеуге инвестициялар Ресурс-энергия үнемдегіш техника мен ғылымды қажет ететін технологияларды қолдану негізінде ауыл шаруашылығының техника технологиялық әлеуетін жетілдіруді қамтамасыз етеді. Сонымен, тұжырымдай келе мемлекеттің, ғылым мен агроөнер кәсіп өндірісі кәсіпорындарының бірлескен күш-жігерінің нәтижесінде ғана болашақта елдің ауыл шаруашылығы саласының инновациялық белсенділігін жоғарылатуға

болады. Бұл өндірістің тиімділігін арттырып ғана қоймай, оның халықаралық азық-түлік нарығындағы бәсекеге қабілеттілігінде арттыруға мүмкіндік береді[3].

Дереккөздер тізімі

1. Д.А. Калдияров Қазақстан Республикасындағы агроөнеркәсіптік өндірісті инновациялық дамыту // Проблемы агрорынка.– 2016.– №4.– С. 12- 15.

2. Сансызбаева Г.Н., Искендинова С.К. Государственное регулирование сельского хозяйства в современных условиях //Вестник КазНУ (серия экономическая). - 2015.- № 6. - С. 17-20.

3. Сүндетұлы Ж.С., Исмаилова А.С., Нөкешева А.Ж. Қазақстан Республикасы аграрлық секторын дамыту басымдықтары //Проблемы агрорынка. - 2016.- № 2. - С. 16-21.

Аннотация.

Мақала Қазақстанның ауыл шаруашылығының инновациялық даму ерекшеліктері мен мәселелеріне арналған. Заманауи экономиканың сипатты белгісі ұзақ мерзімді болашақта бәсекеге қабілеттілік пен экономикалық өсуді қамтамасыз ететін фактор ретінде инновацияға басымдық беру болып табылады. Мақалада авторлар ауыл шаруашылығына инновация енгізудің төмен деңгейінің себептерін және оны шешудің жолдарын қарастырады.

Аннотация.

Статья посвящена особенностям и проблемам инновационного развития сельского хозяйства Казахстана. Характерной чертой современной экономики является доминирование инноваций в качестве фактора, обеспечивающего конкурентоспособность и экономический рост в долгосрочной перспективе. В статье авторы рассматривают причины низкого уровня внедрения инноваций в сельское хозяйство и пути их решения.

Summary

The article is devoted to the peculiarities and problems of innovative development of agriculture in Kazakhstan. A characteristic feature of the modern economy is the dominance of innovation as a factor that ensures competitiveness and economic growth in the long term. In the article the authors consider the reasons for the low level of introduction of innovations in agriculture and ways of their solution.

Кереева А.Р Есеп және аудит кафедрасының оқытушысы
Абдинова А.М.Есеп және аудит мамандығының студенті
І.Жансүгіров атындағы Жетісу мемлекеттік университеті

ШАҒЫН ЖӘНЕ ОРТА БИЗНЕС КӘСІПОРЫНДАРДАҒЫ БУХГАЛТЕРЛІК ЕСЕПТІ ДАМЫТУ

Алдыменбухгалтерлік есеп жайлы түсінік орнататын болсақ, бухгалтерлік есеп деп ұйымның қаржылық ақпаратын белгілі бір әдістері мен тәсілдері бойынша есептейтін, өлшейтін және оны өндеп, тасымалдайтын ғылым. Ол

кәсіпорынның жұмысын толығымен бақылап, оны басқару үшін бағыт-бағдар беріп, алдағы уақытта істелінетін жұмысын жоспарлап және сонымен қатар ол ұйымның болашақта атқарылатын жұмысына экономикалық талдау жасауға өте қажетті жүйе болып табылады.

Кез келген ұйымда бухгалтерлік есеп жұмысын жүргізу экономикалық мәселелердің негізгі және басты қажеттілігі болып табылады. Бухгалтерлік есеп арқылы өндірілген өнімді есепке алуға, сатып-өткізуге, айырбастауға және одан түскен қаржыны тиімді де ұқыпты етіп бөліп жұмсауға, яғни кәсіпорындағы шаруашылық үдерістердің барлығын басынан соңына дейін есептеуге болады. Ұйымдағы экономикалық және технологиялық үдерістердің, сондай-ақ шаруашылық операцияларының барлығының да есепке алынуы экономикалық талапқа сай бухгалтерлік есептің негізі болып табылады. Жалпы бухгалтерлік есеп кәсіпорында мынадай қызмет атқарады:

- болашақта (алдағы уақытта) пайдалану үшін ұйымда болып жатқан операцияларды тіркеп және оны өңдеп отырады;
- ұйымның қаржылық-ақпараттық мәліметін өңдейді, сондай-ақ оны керек уақытына дейін сақтайды;
- қаржылық-ақпараттық мәліметті пайдаланушыларға уақтылы беріп отырады, ал бұл ақпаратты пайдаланушылар осы деректер арқылы ұйымды басқару барысында түрлі шешім қабылдайды.

Бухгалтерлік есептің негізгі мақсаты – барлық, шағын және орта бизнеспен айналысатын кәсіпорындарда орындалатын операциялардың уақтылы есепке алынып, олардың қазіргі күнгі уақыт талаптарына сай орындалуына, яғни жүзеге асырылуына бақылау жасау [1,526].

Шағын және орта бизнес дегеніміз – бұл экономикалық-құқықтық жауапкершілікке, қаржылық инновациялық қызметке негізделген, өз табысын алу мақсатында әртүрлі өндірістік, қаржылық тәуекелдерге бара отырып, өндірістің барлық факторларын қозғалысқа келіретін және меншік иесінің өндірісті басқару үдерісіне жеке қатысуын таап ететін, шаруашылық субъекті.

Бухгалтерлік есептің басты ерекшелігі, ол тек қана бастапқы және арнайы құжаттарға жазылып тіркелген нақтылы көрсеткіштер негізінде жүргізіледі. Кәсіпорындағы шаруашылық операциялардың тиімділігі мен олардың заңдылығы, шығындардың орынсыз жұмсалынбауы, материалдық құндылықтардың қатаң тәртіппен ұқыпты да тиімді жұмсалынуы бухгалтерлік есеп жұмысын жүргізудің міндеті болып табылады.

Шағын және орта бизнес Қазақстан Республикасы экономикасының дамушы секторының бірі болып табылады. Еліміздің жоспарлы экономикадан нарықтық экономикаға көшуінің өзі қоғам өмірінің барлық салаларына үлкен өзгерістер алып келді. Бүгінгі күні банк саласындағы бухгалтерлік есепті дұрыс ұйымдастыру экономиканы басқаруда басты орын алады.

Шағын бизнес субъектілерін дамыту және есебін дұрыс ұйымдастырудың ғылыми негізіне тереңнен қалам тартқан батыс елдерінің осы салада зерттеулер жүргізген маман-ғалымдардың еңбектері кеңінен қолданылды. Атап айтқанда, Алиев М.К., Айманова Л.Б., Айтжанова Ж.Н., Дүйсембаев К.Ш., Ержанов М.С.,

Ержанов А.К., Жақыпбеков С.Ж., Кеулимжаев К.К., Миржакыпова С.Т., Нармбаева К.Н., Радостовец В.К., Сатмурзаев А.А., Сатубалдин С.С., Сейдахметова Ф.С., Тажибаев С.Д., Тайгашинова К.Т., Тулешова Г.К. сияқты ғалымдардың және көптеген басқа да отандық экономистердің еңбектері кеңінен пайдаланылды.

Бухгалтерлік есеп кез-келген кәсіпорын субъектілерінің шаруашылық қызметін басқару, бақылау, талдау құру үшін қажетті ғылым ретінде қолданылады.

Қазіргі кезеңде Шағын кәсіпорындар саласында бухгалтерлік есепті дамытуды негізгі концептуалдық жағдайдағы тәжірибелік қызметте қолдану және өңдеу өзекті мәселе болып табылады. Сонымен қатар негізгі мәселелердің бірі Шағын кәсіпорындар саласындағы бухгалтерлік есепті халықаралық стандартпен сәйкестендіру немесе халықаралық стандарт негізінде ұйымдастыру. Яғни кез-келген кәсіпорындардың шаруашылық қызметіне байланысты құрылған қаржылық есептілігі, сыртқы пайдаланушылар немесе қызығушылық танытушылар үшін түсінікті болуы керек [2,22б].

Шағын кәсіпорындар үшін қаржылық есептіліктің стандарты мынадай талаптарға сай болуы керек:

Шағын кәсіпорындар үшін қаржылық есептіліктің стандарты жоғарғы сапалы, түсінікті және анық болуы;

Шағын кәсіпорындар үшін қаржылық есептіліктің қолданушыларға негізделуі керек;

ХҚЕС толық жиналымына және концепциясына негізделуі; в) Шағын кәсіпорындар үшін қаржылық есептілікті құру негізділігі;

Шағын кәсіпорындар ірі кәсіпорындарға айналуына байланысты ХҚЕС өтудің оңай жолдарын қарастыру.

Шағын кәсіпорындардың шаруашылық қызметі тәжірибесінде есепті максималды тиімділікпен қолдану үшін бухгалтерлік есептің жалпы принциптерінің пайда болуы және дамуын, оның ішкі есеп жүйесін қарастыру маңызды болып табылады. Ішкі есеп жүйесінде басқару есебінің негізгі объектілерінің бірі болып табылатын шығындар мен шығыстар туралы ақпараттар құралады.

Кәсіпорын шығындарын басқару күрделі процесс болып табылады. Ол өзінің мәні бойынша, болып жатқан өндірістік процестердің барлық жағын қамтығандықтан, кәсіпорынның барлық қызметін басқаруды білдіреді.

Шағын және орта кәсіпорындардың бухгалтерлік есебін тиімді ұйымдастыру және нақтылы ақпарат алу үшін есеп саясатын Қазақстан Республикасының заңнамаларына сәйкес кәсіпорынның басшылығымен дұрыс құрастырылуы қажет. Кәсіпорынның басшылығымен бекітілген есеп саясаты негізінде келесідей қажетті ақпараттар алынады:

1. Тиімді шешім қабылдау үшін пайдаланушылар қажеттілігіне орынды ақпарат;
2. Жасалынған қаражылық есептілік сенімді ақпарат;
3. Кәсіпорынның ақша қаражаттарының қозғалысы және нәтижесі, қаржылық жағдай туралы анық ақпараттар;

4. Жағдайлар мен іс әрекеттер операцияларының экономикалық мазмұнын көрсетеді.

Өкінішке орай елімізде көптеген шағын және орта кәсіпорындарда есеп саясаты қарастырылмаған. Немесе есеп саясаты өңделмей, бейтарап, ойлаусыз, жан-жақты талдалмай жасалады, яғни салық инспекциялары үшін құрастырылады.

Шағын және орта кәсіпорындарды тиімді басқару үшін келесідей іс-әрекеттерді жүзеге асыру қажет:

1. Кәсіпорынның есебін дұрыс ұйымдастыра білу;
2. Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін жоғарылату және басқару жүйесін жетілдіру;

Тұтынушылырмен үнемі тығыз қарым қатынаста болу [3,1476].

Шағын кәсіпорындардың ҚЕҰС-на көшу көптеген мәселелерді шешуге мүмкіндік береді. Ал ХҚЕС-да Қазақстанның нарықтық экономикасына сәйкес Шағын кәсіпорындарға байланысты нақтылы стандарттар қарастырылмаған. Шағын кәсіпорындар ҚЕҰС-на көшуге байланысты қаржылық есептілік пен бухгалтерлік есеп жүргізу туралы заң талаптарын дұрыс қолдану үшін, «Бухгалтерлік есеп пен қаржылық есептілік туралы» ҚР Заңын толық оқып білу қажет. Сонымен қатар ең алдымен ХҚЕС, 1- ҚЕҰС, 2 – ҚЕҰС қандай кәсіпорындарға қатысты екенін анықтап алу керек.

Шағын кәсіпорындарда бухгалтерлік есепті дұрыс жүргізу үшін келесілерді қарастыру қажет:

- Анықтамалық ақпарат – (есепті ұйымдастыру және есеп беруге сәйкес есептілік стандартты таңдау және оны бекітуге осыған байланысты зөгерістерді енгізген күнді анықтау);
- Енгізу (стандарттың себебі және мақсаты);
- Анықтау (терминдерді және берілген стандарттың контексінде ашу);
- Тануға есептелетін альтернативтік қадам (ҚЕҰС-ның барлығында емес және олардың мүмкіндігін болжауды азайту);
- Есеп берудің түсініктемесін ашу (ашудың тізімін кеңейтуді болжау);
- Ауыспалы жағдай (ретроспектикалық шот, барлық кезеңге емес);
- Бірінші қабылданған күн (бірақ ерте қабылдауды рұқсат етеді);
- Қосымша ақпарат (иллюстрациялық мысалдар).

ҚЕҰС ортақ қаржылық есеп беруін және кішігірім баптарын қалыптастырады, яғни тез арада ақпараттарды ашады. Бизнесі жүргізу және шаруашылық операциясының есебі, әртүрлі өмір сияқты, сондықтан да жеке кәсіпорындар ақпараттарды бейнелеу мен қосымша баптарды тез арада туындатады. ҚЕҰС қарастыру белгілі бір уақытта жүргізіледі. Көптеген шағын және орта кәсіпорындар тауар топтарын нарыққа шығарған кезінде, ҚЕҰС, географиялық аудандарда әртүрлі рентабельділік нормада жұмыс істеуге көмектеседі.

ҚЕҰС-на сәйкес есеп беруді даярлау келесідей үлгілерде топтастыруға болады:

1. Есеп беруді құрумен байланысты белгілі бір мерзімді анықтау.
2. ҚЕҰС-на сәйкес есеп беруді құру барысында есеп саясатын анықтау.
3. ҚЕҰС-на өту барысында алғашқы балансты даярлау.

ҚЕҰС-на сәйкес көрсетілетін ақпараттардың құрамын анықтау [4,146].

Шағын және орта бизнесті дамыту қазіргі нарық экономикасындағы ең негізгі және де нарық механизмдегі ерекше орынымен белгілі. Оған себеп, кәсіпкерлік нарық экономикасында аса маңызды экономикалық және әлеуметтік функцияларды қамтиды, оған жататындар: кәсіпкерлікпен шұғылдану экономикада жаңа жұмыс орындарды, жаңа тауарлар мен қызметтерді, қоғамда жаңа орта шаруалардың санын көбейтеді, сонымен қатар қоғамдағы бәсекелестікті арттырады.

Шағын бизнес секторындағы ең негізгі мәселелердің бірі, ол бұл саладағы қаржы-несие ресурстарының жеткіліксіздігі. Оған себеп, шағын кәсіпкерліктің алғашқы капиталы аз және де алғашқы шығындарын жабуға жетпейді. Ал коммерциялық банктер негізінен өз қаражаттарын сауда операцияларын қаржыландыруға несиелерін бөледі. Ал шағын кәсіпкерлікті несиелеуге олардың қызығушылығы шамалы, себебі, бұл саланың кепілдікке қоятын капиталы аз.

Қазіргі таңда Қазақстанда шағын және орта бизнесті қолдауға аса көңіл бөлініп отыр. Себебі, шағын және орта бизнес, ол біздің болашағымыз, Қазақстан өнеркәсібі нашар дамыған мемлекет болғанмен, оның шикізат және еңбекке жарайтын адамдарының мүмкіндігі жоғары. Сонымен қатар мемлекеттің ерекшелігі, оның ауыл шаруашылығының дамығандығы. Ауылдағы жұмыссыздық, еңбекке жарамды адамдардың жұмыссыздықтан қалаларға көшуі ауыл шаруашылығын одан әрі құлдыратады. Біздің ойымызша шағын бизнесті көркейту үшін тек қана салық құралдары жеткіліксіз. Ол үшін ауылдағы шағын бизнес субъектілеріне несие қорларына, қаржылық лизингтерге жол ашу керек және олар ашылып келе жатыр.[5,286].

Дереккөздер тізімі:

1. Нурсейтов Э.О. Бухгалтерский учет в организациях. - Алматы, 2006
2. Алтынбеков М.А. Шағын және орта кәсіпорындарында салық есебін жүргізу тәтібі//Вестник Экономический журнал Аль Пари. – Алматы 2009. – № 4(60).
3. Мельников М.М. Основы бизнеса, налогообложения и учёта: пособие для начинающих предпринимателей. - 2013.
4. Назарова В.Л. Шаруашылық жүргізуші субъектілердегі бухгалтерлік есеп: оқулық. – Алматы: Экономика, 2008.
5. Алтынбеков М.А. Организация бухгалтерского учета на предприятиях малого бизнеса//Actual Problems of Economics. – Украина, Киев, 2012. – №7(133). – С.176–180.

Аннотация

Бұл мақалада шағын және орта бизнес кәсіпорындарында бухгалтерлік есептің дамуы мен ұйымдастырылуы қарастырылған.

Аннотация

В этой статье рассматривается развития и организация бухгалтерского учета на предприятии малого и среднего бизнеса.

Summary

This article examines the development and organization of accounting in the enterprise of small and medium-sized businesses.

Кәрібай Г.Н.
І.Жансүгіров атындағы ЖМУ, «Экономика»
мамандығының 2-курс студенті
Ғылыми жетекші: Биготанов Қ.С.
І.Жансүгіров атындағы ЖМУ, аға оқытушы

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ СЫБАЙЛАС ЖЕМҚОРЛЫҚПЕН КҮРЕСТІ ҰЙЫМДАСТЫРУДЫ ЖЕТІЛДІРУДІҢ КЕЙБІР ЭКОНОМИКАЛЫҚ АСПЕКТІЛЕРІ

Жемқорлық (лат. *corruptio* - сатып алу) — мемлекеттік басқару құрылымдарындағы лауазымды қызметкерлердің өздеріне тапсырылған қызмет мүмкіндіктерін жеке бастарының пайдасы мен мүддесі үшін пайдалану мақсатында жасалған қылмыс. Жемқорлықтың жалпылама белгілері: лауазымды адамның өзінің немесе делдал арқылы пара берушінің немесе оның өкілі болған адамның пайдасына жасаған іс-әрекеті үшін ақша, бағалы қағаздар, өзге де мүлік, мүлік құқығы немесе мүлік сипатындағы пайда түрінде пара алу, туыстық, жерлестік, т.б. жақындықтарына байланысты қызметке ретсіз қабылдау және көтермелеу, сондай-ақ, мемлекеттік және қоғамдық мүліктерді талан-таражға салу. Ол өзінің бас пайдасы үшін ақша талап ету немесе ақша алу. Заманауи құқықтық әдебиетте барынша кеңінен қолданылатын «сыбайлас жемқорлық» ұғымының тарихи тамыры тереңге жайылған. Әлем қандай көне болып саналса, сыбайлас жемқорлық та ежелден келе жатқан қатер болып табылады. Жемқорлық адамзат қоғамымен бірге дамып келе жатқан, елдің әлеуметтік экономикалық және рухани өркендеуіне кедергі келтіретін аса зиянды қоғамдық құбылыс. Бұл құбылыс бірнеше мың жылдар бұрын пайда болған. Мысалы, төрт мың жылдай бұрын египеттік фараондармен бекітілген алым берім үшін жазалау Хаммураби заңдылықтарында қарастырылған. Біріккен Ұлттар Ұйымының Бас Ассамблеясының 34 сессиясының құжаттарында сыбайлас жемқорлық, лауазымдық тұлғалардың, лауазымдық инструкцияларды бұзып немесе бұзбай, кез келген нысандағы марапаттау үшін, марапаттаушы тұлға қызығушылығына өзінің лауазымдық құзырының шеңберінде белгілі бір іс әрекеттерді орындауы немесе орындамауы деген анықтама берілген. Жемқорлық мемлекеттік үкімет органдары өкілдерінің қызметтік құқықтары мен биліктегі құзырлығын жеке немесе топтық мақсатта заңсыз баю үшін материалдық артықшылықтарды алуға пайдалануы. Сыбайлас жемқорлық күрделі әлеуметтік феномен, қоғам мен қоғамдық қатынастардың бұзылуы, сатылудың бір көрінісі. Сыбайлас жемқорлықтың қоғамдық қауіпсіздік, денсаулық сақтау, білім, тұрмыстық-коммуналдық қожалық және осы тектес күнделікті өмірдің тұрақтылығын қамтамасыз ететін салалардағы қауіп ерекше байқалады. Қазақстан егемендігінің алғашқы күндерінен бастап сыбайлас жемқорлық жалпы қылмыстылықпен қатар, республикамыздың мемлекеттік билігіне кері әсерін тигізе бастады.

Сыбайлас жемқорлықтың әлеуметтік ұғымы ретінде келесілерді қамтиды:

– әртүрлі мемлекеттік қызметкерлер мен лауазымдық тұлғалардың сатылуының көптеген фактілерінің болуы;

- бұл фактілерді әлеуметтік мәселе ретінде мойындау;
- сыбайлас жемқорлық іс әрекеттердің кейбір нысандарының криминалдық сипаты;

- сыбайлас жемқорлыққа саясаткерлер, құқық қорғау органдары, заңгерлер, бұқаралық ақпарат құралдары мен тұрғындардың мән беруі;

Сыбайлас жемқорлықтың экономикалық даму жағынан әлемдік қауіпті мәселе ретінде көптеген ғалымдар өз пікірлерін қалдырған. Солардың бірі - Г. С. Гончеренко.

Сыбайлас жемқорлыққа жағымсыз әлеуметтік мәселе ретінде көзқарастарын білдіріп, оның мемлекет пен қоғамның бұзылуына әкелетін қауіпті құбылыс екенін және оның себептерін анықтауға бірнеше ғалымдар үлестерін қосқан болатын. Олар: Қазақстан Республикасының жоғарғы сот судьялары Абилкаиров М. Р., Рахметов С. М., Л.Н. Гумелев атындағы Евразия ұлттық университеті, қылмыстық құқық кафедрасының меңгерушісі Камназаров М.М., Қазақстан Республикасының заңдылық Институтының бас ғылыми қызметкері, Ұлттық ғылым академиясының академигі М. Баймаханов, заңгерлік ғылым докторы, профессор Алауханов Е.О. және өзге ғалымдар мен заңгерлер.

Жемқорлықпен күрес жолында радикалды нәтижелі шаралардың қолданылмауы – қылмыстық, экономикалық және әлеуметтік мәселелердің саяси сипат алып, еліміздің конституциялық құрылымына нұқсан келтіретін ұлттық құлдырау апатына әкеліп соғуы мүмкін. Міне, осыған байланысты Елбасы Н.Назарбаевтың «Қазақстан-2030» даму стратегиясында негізгі 7 басымдықтың бірі ретінде сыбайлас жемқорлықпен кешірімсіз әрі шешімді күресті атап өткен болатын. Осы орайда, ұлт көшбасшысы сыбайлас жемқорлыққа тосқауыл қоюды құқықтық мемлекет құру жолындағы жалпымен құпталған шарт екенін ескертті. Сондай-ақ, ол 2006-2010 жылдарға арналған мемлекеттік сыбайлас жемқорлықпен күрес бағдарламасында жемқорлықтың әлеуметтік-экономиканың дамуына, нарықтық экономиканың құрылуына, инвестицияларды тартуға кері әсерін тигізетінін, демократиялық мемлекеттің қоғамдық және саяси институттарына зиян келтіретінін сөз етіп, ұлттық қауіпсіздік пен қоғамдық тұрақтылыққа қауіп төндіретін келеңсіздіктің алдын алу мақсатында кешенді жалпыұлттық сыбайлас жемқорлықпен күрес бағдарламасын жүзеге асырудың міндеттілігін белгіледі.

Сыбайлас жемқорлыққа тек қана күштік әдіспен тойтару аздық етеді. Нәтижеге мемлекеттік органдардың, саяси партиялар мен қоғамдық бірлестіктердің бірлескен күресі арқылы ғана қол жеткізуге болады. 2009 жылы «Нұр Отан» ХДП-ның Павлодардағы филиалымен келісілген меморандум шеңберінде өңірдегі түзеу мекемелердің қызметін қадағалайтын Қоғамдық Кеңес құрылды. Сонымен қатар, өткен жылы Павлодар облысының ПД, ҰҚКД және Қаржы полициясымен ынтымақтастық жөніндегі меморандумдарға қол қойылды. Аталмыш шаралар аясында құқықбұзушылықтың алдын алу мақсатында дәрістер, семинарлар, кездесулер өткізілді. Негізгі мақсаты – қызметкерлердің сыбайлас жемқорлыққа қарсы таным-түсініктерін қалыптастырып, құқықтық мәдениетке тәрбиелеу және жемқорлықпен күрес мәселесіне әркім жауапкершілікпен қарау керектігін насихаттау болып табылды.

Қазақстанда сыбайлас жемқорлықпен күрес елдің тұрақты дамуының негізгі басымдығы ретінде 1998 жылы «Сыбайлас жемқорлықпен күрес туралы» заңдылықтың қабылданған уақытынан бастап үзіліссіз жүргізіліп келеді. Аталған заңдылық пен кезекті бағдарламаларды қабылдап, іске асырудың нәтижелі қорытындылары жалпы қоғамның, тұрғындардың, жергілікті және мемлекеттік билік өкілдері мен лауазымдық тұлғалардың, қоғамдық ұйымдардың, азаматтардың аталған мәселеге деген саналы көзқарастарын қалыптастырудың алғы шартын жасады.

Сонымен қатар, Қазақстандағы 2014 жылы қабылданған 2015-2025 жылдарға арналған сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс қимыл бағдарламасы сыбайлас жемқорлықпен күресті жетілдіруде маңызды рөл атқарды. Бұл бағдарламада сыбайлас жемқорлыққа қарсы тиімді бірыңғай мемлекеттік саясат жүргізу, сыбайлас жемқорлық деңгейін төмендету, қоғамның мемлекет пен оның институттарына деген сенімін нығайту, сыбайлас жемқорлықпен күрес мәселелері бойынша халықаралық ынтамақтастықты тереңдету мақсаттары қойылған болатын. Аталған мақсатқа қол жеткізу үшін мемлекеттік қызметті жетілдіру, мемлекеттік органдардың экономикаға, мемлекеттік экономикалық саясат тетіктерінің барынша ашық болуына қол жеткізу, сыбайлас жемқорлықтың көзі «көлеңкелі экономикаға» қарсы іс қимыл әрекеті жөнінде батыл шаралар қолдануды қамтамасыз ету, құқық қорғау органдары мен сот жүйесін нығайту, сыбайлас жемқорлықпен күресте халықаралық ұйымдармен әлеуметтік серіктестікті күшейту міндеттерін шешумен іске асырылады.

Қазақстанның 2015-2025 жылдарға арналған сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс қимыл бағдарламасында көрсетілген жүйелілік, айқындық, ашықтық, мемлекеттің қоғамға есептілігі, мемлекет пен қоғамның тең әлеуметтік серіктестігі, партия мен қоғамның серіктестігі қағидаларының қатарына әділеттілік қағидасын қосу аса маңызды болып табылады.

Әлемнің бәсекеге қабілетті 30 елінің қатарына қосылуға Қазақстанның толық мүмкіндігі бар деп есептеймін. Оның басты бағыттарының бірі лауазымдық қызметі, атақ дәрежесі, шен шекпеніне қарамастан Қазақстанның барлық азаматтары, сыбайлас жемқорлыққа нөлдік төзімділікпен қарап, саналы түрде барлық күш жігерді отандық өндірістің, ауыл шаруашылығының дамуына жұмсап, өркениетті елдердің қатарына қосылуға батыл қадам жасауы болуы тиіс.

Сыбайлас жемқорлықпен күресу оңай жұмыс болып саналмайды. Ол өте қауіпті, бұрмалаң жұмыс. Аталған қиындықтарына қарамастан сыбайлас жемқорлықпен күрес жүргізу бүкіл халықтық іс. Жемқорлық орын алмау үшін заң мықты бақылап отыру керек. Тек «әлеуметтік жағымсыз құбылысты» жоюға жоғарғы билік қана емес, қоғам да бел шеш кірісу керек. Мемлекет тарапынан атқарылатын игі істермен жемқорлықтың тамырын балталау мүмкін емес. Сондықтан, бұл тұста азаматтық қоғамның белсенділігі ауадай қажет. Оны жоюдың қиын екенін ескере отырып, оны белгілі бір шеңберде реттеу экономикалық тиімділікті жоғарылататын маңызды функция болып табылады.

Дереккөздер тізімі:

1. “Қазақстан”: Ұлттық энциклопедия/Бас редактор Ә. Нысанбаев – Алматы “Қазақ энциклопедиясы” Бас редакциясы, 1998 ISBN 5-89800-123-9
2. Андрианов В.Д. Коррупция как глобальная проблема: история и современность, Москва, 2011.
3. Абилкаиров М.Р., Камназаров М.М., Рахметов С.М. Коррупция как социально негативное явление.
4. 2015-2025 жылдарға арналған сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс қимыл бағдарламасы, 2014.

Аннотация

Сыбайлас жемқорлық қазіргі таңдағы өзекті мәселе болып табылады. Оны алдын алу шараларын ең алдымен біз өзімізден бастауымыз керек. Қоғамымызда бүгінгі таңда мемлекеттік органдар мен мекемелерді санамағанда оқу орындарының өзінде жемқорлық фактілері көптеп кездесіп жатыр. Барлық мекемелерде «Біз жемқорлыққа қарсымыз» деген акция өткізіп, халыққа пара беру немесе пара алу жағдайында бірден арнайы мемлекеттік органдарға хабарласуды талап ету қажет.

Аннотация

Сегодня коррупция - ключевой вопрос. Прежде всего, мы должны принять меры для его предотвращения. Сегодня в нашем обществе есть много случаев коррупции в учебных заведениях, за исключением государственных учреждений и учреждений. Во всех учреждениях нам необходимо провести мероприятие под названием «Мы против коррупции» и потребовать немедленного контакта со специальными правительственными учреждениями в случае взяточничества или взяточничества.

Summary

Today, corruption is a key issue. First of all, we must take measures to prevent it. Today in our society there are many cases of corruption in educational institutions, with the exception of state institutions. In all institutions, we need to hold an event called "We are against corruption" and demand immediate contact with special government agencies in the case of bribery or bribery.

Кожекенова Айжан Максутхановна
АО «Университет Нархоз» докторант PhD

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РОЛИ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

Иностранная инвестиция – «вклад, который принадлежит инвестору или контролируется инвестором непосредственно или опосредованно, осуществленный в объект предпринимательской деятельности на территории страны-реципиента в соответствии с законодательством, в том числе движимое и недвижимое имущество, акции, вклады и другие формы участия в капитале коммерческих организаций, право требования по денежным средствам, вложенным для создания экономических ценностей, или по договорам, имеющим

экономическую ценность и связанным с капиталовложениями, исключительные права на объекты интеллектуальной собственности (авторские права, патенты, промышленные образцы, модели, товарные знаки или знаки обслуживания, технологию, информацию, имеющую коммерческую ценность, и ноу-хау), права на осуществление предпринимательской деятельности, предоставляемые на основе закона или договора» [1].

Объектами такой инвестиционной деятельности являются:

- недвижимое и движимое имущество (здания, сооружения, оборудование и другие материальные ценности) и соответствующие имущественные права;
- вновь создаваемые и модернизируемые основные фонды и оборотные средства во всех отраслях;
- ценные бумаги;
- права на интеллектуальные ценности;
- научно-техническая продукция;
- целевые денежные вклады[2].

Основными формами иностранных инвестиций являются:

- создание предприятий, полностью принадлежащих иностранным инвесторам;
- долевое участие в капитале предприятий, создаваемых совместно с юридическими лицами либо гражданами страны-реципиента;
- приобретение предприятий, имущественных комплексов, зданий, сооружений;
- приобретение иных имущественных прав;
- приобретение облигаций, акций, паев и иных ценных бумаг;
- инвестиции в форме государственных займов;
- приобретение прав пользования землей и иными природными ресурсами[3].

Иностранные инвестиции разделяют на портфельные, прямые и прочие

Главное отличие портфельных инвестиций - они не дают права вкладчикам участвовать в управлении предприятием.

Под портфельными инвестициями понимается покупка нерезидентами акций, облигаций, паев, векселей, государственных ценных бумаг (краткосрочных и долгосрочных) и других долговых ценных бумаг, составляющих менее 10 % акционерного капитала предприятия. Портфельные иностранные инвестиции – приобретение прав на будущий доход посредством вложения капитала в акции иностранных предприятий без приобретения пакета акций, облигации и другие ценные бумаги иностранных государств, МФО, а также еврооблигации. К портфельным инвестициям относят также венчурные капиталовложения в пилотные проекты с высокой степенью риска. Такие вложения осуществляются с целью получения повышенного дохода на капитал за счет налоговых льгот, изменения валютных курсов, биржевых котировок[4].

Выделение в отдельную категорию «прочих» иностранных инвестиций связано с тем, что граница между прямыми и портфельными инвестициями весьма условна в силу следующих причин:

- инвестиции, относимые в одних странах к прямым, в других классифицируются как портфельные.
- часто осуществление портфельных инвестиций связано с передачей иностранному предприятию управленческого опыта, участия в работе совета

директоров, что ставит данное предприятие в зависимость от компании инвестора.

- в ряде случаев портфельные инвесторы реально контролируют иностранные предприятия в силу значительной распыленности акций между инвесторами, а также при дополнительных договорных обязательствах (лицензионные и франчайзинговые соглашения и др.), ограничивающих оперативную самостоятельность [5].

Главный критерий выделения прямых иностранных инвестиций в отдельную группу – они должны быть достаточно крупными для того, чтобы позволить инвестору установить эффективный контроль за управлением предприятием и создать у него долговременную заинтересованность в успешном функционировании и развитии этого предприятия [6].

Прямые иностранные инвестиции - капитал менее мобильный, чем портфельные инвестиции, которые весьма быстро реагируют на изменения конъюнктуры, могут в короткие сроки заполнить фондовый рынок страны с целью скупки акций перспективных компаний, а при ухудшении положения - также быстро его покинуть [7].

ОЭСР считает неотъемлемым признаком ПИИ владение не менее, чем 10% акционерного капитала или 10% голосующих акций, которые обеспечивают инвестору долгосрочный интерес, позволяющий устанавливать долгосрочные отношения между прямым инвестором и предприятием, и значительную степень влияния на управление предприятием [8].

К ПИИ относят: инвестирование собственного капитала – капитала филиалов и долей акций в ассоциированных и дочерних компаниях; реинвестирование прибыли – не распределенная как дивиденды и не переводимая напрямую инвестору его доля в прибылях компании с иностранными инвестициями; внутрикорпорационные, представленные в форме займов и кредитов, переводы капитала между прямым инвестором и дочерними или ассоциированными компаниями и филиалами [9].

В экономически развитых странах трактовка ПИИ в национальном законодательстве различается. Так, во Франции и в Италии к компаниям, получившим ПИИ, относят и те, где иностранному инвестору принадлежит менее 10% обычных акций – при условии, что инвестор имеет возможность контролировать её деятельность; в противном случае его инвестиции не относят к категории ПИИ. В Великобритании и Германии установлен порог в 20%, уставного капитала; капитальные трансакции менее 20% рассматриваются в качестве портфельных вложений. В Японии в состав ПИИ не входит реинвестированная прибыль; главным признаком ПИИ принято считать возникновение между предприятиями долговременных деловых связей, а также появление у инвестора возможности оказания непосредственного влияния на решения, принимаемые тем предприятием, в которое он вкладывал средства [10].

Согласно критериям, принятым в МВФ, ОЭСР и в системе национальных счетов ООН, ПИИ – это:

-инвестирование «с нуля» - создание за границей полностью нового предприятия (включая расширение производственных мощностей, полностью принадлежащих иностранному инвестору);

-реинвестирование прибыли - доля прямого инвестора в доходах предприятия с иностранными инвестициями, не распределенная в качестве дивидендов и не переведенная прямому инвестору;

-внутрикорпоративные займы - между прямым инвестором (материнской компанией), с одной стороны, и дочерними, ассоциированными компаниями и филиалами, - с другой;

-покупку долей акций зарубежного предприятия - в зависимости от страны сделка учитывается как ПИИ, если покупаемый пакет акций более 10-20% уставного капитала зарубежной компании [11].

Наиболее распространёнными являются четыре основные формы привлечения ПИИ:

-совместные предприятия (сочетание национального и иностранного капитала в уставном фонде предприятия);

-иностранные предприятия (капитал в уставном фонде целиком и полностью принадлежит иностранному инвестору);

-свободные экономические зоны, предлагающие многочисленные льготы и преференции инвесторам (главным образом, налоговые);

-сделки, сопряженные с разделом выпускаемой продукции предприятия [12].

К положительным эффектам ПИИ для стран-реципиентов можно отнести и видимое увеличение денежных и технологических потоков. При этом получаемые новые зарубежные механизмы управления, технологии и знания, как правило, превосходят по качеству ранее использовавшиеся местными фирмами, что открывает для последних возможность модернизации производства. Характер рецепции может быть либо прямым: от одной фирмы к другой, либо косвенным – посредством рынка труда. При этом участие ПИИ может сокращать технологический разрыв. Приобретение полуфабрикатов у местных поставщиков иностранной фирмой может привести к модернизации, увеличению объемов выпуска, росту производительности в национальной промышленности. При поставке иностранной фирмой новых или более качественных изделий участие ПИИ обеспечивает выгоды как самим производителям, так и национальным потребителям. В этом случае имеет место выгода обеих стран.

Список источников:

1. Данельян А.А. Международно-правовой режим иностранных инвестиций: Дис... д.юр.н. – М.: ДА МИД РФ, 2016. – 367 с. с 14
2. Международные экономические отношения: учебник / под ред. Проф. В.Е. Рыбалкина. М.: ЮНИТИ, 2014. 647 с
3. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебник / под ред. проф. А.С. Булатова, проф. Н.Н. Ливенцева. М.: Магистр: ИНФРА-М, 2012. 654 с.
4. Зубченко Л.А. Иностранные инвестиции: учеб. пособие. М: Книгодел, 2012. 184 с.

5. Колмыкова Т.С., Харченко Е.В. Проблемы привлечения иностранных инвестиций // Научные труды ДонНТУ. 2014. №1 (46)
6. Костюнина Г.М. Иностранные инвестиции (вопросы теории и практики зарубежных стран): учеб.пособие. М.: ИНФРА-М, 2014. 304 с.
7. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебник / под ред. Проф. А.С. Булатова, проф. Н.Н. Ливенцева. М.: Магистр: ИНФРА-М, 2012. 654 с.
8. OECD (Organisation for Economic Cooperation and Development) //Benchmark Definition of Foreign Direct Investment. - 3rd Edition. - Paris, 1996.
9. OECD Public Governance Reviews. – Paris: OECD. – 2015. – 95 p. с.25
10. Hamaguchi D. Institutional investment and asset management communities / 4th Japan Institutional Investment Forum. – Tokyo: Haymarket Financial Media. – 2015. – 128 p. p.95
11. Organization for International Investment. Analytical report - 2010 -2014. – Washington: OFII. – 2015. – 109 p. с.27
12. Хмелев И.Б. Мировая экономика, 2009 п.4.3. Прямые иностранные инвестиции <http://knigi-uchebniki.com/ekonomika-mirovaya/pryamyie-inostrannyye-investitsii.html>

Аннотация

В статье рассмотрены сущность, формы иностранных инвестиции. Инвестиции являются важнейшей экономической категорией и играют исключительно важную роль, как на макро-, так и на микроуровне, и в первую очередь для простого и расширенного воспроизводства основных фондов, структурных преобразований, получения максимальной прибыли и на этой основе решения многих социальных проблем.

Summary

The article deals with the essence, forms of foreign investment. Investments are the most important economic category and play an exceptionally important role both at the macro and micro levels, and first of all for simple and expanded reproduction of fixed assets, structural transformations, maximizing profits, and on this basis the solutions of many social problems.

Аннотация

Мақала шетелдік инвестициялардың мәні мен нысандарын қарастырады. Инвестициялар маңызды экономикалық санат болып табылады және макро- және микро деңгейлерде өте маңызды рөл атқарады. ең алдымен негізгі құралдардың қарапайым және кеңейтілген көбеюі, құрылымдық өзгерістер, ең көп пайда алу және осы негізде көптеген әлеуметтік мәселелерді шешу.

Қонысбаева Г.Б.
I.Жансүгіров атындағы ЖМУ,аға оқытушы,
Нургалиева М ЕК311 топ студенті
Талдықорған қ-сы

КӘСІПОРЫННЫҢ ҚАРЖЫЛЫҚ ЖАҒДАЙЫН ТАЛДАУ ЖӘНЕ БАНКРОТТЫҚ БОЛЖАМДАРДЫҢ ТЕОРИЯЛЫҚ АСПЕКТІЛЕРІ

Бүгінгі біздің елдің басындағы өтпелі кезеңді кейбіреулер капиталдың алғашқы қорлану процесімен теңдестіреді. Бірақ бұл процестер бір-бірімен толық үйлеспейді. Бүгінгі Қазақстандирективтік баға белгіленуіне және ресурстардың орталықтан бөлінуіне негізделген әміршіл-әкімшіл жүйеден, реттеудің нарықтық әдістеріне көшу кезеңінде отыр. Міне осы жағдай,капиталдың алғашқы қорлану процесінен, дәстүрлі ұғым бойынша, негізгі айырмашылықты белгілейді [2] .

Шетелдік ғалымдардың ішінде «кәсіпкерлік» терминінің мәні мен мазмұнын кешенді зерттеуге А.Маршалл, И.Шумпетер, және т.б. батыстық ғалымдар өз еңбектерін арнады. Олар экономикалық теориядағы әр түрлі ғылыми көзқарастарға баға бере отырып, кәсіпкерлік пен оның қызметі туралы тұжырымдамалар жасады. Кәсіпкерліктің теориялық мәселелерінің одан кейінгі зерттелуін П.Друкер еңбегінен көруге болады. Ол «кәсіпкер» тұжырымдамасына толықтырулар енгізіп, кәсіпкерлік қызметке терең талдау жасап, кәсіпкерлік саласындағы басқарушылық қызмет аспектісін дамытты.

«Кәсіпкер» және «кәсіпкерлік» терминдерінің экономикалық мазмұнының тарихи қалыптасуын зерттеуге ТМД елдерінің В.Автономов, В.М.Воробьев, Л.Колесникова, С.К.Никитина және т.б. еңбектері үлес қосты. Аталған ғалымдардың зерттеулерінде ресейлік кәсіпкерліктің даму тәжірибесінің негізіндегі тұжырымдары ұсынылған.[1] .

Қазақстан зерттеушілері кәсіпкерліктің экономикалық ой тұрғысынан отандық нұсқасын жасауға ұмтылыс білдірді. Олардың ішінде О.Ж.Әлиев, Р.Т.Дуламбаева, Б.А.Жакупова және т.б. ғалымдардың еңбектерін атауға болады. «Кәсіпкер» термині туралы ежелгі заманнан қазіргі уақытқа дейінгі теориялар мен тұжырымдамалардың генезисіне О.Ж.Әлиев зерттеу жүргізіп, кәсіпкерліктің адамзат тарихында орын алған жеті кезеңін бөліп көрсетті.

Жалпы, кәсіпкерлік мәселесі бойынша экономикалық ойларды талқылай отырып, мынадай қорытынды шығаруға болады: экономикалық теорияда өндіріс және кәсіпкерлік процесінің басты ресурсы және факторы болып табылатын, кәсіпкерлік қызмет субъектісінің болмысын көрсететін, нақты «кәсіпкер» терминінің экономикалық категория ретінде жалпы қабылданған анықтамасы жоқ; экономика ғылымында кәсіпкерлік теориясын құрастыруға және кәсіпкерліктің экономикалық болмысын анықтауға мүмкіндік беретін фундаменттік негіз қаланған. Бірақ, оны жетілдіру үшін, кәсіпкерлік тәжірибесі туралы жаңа заманғы және жергілікті тәжірибиелерді де ескеру керек [3].

Қаржылық есептіліктің негізгі және басты міндетінің, атқаратын қызметі мен функциясының бірі - пайдаланушыларға кәсіпорынның мүлкі және қаржылық жағдайы туралы ақпараттық мәліметтерді дер кезінде, яғни уақтылы жеткізіп

беріп отыру керектігінде. Осындай ақпараттық мәліметтің негізгі қайнар көзі - бухгалтерлік баланс табылады болып.

Баланс – белгілі бір уақыт кезеңінде субъект активтерінің, міндеттемелерінің және капиталының өзара байланысын білдіретін қаржылық есеп. [4].

Бухгалтерлік баланс субъектілердің белгілі бір күнгі жағдай бойынша активтерінің, міндеттемелері мен капиталының жағдайын білдіреді.

Қаржылық есептің қорытындысы - қаржылық есептілік ҰҚЕС, ХҚЕС талаптарына сәйкес 4 нысаннан тұрады.

1 нысан- бухгалтерлік баланс. Бухгалтерлік баланс субъектілердің белгілі бір күнгі жағдай бойынша активтерін, міндеттемелері мен капиталын білдіреді;

2 нысан- пайда мен зияндар туралы есеп. Пайда мен залал туралы есеп субъектінің кезеңдегі кірістері мен шығыстарын көрсетеді;

3 нысан - ақша қаражатының қозғалысы туралы есеп; Ақша қаражатының қозғалысы туралы есеп өзіне ақша құралдарындағы өзгерістер мен осындай өзгерістерді операциялық, инвестициялық және қаржылық қызметтен өзгерістерге бөліп, субъектінің кезеңдегі ақша қаражатының баламалары туралы ақпаратты қамтиды;

4 нысан - капиталдағы өзгерістер туралы есеп. Капиталдағы өзгерістер туралы есеп кезеңдегі пайда немесе залалды, кезеңде капиталдың құрамында танылған кірістер мен шығыстардың баптарын, кезеңдегі есеп саясатындағы қателерді түзету мен өзгерістердің әсері, және есеп форматына байланысты субъект ұстанатын капиталдағы өзгерістер туралы есепті – субъект капиталының иелері жүргізген соманы және оларға кезеңде төленген дивидендтер мен өзге де бөлулердің сомасын қамтиды[5].

Қаржылық талдаудың тәжірибесі келесідей әдістерді бөліп қалыптастырды:

- 1) көлденең талдау;
- 2) тікелей талдау;
- 3) трендтік талдау;
- 4) салыстырмалы талдау;
- 5) факторлық талдау;
- 6) қаржылық коэффициенттер әдісі.

Қаржылық есептілік негізінде жасалған банкроттық көрсеткіштердің есептелу ерекшеліктері[3].

Қаржылық талдаудың нәтижесінде алынған талдау негізінде кәсіпорынның экономикасының әлсіз жерлерін анықтап, оларды сипаттау қажет (оның өтімділігін, қаржылық тұрақтылығын, қолданылып жатқан құралдардың нәтижелілігін, активтер бойынша табысын және нарықтық бағасын). Бұл жағдайда кейбір көрсеткіштер критикалық жағдайда, ал кейбіреулері қанағаттанарлық жағдайда болуы мүмкін.

Кәсіпорынның өндіріс капиталының шаруашылық механизмінің балансының бұзылуынан, яғни оның қаржылық және инвестициялық саясатының тиімсіз болуын – банкроттық деп атауға болады.

Көзделген мақсаттарға қол жеткізуде төлем қабілеттілігін қалпына келтіру мүмкін емес кәсіпорындардың экономикалық құнын барынша ұтымды пайдалану

мен үлестіруді және бәсекеге қабілетті және келешекте рентабельді деңгейге шыға алатын өмірге бейімді ұйымдарды қаржылық сауықтыруды қамтамасыз ететін шаруашылық субъектілері банкроттығының тиімді жүйесінің құрылуына маңызды рөл бөлінеді[5].

Банкроттық жайында кредитордың өтінішпен сотқа баруына негіз болып борышкердің төлеу қабілетінің болмауы табылады. Егер борышкер өзінің міндеттемелерін 3 ай ішінде орындай алмаса, оның төлем қабілеті жоқ деп саналады.

Кредитордың борышкерге қойған талаптарының сомасы 150 айлық есепті көрсеткіштерден жоғары болса ғана, банкроттық жайында іс сотпен қаралады [4].

Банкроттықтың пайда болуының негізгі себептері:

1. Шаруашылық жүргізу жағдайын жасаудың объективті себептері:

- экономиканы реформалаудың нормативті және заң шығаратын базаларының, қаржылық, ақша, несие, салық жүйелерінің жетілмегендігі;
 - инфляцияның жоғары деңгейі;
 - фирманың құнды қағаздарының нарықтық құнының төмендеуі;
- бәсекелестің жоғары деңгейі және соның нәтижесінде пайда болған сәйкес келмейтін өндіріс шығындары төмендемей, өнім бағасының төмендеуі

2. Шаруашылық жүргізуге тікелей қатысты субъективті себептер:

- банкроттықты уақытында болжап және келешекте одан сақтана алмау;
- жарнама, өтімділік жүйесінің болмауы, сұранысты дұрыс зерттемегендіктен сату көлемінің төмендеуі;
- өндіріс көлемінің төмендеуі;
- ақталмаған жоғары шығындар;
- өнімнің төменгі рентабельділігі;
- өндіріс циклінің өте көлемді болуы;
- үлкен қарыздар мен өзара төлей алмаулар;
- ескі басқарма басшыларының нарықты құруға бейімделе алмауы, сұранысы жоғары өнімдерді шығаруда іскерлік көрсетпеуі, инвестициялық, бағалық, қаржылық саясаттың тиімдісін таңдай алмауы

Кәсіпорынның банкрот болу мүмкіндігінің тұрғысынан қаржылық жағдайды болжаудың 4 негізгі тәсілі бар:

1. несие беру қабілеттілігі индексінің есебі;
2. формаланған және формаланбаған белгілер жүйесі;
3. төлем қабілеттілігі көрсеткіштерін болжау;
4. қаржылық ағымның құйылуын талдау.

Банкроттық болудың бірінші белгілері – қаржылық есеп беруді ұсынудың кешіктірулері және баланс пен табыс және шығын туралы есеп беру құрылымындағы өзгерістері болып табылады [3].

Кәсіпорынның банкроттану мүмкіндігін бағалау және алдын алу шаралары

Жалпы әлемдік тәжірибеде кәсіпорындардың тұрақтылығын болжау, оның тәуекелділігін анықтау және банкроттығын болжау үшін экономикалық-математикалық модельдер қолданылады.

Олар:

- Альтман моделі;
- Таффлер моделі;

- Бивер немесе екі факторлы моделі;

Неғұрлым дамыған, орнықты және прогрессивті эволюцияланатын жүйелердің бірі ретінде әлемдік қоғамдастық саралайтын кәсіпорындардың қаржылық тұрақтылығының тиімді жұмыс істейтін жүйесін қалыптастыруымыз керек.[5].

1 Қазақстан Республикасының банкроттық туралы қолданыстағы заңнамасы, елдің экономикалық дамуы және бизнес сұранысы үшін қажет жағдайларға сәйкес емес, халықаралық стандарттар мен озық тәжірибенің дамуымен қатар жүрмейді.

2 Зерттеу барысында кәсіпорынның балансының қаншалықты сапалы дәрежеде жасалғандығын бағалай алмадық.

Баланс баптарының дәрежесін қадағалау қиынға соғады. Сондықтан қаржылық есептілік нысандарында өзгерістер енгізу керек.

3 Баланстағы көрсеткіштердің сапалық мәнділігін арттыру үшін шаруашылық субъектілерде, мемлекеттік мекемелердегі қоғамдық сектор үшін Халықаралық қаржылық есептілік стандарттарының талаптарына сәйкес (бұдан әрі – ҚСХҚЕС) талаптары сияқты қаржылық есептіліктің 11 қосымша кестесі бар 5 нысанын «Ескертпелер» нысанын енгізу керек.

4 Баланстың шынай көрініс табуы үшін түгендеу кезінде активтердің құнсыздану моделін қолдануды ұсынамыз. Осының нәтижесінде баланстағы негізгі құралдардың баланстық құнын шынай көруге қол жеткіземіз.

5 Альтман, Таффлер және Бивер немесе екіфакторлы модельдерді қолдана отырып талдау жасадық. 3 модельден шыққан көрсеткіштерді салыстыра отырып, кәсіпорынның банкроттықтығын болжау модельдерінің бір-біріне ұқсас келетіндігін көруге болады. Яғни барлық модельдер кәсіпорынның банкроттық жағдайын сипаттай алады дегенді білдіреді.

6 Кәсіпорынның банкроттықтығын болжау модельдерінің ең тиімдісі Альтман моделі екендігін анықтап, банкроттықты қадағалайтын мемлекеттік мекемелер осы модель бойынша есептеуі қажет деген ұсыныс жасағымыз келеді.

7 Қазіргі кездегі Қазақстан Республикасының банкроттық туралы қолданыстағы заңнамасы, елдің экономикалық дамуы және бизнес сұранысы үшін қажет жағдайларға толық сәйкес емес, халықаралық стандарттар мен озық тәжірибенің критерилері толық ескерілмейді.

Дереккөздер тізімі

1. Крымова В., Экономикалық теория .Алматы: 2003 ж. 256 б
2. Дүйсенбаев К.Ш., Төлегенов Э.Т., Жұмағалиева Ж.Г. Кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдау/Оқу құралы. – Алматы: Экономика. 2006ж. 103б
3. Назарова В.П., Шаруашылық жүргізуші субъектілердегі бухгалтерлік есеп. Алматы: Экономика, 2009ж. 58б
4. Шарипов А.Қ., Адамов А.А., Қаржылық есептілік:құрастырылуы, бағалануы және аудиті.-Алматы: Экономика,2012 ж. - 384 б.
5. Шарипов А.Қ., Адамов А.А., ҚСХҚЕС бойынша мемлекеттік мекемелердің қаржылық есебі мен есептілігі.Талдықорған, 2012 ж 320б.

Аннотация

Нарықтық қатынастары жағдайында кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдаудың маңызы өте зор. Кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдаудың ақпараттық негізі қаржылық есеп беру болып табылады. Кәсіпорынның қаржы жағдайы осы кәсіпорынның белгілі бір кезеңдегі қаржылық тұрақтылығын және оның шашаруашылық қызметін үздіксіз жүргізуі мен өзінің қарыз міндеттемелерін уақтылы өтеуі үшін қаржы ресурстарымен қамтамасыз етілуін көрсетеді.

Аннотация

В нынешних экономических условиях деятельность каждого хозяйствующего субъекта является предметом внимания широкого круга участников рынка, заинтересованных в результатах его функционирования. Финансовая отчетность становится практически естественным, систематизированным источником финансовой информации о деятельности хозяйствующего субъекта. Результаты анализа финансового состояния предприятия помогают определить финансовую стабильность, оценить предпринимательскую активность, эффективность предпринимательской деятельности и правильно распределить финансовые ресурсы предприятия, поскольку от этого зависят все его будущие действия.

Summary

In the current economic conditions, the activity of each economic entity is the subject of attention of a wide range of market participants interested in the results of its functioning. Financial statements become practically a natural, systematized source of financial information on the activities of an economic entity. The results of the analysis of the financial condition of the enterprise help determine the financial stability, assess business activity, the effectiveness of entrepreneurial activity and correctly allocate the financial resources of the enterprise, since all its future activities depend on this.

Королева А.А.
КарГТУ, ст. преподаватель

МАРКЕТИНГОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ «УМНЫХ ГОРОДОВ» В КАЗАХСТАНЕ

В Послании Президента народу Казахстана 2018г. Н.А. Назарбаев отметил, что «Умные города» станут локомотивами регионального развития, распространения инноваций и повышения качества жизни на всей территории страны. Современные технологии дают эффективные решения проблем быстрорастущего города. Нужно комплексно внедрять управление городской средой на основе концепции «Смарт Сити» и развития компетенций людей, переселяющихся в город. В мире пришли к пониманию, что именно города конкурируют за инвесторов. Они выбирают не страну, а город, в котором комфортно жить и работать. Поэтому на основе опыта Астаны необходимо

сформировать «эталонный» стандарт «Смарт Сити» и начать распространение лучших практик и обмен опытом между городами Казахстана [1].

Известно, что концепция SmartCity внедряется в 5 крупнейших городах Казахстана: SmartAstana, SmartKaraganda, SmartOntystuk, SmartAlmaty, SmartAktobe. Концепция SmartCity разработана в целях повышения эффективности работы всех городских служб. В центре миссии SmartCity - человек и его потребности. Ключевые характеристики умного города — комфорт, безопасность, эффективность и экологичность.

Главными исполнителями этих проектов являются акиматы регионов. Основными приоритетами их работы в части развития «умного города» являются: улучшение качества жизни жителей региона, увеличение доли госуслуг в электронной форме, вхождение регионов Казахстана в международные рейтинги Smartcity, разработка архитектуры местными исполнительными органами, реализация инициативных проектов, согласно концепции Smartcity[2]. К примеру, по поручению Главы Государства разрабатывается «План мероприятий по вхождению г. Астаны в рейтинг 50 «умных городов» мира.

Распределение по пилотным сферам осуществлено следующим образом:

- Астана - безопасность и ЖКХ;
- Алматы – транспорт, умное управление;
- Акмолинская область – экология;
- Актюбинская область - социальная сфера и здравоохранение;
- Алматинская область – транспорт;
- Атырауская и Кызылординская области – «умное» управление;
- Восточно-Казахстанская область - экология и бизнес;
- Жамбылская область – безопасность;
- Западно-Казахстанская область – ЖКХ и здравоохранение;
- Карагандинская область – здравоохранение;
- Кустанайская область – сельское хозяйство;
- Мангистауская и Южно-Казахстанская области – образование;
- Павлодарская область – образование и бизнес;
- Северо-Казахстанская область – ЖКХ.

Известно что, в рамках госпрограммы «Цифровой Казахстан» разработана типовая концепция «умных городов». В ней представлен перечень проектов с использованием таких передовых технологий, как интернет вещей, искусственный интеллект и другие. Документ определяет основополагающие принципы, подходы, цели, приоритеты и задачи реализации технологий SmartCity в концепции «умных» городов. При этом определены следующие приоритетные направления:

- здравоохранение,
- образование,
- социальная сфера,
- ЖКХ,
- транспорт,
- безопасность,

- бизнес,
- строительство,
- экология,
- управление городом.

«Концепция предлагает проведение оценки городов по степени внедрения SmartCity. По итогам будет выведена Карта степени внедрения, представляющая собой таблицу с соответствующей шкалой оценки. Оценка будет присваиваться каждой отрасли на основе соответствия показателям и индикаторам стандартов Казахстана», - отметил министр информации и коммуникаций Д.Абаев. При этом реализация проектов планируется с использованием бенчмаркинга, то есть с ориентацией на лучшие мировые и отечественные практики» [2].

Анализ показателей рейтингов «Умных городов» показал, что в основном выбирают следующие факторы, определяющие смарт-город:

- наличие мобильного интернета 4G,
- большое количество точек доступа к Wi-Fi,
- скорость интернета,
- использование экологически чистых источников энергии,
- условия для ведения бизнеса,
- онлайн-доступ к государственным услугам,
- политическая активность населения и уровень его образования,
- а также уровень жизни людей [3].

Кроме того, учитываются также и то, насколько современной является транспортная инфраструктура в городе. В частности, экспертами с Easypark бралась во внимание

- наличие датчиков движения транспорта,
- автоматизированных парковок (smartparking)
- и мобильных приложений для аренды автомобилей.

К сожалению, очень сложно найти всю вышеперечисленную статистическую информацию по городам Казахстана, поскольку у нас только формируются основные составляющие рейтинга «Умных городов». Нами был проведен анализ сайтов акиматов городов Казахстана, на предмет внедрения разделов «Smart-City», с целью формирования эталонного стандарта «Smart-City» (см. табл. 1).

Таблица 1 Оценка разделов Smart-City на сайтах акиматов Smart-городов Казахстана

Город	Разделы либо публикации	Оценка
Астана	Безопасный город СМАРТ-школа СМАРТ-поликлиника СМАРТ-билеты СМАРТ-оплата СМАРТ-уличное освещение Единая карта жителя	Разделы четко выделены
Алматы	Умный транспорт Умное ЖКХ	Разделы четко выделены

	Безопасный город Умные услуги Здравоохранение Образование	
Шымкент	Через 5 лет Шымкент должен стать удобным, безопасным и дружелюбным по отношению к его жителям городом. Умное управление, умное проживание, умная среда, экономика и мобильность	Разделов Smart City нет, только 1 концепция развития
Караганда	Планируется: -система «Безопасный город»; -система электронного билечивания и электронной диспетчеризации; - в ЖКХ внедрить мониторинг качества коммунальных услуг; -умные системы управления жизнеобеспечением города	Разделов Smart City нет, только 1 публикация
Актобе	Опрос «Активный гражданин»: Выберите парки, скверы и аллеи, оформление которых Вам нравится	Разделов Smart City нет

Из пяти крупнейших городов Казахстана, в которых внедряется концепция «Smart-City», только на сайтах двух городов была информация о Smart-City: Астана и Алматы. Самым образцовым в этом отношении городом, естественно, оказалась столица г.Астана, где наиболее четко можно было найти информацию, соответствующую Smart-городу.

К сожалению, на сайтах других городов была довольно скудная информация, подходящая для Smart-City.

В целом развитию «умных городов» в Казахстане мешает отсутствие единой системы показателей качества городских услуг и связанных с ними показателей «умного города», а также отсутствие нормативно-правовой базы.

При этом исследование выявило ряд проблем - например, отсутствие нормативно-правовой и нормативно-технической базы для создания умных городов, а также отсутствием необходимой для оценки уровня городов статистики.

Для того чтобы добиться конкурентных преимуществ в цифровом пространстве, маркетинг территорий должен выступать в качестве основы для устойчивого социально-экономического роста региона, привлекательности территории для повышения своего имиджа. При этом основные его направления должны реализовываться в информационном пространстве.

Проблемы, с которыми приходится сталкиваться территориальному маркетингу, включают низкую инвестиционную привлекательность территорий, недостаточную конкурентоспособность производителей, отсутствие эффективных связей и четкого механизма взаимодействия между партнерами, нестабильность ситуации на рынке и постепенное снижение покупательной способности населения. В данных обстоятельствах классические маркетинговые практики управления территориальным развитием являются неэффективными, так как современное региональное развитие требует не механического подхода, а более

гибких решений. Такие гибкие решения могут быть получены в рамках цифрового территориального маркетинга.

В контексте развития территорий цифровой маркетинг следует рассматривать как часть маркетинговой стратегии региона, которая включает в себя новые инновационные информационные элементы и инструменты, а также особые условия реализации маркетинговых направлений, которые можно в общем назвать цифровым пространством.

Список источников

1. <http://24.kz/ru/news/social/item/215080-umnye-goroda-povysyat-kachestvo-zhizni-v-kazakhstane-n-nazarbaev>
2. <https://www.kursiv.kz/news/vlast1/sagintaev-rekomenduu-akimam-skacat-prilozenia-smart-sity-v-smartfony-i-proverat-ezednevno-kak-oni-rabotaut/>
3. <https://delo.ua/lifestyle/v-rejtinge-umnyh-gorodov-mira-lidiruet-kopengagen-336267/>

Аннотация

В связи с современными тенденциями развития «умных городов» назрела необходимость разработки показателей оценки умных городов. В статье проводится анализ сайтов акиматов 5 SMART-городов Казахстана на наличие разделов SMART-Сити.

Аннотация

Ақылды қалаларды дамытудың қазіргі заманғы үрдістеріне байланысты, ақылды қалаларды бағалаудың көрсеткіштерін әзірлеу қажет. Мақала SMART-City бөлімшелерінің болуына байланысты Қазақстанның 5 SMART қалаларының веб-сайттарын талдайды.

Summary

In connection with the current trends in the development of smart cities, there is a need to develop indicators for assessing smart cities. The article analyzes the websites of 5 SMART cities in Kazakhstan for the presence of SMART-City sections.

Кренгауз И.Н.

к.э.н., доцент Университета Туран

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА СОЦИУМ

Прочитав определённое количество научных работ, статей и т.д. о проблемах социальных сетей обратила внимание, что большинство авторов занимающихся данной проблемой, поддерживают точку зрения отрицательного влияния на реальную жизнь. «Социальные сети, как и любое масштабное социальное явление, порождает ряд проблем». - Губанов Д. А., Новиков Д. А., Чхартишвили А. Г.[1]. «Увлечение социальной сетью ведет к психологическим последствиям, таким как замкнутость при живом общении».- Петрова Е. П.[2]. «Захват социальными сетями внимания подавляющего большинства подростков ставит проблему влияния виртуального общения на способность полноценно общаться в реальной жизни». - Жуина Д. В., Жуина А. И.[3]. «В основном молодежь используют социальные сети не во благо, сидя почти каждый день по много

часов, у подростков формируется неправильное восприятие мира, появляется агрессии». - Борисов В. В.[4]. Это довольно радует, если большая часть человечества примет данную проблему, полагаю, решение не заставит себя ждать. В тоже время, следует выделить таких авторов, которые одновременно находят социальные сети, как основу современного общества с большим преимуществом плюсов. «Сейчас в социальных сетях активно пропагандируют здоровый образ жизни, духовное развитие личности, возрастает интерес к науке, что является несомненным плюсом». - Петрова Е. П.[5]. «Средства массовой информации как агент социализации». - Белинская Е. П.[6]. С чем я согласна, с одной стороны мы уже привыкли активно использовать социальные сети, которые значительно упрощают нашу жизнь, с другой стороны они явно начинают, занимать большую часть жизни, постепенно вытеснять реальность.

Нельзя назвать зависимость от социальных сетей самой большой проблемой современного общества, болезнью или еще чем-то страшным. Эта проблема психологического характера. Но то, что это плохо отрицать нельзя. Вся наша жизнь становится более зависимой от информационных технологий. Интернет стал неотъемлемой частью нашего общества. Число пользователей виртуальным миром растёт с каждым годом не только в Казахстане, но и во всем мире. С момента создания первой социальной сети Classmates.com в 1995 году в Америке, которая функционирует, по сей день, прошло 22 года. За этот период была создана самая известная в мире социальная сеть Facebook, основанная Марком Цукербергом в 2003 году и не менее популярные сети: ВКонтакте, Одноклассники и Instagram.

«Активными пользователями социальных сетей в Казахстане являются 3,3 миллиона человек, то есть пятая часть населения страны. Самой популярной среди казахстанцев социальной сетью оказалась "ВКонтакте", где зарегистрировано 1,945 миллиона пользователей. В месяц они публикуют порядка 45 миллионов сообщений. Среди пользователей 53,8 процента - мужчины и 46,2 процента - женщины. Большая часть аудитории социальная сеть "ВКонтакте" - люди до 18 лет. Чуть меньше пользователей подпадают под категорию от 18 до 24 лет. Старше 25 лет - менее четверти активных юзеров. Также можно отметить, что в Казахстане набирает популярность Instagram. Сервисом пользуются 1,336 миллиона казахстанцев. Эта социальная сеть наиболее популярна среди женской половины населения - их 71,9 процента. Соответственно, мужчин в Instagram - 28,1 процента. Данных о возрасте нет. Социальной сетью Facebook в Казахстане пользуются 125,8 тысячи человек, большинство из них женщины - 60,3 процента. Примечательно, что здесь практически нет юзеров младше 18 лет - их всего 0,1 процента. Основу аудитории составляют люди от 25 до 34 лет - их 45,4 процента. Также примечательно, что в Facebook около пяти процентов пользователей старше 55 лет. Самой часто используемой социальной сетью среди взрослого поколения можно назвать "Одноклассники". Здесь насчитывается 69,3 тысячи пользователей из Казахстана, подавляющее большинство из них старше 25 лет. Кроме того, каждый пятый человек здесь старше 55 лет. Среди участников этой социальной сети 74 процента - женщины и 26 процентов – мужчины».- Tengrinews.kz.

С появлением множества виртуальных страниц, у человечества появляется череда вопросов. Один из самых часто задаваемых «Влияет ли социальный мир на реальный?». Исходя, от своих возможностей я провела два анкетирования с двадцать седьмого октября по первое ноября, опрошено сто студентов университета Туран с первого по четвертый курс.

Как уже отмечалось ранее, первое анкетирование проведено, с целью определить есть ли интернет зависимые студенты в университете Туран. Результат опроса оказался более положительным нежели отрицательным. Стоит заметить, что наши студенты понимают всю серьезность проблемы как с физической стороны (нарушение зрения, осанки и т. д.) так и моральной (зависимость, раздражимость и многое другое). Еще одно доказательство, что в наш университет учится активная молодежь, которая не нуждается в виртуальности для самореализации.

Второй опрос заключался в том, что бы определить в какой социальной сети молодежь проводят больше всего времени и это Instagram. Данная статистика сильно отличается от статистики на которую я опиралась это может быть связана с тем что анкетирование участвовало только сто человек, и большая часть была девушек.

Вероятнее всего Instagram самая популярная социальная сеть среди студентов, потому что она не нуждается в данных о владельце страницы. В этой социальной сети можно создать любой персонаж с интересами, которыми вы не увлекаетесь и многое другое.

Вероятнее всего Instagram самая популярная социальная сеть среди студентов, потому что она не нуждается в данных о владельце страницы. В этой социальной сети можно создать любой персонаж с интересами, которыми вы не увлекаетесь и многое другое.

Гипотеза о «Желание всегда быть «онлайн»- вредная привычка, которая приводит к зависимости и уходу от действительности». Остается только теорией, потому что в нашем университете нет зависимых от интернета студентов, с которыми можно провести эксперимент.

Мне бы хотелось предложить несколько способы борьбы с данной проблемой на логическом уровне:

- следует чаще встречаться с родственниками, друзьями и просто знакомыми,
- устраивать поездки на природу,
- читать бумажные книги,
- также нужно найти хобби, которые отвлекут внимание от интернета,
- постарайтесь употреблять пищу за столом, а не за просмотром фильма в интернете
- отключите автоматическое оповещение тогда у вас будет меньше соблазна
- и более кардинальный способ удаление аканта.

Выше перечисленные способы помогут, прожить жизнь более интересно, чем просто быть онлайн. Нужно знать, что жизнь проходит в реальном, а не в виртуальном мире. Поэтому социальная сеть должна быть больше развлечением и отдыхом в свободное время, а не важной частью жизни.

Список использованной литературы:

1. Губанов Д. А., Новиков Д. А., Чхартишвили А. Г. «Социальные сети: модели информационного влияния управления и противоборства.»- М.: Изд-во «Физматлит.», 2010г.-С.134
2. Петрова Е. П., «Влияние социальных сетей на развитие детей.»- Магнитогорск: Изд-во «Аэтерна.», 2016 г.-С.53
3. Жуина Д.В., Жуина А.И. Особенности виртуального общения подростков в соцсетях и его влияние на их общение в реальной жизни//Вестник Московского университета, серия Психология, 2017г.,№6.-С.8
4. Борисова В.В., «Влияние социальных сетей на человека.»- Санкт-Петербург: Изд-во «Омега Сайнс.», 2017г.-С.225
5. Петрова Е. П., «Влияние социальных сетей на развитие детей.»-

Лустов Н.С.
КарГТУ, ст.преподаватель

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ И РОСТ ПРИБЫЛИ

В процессе планирования прибыли важно определить, какие факторы приводят к ее росту или снижению.

К факторам роста прибыли относятся:

- объем продаж;
- рост цен;
- снижение себестоимости;
- обновление ассортимента и номенклатуры выпускаемой продукции.

В период высоких темпов инфляции рост прибыли обеспечивался за счет ценового фактора. Замедление инфляционных процессов, насыщение рынка товарами, развитие конкуренции ограничили возможности производителей повышать цены и получать прибыль посредством этого фактора. Увеличение объема продаж также не может происходить бесконечно. Жесткая конкуренция борьба, невысокий уровень платежеспособного покупательского спроса накладывают ограничения на рост объема продаж. На очередь приходит метод снижения затрат.

В практике предпринимательской деятельности применяются различные способы снижения себестоимости. Безусловно, используются такие приемы, как экономия топливно-сырьевых ресурсов, материальных и трудовых затрат, снижение доли амортизационных отчислений в себестоимости, сокращение административных расходов и т.п. Однако следует иметь в виду, что уменьшение себестоимости имеет свой предел, после которого оно невозможно без снижения качества продукции. То же относится и к административным и коммерческим расходам, которые невозможно свести к нулю, поскольку без них предприятие нормально функционировать не сможет, и продукция реализовываться не будет.

В современном рыночном хозяйстве большое внимание уделяется новым методам управления затратами, например управленческому учету. Особенно

эффективен учет по центрам ответственности. Эта форма управления затратами позволяет рационализировать структуру расходов, оперативно реагировать на отклонения от нормальной запланированной величины издержек и передать часть функций по принятию решений на уровень линейных управляющих. Они несут ответственность за утвержденную величину расходов и должны обеспечить выполнение запланированных показателей.

Учет по центрам ответственности базируется на принципе бюджетирования. На основе бюджетирования разрабатываются компьютерно-ориентированные модели финансового планирования прибыли. Алгоритм планирования прибыли основан на поэтапной подготовке исходных данных для финансового планирования. Здесь осуществляется взаимосвязь организационного, производственного и финансового планирования.

Первый этап планирования – организационный. На этом этапе проводятся маркетинговые исследования, изучаются возможности производства и сбыта продукции. Определяющим фактором является наименьшая величина из двух возможных: объем сбыта продукции или производственная мощность. На основе принятого решения о планируемом объеме продаж заключаются договоры поставки и формируется портфель заказов.

Второй этап – производственное планирование. Цель этого этапа – разработка производственной программы. Здесь определяется количество продукции, ее ассортимент, номенклатура, сроки изготовления, комплектация. Разработка производственной программы осуществляется с учетом уже имеющихся запасов готовой продукции на складе, на ответственном хранении и в отгруженных товарах. Одновременно рассчитываются размеры страховых запасов готовой продукции на конец года в целях обеспечения непрерывности отгрузки продукции.

Третий этап связан со вторым и включает в себя планирование издержек производства (производственной себестоимости). Они складываются из прямых материальных и трудовых затрат, а также производственных накладных расходов.

Четвертый этап – планирование прибыли от реализации продукции. Прибыль определяется как разность между планируемой выручкой от продаж и полной себестоимостью продукции. В свою очередь, полная себестоимость складывается из производственной себестоимости, административных и коммерческих расходов. Административные расходы определяются на основе сметы и включают в себя затраты на управление и обеспечение производственного процесса. Коммерческие расходы связаны с процессом реализации продукции. Это затраты на маркировку, упаковку, сертификацию продукции, рекламные, транспортные и другие расходы, связанные с продвижением продукции от продавца к покупателю.

Пятый этап – проектирование прибыли планируемого года. Это финансовый результат от всех видов деятельности предприятия (основной, инвестиционной и финансовой). Совокупный финансовый результат складывается из прибыли от реализации, операционных и внереализационных доходов за минусом операционных и внереализационных расходов. Инвестиционная деятельность

предприятия обусловлена приобретением, строительством и продажей основных средств и других внеоборотных активов. Кроме того, средства могут инвестироваться в другие предприятия, на проведение НИОКР. Такого рода операционные доходы и расходы образуют разницу, которая увеличивает или уменьшает прибыль. Финансовая деятельность приводит к появлению операционных и внереализационных доходов и расходов. Разница между полученными в результате финансовой деятельности доходами и осуществленными расходами также приводит к увеличению или уменьшению прибыли. Планирование доходов и расходов по финансовой деятельности – наиболее субъективная часть финансового планирования. Основой для прогнозов служит изучение фондового рынка, динамики процентов по кредитам, анализ предыдущих периодов и экстраполяция результатов на планируемый период.

Результаты прогнозных расчетов переносятся в проект Отчета о прибылях и убытках. Затем может формироваться прогнозный баланс и, наконец, финансовый план.

К числу факторов роста прибыли относится обновление ассортимента и номенклатуры выпускаемой продукции.

В рыночной экономике прибыль – движущая сила обновления, как производственных фондов, так и выпускаемой продукции. Характерно проявление этой силы в концепции жизненного цикла продукции. Это же положение относится и к технологиям, видам и сферам деятельности. По истечении времени продукция морально устаревает либо не выдерживает конкурентной борьбы, и под давлением снижающейся рентабельности выпуск ее сокращается или прекращается.

Для сохранения уровня прибыли на предприятии важно определить момент начала проектирования и запуска в производство новой продукции. Дело в том, что этап проектирования и освоения продукции занимает определенное время, в течение которого предприятие несет убытки. Затем с момента запуска продукции в производство убытки начинают снижаться и, через некоторое время достигается точка безубыточности. При увеличении объема продаж прибыль растет за счет снижения постоянных расходов. При достижении равновесия спроса и предложения размер прибыли стабилизируется и некоторое время остается на неизменном уровне. Такое положение может сохраняться довольно долго при отсутствии угрозы со стороны конкурентов поддержание уровня продаж достигается путем снижения рентабельности, то есть понижения цены за счет доли прибыли. Эффективность начинает снижаться.

При усилении конкурентной борьбы предприятие не в состоянии далее поддерживать уровень продаж за счет понижения цены, поскольку работа становится неэффективной, убыточной. Для поддержания эффективности предприятию нужно снижать издержки пропорционально снижению цены или же переходить к выпуску другой продукции, спрос на которую еще не исчерпан. Учитывая жизненный цикл продукции (работ, услуг), предприятия должны приступать к освоению нового вида продукции на этапе роста прибыли, чтобы к моменту начала снижения рентабельности старой продукции выпуск новой продукции достиг точки безубыточности. Такая стратегия позволит постоянно

сохранять достигнутый уровень рентабельности и даже, при благоприятной конъюнктуре, повысить его.

Повышение качества продукции, дизайна, технические усовершенствования и другие приемы поддержания спроса на продукцию требуют дополнительных затрат и поэтому также должны применяться задолго до того, как уровень рентабельности начнет снижаться, или по крайней мере сразу же, как только такая тенденция наметится. Более того, на гребне спроса улучшения предлагаемого товара может повлечь за собой и повышение цены на нее и прибыли.

По отношению к технологиям, видам и сферам деятельности обновление приводит к диверсификации производства, снижению производственных издержек, внедрению новых ресурсосберегающих технологий на более высоком научно-техническом уровне.

Аннотация

В статье рассматривается планирование прибыли предприятия, возможности производителей повышать цены и получать дополнительную прибыль. Выявлены этапы подготовки исходных данных для финансового планирования. Показаны факторы роста прибыли приемы поддержания спроса на продукцию.

Аннотация

Мақалада кәсіпорынның пайдасын жоспарлау, өндірушілердің бағаны көтеру және қосымша пайда алу мүмкіндігі қарастырылған. Қаржылық жоспарлау үшін бастапқы деректерді дайындау кезеңдері анықталды. Пайда өсу факторлары және өнімге деген сұранысты сақтау әдістері көрсетілді.

Annotation

The article discusses enterprise profit planning, the ability of producers to raise prices and receive additional profits. The stages of preparing the initial data for financial planning are identified. Factors of profit growth and methods of maintaining demand for products are shown.

Лухманова Г.К.,
заведующий кафедрой «Финансы», к.э.н.,
Жетысуский государственный университет
имени И.Жансугурова, г.Талдыкорган
Жылкыбаева А.К.,
магистрант специальности «6М050900-Финансы»,
Жетысуский государственный университет
имени И.Жансугурова, г.Талдыкорган

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ ВТОРОГО УРОВНЯ: СУЩНОСТЬ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Мировой финансовый кризис показал необходимость допуска на финансовые рынки лишь финансово - устойчивых банков второго уровня [1, с.

67], а следовательно проблема оценки эффективности их деятельности в современных условиях хозяйствования становится особенно актуальной.

В настоящее время в научной литературе встречается множество различных определений категории «эффективность».

Следует отметить, что русскому слову эффективность в английском языке соответствует ряд эквивалентов: effectiveness, efficiency и effectuality. Несмотря на то, что они и считаются синонимами в научной финансово-экономической литературе можно встретить различные трактовки каждого из вышеуказанных английских слов-эквивалентов:

·effectiveness - способность к достижению поставленных целей (независимо от того, какой ценой это было достигнуто);

·efficiency - оптимальное соотношение израсходованных ресурсов и достигнутых результатов (независимо от достижения поставленной цели);

·effectuality - гибриднопонятиеот effectiveness и efficiency [2, с. 148].

Также существует еще один английский термин “performance”, (в переводе на русский язык означающий то же эффективность). Под этим термином понимается общее состояние коммерческой организации, включая финансовые и нефинансовые параметры, характеризующие как достигнутый уровень развития, так и его перспективы в будущем [3, с. 6].

В своей работе Ключев И.В. [1, с. 68] справедливо отмечает, что термин «эффективность» является полисемантическим понятием, т. е. отражающем различные аспекты деятельности:

- результат и затраты;
- результат и цели;
- результат и потребности;
- результат и ценности.

Аналогичной точки зрения о многоаспектности понятия «эффективность» также придерживаются многие другие ученые и в частности, Баширов Р. [4, 5] Указанный автор в своих работах приводит широко распространенную классификацию эффективности деятельности коммерческих банков (рис. 1).



Рисунок 1. Классификация эффективности деятельности коммерческого банка

В настоящее время различают два типа эффективности: техническая эффективность и эффективность распределения. Оба вышеуказанных типа были введены в научный оборот английским ученым-экономистом М. Фарреллом. В 1957 г. он опубликовал статью «Измерение производственной эффективности», где и впервые употребил понятие «операционная эффективность» (operational efficiency).

При этом М. Фаррелл разделил операционную эффективность на две составляющие:

- техническая (производственная) эффективность (technical efficiency);
- эффективность распределения (allocative efficiency).

Из-за неоднозначности трактовки эффективности деятельности банка второго уровня и многоаспектности этого понятия в настоящее время не существует также и единой классификации методов анализа эффективности кредитной организации.

Так, например, Баширов Р. считает, что все существующие методы анализа эффективности банка можно объединить в две группы [4, с. 52]:

- подход, основанный на расчете и последующем анализе финансовых коэффициентов, являющийся традиционным для оценки результатов деятельности банков второго уровня;

- эконометрический подход, применяемый, как правило, в научных работах, но практически не используемый в практике деятельности кредитных организаций.

Оценку эффективности банковской деятельности, как правило, осуществляют, применяя положение, согласно которому эффективность отдельно взятой коммерческой организации (или всей банковской системы в целом) рассчитывается исходя из близости значений показателей деятельности каждого банка (например, издержек, прибыли и т. д.) к заранее определенной границе эффективности [1].

В рамках данного положения Толчин К.В. [6, с. 58] отмечает, что существуют параметрические (Stochastic Frontier Approach (SFA), Distribution-Free Approach (DFA), Thick Frontier Approach (TFA)) и непараметрические методы оценки эффективности деятельности банков второго уровня (Data Envelopment Analysis (DEA), Free Disposal Hull (FDH)).

В соответствии с рассмотренными выше подходами «индекс эффективности» исследуемых кредитных организаций определяется мерой расстояния точки, описывающей операционный процесс определенного банка, от заданной границы эффективности. Банки второго уровня, соответствующие этой границе, являются полностью эффективными, а неэффективность остальных кредитных организаций растет по мере увеличения их расстояния от заданной границы эффективности. При этом указанный индекс может принимать значения из интервала от 0 до 1 (например, коммерческий банк с индексом 0,88 будет эффективнее, чем кредитная организация, имеющая индекс в размере 0,78). Высшим же критерием эффективности банка второго уровня выступает степень близости полученного показателя к определенной ранее границе эффективности. В качестве такой границы, например, могут

выступать финансовые результаты деятельности коммерческого банка - лидера банковского сектора страны. В этом случае показатели лидера принимаются в качестве условной границы, а дистанция, отделяющая другие кредитные организации от этой границы, показывает уровень их эффективности (или неэффективности).

Таким образом, как справедливо отмечает Толчин К.В. [6, с. 59] «данный инструментарий позволяет достаточно точно судить о скрытых резервах определенной кредитной организации, т.е., о том, какие существуют дополнительные возможности повышения эффективности деятельности коммерческого банка в рамках конкретных условий его деятельности».

В настоящее время, в научной литературе [7, с. 138], широко распространенным для исследования банковского сектора экономики страны получает системный подход, базирующийся на анализе финансового состояния, оценке эффективности деятельности коммерческого банка с позиции соответствия достигнутых им результатов с его стратегическими целями и задачами.

Системный подход, в качестве методологической основы исследования развития субъектов хозяйствования, позволяет провести глубокий всесторонний анализ деятельности коммерческого банка с точки зрения их подчиненности стратегии развития банковского бизнеса, интересам руководства, акционеров, инвесторов и других взаимосвязанных групп, а также соответствия полученных результатов (финансовых и нефинансовых) поставленным целям, задачам и потенциалу развития. «...Системность объекта раскрывается преимущественно через связи и их типологию» [8, с. 186]. Лишь связи делают явление целостным, системным и определяют его характер. Принцип системного подхода к оценке эффективности деятельности коммерческого банка заключается в рассмотрении этого объекта как сложной, условно самостоятельной целостной системы в совокупности взаимосвязанных и взаимообусловленных подсистем. При этом между всеми элементами системы присутствуют жестко детерминированные горизонтально-вертикальные взаимосвязи, характеризующие экономическое состояние коммерческого банка и динамику его развития, эффективность принимаемых его руководством управленческих решений, а также место и роль в банковской системе страны. Принцип целостности выражается в оценке эффективности с позиции оценки исходного экономического потенциала коммерческого банка, обеспечивающего формирование итоговых результатов его деятельности и их соответствия определенным стратегическим целям развития.

Многообразие свойств и связей системы являются предпосылкой для разработки методики анализа, которая позволяла бы, с одной стороны, дать интегральную оценку результатам деятельности банка второго уровня с учетом воздействующих на него множества внешних и внутренних факторов, а с другой стороны, способствовала бы формированию экономически обоснованной программы развития по различным направлениям банковской деятельности для достижения стратегических целей. В работе Ключева И.В.

[1, с. 69] раскрывается системная оценка эффективности деятельности коммерческого банка на основе определенного алгоритма. Указанный выше автор отмечает, что системная концепция оценки эффективности деятельности коммерческого банка предполагает представление объекта исследования и совокупности процедур анализа как целостной системы; учет совокупности факторов, влияющих на формирование результатов деятельности коммерческого банка; решение задач анализа с помощью комплексного проектирования системы результатов деятельности банка второго уровня на основе выбранных качественно-количественных целей функционирования самого объекта исследования; многофакторное моделирование системы показателей результатов деятельности коммерческого банка; приоритет оценок достижения стратегических задач и целей, миссии коммерческого банка над общепринятыми показателями оценки результативности. Таким образом, в современных условиях хозяйствования только на основе системного подхода можно дать объективную и всестороннюю оценку эффективности деятельности банка второго уровня.

Список источников:

1. Ключев И.В. Эффективность деятельности коммерческого банка и экономические интересы пользователей информации // Инновационное развитие экономики. -2014. -№ 6.

2. Тавасиев, А. М. Банковское дело : учебник для бакалавров / А. М. Тавасиев. — М. : Издательство Юрайт, 2015. - 647 с.

3. Ахматов Х.А., Дубова С.Е. Методика оценки эффективности деятельности многофилиального банка // Известия высших учебных заведений. Серия: Экономика, финансы и управление производством. -2015. - № 3.

4. Баширов Р. Методы оценки и анализ эффективности деятельности коммерческих банков в регионах // Финансовая жизнь. -2015. -№ 4.

5. Баширов Р. Оценка эффективности деятельности коммерческих банков в регионах // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. -2016. -№ 4.

6. Толчин К.В. Об оценке эффективности деятельности банков // Деньги и кредит. -2017. -№ 7.

7. Савинская Н.А. Банковское дело. М.: Финансы и статистика, 2008. - 509 с.

8. Berger A.N., Hunter W.C., Timme S.G. The Efficiency of Financial Institutions: A Review and Preview of Research Past, Present, and Future // Journal of Banking and Finance. - 2013. - Vol. 17.

Аннотация

В статье сделана попытка уточнить понятие «эффективность» и систематизировать существующие методы для оценки эффективности деятельности банка второго уровня. В ходе исследования было установлено, что ввиду многоаспектности понятия «эффективность» существуют различные

методы подхода к оценке эффективности деятельности банка. Однако, только системный подход в современных условиях хозяйствования позволяет объективно и всесторонне оценить эффективность деятельности коммерческого банка.

Summary

In the article an effort to clarify the concept of efficiency and to arrange the existing methods of evaluation of commercial bank performance has been made. As part of study it has been found that due to multidimensionality of the concept of efficiency there are different approaches towards evaluation of bank performance. However, only the system approach under current conditions of economic management allows to evaluate efficiency of commercial bank performance objectively and thoroughly.

Лухманова Г.К.

э.ғ.к., қауымдас. профессор м.а.,

Қанабекова Т. Қ.

«5B050900-Қаржы» мамандығының 4 курс студенті

І.Жансүгіров атындағы Жетісу мемлекеттік университеті,

Талдықорған қ.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БАНК СЕКТОРЫ ҚЫЗМЕТІ ТАБЫСТЫЛЫҒЫНЫҢ ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЫ

Қазақстанда банктің жеке өнімдер нарығы белсенді дамып келеді. Мұның алғышарттары қанағаттандырылмаған тұтынушы сұранысы, несие мекемелері арасындағы қатаң бәсекелестік күрес, банк қызметін диверсификациялау қыжеттігі болды. Осылайша, Қазақстан банк жүйесі кейбір көрсеткіштер бойынша ТМД елдеріндегі банк жүйелерінің даму деңгейінен алға шығып, өз дамуында айтарлықтай нәтижелерге жетті.

Жалпы Республика бойынша екінші деңгейдегі банк (ЕДБ) секторының құрылымын (кесте 1) көрулеріңізге болады.

Кесте 1- Қазақстан Республикасының банк секторының құрылымы

Көрсеткіштер	2014 ж.	2015 ж.	2016 ж.	2016 ж./ 2014 ж. өзгеріс, %
ЕДБ саны, оның ішінде:	38	35	33	86,8
жарғылық капиталда мемлекеттің 100% қатысуы бар банктер	1	1	1	100
Шетелдік қатысуы бар ЕДБ	16	16	15	96,8
ЕД еншілес банктер	14	13	11	78,6
ЕДБ филиалдарының саны	395	346	349	88,35

Ескерту - [1; 2; 3] негізінде автормен құрастырылған және есетелген.

Егер 2014 жылы екінші деңгейдегі банктердің саны 38 банкпен көрініс тапты, олардың ішіндегі 16 банк шетелдік қатысуымен, оның ішінде 14 еншілес банк. 2016 жылы жалпы банк секторында 33 банк қызмет атқарды. Шетелдік

қатысуымен, оның ішінде 2014 және 2015 жылдарда – 16 болса, 2016 жылы-15 банк болып отыр, екінші деңгейдегі еншілес банктер 2014 жылы -14 банк, 2015 жылы -13 банк, ал 2016 жылы – 11 банкке дейін қысқарған. 2016 жылы екінші деңгейдегі банктердің саны 33, оның ішінде : жарғылық капиталда мемлекеттің 100% қатысуы бар банктер саны - 1, шетелдік қатысуы бар екінші деңгейдегі банктер - 15, екінші деңгейдегі еншілес банктер -11, екінші деңгейдегі банктер филиалдарының саны – 349.

ҚР екінші деңгейдегі банктерінің активтері 2014-2016 жылдар аралығында жыл сайын артып отырған, 2014 жылмен салыстырғанда 2016 жылы бұл көрсеткіш 7022,2 млрд. теңгеге немесе 140,1 % өскен. Ал, кредиттік портфелі , 2014 жылмен салыстырғанда 2016 жылы бұл көрсеткіш 1326,8 млрд. теңгеге немесе 109,4 % артқан.

ҚР екінші деңгейдегі банктерінің активтері 2017 жылғы 1 қаңтарда 2015 жылғы 1 қаңтармен салыстырғанда келесі баптар бойынша ұлғаю үрдісі байқалған: қолма-қол ақша, тазартылған қымбат металлар және корреспонденттік шоттар -149, 4% -ға, басқа банктерде орналастырылған салымдар – 305,6 % -ға, банктік қарыздар және «кері РЕПО» операциялары – 109,4% -ға, өзге активтер -118,2% -ға. Тек, капиталға инвестициялар ғана 38,3% -ға қысқарған. 2014 жылғы желтоқсанда 2016 жылғы желтоқсанмен салыстырғанда ҚР екінші деңгейдегі банктері активтерінің ұлғаюы 7322,2 млрд. теңге немесе 140,1 % -ға болды. ҚР ЕДБ жиынтық міндеттемелері 2015 жылғы 1 қаңтармен салыстырғанда 6843,1 млрд. теңгеге немесе 143,1%-ға ұлғайып, 2017 жылғы 1 қаңтардағы жағдай бойынша 22716,3 млрд. теңгені құрады. 2014-2016 жылдар аралығында екінші деңгейдегі банктердің жиынтық міндеттемелерінің құрылымындағы ең көп үлесті клиенттердің салымдары – 71,5 % пен 76,0% және арнайы мақсаттағы еншілес ұйымдардың салымдары – 7,7% пен 7,8% алады.

Еліміздегі банк секторының экономикадағы алатын орнын төменгі кестеде бейнеленген.

Кесте 2- Банк секторының ҚР экономикасындағы рөлі

Көрсеткіштер	Жылдар			Өзгеруі 2014/2016жж.	
	2014	2015	2016	сомасы	%
ЖІӨ млрд.теңге	38624,4	41308,0	44 354,0	5729,6	114,8
Активтердің ЖІӨ-ге қатынасы, %	47,2%	57,6%	57,6%	-	10,4
Несие портфелінің ЖІӨ-ге қатынасы, %	36,7%	37,7%	35,0	-	-1,7
Клиенттер салымдарының ЖІӨ-ге қатынасы, %	29,4%	37,8%	38,9	-	9,5

Ескерту - [1; 2; 3] негізінде автормен құрастырылған және есептелген.

Егер 2014 жылы ЖІӨ 38624,4 млрд.теңге болып, активтердің ЖІӨ-ге қатынасы - 47,2%, несие портфелінің ЖІӨ-ге қатынасы – 36,7% және клиенттер салымдарының ЖІӨ-ге қатынасы - 29,4% құраса, 2016 жылы тиісінше, ЖІӨ - 44 354,0 млрд.теңге, активтердің ЖІӨ-ге қатынасы - 57,6%, несие портфелінің ЖІӨ-ге қатынасы - 35,0%, клиенттер салымдарының ЖІӨ-ге қатынасы -38,9% болған.

2014-2016 жылдар аралығында келесі көрсеткіштер бойынша өсу үрдісі байқалған: ЖІӨ - 5729,6 млрд.теңгеге немесе 114,8%-ға, активтердің ЖІӨ-ге қатынасы -10,4%-ға, клиенттер салымдарының ЖІӨ-ге қатынасы - 9,5 %-ға. 2014 жылмен салыстырғанда, 2016 жылы банктердің экономикаға кредиттерінің көлемі 9,4%-ға өсіп, 1326,4 млрд. теңгеге жетті. Кредиттердің ЖІӨ-ге қатынасының көрсеткіші 2016 жылы 2014 жылмен салыстырғанда 36,7%-н 35,0%-ға дейін азайды, тиісінше - несие портфелінің ЖІӨ-ге қатынасы -1,7 % төмендеген.

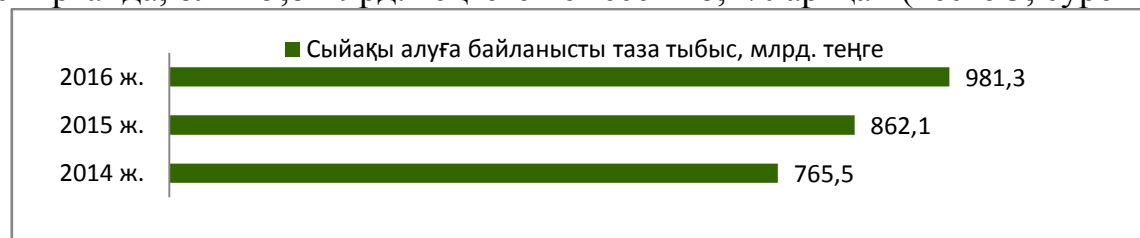
2014-2016 жылдар аралығындағы Қазақстан Республикасы банк секторының табыстылығы төменгі кестеде көрсетілген.

Кесте 3 - ҚР банк секторының табыстылығы, млрд. теңге

ҚР банк секторының кірістері мен шығыстары	2014ж.	2015ж.	2016ж.	Ауытқу, 2016ж./2014ж.
Сыйақы алуға байланысты кірістер	1518,6	1685,8	2165,7	647,1
Сыйақы төлеуге байланысты шығыстар	753,1	823,7	1184,4	431,3
Сыйақыалуғабайланысты таза тыбыс	765,5	862,1	981,3	215,8
Сыйақы алуға байланысты емес кірістер	7965,8	25619,0	41161,5	33195,7
Сыйақы төлеуге байланысты емес шығыстар	8388,3	26165,2	41662,3	33274
Сыйақы алумен байланысты емес таза табыс (шығын)	-422,5	-546,2	-500,8	- 78,3
Табыс салығы төленгенге дейінгі таза табыс (шығын)	343,0	315,9	480,5	137,5
Табыс салығын төлеу жөніндегі шығыстар	57,4	93,3	78,7	21,3
Табыс салығы төленгеннен кейінгі таза пайда (шығын)	285,7	222,6	401,8	116,1

Ескерту - [4; 5; 6] негізінде автормен құрастырылған және есептелген.

Үш жыл аралығында сыйақы алуға байланысты таза тыбыс бойынша өсу тенденциясы байқалады: 2014 жылы -765,5млрд. теңге, 2015 жылы - 862,1млрд. теңге және 2016 жылы - 981,3млрд. теңге. 2016 жылы 2014 жылмен салыстырғанда, ол 215,8 млрд. теңгеге немесе 128,2% артқан (кесте 3, сурет 1).



Сурет 5 -Сыйақы алуға байланысты таза тыбыс динамикасы, млрд. теңге
Ескерту - [4; 5; 6] негізінде автормен құрастырылған.

Осы мерзімде, сыйақы алумен байланысты шығындар, 2014 жылы - 422,5 млрд. теңге, 2015 жылы - 546,2 млрд. теңге және 2016 жылы - 500,8 млрд. теңге болған.2016 жылы 2014 жылмен салыстырғанда, ол 78,3 млрд. теңгеге немесе 118,5% көбейген (кесте 3, сурет 2).

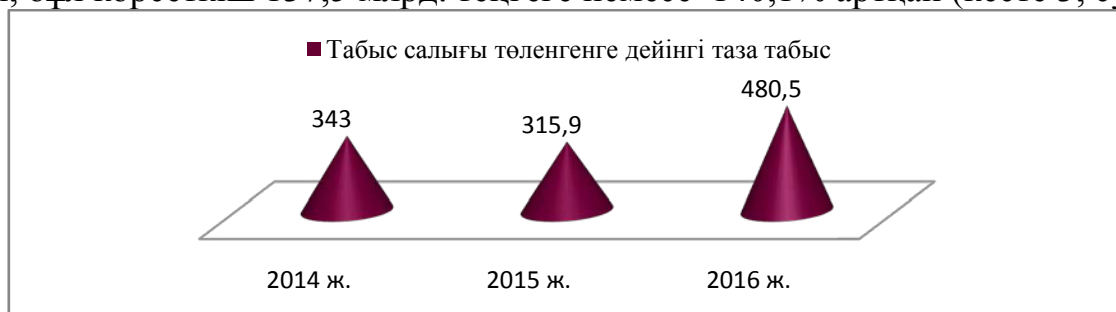


Сурет 2 - Сыйақы алумен байланысты шығындар, млрд. теңге

Ескерту - [4; 5; 6] негізінде автормен құрастырылған.

Осы екі көрсеткіштер айырмасынан табыс салығы төленгенге дейінгі таза табыс немесе шығын құралады. Қазақстан банк секторында, 2014-2015 жылдары, сыйақы алуға байланысты таза табыс сыйақы алумен байланысты шығындардан артқан, сондықтан таза табысқа қол жеткізуде.

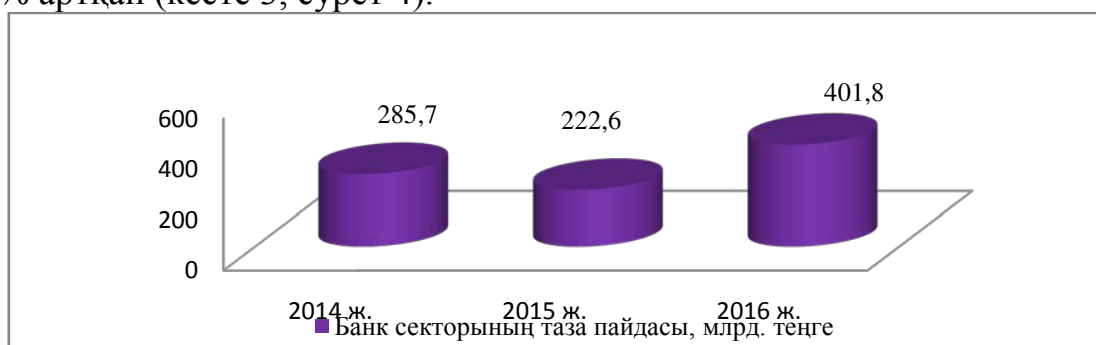
Табыс салығы төленгенге дейінгі таза табыс 2014 жылы - 343,0 млрд. теңге, 2015 жылы - 315,9 млрд. теңге, ал 2016 жылы - 480,5 млрд. теңгені құраған. 2016 жылы, бұл көрсеткіш 137,5 млрд. теңгеге немесе 140,1% артқан (кесте 3, сурет 3).



Сурет 7 - Табыс салығы төленгенге дейінгі таза табыс, млрд. теңге

Ескерту - [4; 5; 6] негізінде автормен құрастырылған.

Банк секторының таза пайдасы 2014 жылы - 285,7 млрд. теңге, 2015 жылы - 222,6 млрд. теңге, ал 2016 жылы - 401,8 млрд. теңге болды. 2014 жылмен салыстырғанда 2016 жылы, бұл көрсеткіш 116,1 млрд. теңгеге немесе 140,6% артқан (кесте 3, сурет 4).



Сурет 9 - Банк секторының таза пайдасы, млрд. теңге

Ескерту - [4; 5; 6] негізінде автормен құрастырылған.

Таза кірістің жиынтық активтерге қатынасы (ROA), 2014 жылы - 1,67%, 2015 жылы - 1,15%, 2016 жылы - 1,64% болды. Таза кірістің баланс бойынша меншікті капиталға қатынасы (ROE), 2014 жылы - 13,43%, 2015 жылы - 9,36%, 2016 жылы - 15,18% болды (кесте 4).

Кесте 4 - ҚР банк секторы табыстылығының көрсеткіштері

Көрсеткіштер	2014 ж.	2015 ж.	2016ж.
Табыс салығы төленгенге дейінгі таза кірістің жиынтық активтерге қатынасы (ROA)	1,67%	1,15%	1,64%
Табыс салығы төленгенге дейінгі таза кірістің баланс бойынша меншікті капиталға қатынасы (ROE)	13,43%	9,36%	15,18%
Сыйақы алуға байланысты кірістердің жиынтық активтерге қатынасы	8,87%	8,72%	8,87%
Кредиттер бойынша сыйақы (мүдде) алуға байланысты кірістердің жиынтық несиелер портфеліне қатынасы	9,39%	10,93%	11,39%
Сыйақы төлеуге байланысты шығыстардың жиынтық міндеттемелерге қатынасы	5,02%	4,86%	5,44%
Таза пайыздық маржа	5,40%	5,45%	4,79%
Таза пайыздық спрэд	2,7%	4,36%	4,07%

Ескерту - [4; 5; 6] негізінде автормен құрастырылған.

Банктер төлем жүйесіне еніп, депозиттердің иелері мен қарыз алушылардың арасында делдал ретінде қызмет атқарады, мемлекеттің ақша - несиелер саясатын жүргізуде агенттік қызметтерді жүзеге асырады. Банк қызметінің негізгі принципі - тәуекелдерді басқару және бағалау болып табылады. Барлық тәуекелдердің ішінде өтімділік пен төлем қабілеттілігін жоғалтып алу қаупіне банктер өте сезімтал болып келеді. Себебі, банктер негізінен сырттан алынған қаражаттармен жұмыс жасайды. Банктер, қаржы делдалдары ретінде, ақша нарығында басым бөлігін қысқа мерзімді ресурстар құрайтын өтімді ресурстарды тартып, оларды өтімділігі төмен және ұзақ мерзімді несиелер мен инвестицияларға орналастырады.

Дереккөздер тізімі:

1. Қазақстан Республикасы Ұлттық Банкінің 2014 жылғы жылдық есебі. - 131 б.- <http://www.nationalbank.kz>
2. Қазақстан Республикасы Ұлттық Банкінің 2015 жылғы жылдық есебі. - Алматы, 2016 жыл. -116 б.- <http://www.nationalbank.kz>
3. Қазақстан Республикасы Ұлттық Банкінің 2016 жылғы жылдық есебі. - Алматы, 2017 жыл. -117 б.- <http://www.nationalbank.kz>
4. Қазақстан Республикасы банк секторының ағымдағы жағдайы. 2015 жылғы 1 қаңтардағы жағдай бойынша. - <http://www.nationalbank.kz>
5. Қазақстан Республикасы банк секторының ағымдағы жағдайы. 2016 жылғы 1 қаңтардағы жағдай бойынша. - <http://www.nationalbank.kz>
6. Қазақстан Республикасы банк секторының ағымдағы жағдайы. 2017 жылғы 1 қаңтардағы жағдай бойынша. - <http://www.nationalbank.kz>

Аннотация.

Бұл мақалада Қазақстан Республикасының банк жүйесінің негізгі көрсеткіштері, сондай-ақ олардың өзгеру динамикасы қарастырылады. Зерттеу барысында Қазақстан Республикасының банк секторытабыстылығының

статистикалық деректері қарастырылды және осы көрсеткіштерге талдау жүргізілді.

Аннотация.

В данной статье рассмотрены основные показатели банковской системы Республики Казахстан, а также динамика их изменения. В ходе исследования были рассмотрены статистические данные показателей доходности банковского сектора Республики Казахстан, а также был проведен анализ этих показателей.

Summary

This article examines the main indicators of the banking system of the Republic of Kazakhstan, as well as the dynamics of their change. In the course of the study, statistical data on the profitability of the banking sector of the Republic of Kazakhstan were reviewed, and an analysis of these indicators was conducted.

Мукашева Г.Ж. магистрант
Кусаинов К.К. профессор, э.ғ.д.
Көкшетау қ., Ш.Уалиханов атындағы
Көкшетау Мемлекеттік Университеті

ӨНДІРІСТІҢ РЕСУРСТЫҚ ПОТЕНЦИАЛЫН ПАЙДАЛАНУ ТИІМДІЛІГІНІҢ МӘНІ МЕН МАҢЫЗДЫЛЫҒЫ ЖӘНЕ ОНЫҢ ТҮРЛЕРІ

Өндірістің ресурстық потенциалын пайдаланудың мәселелерін және тиімділігін арттыру шаруашылық жүргізетін әрбір субъектінің экономикасы үшін үлкен мәнге ие және ол өндірістің экономикалық тиімділігінің артуы бір өнімнің өзіндік құнының төмендеуіне әкеліп, осылайша өнімнің бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етеді деген тұжырыммен түсіндіріледі. Өнімнің бәсекеге қабілеттілігінің өсуі өз кезегінде сатылым көлемінің артуына және осының негізінде кәсіпорын пайдасының ұлғаюына әкеледі.

Өндірістің ресурстық потенциалын пайдалану тиімділігін тұрақтандыру және арттыру әрқашанда экономикалық ғылымының басты міндеттерінің бірі болып табылып келеді. Нарықтық қатынастар жағдайында бұл мәселе жаңа мағынаға ие бола отырып, шешімін күттіртпейтін мәселеге айналды.

Тиімділік латынша «effectus», мағынасы «орындау», «әрекет» түсінігін береді. Алғашында тиімділік түсінігі техника, технологияға қатысты қолданылды. Тиімділік ретінде істелген жұмыс деңгейі мен оны жүзеге асыруға шығындалған энергияның қатынасы немесе кез келген үрдістің әлеуетті және нақты нәтижелерінің қатынасы түсінілді. Уақыт өте келе тиімділік объективті немесе технологиялық ұғым емес, салыстырмалы, бағалаушы категория болып табылатындығы анықталды[1].

Тиімділік – кәсіпорынның қаржылық қызметінің жалпылама көрсеткіші. Шаруашылықты жүргізудің түпкілікті нәтижелерін пайдадан гөрі неғұрлым толық сипаттайды, өйткені оның шамасы нәтижеліліктің қолда бар және пайдаланылған ресурстармен арақатынасын көрсетеді. Тиімділік көрсеткіштері кәсіпорынның қаржылық қызметін бағалау үшін және инвестициялық саясат пен баға белгілеу үшін қолданылады. Тиімділік көрсеткіштерінің түрлері: өндіріс пен

инвестициялық жобалар шығынының тиімділігін (өзін-өзі өтеуді) сипаттайтын көрсеткіштер; сатылым тиімділігін сипаттайтын көрсеткіштер; капитал мен оның бөліктерінің табыстылығын сипаттайтын, активтердің тиімділігін сипаттайтын көрсеткіштер. Тиімділіктің осы көрсеткіштерінің бәрі теңгерімдік пайда, өнімді өткізуден алынған пайда мен таза пайда негізінде есептеледі.

Тиімділік дамыған жүйелердің немесе құбылыстардың мінездемесі, индикаторы немесе өлшеу құралы, бірақ басқа жағынан түрткісі болып табылады. Өндірістің ресурстық потенциалын пайдалану тиімділігін сандық түрдеу өлшеу не үшін қажет? Әлбетте, оны арттыруға бола ма екенін түсіну үшін және нәтижесінде бұл мүмкін болатындай кәсіпорынның осы бағытта даму жолдарын табу үшін қажет. Яғни, ресурстық потенциалын пайдалану тиімділігін талдау инновациялық қызметпен тығыз байланысты: ол прогреске әкелетін шешімдерді іздеуге ынталандырады және регрессивті үрдістерді шегереді[1:15].

Тиімділік түрлері: активтердің тиімділігі, жұмсалған шығынның тиімділігі, сатылым тиімділігі, капиталдың тиімділігі, пайдалану тиімділігі, техникалық эксплуатация тиімділігі, ресурстық әлеуетін пайдалану тиімділігі, жаңа техникалардың экономикалық тиімділігі .

Активтердің тиімділігі – кәсіпорынның негізгі қызметінің нәтижелерін бағалауға мүмкіндік беретін кешенді көрсеткіш. Кәсіпорын активтерінің 1 теңгесіне шаққандағы қайтарымды көрсетеді:

Активтердің тиімділігі = оперативтік пайда × Активтердің орташа сомасы.

Түрлі факторлардың ықпалын бағалау үшін басқа формуланы пайдалануға болады:

Активтердің тиімділігі = Сатылымның Тиімділігі × Активтердің айналымдылығы.

Осы арақатынасты зерттей отырып, әрбір элементтің нәтижеге әсер ету дәрежесін анықтауға болады. Бұл коэффициенті басшының кәсіпорынды басқарудағы негізгі жұмыс құралдарының бірі болуға тиіс. Кәсіпорын қызметі пайдалылығының аса маңызды көрсеткіштерінің бірі ретінде ол кәсіпорын жұмысының барлық жағын сипаттайтын бүкіл элементтер жиынын біріктіреді. Өзара байланыстарына талдау жасай отырып, теріс ықпал ететін неғұрлым келеңсіз элементтерді бөліп шығаруға, сөйтіп, оларға баса назар аударуға болады.

Жұмсалған шығынның тиімділігі – теңгерімдік және таза пайданың өткізілген немесе өндірілген өнімге жұмсалған шығынның сомасына қатынасы. Кәсіпорынның өнімді өндіруге және өткізуге жұмсалған әрбір теңгеден қанша пайда алғанын көрсетеді. Жалпы кәсіпорын бойынша, оның жекелеген бөлімшелері және өнімнің түрлері бойынша есептелуі мүмкін. Жалпы кәсіпорын бойынша есептелген өндірістік қызмет тиімділігінің деңгейі (шығынның өзін-өзі өтеуі) бірінші қатардағы негізгі үш факторға: өткізілген өнімнің құрылымын өзгертуге, оның өзіндік құнына және өткізімнің орташа бағасына байланысты[2].

Сатылым тиімділігі – өнімді өткізуден, жұмыстарды орындаудан және қызметтерді көрсетуден алынған пайданың немесе таза пайданың алынған ақшалай түсімге қатынасы. Кәсіпкерлік қызметтің тиімділігін: сатылымның бір теңгесінен кәсіпорынның қанша пайда түсуіне қарай анықтайды. Бұл көрсеткіш нарықтық экономикада кең ауқымда қолданылды. Жалпы кәсіпорын бойынша

және жекелеген өнім түрлері бойынша есептеледі. Сатылған өнімнің әрбір теңгесінен кәсіпорынның қанша операц. пайда сомасын алатынын, яғни өнімнің өзіндік құны өтелгеннен кейін кәсіпорында қанша пайда қалатынын көрсетеді. Сатылым тиімділігі компания қызметінің аса маңызды қырын – негізгі өнімнің өткізілімін сипаттайды, сондай-ақ тиімділіктің сатылымдағы үлесін бағалайды.

Капиталдың тиімділігі (табыстылығы) – теңгерімдік (таза) пайданың бүкіл инвестицияланған капиталдың немесе оның жекелеген бөліктерінің: меншікті (акционерлік), қарыз, негізгі, айналым, өндірістік капиталдың, т.б. орташа жылдық құнына қатынасы.

Пайдалану тиімділігі - келесі жалпыланған критерийлері үнемділігі, зақымдалмағандығы, өнімділігі бойынша бағапауға болатын, жүйенің, құрылғының тиімділігі.

Техникалық эксплуатация тиімділігі - қозғалмалы, жылжымалы құрамды сақтау бойынша шаралар тиімділігі.

Жаңа техникалардың ресурстық әлеуетін пайдалану тиімділігі - халық шаруашылық нәтижелерді сипаттайтын жаңа құрал-жабдықтарды, құрылғыларды қолданудың абсолюттік немесе салыстырмалы экономикалық тиімділік.

Ресурстық потенциалын пайдалану тиімділік - жұмсалған еңбек пен шаруашылық істің нәтижесінің арасындағы қатынаспен бағаланатын өндірістің нәтижелілігі[2:23].

Осылайша, ресурстық потенциалын пайдалану тиімділігін басқару үшін мақсатты бағдар болып қызмет ететін және оның жұмысын орындылық, қажеттілік, негізділік күйлеріне бағыттайтын құрал болып табылады. Басқа сөзбен айтқанда, ол инновациялық дамудың және кәсіпорынды жетілдірудің интенсивтілігі мен жетістілігін анықтайды. Экономикалық тиімділікті есептеуді жүйелерді оңтайландыру міндеттерінің біреуіне толыққанды жатқызуға болады. Ол фирма ақшалай көрсеткіштерінің сандық өсімін ғана емес (мысалы, пайданың өсуі), сонымен қатар, фирмадағы прогрессивті сапалық өзгерістерді есепке алу қажет.

Ресурстық потенциалын пайдалану тиімділіктің екі түрін ажыратады:

– жалпы тиімділік – шаруашылық жүргізудің барлық деңгейлерінде (сала, кәсіпорын, ұйым, капиталды құрылыс объектісі) анықталып, тиімділіктің жалпы шамасын анықтайды.

– салыстырмалы тиімділік – белгілі бір өндірістік-шаруашылық міндетті шешу үшін екі немесе бірнеше нұсқадағы технико-экономикалық көрсеткіштерді салыстыру арқылы есептеледі. Бұлұтымды нұсқаны таңдау, оны басқалармен салыстырғанда технико-экономикалық , әлеуметтік және прогрессивті артықшылықтарын анықтау үшін пайдаланылады. Салыстырмалы тиімділікті қарастырғанда ең бастапқы кезеңі - негізгі технико-экономикалық көрсеткіштерді салыстыру болып табылады: капитал салымдары, өзіндік құн және табыс, еңбек өнімділігі және қор сиымдылығы, материалдарды пайдалану көрсеткіштері және т.б. Бірнеше нұсқаларды осы көптеген көрсеткіштер арқылы салыстыра келе кәсіпорын экономикалық тиімдісін таңдайды.

Ресурстық потенциалын пайдалану тиімділік сандық мағынада тек қана «нәтиже бойынша басқару» үрдісінде қолданыла алады, өйткені ол басқарушыға

нәтижені барынша көбейтуге бейімделуге көмектеседі (пайданы арттыру). Бірақ, нәтижені шығынға қатысты бағалаудың нақты болмауы нәтижеге қол жеткізу мақсатында жұмсалған шығындардың төмендеуіне және тиімділіктің артуына әкеледі, алайда нақты экономикалық өсім байқалмайды, ал алынған пайда қысқа мерзімді болып қалады.

Кәсіпорын сандық та, сапалық та нәтиже беретін индикаторлардың ауқымды жиынтығын ескерген кезде ғана өзінің бәсекелестік артықшылықтарын өсіре алады. Соңғылардың қатарында – тауар мен қызмет сатып алушылар қажеттіліктерінің өсімін есепке алу, мақсатты аудиторияны кеңейту, нарықтың аса кең бағалық сегменттерін меңгеру, қызметтің стратегиялық бағыттарын қайта бағдарлау және т.б..

Жоғарыда айтылған сөз заманауи экономикада ресурстық потенциалын пайдалану тиімділікті түсіндірудің жаңа тенденциясын тудырды, яғни ол зерттеудің белгілі түпкі сандық нәтижесі ретінде емес, осы нәтижеге жету жолындағы әрекеттер нақтылығының (бағыттың дұрыстығы) көрсеткіші ретінде қарастырылады. Осылайша, физика тілінде термин «скаляр» күйден «вектор» күйіне ауысады. Кәсіпорын ұзақ уақыт бойы үздіксіз дұрыс бағытта қозғалған кезде ғана оны тиімді деп санауға болады. Ұзақ мерзімді инновациялық даму үлкен пайданы бірден бермеуі мүмкін, бірақ ол болашаққа бағытталған болғандықтан аса перспективті болып табылады.

Өндірістік ресурстар мен шығындардың сапалық өзгеру саясатымен байланысты дамудың инновациялық жолдарынан бөлек, көптеген едәуір пайдалы кәсіпорындардың қолда бар ресурстарды қолданудағы резервтері қалады, мысалы, өндірістің ескірген технологияларынан қалған резервтер. Бұл пайдалы игіліктердің қолда бар ресурстардан толық, максималды түрде алынбауын білдіреді. Тап осы жағдайда ресурстық әлеуетін пайдалану тиімділікті талдау кәсіпорынға ресурстардың толық қолданылуын қамтамасыз етеді. Әрі, ресурстардың толық қолданылуы олардың максималды түрде емсе, оңтайлы түрде қолданылуын білдіреді. Айтылғанды ауыл шаруашылық ресурстарды қолдану мысалында түсінуге болады. Оларды әрдайым пайдалануға болмайды, жылдан жылға жерлердің бір бөлігі бу астында болу қажет, яғни демалу керек. Алайда, тиімсіз, бос, қолданылмайтын ресурстар болмау қажет (өнеркәсіптік кәсіпорындарда пайдаланбаған өндірістік қуат, бос орын немесе артық жұмыс орындар).

Ресурстардың толық қолданылуына қол жеткізген кезде толық өндіріс көлем фазасы келеді. Сонымен бірге қолданылатын ресурстар шыққан өнімнің жалпы санына аса бағалы үлес қосады. Осыжерде Паретоның өндірістегі оптимумы жайлы еске түсірген жөн: бір өнімді екінші өнімнің біршамасын өндіру мүмкіндігін құрбан етпей көп өндіру мүмкін болмайтын жағдай экономикалық тиімділік болып табылады. Өндірісте ресурстарды осылайша бөлу Парето-тиімді деп аталады. Сонымен қатар, жалғыз Парето-тиімді жағдай бола алмайды. Егер абсцисс осі бойынша өндірілетін игілік санының біреуін, ал ординат осі бойынша екіншісінің санын орналастыра график салатын болса, көптеген оптимумдар өндірістік мүмкіндіктердің қисық сызығын құрайды. Қисық сызықтағы әрбір нүкте өзінше Парето-тиімді болады.

Ресурстық потенциалын пайдалану тиімділігі - жұмсалған еңбек пен шаруашылық істің нәтижесінің арасындағы қатынаспен бағаланатын өндірістің нәтижелілігі.

Кейінірек тиімділік ұғымы экономикалық қызметке қатысты қолданыла бастады. Өндірістік үрдістің экономикалық тиімділігі, жалпылай алғанда, өндірілім көлемінің өндіріске қажет шығындар көлеміне қатынасы ретіндесипатталады. Ресурстық потенциалын пайдалану тиімділігі өндірілетін өнім түрі, өндіріс әдісі, өткізу нарықтары, тұтыну көлемі сияқты көптеген факторларға тәуелді.

Кәсіпорын экономикасында өндірістік үрдістің ресурстық потенциалын пайдалану тиімділігі өндірістік-шаруашылық қызметтің нәтижелілігімен сипатталады, яғни қол жеткізілген нәтижелердің еңбек шығындарына қатынасымен анықталады.

Ресурстық потенциалын пайдалану тиімділік деңгейі экономикалық өсім қарқыны, тұрғындардың күнкөріс деңгейі, инфляция деңгейі, еңбек ету жағдайы сияқты әлеуметтік-экономикалық мәселелердің шешілуіне әсер етеді.

Ресурстық потенциалын пайдалану тиімділік деңгейі өндіріс үрдісінің, өндірістік күштердің даму деңгейін анықтайды, сондықтан ол экономика дамуының маңызды керсеткіші болып табылады. Кәсіпорын деңгейінде шығындар алғытөлемді негізгі және айналым капиталымен сипатталады, ал соңғы нәтиже табыспен сипатталады. Демек, кәсіпорын шаруашылық қызметінің экономикалық тиімділігі кәсіпорын үшін табыстың құндылығын немесе бағасын көрсетеді [4].

Дереккөздер тізімі

1. Калинин А.А. Экономика предприятия. – Мн.: НПООО «ПИОН», 1999. – 176 с.
2. Проблемы управления повышением эффективности производства//вестник КазЭУ, Алматы: экономика, 2002, №4.
3. Мейірбеков А.Қ., Әлімбетов Қ.Ә.Кәсіпорын экономикасы. Алматы, 2009, 119-120бет
4. Эффективность производства и управления в условиях рынка//Вестник КазЭУ, Алматы: Экономика, 2003, №2.

**Мурзабекова Б.М., аға оқытушы
Алматы технологиялық университеті**

ЖЕРГІЛІКТІ БАСҚАРУДА МАРКЕТИНГТІ ПАЙДАЛАНУ

Қазақстан экономикасы дамуының және реформалаудың қазіргі кезеңінде маркетингтің– нарықтың даму заңдары мен заңдылығын түсінуге негізделген, заманауи бизнес және мақсатты іс-әрекеттер философиясының маңызы анағұрлым артуда. Отандық өнім сапасын және бәсекелестігін арттыру, өнімділік және өткізу тиімділігінің өсімі, импортты алмастыру саясатын жүзеге асыру көбіне маркетинг құралдары мен тәсілдерін ыңғайлы пайдалануға байланысты [1, с. 59].

Маркетингі пайдалану алуан түрлі: оның міндеттері мен қағидаттарын жүзеге асыру түрлі деңгейде өзекті: микро- (жеке кәсіпорындарда), мезо- (сала, аумақ деңгейінде), макро- (мемлекет деңгейінде) және тіпті әлемдік экономика деңгейінде. Егер фирманың маркетинг тұжырымдамасын зерттеу едәуір бұрын жүргізілсе, демек, бай шетелдік теориялық және практикалық тәжірибе жинақталған, онда аймақ және жалпы ел деңгейінде маркетингтің бірінші ғылыми тұжырымдамасы мүлдем таяуда қалыптасқан болатын (түрлі бағалаулар бойынша ХХ ғ. екінші жартысында), және де аталмыш жағдай дамыған елдер үшін де тән. Осыған байланысты біздің ойымызша, аймақтық (аумақтық) маркетинг мәселесі ерекше ықыласқа лайық.

Аумақ маркетингінің және оның инфрақұрылымының отандық жағдайға қолданылатын өзектілігі қалыптасқан алғышарттарға ерекше көңіл аударылады, біздің ойымызша олардың негізгілеріне келесілерді жатқызуға болады:

- аймақтық нарықтарды қалыптастыру және дамыту;
- азаматтар мен инвесторлардың мүддесіне бағдарланған аумақтық билік және басқару органдарының қылығы;
- аумақ мақсаттары және мүдделерімен жеке кәсіпорындар мен фирмалардың жергілікті экономикалық мақсаттарын келісу қажеттігі.

Аймақтың маркетингтік инфрақұрылымын қалыптастырудың бірінші және негізге алынатын алғышарттары аумақтық нарықтың болуы болып табылады. Түрлі шаруашылық субъектілерін үйлестіру мәселесі олардың еркін өзара әрекетінің ерекше механизмінің көмегімен жанама шешілуі мүмкін, яғни ең алдымен нарық арқылы. Аймақ экономикасының мәселелерін шешуге сәйкес өзекті мәселелердің бірі аймақ нарығын қалыптастыру және дамыту болып табылады.

Нарықтың, оның ішінде аймақтық жұмыс істеуі және дамуы, олардың жалпы түрде жиынтығы инфрақұрылымы болып табылатын қызмет көрсететін институттардың болуын талап етеді. Нарық шаруашылығы инфрақұрылымы мәселелерін зерттейтін, Ресей ғалымдары О.В. Иншаков пен Е.Г. Руссковтың ойынша, «инфрақұрылым түрлері шексіз көп болуы мүмкін, себебі әрдайым жаңа құрылымдар туындайды, олар өз кезегінде оларға барабар инфрақұрылым түрлерін құрады және анықтайды. Шаруашылық жүйесі деңгейі ішінде қазіргі уақытта мезодеңгей ерекше ықыласқа ие, оның аясында аймақтық, аймақаралық салалық және салааралық кешендер, қаржы-өнеркәсіптік және басқа біріктірілген топтар құрамында аймақтық-салалық түр инфрақұрылымы қалыптасады» [2, с. 3334].

Аталмыш инфрақұрылым ішінде – аймақ нарығына қызмет көрсету, оны қалыптастыруға бағытталған және дамуы аймақ нарығының өзінің тіршілігімен шартталған маркетингтік инфрақұрылым.

Аймақ нарығының жұмыс істеуі және дамуында аймақтық маркетингтік инфрақұрылымның ролін, дамыған аймақ нарығы сұраныстың, үрдістің және оның даму заңдылығын ғылыми негізделген жүйесін зерттеген кезде тиімді жұмыс істей алады деп санайтын, басқа авторлар да атап өтеді:

- жалпы сұраныс көлемі және жеке топтарға және тауар түрлеріне сұраныс көлемі;

- түрлі кәсіпорындардың аттас тауарларына сұраныс құрылымы;
- жеке тауарлар бойынша сұраныстың маусымдық ауытқуы;
- сатып алушылардың тауар сапасына қоятын талаптары.

Сұранысты зерттеу нарық сыйымдылығы мен құрылымын болжауға мүмкіндік беретін ақпарат, сондай-ақ өндіріс географиясын жетілдіру және тауарларды тұтытуда болжалды ілгерілеу береді [3, с.172]. Біздің ойымызша, мұндай ғылыми негізделген жүйе деп аймақтық маркетинг жүйесін есептеуге болады, ал жоғарыда айтылған міндеттерді орындау аймақтың маркетингтік инфрақұрылым институттарына жүктелуі тиіс.

«Маркетинг» және «нарық» біртұтас ұғымдар. Тагкейпд терминінің ағылшын тілінен сөзбе-сөз аудармасы нарыққа кіріспе, нарықпен жұмыс ретінде түсіндіріледі. Және де маркетингте «нарық» деп бар және әлеуетті тауар сатып алушылардың жиынтығы түсіндіріледі [4, с.40], осыған байланысты «маркетингті басқару – сұранысты басқару болады» [5, с. 19].

Айтылғаннан басқа нарықтарды, оның ішінде аймақтық басқаруда маркетингтік тәсілді қолдану, олардың қазіргі уақытта отандық экономикада қалыптасу деңгейінде екендігімен шартталған деп ойлаймыз.

Аймақтық нарық және аймақтық маркетингтің өзара байланысы «геомаркетинг тұжырымдасы» атауын алған, аймақтық нарықтардың жұмыс істеу теорияларының бірі баса айтады [6, с. 25], оның аясында нарықтың кеңістік сипаттамасына, әлеуетті сатып алушылардың орналасуына, зерттеулер жүргізіледі, сараланған аймақтық маркетинг стратегиясын әзірлеу үшін нарықтарды географиялық саралау жүргізіледі.

Аймақ нарығы туралы жалпы айтқанда, бүгінде отандық экономикада оларды стратегиялық басқару ерекше маңызға ие болуда екенін атап өту керек. Басқаруды әлсіз орталықтандыру кезінде аймақтық экономикалық жүйелерде кәсіпорындардың өзара әрекетінің төмен деңгейі, аймақ нарығын деформациялайтын және қазақстандық кәсіпорындардың бәсекелестігін төмендететін ықпалдардың бірі болды. Аймақтық экономикалық жүйелерді стратегиялық басқарудың болмауы аймақтың экономикалық өсімін, халықтың тұрмыс сапасын арттыруды тежейді және аймақтық нарықты дамытуда басқа жағымсыз үрдістерді тудырады.

Осылайша, аймақтық даму тұжырымдамасының трансформациясы байқалады: индустрияландыруды өрістету кезеңінің өндірісті орналастыру теориясынан бастап кеңістіктік экономикалық тепе-теңдік, халықаралық мамандандыру және сауда, инновациялық үдерістерді сипаттағанға дейін. Аймақтық даму теоретиктері, аймақта экономикалық өсім ішкі ұтымды емес (өндіріс ықпалдары) қорларға және басқа аймақтардан ұтымды қорларды тартуға негізденетінін дәлелдеді. Аймақтар, өндірістің ұтымды ықпалдарға бағасын жақындататын және аймақтар арасында қорларды тиімді бөлуді қамтамасыз ететін шектеулі қорларға бәсекелеседі.

Құндылықтар, мәдениет, экономика құрылымы, қолданыстағы институттардағы аймақтық ерекшеліктер бәсекелестікті арттыруға ықпал етеді және сала кластерлерін құруға әкеледі. Бұл тәсілдер негізінде сатып алушылардың нарықтық мінез-құлығының, сондай-ақ нарықтың басқа

субъектілерінің аймақтық ықпалдардан тәуелділігі туралы болжам бар, аумақтық маркетинг тұжырымдамасымен үйлеседі. Аймақтық нарықтың институционалдық тұжырымдамасында екпін аймақтық дамудың материалдық емес ықпалдарына ауысады, олар соңғы онжылдықта оның нәтижелеріне барынша көп ықпал ете бастады [7].

Нарық үлгілері түрлі қоғамдық топтардың қажеттігі мен мүдделерін, олардың уәждемесі және тәртібін басқару тәсілдерін көбірек бейнелейтін анықталған үрдістер, біздер ұсынған аймақтық маркетингтік инфрақұрылымды қалыптастырудың екінші алғышартын растайды. Біздің ойымызша, ол азаматтар мен инвесторлардың мүддесіне бағдарланған аймақтық билік және басқару органдарының мінез-құлығы болып табылады. Аймақтық экономикалық саясаттың және аймақтық маркетингтің әлеуметтік бағыты туралы жоғарыда айтылды. Аталмыш мәнмәтінде аймақтық нарықтарды басқару мәселесінің өзара байланысына, аймақтық билік органдары қызметінің қоғам мүддесіне және аймақтық маркетингтің әлеуметтік-әдептілік тұжырымдамасына бағдарына назар аудару қажет.

Аймақтық маркетингтік инфрақұрылымды қалыптастырудың үшінші алғышарты жеке кәсіпорындар және фирмалардың жергілікті экономикалық мақсаттарын аймақтық мақсаттар және мүдделермен келісу қажеттігі болады.

Ұлттық экономикаға ықпал ету (макродеңгей) бағдарламасы және микродеңгейдегі (кәсіпорындар мен фирмалар) маркетинг арасында ұстанымға ие аймақтық маркетинг, жалпы ұлттық және аймақтық сипаттағы мүдделер мен мақсаттарды, сондай-ақ макро- және микродеңгей мүдделерін үйлестіруді қамтамасыз етуге мүмкіндік береді. Осы өзара қарым-қатынас сипаты және осы мүдделерді келісудің басты бағыттары суретте ұсынылған.

Дереккөздер тізімі:

- 1 С.Есімжанова Маркетингті дамытудың замнауи үрдістері және бағдарлары // Экономика және статистика. - 2012. - № 6. - 59-61-п.
- 2 О.В.Иншаков, Е.Г.Русскова Нарықтық шаруашылық инфрақұрылымы: зерттеу жүйелігі // СПМУ жаршысы. 5-Серия. - 2012. - 2-Шығарылым. - 28-37-п.
- 3 В.И.Бутов, В.Г.Игнатов, Н.П.Кетова Аймақтық экономика негіздері: Оқу құралы. - М.; Ростов-на-Дону, 2015. - 448 п.
- 4 Ф.Котлер, Г.Армстронг, Д.Сондерс, В.Вонг Маркетинг негіздері. - М.; СПб.; Киев: «Вильямс» Баспа үйі, 2012. - 944 п.
- 5 Ф.Котлер Маркетинг негіздері /Ағылш.аударма / Е.М. Пенькованың жалпы ред. - Спб.: «КОРУНА» АҚ, «ЛИТЕРАПЛЮС» ЖТАҚ, 2011. – 670п.
- 6 А.С.Новоселов Аймақтық нарық теориясы; оқулық. - Ростов -на-Дону: Феникс; Новосибирск: Сібір келісімі, 2013. - 381 п.
- 7 А.О.Блинов, В.Я. Захаров Аймақтық нарықтарды басқару // Ресейдегі және шетелдегі менеджмент. - 2015. - № 1. - 15-17-п.

Аннотация

Мемлекеттік басқарудың тиімді жүйесіне деген жаңа талаптар мемлекеттің басқару жағдайын зерттеу және сонымен қатар Қазақстан Республикасындағы

мемлекеттік басқару жүйесінің, сонымен қатар жергілікті өзін-өзі басқару жүйесінің ғылыми негізделген моделін жасау қажеттілігімен және жергілікті басқару органдарының қызметінің тиімділігін арттыру мақсатында маркетинг жүйесінің қызметін пайдаланумен байланысты.

Аннотация

Новые требования к эффективности государственного управления и государства в системе государственного управления в Республике Казахстан, а также исследование состояния системы управления, а также местного самоуправления, необходимостью создания научно обоснованной модели системы деятельности, связанных с использованием системы в целях повышения эффективности деятельности органов местного управления и маркетинга.

Anatacia

New requirements of the state and increase of efficiency of state administration in the system of state administration in Republic of Kazakhstan, and also study of the state and control system, and also local self-government, in connection with the necessity of creation of scientifically reasonable model of activity with the use of the system of organs for the increase of efficiency of activity of the system of local government and marketing.

Мурзабекова Б.М., аға оқытушы Алматы технологиялық университеті

ЖЕРГІЛІКТІ БАСҚАРУДА МАРКЕТИНГТІК ҚЫЗМЕТТІН ДАМУЫ ЖОЛДАРЫ

Қазақстандағы нарықтық қатынастардың бүгінгі таңдағы даму жағдайын талдай отырып маркетинг қызметін қалыптастыру мен дамыту үшін негізгі әлеуметтік-экономикалық алғышарттар құрылғанын, көпқырлы экономиканың қалыптасқанын, еркін кәсіпкерліктің дамығандығын, бәсекелік орта мен нарықтың қалыптасқанын және оның инфрақұрлымының дамығандығын көре аламыз.

Маркетинг жүйесі бүгінгі таңда даму кезеңінің бірінші сатысында ғана тұр.

Кәсіпорындардың қызметінде нарыққа қайта бағдарлану үрдісі жүріп жатыр. Қазіргі таңда кәсіпорындарында коммерциялық қызметпен айналысатын және маркетингтің кейбір функцияларын орындайтын (клиенттерді іздеу, бағаларды талдау, жарнама) арнайы бөлімшелер құрылды.

Кәсіпорындар маркетингтік қызметті дамыта отырып мамандандырылған ұйымдармен қарым-қатынастарын жөнге келтіруде. Маркетингтік қызметтер нарығында нарықты зерттеу саласы бойынша тәжірбиесі бар ұйымдар пайда болды.

Бірнеше жыл бұрын Қазақстан экономикасындағы нақты сектордың қарқынды дамуы және кәсіпкерлік ортаның кеңеюі нәтижесінде нарық қатысушыларының бизнес саласында оңтайлы шешімдерді іздеу мен қабылдау қажеттілігін қанағаттандыру үшін ақпараттық кеңес беру қызметтерінің нарығын қалыптастыру мен дамытуға мұқтаждық туындады.

Қазіргі таңда әртүрлі меншік формасындағы және әртүрлі ұйымдастырушылық құрылымдарда маркетинг жүйесі әртүрлі құрылған. Әлдеқайда ірі кәсіпорындарында маркетинг барлық өндірістік-өткізу қызметінің негізі болып табылады. Маркетингті әртүрлі дәрежеде, әртүрлі формада барлық кәсіпорындары қолданып отыр.

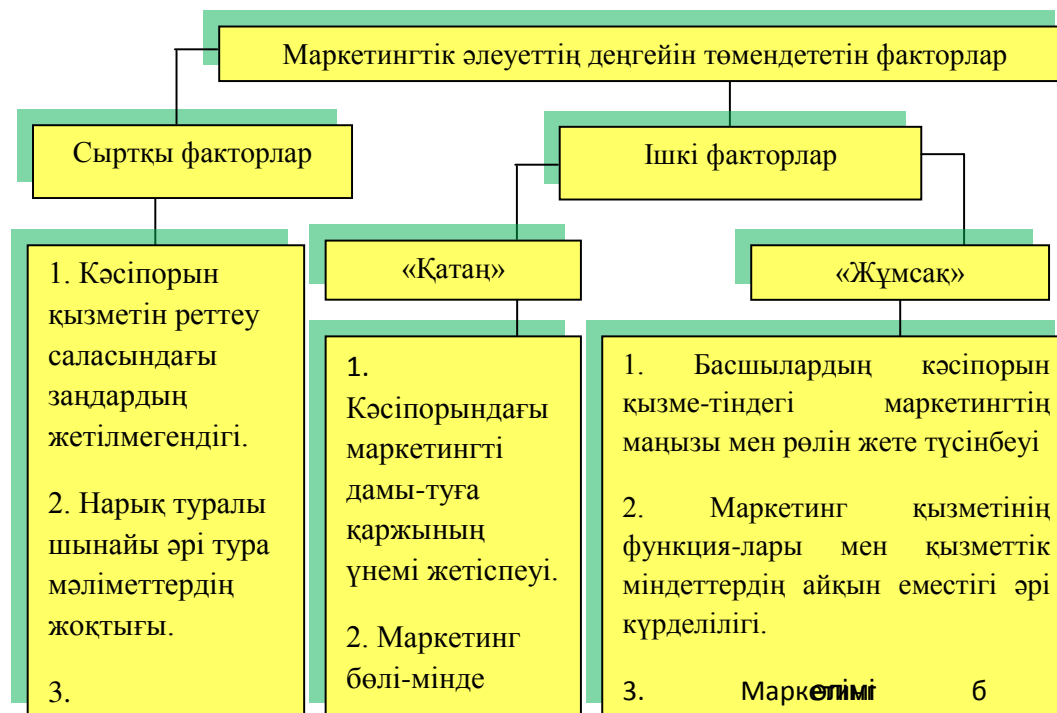
Сонда да, бірақ қазіргі таңда өз кәсіпорынының құрылымында маркетинг қызметінің болу керектігін құптамайтын басшы кемде-кем. Ендігі мәселе, сол басшылардың «маркетинг» ұғымын қалай түсінетіндігінде және маркетинг қызметіне қандай міндеттерді жүктейтіндігінде болып отыр. Шындығына келсек, бүгінде маркетинг бүкіл құрылымдық бөлімшелердің күнделікті жұмыс барысын реттейтін басқару функциясы ретіндегі рөлін әлі иемденген жоқ. Бұған маркетинг қызметінің тиімді жұмыс істеуіне кедергі келтіретін кәсіпорынның негізгі ішкі және сыртқы проблемалары мен қиыншылықтары әсерін тигізеді сөзсіз. Кәсіпорынның ішкі проблемалары басшылар мен қызметкерлердің қателіктері мен кемшіліктерінен туындаса, сыртқы проблемалары кәсіпорынның қызметінен тыс пайда болады (10-сурет).

Сыртқы проблемалар мен факторларға мыналарды жатқызуға болады:

1. Кәсіпорын қызметін реттеу саласындағы заңдардың жетілмегендігі. Бүгінгі күні елде құқықтық нигилизмнің үстемдік етуі, көлеңкелі бизнестің дамуы және қылмыстық ахуалдың күшеюі салдарынан көптеген ұйымдар мен кәсіпорындар экономикалық өмірін жалғастыра отырып, тиімді басқарудан, оның ішінде маркетингті пайдаланудан гөрі заң бұзу, салық төлеуден қашу секілді бұлтартпа әрекеттер арқылы жетістікке жетуді басты құралға айналдырған. Мұндай жағдайда, елдегі билік өкілдері іскерлік белсенділікті түсінікті әрі заңды ережелер бойынша құқықтық дамытуға қолайлы шарттарды қалыптастыруға талпынады. Міне, сонда ғана маркетингтің ұйымдар мен кәсіпорындардың қызмет ету тиімділігін арттырудың «заңды» құралы ретіндегі рөлі артады.

2. Нарық туралы шынайы әрі тура мәліметтердің жоқтығы. Нарықтық экономика жағдайында кез-келген кәсіпорын өз нарығында және оның жекелеген сегменттерінде не болып жатқандығы туралы мәліметтерге ие болмастан, тиімді жұмыс істей алмайды. Ал, мұндай мәліметтерді жұмыс орны ішінде (кабинеттік) не одан тысқары жерлерде (далалық) зерттеулер жүргізу арқылы жинауға болады.

3. Контрагенттердің өндірістік-шаруашылық қызметінің тұрақсыз-дығы. Кәсіпорынның маркетингтік жоспарын құру, көбіне контрагенттердің келешектегі іс-әрекетін болжамдауға қажетті дәл мәліметтердің жоқтығынан қиынырақ жүзеге асады. Бұған сыртқы және ішкі себептер өзіндік ықпалын тигізед



Сурет 10 - Отандық кәсіпорындарындағы маркетингтің тиімді жұмыс істеуіне кедергі келтіретін негізгі ішкі және сыртқы проблемалар

4. Кәсіпорындардың ұлтсыздандырылуы. Соңғы кезеңдерде тауарлар мен қызметтердің жабдықтаушылары мен сатып алушылары бизнеске жаһандық тұрғыдан араласа бастады. Өнімнің қауіпсіздігіне, сапасына және т.б. қасиеттеріне қойылатын талаптарды ортақ стандарттарға келтіретін бірыңғай еуропалық нарықтың қалыптасуы жаһандану процесін жылдамдатып, күшейте түсті. Мұндай жағдайда маркетингке едәуір ірі нарықтардағы халықаралық бәсекеге сәтті төтеп беретіндей етіп жергілікті маркетингтік қызметті қайта құру міндеті жүктеледі. Сол себептен, осындай кәсіпорындардың маркетинг қызметіндегі қызметкерлер халықаралық маркетингтің ерекшеліктерін білуге және оларды іс жүзінде пайдалана білуге тиіс. Әсіресе, шетелдік нарықтарды зерттеуге, халықаралық маркетингтік стратегияларды қолдануға, баға саясатын анықтауға қатысты білімдерін жетілдіру қажет. [1].

Маркетингтің сыртқы ортасы ұйым үшін маркетингтік қызметті жүзеге асыру құралы болып табылмайды. Кәсіпорын басшылығы сыртқы ортаның саяси тұрақсыздық, жан-жақты дайындалған құқықтық базаның жоқтығы секілді жағымсыз шарттарын қаншама ұнатпаса да, оларды тікелей өздігінен өзгерте алмайды, сондықтан өзінің маркетингтік қызметі арқылы осы шарттарға бейімделуге тырысу қажет. Дегенмен кейде ұйымдар сыртқы ортаға белсенді ықпал етуге, ең алдымен ұйымның қызметіне қатысты қоғамдық ой-пікірді өзгертуге, жабдықтаушылармен тығыз қарым-қатынас орнатуға, т.б. талпынады [2].

Кәсіпорынға жұмыс істеу үшін келетін жоғары оқу орындарының түлектері жайында айтар болсақ, ЖОО-ның басым көпшілігінде маркетингтік білімдердің практикасы мен теориясы ұштастырылмастан, оқулықтар бойынша даярланады.

Көбіне, кәсіпорындағы автоматтандыру процесі басшылықтың өзгеріс енгізуге деген талпынысы мен ниетінің жоқтығына байланысты іске аспай қалады. Бірінші кезекте, бұл көпжылдық тұрақты іскерлік қарым-қатынасы бар және қызмет диверсификациясы әлсіз жүргізілген шағын және орта кәсіпорындарда айқын көрінеді. Сондай-ақ, компьютерлік технологияларды білмейтін әрі түсінбейтін кейбір басшылар қарамағындағы жұмысшылар алдында абыройын түсіріп алмау үшін жаңашылдыққа оншалықты ынталы бола бермейді, оның үстіне басқа біреулердің қолына басқару тетіктерін ұстатқысы келмейді. Осы секілді, құзыреттілігі мен қызметтік міндеттерінен айрылып қалуға қауіптенетін кейбір орындаушы қызметкерлер де жаңа технологиялар мен жүйелердің ендірілуіне мүлдем қарсы шығып жатады [3, 44-50]

Маркетинг қызметінің жұмысын ынталандыруға арналған қолданбалы механизмнің жоқтығы. Отандық кәсіпорындардың басым көпшілігінде маркетинг бөлімінің қызметкерлерін ынталандыруға арналған арнайы тәсілдер қолданылмайды. Негізінен, өзге бөлімдер секілді маркетинг қызметі де кәсіпорынның құрылымдық бөлімшесі болып табылады және штаттық кесте бойынша еңбек ақы төленеді. Бірақ, біздің ойымызша, маркетинг бөлімі қызметкерлерінің еңбек ақы мөлшері мен қаржы нәтижелері арасында тікелей және қарапайым тәуелділік болуы қажет.

Маркетинг бөлімінің қызметкерлеріне де компания қызметінің нәтижелері бойынша сыйақы тағайындау, қосымша кәсіби біліміне немесе біліктілігіне сай қосымша төлем жасау, жұмыс орнын кезектен тыс жаңғырту секілді ортақ ынталандыру шаралары қолданылуы керек.

Дереккөздер тізімі:

- 1 Грузинов А.С. Маркетинговые стратегии предприятия в условиях экономического кризиса // Петербургский аналитик .-№ 1-2013.
- 2 Голубков Е.П. Маркетинг как концепция рыночного управления // Маркетинг в России и за рубежом -№ 2-2014.
- 3 Кузьмин В. Совершенствование маркетинга в организациях // Инвестиции в России-№ 12-2013

Аннотация

Тиімді нарықты қалыптастыру процесінің басты бөлігі мемлекеттік деңгейден бастап, ауыл шаруашылығы тауар өндірушілеріне дейінгі аралықты қамтитын жергілікті басқару деңгейінде және барлық сфера шеңберінде маркетингтік жүйенің болуы қажет.

Аннотация

Главная часть процесса формирования эффективного рынка с государственного уровня, и на уровне местного управления в рамках системы маркетинговых сфера, содержащая все интервалы до сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Summary

Main part of process of forming of efficient market from a state level, and at the level of local government within the framework of the system marketing sphere containing all intervals to the agricultural commodity producers.

Мурзабекова Б.М. аға оқытушы.,
4 курс студенті Мыңтай Азиз
Алматы технологиялық университеті

МЕМЛЕКЕТТІК ЖӘНЕ ЖЕРГІЛІКТІ ӨЗІН-ӨЗІ БАСҚАРУ ӨКІЛЕТТІКТЕРІН БӨЛУ ҮРДІСІНІҢ ТАРИХИ АЛҒЫШАРТТАРЫ МЕН ОБЪЕКТИВТІ ҚАЖЕТТІЛІГІ

Басқару - белгілі бір нәтижелерге жету үшін адамдардың мінез - құлқына әсер ету, олардың жүзеге асырылуының ерекше механизмінің болуы. Басқару - ұйымдастырушылық қызмет ретінде биліктің жүзеге асырылуының және қызмет етуінің үрдісі және биліктің табиғи сипаты болып табылады.

Мемлекет қызметінің маңызды бағыты – адамдардың қоғамдық өмірін басқару. Ал адамдардың қоғамдық өмірі мемлекеттік басқару теориясының объектісі мен зерттеу заты болып табылады.

Мемлекеттік басқару саяси ұйымдастырылған өркениеттің әлеуметтік феномены. Қазіргі индустриалды қоғамда нарықтық қатынастар мемлекет тарапынан реттеудің жетілдірілген деңгейін талап етеді. «Мемлекеттік басқару» түсінігі қоғамдық өмірді мемлекеттің ұйымдастыруы, реттеуі және ғылым, білім, әлеуметтік басқару түрін сипаттайды [1].

Қазіргі мәселе мемлекеттің басқарудың тиімділігін көтерумен өзекті. Экономиканы мемлекеттік реттеудің басты мақсаты – экономикалық және әлеуметтік тұрақтылық, ел ішіндегі мемлекет құрылысын нығайту, өзгерістерге бейімдеу болып табылады.

Мемлекеттік басқару органдары стратегиялық, реттеу, жүзеге асыру және бақылау қызметтерін атқарады. Мемлекеттік органның стратегиялық қызметтеріне жоспарлау құжаттарын дайындау мен қабылдау, мемлекеттік жоспарлау жүйесін анықтау, халықаралық қатынастарды қамтамасыз ету, ұлттық қауіпсіздікті қамтамасыз ету, т.б.; реттеу қызметіне мемлекеттік қызметтердің жүзеге асырылуын құқықтық қамтамасыз ету, мемлекеттік органдар қызметін құқықтық реттеу, мемлекеттік активтерді басқару, т.б.; жүзеге асыру қызметіне жоспарлы құжаттар мен нормативті-құқықтық актілердің іске асырылуы, мемлекеттік қызметтер көрсету т.б.; бақылау қызметіне жеке және заңды тұлғалар қызметінің бекітілген нормативтік актілер мен заңға сәйкестігін бақылау, т.б. жатқызылады. [2]

Мемлекеттік басқару - қоғамдастық мүшелері және сол адамдардың халықтың жақсы әл-ауқатын қамтамасыз ету мақсатына жетуге бағытталған нормалармен негізделген байланыстары мен әрекет етуі негізгі элементтері болып табылатын күрделі әлеуметтік тұтас жүйе.

Жергілікті өзін-өзі басқару биліктің халыққа ең жақын тармағы, сондықтан оған қатысу арқылы азаматтар демократиялық қағидаларға, заңға бағынушылыққа, азаматтыққа, басқалар мүддесін құрметтеуге, кез-келген мәселелерді шешуге үйренеді. Бұл жерде қоғам мен мемлекет арасындағы байланыс нығайып, азаматтардың саяси белсенділігі арта түседі. Бұған жету үшін жергілікті өзін-өзі басқару институттарын дамыту орталық және жергілікті атқарушы органдардың, сондай-ақ жергілікті өзін-өзі басқару өкілеттігін ажыратуды қажет етеді.

Қазақстан Республикасының заңнамасына сәйкес, мемлекеттік орган құзіреті – мемлекеттік орган қызметінің аясын анықтайтын бекітілген өкілеттік жиынтығы болып табылады.

Мемлекеттік орган өкілеттігі – мемлекеттік органның заңмен бекітілген құқықтары мен міндеттері.

Мемлекеттік орган құқықтары – басқа тұлғадан белгілі бір қызмет пен іс-әрекетті орындау немесе орындамауды талап етудің заңмен бекітілген мүмкіндігі.

Мемлекеттік орган міндеттері – заңмен бекітілген, мемлекеттік орган орындауына міндетті іс-әрекет шеңбері.

Мемлекеттік орган қызметтері – мемлекеттік органның заңмен бекітілген өкілеттіктер шеңберіндегі іс-әрекетті жүзеге асыруы болып табылады [3].

Билік - басқарудың тетігі немесе құралы, міндетті түрдегі шарты болып табылады. Биліксіз басқару болмайды, «жергілікті өзін-өзі басқаруды» сипаттауда міндетті түрде жергілікті (муниципалды) билік туралы сөз болуы тиіс. Г.В. Барабашев шет мемлекеттердегі жергілікті өзін-өзі басқаруды талдай отырып, жергілікті өзін-өзі басқаруға ол «заң шеңберінде, орталық биліктің қатысуынсыз жергілікті маңызы бар істерді жергілікті халықтың өзінің немесе халық өзі сайлаған органдар арқылы жүзеге асыруы» деп анықтаған [4].

Жергілікті өзін-өзі басқару мәнін түсіндіретін алғашқы теория, XIX ғасырдың ортасында Бельгия мен Францияда пайда болған еркін (табиғи) қауым теориясы. Оның өкілдері қауымның өз істерін меңгеру құқығы адам құқықтары сияқты табиғи және шектеусіз, қауым мемлекетке қарағанда ертерек пайда болды, сондықтан ол қауымның басқару еркіндігі құрметтелуі тиіс деп санаған. Қауым дербестік және тәуелсіздік құқықтарына ие болған, мемлекет қауым құрмайды, тек оны мойындайды. Бұл кезеңде атқарушы, заң шығарушы, сот билігімен қатар 4-ші билік ретінде – жергілікті билік танылды.

Осы теория уақыт өте келе шаруашылық теориясымен алмастырылды. Оның өкілдері еркін құқық субъектісі ретіндегі өзін-өзі басқаратын қауым мен коммуналдық қызметтің мәнін мойындатты. Шаруашылық қызметтің ерекше өзіндік саласы ретінде қарастырылған жергілікті өзін-өзі басқарудың саясатқа қатысы болмады.

Жергілікті өзін-өзі басқарудың мемлекеттік теориясының жақтаушылары жергілікті өзін-өзі басқаруды мемлекеттің бір бөлігі ретінде қарастырды. Кез-келген көпшілік сипаттағы басқару мемлекеттің ісі деп қабылданды. Бұл теория идеясы бойынша жергілікті халықты оқшауландырмай, керісінше, халықты мемлекеттің мүдделері мен мақсаттарына қатыстыру көзделді [5].

«Жергілікті өзін-өзі басқару» түсінігі алуан түрлі және кешендік құбылысты

бейнелейді. Оны келесідей анықтауға болады:

- жергілікті өзін-өзі басқару – Конституциялық құрылым негіздерінің бірі, билік ұғымдарының негізін қалаушы қағида, яғни билікті бөлу қағидасымен қатар (биліктің көлденең бөлінуі), демократиялық құқықтық мемлекеттің басқару жүйесін анықтайды (биліктің тік бөлінуі).

- жергілікті өзін-өзі басқару – бұл азаматтардың құқықтары, жергілікті қоғамдастықтың (сол территорияның халқы) жергілікті істерді өз бетінше жүргізуі.

- жергілікті өзін-өзі басқару – бұл азаматтардың жергілікті маңызы бар мәселелерді өз бетімен шешу әрекеті.

- жергілікті өзін-өзі басқару – бұл халық билігінің нысаны. Халық өз билігін тікелей және мемлекеттік билік органдары және жергілікті өзін-өзі басқару органдары арқылы іске асырып отырады.

Сәйкесінше, жергілікті өзін-өзі басқару – бұл қоғамдық қатынастар жүйесі, жергілікті маңызы бар мәселелерді азаматтардың өз бетінше шешу құқықтарының жүзеге асырылуы және нақты территорияда тұратын және қызмет ететін барлық субъектілердің мүддесіне сәйкес муниципалды меншікті басқару болып табылады.

Муниципалдық билік пен мемлекеттік билікке ортақ белгілерге ие. Олар: институционалдық сипат, билікті жүзеге асырудың оқшауланған арнайы аппараттың болуы, билік ету үздіксіздігі, әмбебаптық, жалпыламалық, заңдар мен басқа да нормативтік актілерге негізделуі, белгілі территорияда және сол жерде тұратын тұлғаларға қатысты іске асырылуы, құқықтық мәжбүрлеу құралдарын қолдану мүмкіндігі, салықтарды жинау мен бекіту, бюджеттің өзінше қалыптасуы, т.б. [6].

Жергілікті өзін-өзі басқарудың статусы Конституцияда және мемлекеттік билік органдары қабылдаған заңдарда анықталады. Жергілікті мәселелер өз бетінше шешілгенімен, бір мемлекеттік саясат аясында жүргізіледі. Жергілікті өзін-өзі басқару органдарының шешімдері міндетті түрде бұлжытпай орындалуы қажет.

Жергілікті өзін-өзі басқару органдары жалпы сипаттағы тәртіп ережелерін қамтитын нормативтік актілерді дайындайды, олар заңдарға жатқызылмайды, тек заңнан туындаушы заңдық актілер болып табылады.

Әлемдік тәжірибедегі жергілікті өзін-өзі басқарудың мемлекеттік емес сипаты келесі аргументтермен дәлелденеді:

- бұл жүйеде қатаң бағыныштылық пен иерархия жоқ;
- олар мемлекет атынан жұмыс атқармайды;
- жергілікті мәселелер территория ерекшелігін ескере отырып шешіледі;
- олардың материалдық - қаржылық базасын муниципалды меншік пен муниципалды бюджет құрайды;
- олар басқа мемлекеттік органдарға қарағанда, халықпен тығыз байланыста болады.

Жергілікті билікте екі бастама бар: қоғамдық және мемлекеттік. Бірақ қазіргі кезде, муниципалды биліктің екі жақтылығына қарамастан, іс жүзінде мемлекеттік билік пен жергілікті өзін-өзі басқаруды екі дербес билік

құрылымдары ретінде конституциялық жіктеудің астарында тәжірибелік негіз бар.

Жергілікті өзін-өзі басқару органдарының негізгі қызметтері келесі бағыттарда болады:

1. Жергілікті өзін-өзі басқару органдарының қызмет аясы болып табылатын халықтың күнделікті қажеттіліктерімен байланысты барлық сұрақтарды кешенді шешу мақсатындағы жергілікті мүдделерді қорғау саясатын тізбектелген түрде жүргізу;

2. Әлеуметтік қатынастарды дамыту – жергілікті қоғамдастықтың әр мүшесі мен әлеуметтік салаға қатысты барлық мәселелерді кешенді шешу. Бұл қызметті іске асыру - жергілікті қоғамдастық территориясы көлемінде ғана емес және одан тыс жерлерде білім беру, денсаулық сақтау, мәдениет, әл-ауқаты нашар халықты қолдау, жұмыспен қамту, т.б. мәселелер төңірегінде саясат жүргізуден тұрады.

3. Территория дамуының бағдарламасын дайындау – жергілікті қоғамдастық өз даму болашағына қатысты жауапкершілігін иеленіп, соған байланысты өз ресурстары мен мүмкіндіктерін бағалауы тиіс.

Жергілікті өзін-өзі басқару органдарының өкілеттіктері жеке және мемлекеттік болып бөлінеді. Жеке өкілеттіктерге жергілікті өзін-өзі басқарудың өзіндік және жергілікті маңызы бар сұрақтарды дербес шешетін, мемлекет мойындаған өкілеттіктер жатқызылады.

Мемлекеттік өкілеттіктерге мемлекеттің жергілікті өзін-өзі басқаруға жүктеген өкілеттіктері жатқызылады [7].

Мемлекеттік өкілеттіктердің жергілікті өзін-өзі басқару органдарына берілуі (делегирленуі) – мемлекеттік билік органдарының өз өкілеттіктерін жергілікті өзін-өзі басқару органдары мен лауазымды тұлғаларына орындау шарты ретіндегі ресурстарымен қоса беруі болып табылады.

Жергілікті өзін-өзі басқару органдарына жеке мемлекеттік өкілеттіктерді жүктеу заң негізінде және олардың қызмет аясындағы құзіреттерге сәйкес орындалады. Мемлекеттік өкілеттіктер жергілікті өзін-өзі басқару органдарына жергілікті әлеуметтік-экономикалық даму мүддесі мақсатында және жергілікті өзін-өзі басқару органдарының ол өкілеттіктерді жүзеге асыру мүмкіндіктерін ескере отырып беріледі.

Жергілікті өзін-өзі басқару органдарына өз өкілеттіктерін жүктеген мемлекеттік органдар ол өкілеттіктердің орындалуын, жергілікті өзін-өзі басқару органдарының шешімдерінің мақсаттылығы мен заңдылығын бақылай алады.

Өкілеттіктерді бөлу кезінде қызметтердің қайсысы нақты органмен жеке орындалады немесе қай қызметті түрлі басқару деңгейлерінің қосыла орындауы керектігі анықталады.

Жергілікті өзін-өзі басқару органдарына өз өкілеттіктерін жүктеген мемлекеттік органдар ол өкілеттіктердің орындалуын, жергілікті өзін-өзі басқару органдарының шешімдерінің мақсаттылығы мен заңдылығын бақылай алады.

Өкілеттіктерді бөлу кезінде қызметтердің қайсысы нақты органмен жеке орындалады немесе қай қызметті түрлі басқару деңгейлерінің қосыла орындауы керектігі анықталады.

Дереккөздер тізімі:

1. Қазақстан Республикасының Конституциясы. (1998 ж. 7 қазанда №284, 2011 ж. 21 мамырда № 254-III енгізілген өзгерістер мен толықтырулармен). Алматы, 2009. – 44 б.
2. Қазақстан Республикасындағы жергілікті мемлекеттік басқару және өзін-өзі басқару туралы Заңы. 2011 ж. 23 қаңтар, N 148. (2009.02.09. N 126-IV - өзгерістер енгізілген) // «Юрист» анықтама жүйесі.- 2010, ақпан.
3. Автономов А.С., Захаров А.А., Основы местного самоуправления и муниципального управления: учебное пособие: в 2 ч. – М.:РИЦ «Мун.власть»,2010. - С.159-210.
4. Анимича Е.Г., Тертышный А.Т. Основы местного самоуправления. – М.:ИНФРА-М.,2012. – 208 с.
5. Атаманчук Г.В. Государственное управление: организационно-функциональные вопросы. – М., 2012.
6. Мунтяну И., Попа В. Разработка новых правил игры в старых условиях // Организация местного самоуправления в Восточной Европе, на Кавказе и в Средней Азии. – Будапешт: Институт местного самоуправления, 2011.
7. Василенко И.А., Административно-государственное управление в странах Запада: США, Великобритании, Франции, Германии: учебное пособие. – М.: Логос, 2013. - 168 с.

Аннотация

Мемлекеттік басқарудың құрылымы мен кәсіби деңгейін жақсарту мемлекеттің ең шешуші міндеттерінің бірі ретінде белгіленген. Үкімет неғұрлым маңызды және жалпы мемлекеттік міндеттерді шешумен айналысып, әрбір министрлік пен басқарушы орган өздеріне тән емес функцияларды орталықтан аймақтарға және мемлекеттен жеке секторға бере отырып, олардан арылу арқылы өз жұмысын жетілдіре беруге міндетті.

Аннотация

В качестве одной из ключевых задач государства и структура государственного управления, улучшение профессионального уровня. И правительство занимается решением наиболее важных общегосударственных задач, от центра к регионам и от государства в частный сектор, управляющий орган, каждое министерство и несвойственных им функций с передачей через них обязаны совершенствовать свою работу, избавиться от них с помощью

Summary

As one of key tasks of the state and structure of state administration, improvement of professional level. And a government engages in the decision of the most essential national tasks, from a center to the regions and from the state in a private sector, managing organ, every ministry and unusual to them functions with a transmission through them be under an obligation to perfect the work, get rid from them with a help

БІЛІМ БЕРУ ЖҮЙЕСІНДЕ ИННОВАЦИЯЛАРДЫ ЖЕТІЛДІРУ

«Инновация» ағылшын тілінен аударғанда «жаңашылдық» «жаңалық енгізу» деген ұғымды білдіреді. Инновациялық процестің толық түсінігін ?? ғасырдың басында экономист И.Шумпетер экономикалық жүйенің дамуындағы өзгерудің «жаңа комбинациясын» талдады. 30 жылдары И.Шумпетер, Г.Менш «инновация» терминін ғылымға енгізді. Себебі жаңа технологияның және заттың ғылыми тұтас жаңалығын ашты. Осы кезден бастап «инновация», «инновациялық процесс», «инновациялық потенциал» терминдері жалпы ғылымдардың терминологиялық жүйесін байытты. Инновацияның жалпы ғылыми түсінігі жүйе қызметінің тұтастай өзгеруін анықтайды. Ол – жүйе элементтерінің және әртүрлі сфералардың сапалық пен сандық өзгеруі [1].

Елбасымыз Н.Ә. Назарбаев 2007 жылғы Қазақстан халқына арналған Жолдауында былай дейді: «Тұтас алғанда әлемдік технологиялық даму деңгейіне сәйкес өзіміздің жаңа экономикамызға қажетті білімнің баршаға ортақ базасын ұдайы жаңартып отыру үшін ілгері талаптар қойып, тиісті инфрақұрылым қалыптастыруымыз қажет. Білім беру бағдарламаларын іске асыру мен ғылыми қолданбалы зерттеулер жүргізу үшін инновациялық білім беру консорциумдарын құруға тікелей қолдау көрсетуге басты назар аударуымыз керек». Қазіргі заманғы білім беру жүйесінің басты қайшылығы – тез өсіп бара жатқан жаңа білімдер қарқыны мен жеке тұлғаның оларды игерудегі шектеулі мүмкіндіктері арасында.

Бұл қарама-қайшылық педагогикалық теорияны білім берудің жан-жақты дамыған тұлғасынан бас тартып (абсолютті идеалынан), жаңа идеалға – адамның өзін-өзі реттеуі мен өздігінен білім алу қабілеттерін, икемдіктерін дамыту және жетілдіру.

Инновациялық білім беру өз құрамына - жеке тұлғалық көзқарасты, білім алудың басты негіздерін, мәндік көзқарастарды, кәсіби шеберлікті, екі мәдениеттің техникалық және гуманитарлық синтезін және жаңа ақпараттық технологияларды технологияларды қолдануды біріктіруі.

Қазіргі кезде жоғары оқу орындарында білім беру ісін ақпараттандыру технологиясы іс-тәжірибеге енгізілді. Әрбір пән оқытушысы оқытудың жаңа технологиясын жан-жақты зерттеп, меңгеруі тиіс. Жаңаша жаңғыртып оқыту, жоғары белсенділікті дамыту және деңгейлік оқыту әдістемелерін жоғары дәрежеде дамыту оқыту әдістемелерін жоғары дәрежеде дамыту оқытудың техникалық және электрондық құралдарын жан-жақты пайдаланғанда ғана толық толық орындалады. Оқытудың техникалық құралдары – тіл үйретуде бұрыннан қолданып келе жатқан көмекші әдістемелік амалдардың бірі.

Оның негізі мақсаты – оқу ақпаратын сақтау, қабылдап алу, меңгеру кезеңіндегі бақылауды жүргізу ең басты – үйренушінің тілді меңгеруіне, үйрену дағдысына, білімін қалыптастыруға көмек көрсету. Білім беру жүйесіне инновация енгізу жағдайында оның ішінде тілді оқытуда оқытудың техникалық

құралдарын пайдалану ерекше қажет болып отыр. Бүгінде жоғары белсенділікті дамыту әдістемесі негізінде оқытудың техникалық құралдары үшін компьютер, электронды оқулықтар, интернет көмегі пайдаланылады [2].

Студенттің сабақ барысында алған білімін бағдарлама тікелей тексеріп, оқу процесі екі жақты яғни, студенттің өз бетінше жұмыс істеу дағдысын және олардың танымдық белсенділігін арттырады.

Электрондық оқулықтардың ерекшелігі үлгіге сәйкестігі, жоғары мобильділігі мен оқуға, үйренуге икемділігі. Электрондық оқулықтар оқу және зерттеу материалдарын толықтыратын және қосымша қолдануға болатын қажетті құрал болып есептеледі. Электронды оқулықтардың жасалуы, модульдік оқытудың педагогикалық теориясы болып есептеледі. Оқулықтар мемлекеттік оқу бағдарламасына сәйкес жасалады. Электрондық оқулықтар әртүрлі хабарлар жиынтығын немесе ерекше бір арнайы хабар түрлерін қамти отырып, студенттерге білім берудің негізгі пайда болу орталықтарын, оның таралуын, ғылымның алғашқы даму мәліметтерін толық бере алады.

Практика жүзінде электрондық оқулықтарды оқыту процесінде пайдаланудың ерекшеліктері сапалы өзгерістер әкеле отырып, бірқатар мәселелерді шешуге жағдай жасайды: [3]

- студенттің ой-өрісін кеңейтіп, жүйелі ойлау қабілетін күшейтеді;
- танымдық, тапқырлық, шапшандық қасиеттерін қалыптастырады;
- шығармашылыққа жол береді;
- өз бетімен жұмыс істеуге жоспарлар жасай білуге үйретеді;
- өз ісін бақылауға, жауапкершілікпен қарауға машықтайды;
- пәнді меңгеруде, студенттердің пәнге деген ынтасын, қызығушылықтарын арттырады;
- сабақты көрнекті, тартымды, қызықты етіп өткізуге мүмкіндік береді;
- оқу процесінің тиімділігін арттыруға ықпал етеді, уақытты үнемдейді және қарым-қатынасты реттеуде ортақ нәтижеге қол жеткізу үшін күш жұмылдыру мақсатында ақпаратпен бөліседі;
- оқу процесінің қарқынын жақсартады.

Кейбір ғалымдар инновациялардың анықтамасын берер кезде оның түрлеріне де ерекше тоқталып өтеді. Кейбіреулері білім берудің мақсаты мен міндеттеріне негізделетін жаңалықтарды: материалдық және рухани, құрылымдық және технологиялық, негізгі, іргелі, стратегиялық жаңалықтар деп бөлсе; ал біреулері білім беру саласы мен ұйымдарындағы жаңалықтарды: жаһандық, жекелеген, ұйымдық және спонтандық, ірі және ұсақ, сырттан әкелінген және спонтандық, ішкі және сыртқы жаңалықтар деп бірнеше түрлерге ажыратады [4, 10-14б.].

Білім берудегі жаңалықтарды жіктеу барысында инновацияның адам қызметінің ең маңызды түрлерінің бірі екендігін ескерген жөн. Бұл қызметті қатаң шектеуге және бөлшектеуге болмайды. Білім берудің барлық құрамдас бөліктері мен аспектілеріне жаңалық енгізу қиын, тіпті мүмкін емес болғанымен, оларды бір құрамдас бөлікке біріктіру одан сайын қиынға соғады. Сондықтан, білім беру мазмұнындағы жаңалықтар міндетті түрде ұйыммен және тиісінше, жұмыс істеу әдістемесімен өзара ықпалдасып отырады.

Қазіргі уақытқа дейін ғылыми әдебиеттерде инновациялық үдерісті мынадай кезеңдерге бөледі:

1) Идеяның немесе инновация тұжырымдамасының пайда болу кезеңі, мұны шартты түрде, іргелі де қолданбалы ғылыми зерттеулердің нәтижесі болып табылатын жаңалықтың ашылу кезеңі деп те атайды.

2) Ойлап табу кезеңі, яғни қандай да бір нысанға, материалдық немесе рухани өнім-үлгіге айналған жаңалықты құру немесе ашу кезеңі.

3) Жаңалықты енгізу кезеңі, мұнда ойлап табылған жаңалық іс-жүзінде қолданысқа еніп, қайта өңделеді және жаңалықтан тұрақты нәтиже алынады.

Инновациялық білім беру үдерісінің мән-маңызы, біздің пікірімізше, оның инновацияны бастау, жаңа өнімдер мен мәмілелерді дайындау, оларды нарықта сату және одан әрі қолданысқа енгізу жөніндегі мақсатты іс-әрекеттер тізбегін қамтитындығынан көрінеді.

Инновациялық білім беру үдерістерін басқаруды кәсіби қалыптастырудың тиімділігін бағалау критерийлеріне инновациялық білім беру үдерісінің шынайылығы, жүзеге асырылғыштығы (ресурстық қамтамасыз етілу деңгейі), басқарылғыштығы, инновациялық деңгейі, гуманитарлығы, өңделгендігі және таралу мүмкіндігі жатады.

Жоғары оқу орындарындағы инновациялық білім беру үдерістерін басқаруды кәсіби қалыптастырудың ұйымдық-педагогикалық шарттар жүйесі:

- инновациялық білім беру үдерістері жұмыс істейтін оқу және білім беру ортасының ғылыми әрі оқу-әдістемелік тұрғыдан қамтамасыз етілуін;
- жоғары оқу орындарының инновациялық құрылымын құру кезінде білім беру, ғылыми-зерттеу және коммерциялық (инновациялық білім беру үдерістеріне кететін шығынды өтеу және келешектегі инновациялық білім беру үдерістерін қаржыландыру әлеуетін қалыптастыру мақсатында) іс-әрекеттердің үйлесімділігінің орнатылуын;
- жоғары оқу орындарындағы инновациялық білім беру үдерістерін басқару құрылымының инновациялық білім беру үдерісінің кезеңдерін жүзеге асыратын функциялармен сәйкестігін;
- оқу материалдарының көлемін және пәндік дайындықтың қысқартылған мерзімін ескере отырып, оқыту әдістері мен түрлерінің ең оңтайлы үйлесімділігін;

Қазіргі кездегі жоғары білімнің мақсатына жаңаша түсінікпен қарасақ, оны дамытудың басты стратегиялық бағдары - өмірге жауапкершілікпен қарайтын, дүниетанымдық мәдениеті жетілген, шығармашылық ойлауға дағдыланған, іскерлік қабілеттілігі биік, гуманистік ойлауы басым, инновациялық ілімімен қаруланған адамгершілік қасиеттері мол білікті мамандардың жаңа ұрпағын қалыптастыру болып табылады [5].

Бүгінгі таңда бұрынғы жоғары білім беру жүйелерін осы заманғы әлеуметтік, экономикалық даму тұрғысынан жетілдіру талап етіледі. Ең басты мәселе – білімді жетілдіру, жаңа жүйеге көшу болып табылады.

Еліміздегі жоғары оқу орындарында білім мен ғылымдағы ең алуан түрлі және болашағы зор қазіргі заманғы білім беру технологиялары ендірілуде. Оқытудың кредиттік жүйесін, қашықтан оқыту формасын енгізуді, маман

даярлаудың көпсатылы құрылымына көшуді, оқу үдерісінде қазіргі заманғы білім беру технологиялары мен сабақ берудің озық әдістерін қолдануды атап айтуға болады.

Дереккөздер тізімі:

1. Бейсенбаев А. А. Тілебаев М.Б. Педагогика. /Дәріс құралы/ - Алматы- «Нұралы әлем». - 2014
2. Құсайынов А. Сапалы білім – заман талабы // Егемен Қазақстан 2016 жыл. 7 ақпан
- 3 <http://www.google.kz>
4. Багишев З.Я. Приоритеты современного образования и стратегия его развития. М: Педагогика, 2013, №9, с-10-14.
5. Л.Б. Рахимжанова, П.Қ. Тазабекова. Электронды оқыту жағдайында компьютерлік модельдеуді оқыту. Журнал Вестник / Хабаршы КазНПУ им.Абая №4 (44), 2013 г.

Аннотация

Білім беру — бұл қоғам мүшелерінің адамгершілік, интеллектуалдық мәдени дамуының жоғары деңгейін және кәсіби біліктілігін қамтамасыз етуге бағытталған тәрбие беру мен оқытудық үздіксіз процесі.

Аннотация

Образование — это членов общества, нравственного, интеллектуального и культурного развития, направленных на обеспечение высокого уровня профессиональной квалификации и непрерывного процесса воспитания

Summary

Education - it the members of society, moral, intellectual and cultural development, sent to providing of high level of professional qualification and continuous process of education of оқытудық.

Мурзабекова Б.М. аға оқытушы.,

4 курс студенті Садвакасова М.Е.

Алматы технологиялық университеті

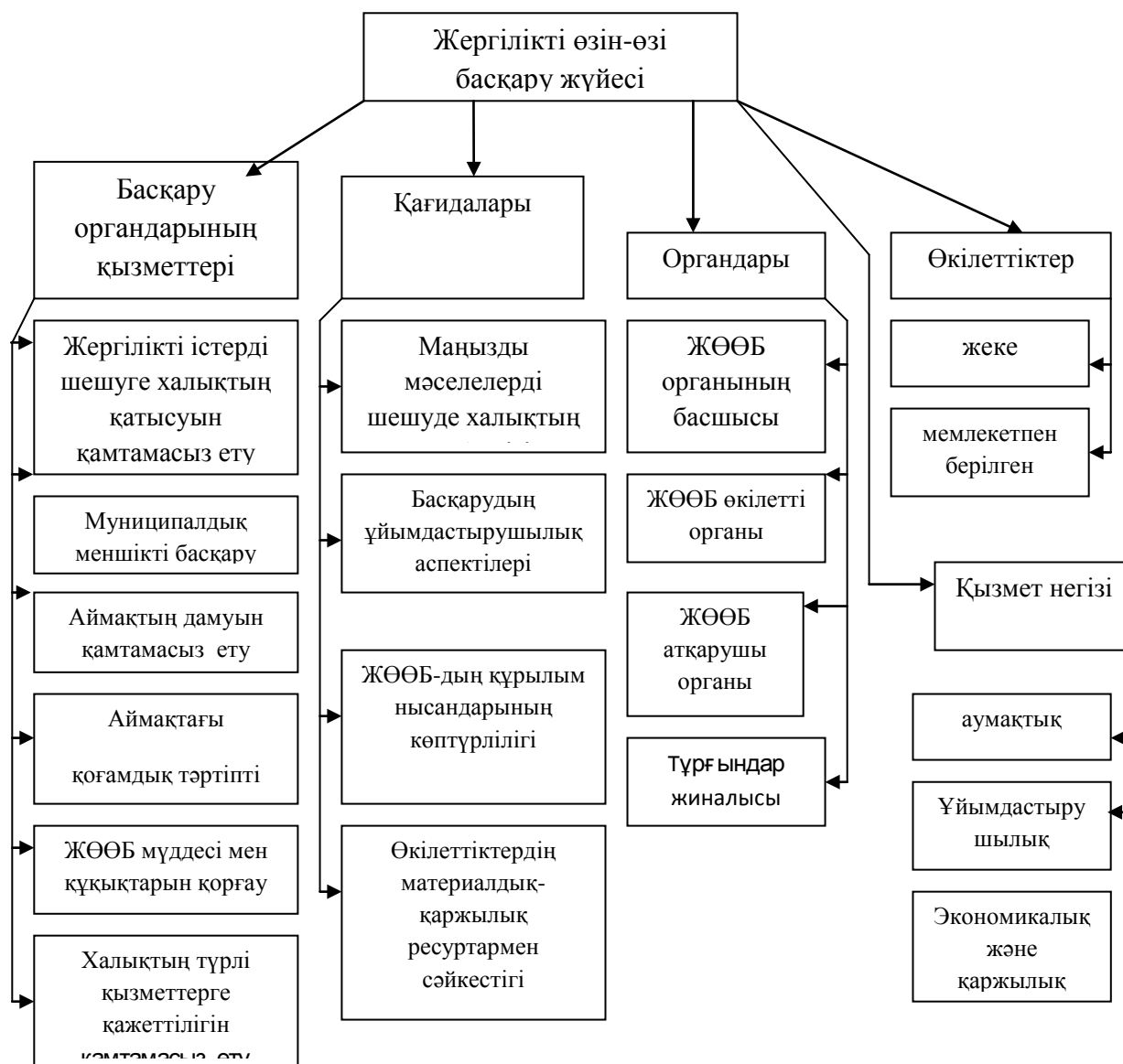
ЖЕРГІЛІКТІ ӨЗІН-ӨЗІ БАСҚАРУДЫҢ МЕМЛЕКЕТ ПЕН ҚОҒАМ ДАМУЫНДАҒЫ РӨЛІ

«Жергілікті өзін-өзі басқару» түсінігін екі жақты сипатта қарастыруға болады. Біріншіден, ол жергілікті қоғамдастық аумағында қамтылған барлық жеке және заңды тұлғалар үшін шешім қабылдайтын, екіншіден, осы қоғамдастық тұрғындарының сұранысына қажетті өндіріс, басқару, шаруашылық жүргізу, меншік иесі болу сияқты мәселелерді шешумен айналысады билік органдары. Сондықтан жергілікті өзін-өзі басқару жүйесі жергілікті халық үшін өте маңызды екендігіне баса назар аудару сөзсіз. Жергілікті халықтың осы басқару жүйесіне сүйене отырып, өмір сүру тіршілігінде маңызды мәселелерді шешу белсенділігі артады.

Ел конституциясына байланысты, біз зерттеп отырған жергілікті өзін-өзі басқару халықтың билікке араласуын білдіретін саяси институт ретінде танылады.

Ол елдердің тарихымен терең байланыста. Мемлекеттік басқаруды реформалау өзін-өзі басқару жүйесін енгізуге (немесе жетілдіруге) саналы түрде қадам басу болып табылады.

Жергілікті өзін-өзі басқару органдары, қызметтері, қағидалары, өкілеттіктері құрылымын келесі сызбадан көруге болады (сурет 1).



Сурет 1 - Жергілікті өзін-өзі басқару құрылымы

Жергілікті халық мүддесін білдіру және сол мүдделерді іске асыру жергілікті басқару органдары арқылы жүзеге асырылып келеді. Осы тұста айта кету маңызды: халық мүддесін білдіру деп оларды анықтау, біріктіру, жергілікті қоғамдастық дамуының жобасын әзірлеу, шешімдер қабылдау және жобаның құқықтық базасын құрайтын актілерді дайындауды түсінеміз. Осылайша, аталған екі қызметті өкілетті және атқарушы органдар жүзеге асырады.

Өкілетті орган жергілікті өзін-өзі басқару жүйесіндегі рөліне байланысты құзіреті: жергілікті бюджетті, қауымдастық аумағында жалпыға міндетті ережелерді бекіту, меншікті пайдалану мәселелерін шешу, коммуналды-тұрғын үй қызметтерін реттеу, мемлекетпен белгіленген тарифтердің орындалуын бақылау, ауыз сумен, көлік байланысымен, почта қызметімен, дәрігерлік

көмекпен, оқу-ағарту істерін мамандармен қамтамасыз ету бағдарламаларын бекіту, олардың қаржы көздерін бюджетте қарастыруға ат салысу, жергілікті өзін-өзі басқару органдарының қызметін қадағалау болып табылады.

Атқарушы орган жұмысы талап етуге негізделген, үкімет пен атқарушы биліктің келісілген қызметі болып табылады. Оған қол жеткізу үшін басқару деңгейлері арасында қызметтер мен өкілеттіктер нақты бөлінуі басты заңдылық. [1]

Жергілікті өзін-өзі басқарудың автономдық үлгісіне сәйкес барлық аумақтық билік деңгейлерінің құзіреттері, өкілеттіктері, міндеттері қалыптасқан, функциялары бір-бірін қайталамайтын көлденең басқару жүйесі болып табылады. Осы басқару жүйесінде жергілікті билік қызметін бақылауды референдум, сайлау, халық сайлаған өкілетті орган (немесе лауазымды тұлғалар) іске асырады.

Көлденең басқару мәселелері осындай, ал тігінен басқару деп жергілікті өзін-өзі басқарудың интеграцияланған жүйесін айтамыз. Жергілікті өзін-өзі басқарудың саяси-құқықтық сипатын, сыртқы болмысын, білгілері мен критерийлерін анықтауда маңызды және қажетті заңдылық. Айта кетелік, заңнама жергілікті өзін-өзі басқарудың міндетті белгісі, ол аумақтың өзін, халқының санын, сайлау органдарын, басқару формаларын, жергілікті бюджет пен салықтар және алымдар, меншік, нормативтік актілерді білдіреді. Бұл белгілер теорияны тәжірибе жүзінде қолдану мүмкіндігін бақылау болып табылады.

Сонымен, жергілікті өзін-өзі басқару институтының ерекшелігін ескере отырып, республикамыздағы мемлекеттік басқаруға сәйкес, қоғамның демократиялық дамуын білдіретін бірыңғай құрылымы ретінде қарастырылады деп қорытуға болады.

Қазіргі кезеңдегі мемлекеттік басқару мен өзін-өзі басқару саласындағы реформалар мен өзгерістер жасаудың мақсаты - ұтымды ұйымдастырылған жергілікті өзін-өзі басқару жүйесі арқылы жергілікті ресурстарды тиімді пайдалану, әлеуметтік мәселелерді шешу мен халықтың билікке деген сенімін арттыру болып табылады.

Сондықтан жергілікті өзін-өзі басқарудың дамуы халықтың экономикалық белсенділігін арттырып, қоғамдағы тұтастай әлеуметтік-экономикалық және ғылыми-техникалық ілгерілуіне негіз болады.

Мемлекеттік басқару мен жергілікті өзін-өзі басқару қызметтерінің бөлінуі қоғам мен мемлекетті басқарудағы билікті орталықсыздандырудың жалпы жүйесіне кіреді. Мемлекеттік басқару тігінен, яғни жоғарыдан ауылдық деңгейге дейін жүргізілген жағдайда жергілікті өзін-өзі басқару әлсіздігі орын алады. Мұндай жағдайда орталық билік барлық азаматтардың қажеттіліктерін ескере алмайды. Бірақ, ел қауіпсіздігін қамтамасыз ету, денсаулық сақтау, жоғарғы білім беру тек жергілікті басқару деңгейімен сапалы қамтамасыз етіле алмайды[2]. Аудандық басқару органдарының құзіреттері:

- халықты жұмыспен қамтуға жәрдемдесу және кедейлікті азайту бағдарламаларын іске асырады;

- халықты әлеуметтік қорғау, ана мен баланы қорғау мәселелерін шешеді, халықтың әлеуметтік жағынан дәрменсіз топтарына атаулы көмек көрсетеді, оларға қайырымдылық көмек көрсетуді үйлестіреді және ауылдық денсаулық сақтау ұйымдарын кадрлармен қамтамасыз етуге жәрдемдеседі[3].

Ауыл (ауылдық округ), село, кенттегі басқару органдарының құзіреттері:

- табысы аз адамдарды анықтайды, жоғары тұрған органдарға еңбекпен қамтуды қамтамасыз ету, атаулы әлеуметтік көмек көрсету жөнінде ұсыныс енгізеді, жалғызділікті қарттарға және еңбекке жарамсыз азаматтарға үйінде қызмет көрсетуді ұйымдастырады;

- жергілікті әлеуметтік инфрақұрылымның дамуына жәрдемдеседі;

- қоғамдық көлік қозғалысын ұйымдастырады;

- шұғыл медициналық көмек көрсету қажет болған жағдайда ауруларды дәрігерлік көмек көрсететін таяу жердегі денсаулық сақтау ұйымына дейін жеткізіп салуды ұйымдастырады.

Барлық дүние жүзі елдерінде жергілікті өзін-өзі басқару төменгі әкімшілік-территориалдық бірлік - ауылдық деңгейден басталады. Алайда, маңызды мәселелердің бірі - аудандық жергілікті өкілетті органдар – мәслихаттар мен өзін-өзі басқару органдары арасындағы қарым-қатынас заң жүзінде бекітілуі тиіс. [4].

Дереккөздер тізімі:

Аубакиров Я.А. Концепции административной системы в свете новых парадигм политэкономии. // Проблемы прогнозирования социально-экономического развития в переходной экономике: материалы МНПК посвященной 10-летию независимости РК.- Алматы: Қазақ университеті, 2011.

Лексин В.П., Швецов А.Н. Государство и регионы. Теория и практика государственного регулирования территориального развития. – М.,2011.

Мүсіреп Ғ. Орталықсыздандыру біртіндеп жүзеге асады // Егемен Қазақстан.-2012, қаңтар - 18.

Козбаненко. В. Формы и методы государственного управления //Проблемы теории и практики управления. – 2010. - №2. – 46 б.

Аннотация

Мемлекеттік және жергілікті өзін-өзі басқару жүйелеріне реформалар мен өзгерістер жүргізудің мақсаты ресурстарды тиімді пайдалану, әлеуметтік мәселелерді шешу мен халықтың билікке деген сенімін арттыру болып табылады. Бұл қойылған мақсатқа жету жолы - өкілеттіктерді басқару деңгейлері арасында нақты бөлу, құзіреттер шеңберінде қызметтердің атқарылуы.

Аннотация

Государственного и местного самоуправления цель проведения изменений и реформ в системы рационального использования ресурсов, решение социальных проблем и повышение доверия населения к власти. Это путь достижения поставленной цели - четкого распределения полномочий между уровнями управления, в рамках компетенции по исполнению услуг.

Summary

State and local self-government aim of realization of changes and reforms in the systems of the rational use of resources, decision of social problems and increase of trust of population to power. It is a way of achievement of the put aim - clear distribution of plenary powers between the levels of management, within the framework of competence on execution of services.

Мусаханова Самал Мақсатқызы
3 курс студенті, СКС-341 тобы
Нархоз Университеті
Ғылыми шетекші: э.ғ.к., доцент
Ниеталина Г.К.

ВИРУСТЫҚ МАРКЕТИНГ

Маркетингтік коммуникация ресурстарының біраз өзгеріп, инновациялануы әрі тиімді болуына ақпараттық желілердің кең таралуы бірден бір әсер етті десек қателеспейміз. Айта кетсек, соңғы кездері көптеген компаниялар вирустік маркетингті қолдануға көңіл бөлуде.

Вирустік маркетинг – басты ақпаратты таратушы канал – ақпаратты алушы адамның өзі болып табылатын, әр түрлі ақпаратты таратудың жолдары. Сонымен қатар, жаңа ақпаратты қабылдаушының назарын аударту үшін ақпараттың мазмұны шығармашылық, ерекше идея немесе табиғи, сендіру арқылы қолданылатын «вирустік» хабарлама болу қажет.

Мұндай стратегия маркетингпен тікелей қатысы жоқ, қарапайым адамдарға, яғни: ең бастысы бірнеше адамдарды жинап, тауар туралы ақпаратты таратып, жәй ғана қарапайым хабарды вирусті хабар етіп, сол процестің жүруін бақылап отыру (геометриялық прогрессияның өсуін бақылаумен сипаттасақ болады).

Бір айта кететін мәселе, вирустік маркетингтің сәтсіз мысалдары, табысты болған мысалдарынан көбірек. Себебі мұндай вирустік хабарламаны жобалау күрделі міндет болып табылады. Вирусті компаниялар үшін бұндай хабарламаларды шығармастан бұрын, өте сауатты түрде жоспарлануды қажет етеді. Ал егерде «вирус» еркіндікке жіберілген болса, керісінше сондай үлкен көңіл бөлуді қажет етпейді. Әсер ету және түзету әрекеттері артынан теріс салдардың болуына әкеліп соғуы әбден мүмкін.

Халықтың жарнамаға деген сенімінің түсіп кеткендігінен, компания – өндірушінің шығарып отырған вирустік хабарламаның басты принципі ақпаратты қабылдайтын адам айтып отырған адамның немесе танысының қызығушылығының жоқ екендігін байқау, әрі оған сенуі болып табылады. Нағыз адамның өзінен тауар туралы жақсы пікірлерді барынша көңіл аударып, сенімділікпен тыңдай отырып, сатып алуға деген құштарлығын ояту.

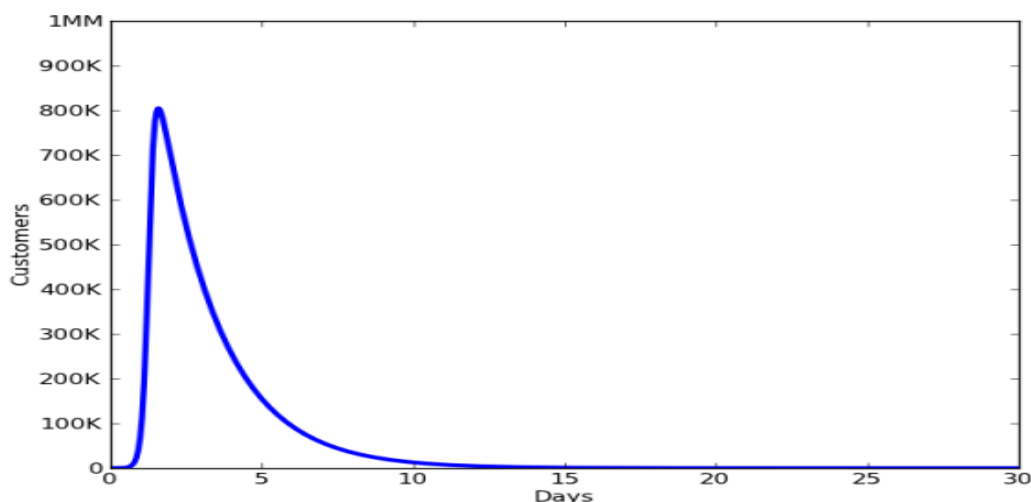
Вирустық маркетингтің моделі инфекциялық жұқпалы ауру секілді, себебі тоқтату өте қиын болып келеді. Бұндай тәсіл, өнімді немесе идеяны насихаттау үдерісі адамдардың кішкене ғана бөлігінен таралып, барынша көп адамдарға

жетуіне ықпал жасайды. Олар жаңа ақпараттарды ала отырып, жақындарына, құрбы-құрдас, жолдастарына таратады.

Жарнамаға жаңадан тартылған адамдардың күтілетін сан мөлшерін «көбейту коэффициенті» (немесе R) деп аталады. Егер көбейту коэффициенті біреуден асатын болса, онда әрбір адам ақпаратты қабалдаған соң орташа алғанда тағы бір жаңа адамға таратады, ал сол адам дәл солай ары қарай жалғастырады. Бұл хабарлама алатын адамдар санының едәуір ұлғаюына алып келеді. Керісінше, егер біреуден төмен болатын болса, онда процесс әдетте сәтсіз деп саналады [1].

Егер бастапқы аудитория жеткілікті үлкен болса, егер тіпті R біреуден төмен болса да, процесс бірнеше жылдарға жалғаса береді, әрі жаңадан қызығушылығы бар адамдарды тартады. Әлеуметтік алмасу құралдарын пайдалану арқылы, маркетингтік өздерінің вирустық хабарламаларын ойнату жылдамдығын арттыра алады. Бұл маңызды деп айта аламыз, өйткені R -дің кішкентай өсуі аудиторияны айтарлықтай арттыра алады. Мысалы, сіз стандартты онлайн – дүкен жарнамасын жасасаңыз, онда: потенциалды клиенттермен тікелей байланысу үшін электрондық пошта мекенжайларына жарнамаларды жібересіз немесе көрермендерді веб-сайтқа бағыттайсыз. Әрбір әдісті қолдану көмегімен, ұсынылатын өнімге қызығушылық тудыру үшін, компания осындай белгілі бір адамдардың санын тартады. Ал ондай адамдар, мысалы оны басқа біреумен оңай бөлісе алады. Осылайша, вирустық аудиторияның айтарлықтай өседі, себебі жаңа тартылған адамдар өздерінің достарына хабар жібереді, ал олардың достары ары қарай жібереді, солай вирустық ақпаратымыз тарала береді.

Мынандай сұраққа жауап іздеп көрейік, тұрақты вирустық өсуді қалай сақтай алуға болады? Бұл сұраққа жауап алу үшін, вирустық маркетингтің нарық көлемінің өзгеруіне қалай әсер ететінін түсінуіміз керек. Вирустық маркетингтің математикалық моделін толықтай ашып түсіндіру оңай емес, бірақ 30 күн ішінде пайдаланушылар саны қалай өзгередінін суреттен көруімізге болады [2]:



1 сурет - Пайдаланушылар санының өзгерісі

Қорытындылай келе, вирустық маркетинг – бұл қарапайым тәсіл, әрі ол компаниялардың жарнамалық мүмкіндіктерін айтарлықтай арттыра

алады. Вирустық маркетинг көмегімен өнім туралы немесе кез-келген идеяны минималды ақшалай қаражатпен және ең аз уақыт аралығында таныстыра алу мүмкіндігін иелену болып табылады. Себебі ақпараттық хабарлама тек бір рет жасалады және сол аудиторияның өзі арқылы тегін таратылады. Стандартты жарнамаға қарағанда, жасанды және сенімсіз емес, ақпаратты алып отырған адамның қызығушылығын арттыра отырып, сенімді түрде жүргізіледі.

Дереккөздер тізімі:

1. 5 правил для вирусных кампаний [электронный ресурс]: <https://virusok.ru/>
2. Лучшая математическая модель вирусного маркетинга [электронный ресурс]: <http://apptractor.ru/marketing-monetization/engagement/luchshaya-matematicheskaya-model-virusnogo-marketinga.html>

Аннотация

В данной статье рассматривается сущность вирусного маркетинга, его взаимосвязь с рекламой и влияние на продвижение товаров и услуг.

Аннотация

Бұл мақалада вирустық маркетингтің мәні, оның жарнамамен қарым-қатынасы және тауарлар мен қызметтерді жылжытуға ықпалы қарастырылады.

Summary

This article deals with the essence of viral marketing, its relationship with advertising and the impact on the promotion of goods and services.

**Мусина Раушан Сериковна,
к.э.н., ст.преподаватель.
г.Астана, Казахский Агротехнический
университет им.С.Сейфуллина**

СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ ИННОВАЦИЙ И ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

В современной рыночной экономике значение инновации сильно возросло. Это связано с тем, что в рыночной экономике инновации представляют собой мощный антикризисный фактор, так как использование новых технологий, новых видов техники, а также новых методов организации управления и производства ведет к снижению производственных затрат, к снижению цен, увеличению размера прибыли, к стимулированию новых потребностей, к росту репутации (имиджа) компании и к завоеванию новых рынков сбыта. Динамизм, масштабность и устойчивость инновационного технологического развития превратились в решающий фактор повышения конкурентоспособности экономики,

обеспечения экономической, технологической и экологической безопасности страны.

Инновационная деятельность Казахстана, базирующаяся на внедрении новых идей, научных знаний, технологий и видов продукции в различные области производства и сферы управления обществом, относится к числу важнейших факторов развития экономики республики.

Не зря в Стратегии «Казахстан-2050» ставится задача о необходимости вхождения Республики Казахстан в число 30 промышленно развитых стран мира. При этом намечены пути достижения этой цели.

Для Казахстана развитие экономики по такому пути имеет особое значение, поскольку только такое развитие предполагает ускоренное создание современной технологической базы, освоение производства конкурентоспособных видов продукции и, в конечном счете, обеспечение устойчивого социально-экономического развития.

Значение термина «инновация» в переводе с английского «innovation» означает - развивающийся комплексный процесс создания, распространения и использования новшества, которое способствует развитию и повышению эффективности работы предпринимательских фирм. Иначе говоря, под инновацией понимается новый метод, изобретение или новое явление.

Родоначальником теории инновационного развития в ее современном виде считается австрийский экономист И.Шумпетер, который рассматривал инновации как изменения в технологии и управлении, как новые направления в использовании ресурсов. Большое экономическое и практическое значение имеют исследования немецкого ученого Г.Менша, который пытался провести параллель между темпами экономического роста и цикличностью с проявлением базисных нововведений. Многие положения концепции Менша получили дальнейшее развитие в работах других авторов. Например, немецкий экономист А.Кляйкнехт утверждал, что нововведения-продукты образуются на фазе депрессии, а нововведения- процессы- на повышенной стадии длинной волны. По мнению этих и многих других исследователей, новаторская деятельность рассматривается как основной фактор, вызывающий динамические изменения волнового характера в экономике.

Научно-технический прогресс, новые технические знания, трансформируясь в инновации, позволяют улучшать производственные процессы, применять более производительную, удобную и безопасную технику, новые виды сырья, изменять социальные условия труда, приближая их к потребностям человека, производить новые или улучшенные продукты.

Побудительные стимулы к появлению инноваций могут быть как внешние, так и внутренние. К внешним побудительным мотивам относятся, например, проводимая экономическая политика государства, к внутренним - высокая степень морального износа используемого оборудования или повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции. Соответственно, в условиях жесткой развитой конкуренции, многие самостоятельно действующие хозяйствующие субъекты вынуждены активизировать свою деятельность в области инновационной политики. Именно инновации являются главным фак-

тором проводимой современной научно-технической революции. Если раньше инвестиции играли решающую роль в развитии научно-технического прогресса, что объяснялось преимущественно экстенсивным типом экономического развития и неразвитостью рынка, то на сегодняшний день эту роль на себя взяли инновации.

Инновация создается, и реализуется в дальнейшем - с целью получения прибыли. Вот в этом и заключается рыночная стоимость инновации.

Практика показывает, чтобы хорошая идея превратилась в успешную инновацию, она обязательно должна пройти несколько стадий обработки внутри компании. Если хотя бы одна из этих стадий не будет пройдена успешно, то у проекта нет никаких шансов на осуществление. Не менее важны и переходы между разными стадиями инновационного процесса.

На этих стадиях решаются технические, маркетинговые или производственные проблемы. На переходных участках мобилизуются необходимые для решения поставленной проблемы ресурсы. Западные ученые выделяют 5 стадий развития инновационного процесса:

1. Стадия зарождения идеи - возникает идея возможного использования в коммерческих целях какого – либо научного достижения.

2. Стадия вынашивания идеи – разработка технологии производства нового продукта, которая может быть коммерчески реализована.

3. Стадия демонстрации – создание прототипа и презентация его перед потенциальными инвесторами и заказчиками.

4. Стадия раскрутки продукта – создание спроса на рынке на новую продукцию.

5. Стадия закрепления на рынке – приобретение уверенности в том, что новый продукт или технология будут иметь долгое и успешное будущее на существующем рынке.

Помимо выполнения выше перечисленных стадий инновационного процесса для создания успешной инновации необходима соответствующая атмосфера. Обывательский менталитет может разрушить даже наиболее энергичную инновационную культуру. Поэтому окружение, в котором осуществляется разработка нововведений, должно быть лояльным к новшествам. Некоторые фирмы, занимающиеся инновациями, иногда даже позволяют своим сотрудникам открывать небольшие частные предприятия по производству разработанного ими продукта. Это позволяет находить необходимые для дальнейшего развития инновационного процесса инвестиции. Иногда для создания успешной инновации необходимо полностью изолировать исследовательскую лабораторию от внешнего мира, чтобы исключить любое влияние на нее извне.

Обеспечение инновационного развития экономики в стране зависит, прежде всего, от того насколько «продвинуты» участники инновационного процесса в генерации и/или стимулировании появления инноваций. Совокупность участников инновационного процесса образуют некую систему, имеющие специфические черты от страны к стране. В экономической науке эту систему,

присущую конкретной стране, принято называть национальной инновационной системой (НИС).

Теоретической основой формирования национальной инновационной системы Казахстана является концепция национальных инновационных систем, являющейся вершиной теории инновационного развития экономики в современном ее звучании. Начала этой концепции положили в конце 70-х годов XX века исследования технологических систем (К.Фримена, Д.Кларка и Л.Соете), а также работы по изучению диффузии нововведений (С. Девиса, Э. Менсфилда и А. Ромео).

Общие методологические принципы концепции национальных инновационных систем следующие:

- следование идеям Шумпетера о конкуренции на основе инноваций, признании научных исследований и инновационного инвестирования в корпорациях как главных факторов экономической динамики;

- анализ институционального контекста инновационной деятельности как фактора, прямо влияющего на ее содержание и структуру, признании институциональной роли в экономическом развитии инноваторов-предпринимателей,

- признание особой роли знания в экономическом развитии, исследование ценности интеллектуальных фондов компании по сравнению с ее материальными ресурсами и финансовым капиталом.

Национальная инновационная система - это совокупность взаимосвязанных организаций (структур), занятых производством и коммерческой реализацией научных знаний и технологий в пределах национальных границ (мелкие и крупные компании, университеты, государственные лаборатории, технопарки и инкубаторы). В то же время НИС -комплекс институтов правового, финансового и социального характера, обеспечивающих инновационные процессы и имеющие прочные национальные корни, традиции, политические и культурные особенности.

Основная статусная роль НИС - обеспечение непрерывного интенсивного потока новых идей (знаний), их воплощение в научно-технических разработках (конструкторской и технологической документации, макетах, опытных образцах техники, материалов, продуктов и т.д.) и практическом освоении в производстве (новых машин, технологий, производственных систем, продукции).

Базовые функции НИС - генерация знаний, их распространение и применение, коммерциализация нововведений, образование и подготовка кадров, ресурсное, в т.ч. финансовое, обеспечение, управление и регулирование инновационных процессов.

Простейшая модель, описывающая взаимодействие элементов НИС, сводится к тому, что роль частного сектора заключается в разработке технологий на основе собственных исследований и в рыночном освоении инноваций, роль государства — в содействии производству фундаментального знания и комплекса технологий стратегического характера, а также в создании инфраструктуры и благоприятных институциональных условий для инновационной деятельности частных компаний.

Особое внимание в НИС заслуживают государственная инновационная политика и органы, компетентные за ее реализацию.

В рамках своих полномочий вышеназванные ведомства осуществляют следующие функции:

- приоритетная ориентация науки на научно-техническое обеспечение инновационного развития экономики страны, администрирование бюджетных программ по финансированию фундаментальных и прикладных исследований, формирование рынка научно-технической продукции;

- формирование системы подготовки и переподготовки кадров для инновационной деятельности, включающей средние и высшие учебные заведения;

- поэтапное формирование инновационной инфраструктуры, включающей технологические парки, бизнес-инкубаторы и т.п.;

- формирование системы выхода на внутренние и внешние рынки высокотехнологичной продукции отечественного производства;

- создание условий, системы льгот для отечественных производителей экспортной и высокотехнологичной продукции;

- формирование законодательной базы прямого действия для инновационного развития, в том числе защищающей интересы и интеллектуальную собственность разработчиков, изобретателей и инициаторов проектов и программ.

В финансировании инноваций роль государства является ключевой, в формировании механизма государственного регулирования и создании правовых условий прослеживаются определенные закономерности. Одним из них является постепенный переход в финансировании от бюджетных источников к частным, что является закономерным процессом в создании эффективного механизма финансирования. Государственная система поддержки инновационной деятельности представлена большим разнообразием прямых и косвенных инструментов. Несмотря на столь широкий спектр инструментов финансового стимулирования, стабильный ежегодный прирост финансирования научно-технической и инновационной деятельности из всех источников, необходимо отметить дефицит финансовых ресурсов.

Список источников:

1. Дугалова Д.С. Методологические аспекты формирования национальной инновационной системы// Транзитная экономика. №4-5, 2010 г.

2. Мендалиева С.И. Роль государства в финансировании инноваций// Транзитная экономика. № 4-5, 2010 г.

3. Мустафина Л.Е. Развитие инноваций как основа конкурентоспособности национальной экономики Казахстана в условиях глобализации.//Транзитная экономика. №3, 2010 г.

4. Притворова Т.П. Сравнительный анализ методических подходов к оценке эффективности национальной инновационной системы.// Аль Пари. № 4, 2010.

5. Сактаганова Г.С. Сущность и содержание инноваций и инновационных процессов. // *Транзитная экономика*. № 1, 2010 г.
6. Саурукова А.К. Теоретические основы формирования национальной инновационной системы. // *Транзитная экономика*. № 3, 2010 г.
7. Послание Президента Республики Казахстан — Лидера Нации Н. А. Назарбаева народу Казахстана «Стратегия «Казахстан-2050»: новый политический курс состоявшегося государства» // *Мысль*. — 2013. — № 1. — С. 2-23.
8. Некрасов В. Казахстанский Клондайк // *Промышленность Казахстана*. — 2013. — № 1(76). — С. 46-49.

Аннотация

Решающим фактором повышения конкурентоспособности экономики является стабильность инновационного развития. В этой статье рассматриваются теоретические основы формирования национальной инновационной системы, теории инновационного развития, а также роль государственного финансирования инноваций.

Аннотация

Экономикалық бәсекелестіктің тұрақты дамуының шешуші факторына, тұрақты инновациялық даму жатады. Берілген мақалада ұлттық инновациялық жүйенің қалыптасуының теориялық негіздері, инновациялық даму теориялары және инновацияны қаржыландырудағы мемлекеттің рөлі қарастырылады.

Summary

Decisive factor in increasing the competitiveness of the economy is the stability of innovative development. This article discusses the theoretical basis for forming a national innovation system, the theory of innovation development as well as the role of the state financing of innovation.

**Нам Екатерина Герасимовна
Студент Казахстанского филиала
Московского государственного
университета им. М.В. Ломоносова**

РОЛЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА В РАЗВИТИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

На сегодняшний день понятие «интеллектуальный капитал» (ИК) широко применяется в научных дискуссиях. Однако до сих пор не было дано единого точного понятия данному термину. Теоретические исследования «интеллектуального капитала» во многом отстают от его практического использования, поэтому представители разных профессий, используя данный термин, подразумевают под ним субъективное осознание экономических процессов.

Выделяют три подхода к определению понятия «интеллектуальный капитал»:

1. Экономико-теоретический подход, представителем которого является Дж. Гэлбрейт. Под термином ИК он понимал совокупность знаний, умений, навыков и мобильности (способности усваивать новую информацию, переобучаться и адаптироваться к новым условиям) сотрудников.

2. Балансового подхода придерживались Л. Эдвинссон, М. Мэлоун и Т. Стюарт, которые под ИК понимали разницу между балансовой стоимостью активов компании и ее рыночной стоимостью. Сегодня расхождения между бухгалтерской отчетностью и рыночной концепцией перерастают в серьезные противоречия. В качестве примера Л. Эдвинссон приводит американскую компанию «СаусвестЭйрлайнз», оценочная стоимость которой превосходит авиакомпаний-ветеранов, во много раз превосходящих ее по масштабам перевозок. Таким образом, устаревшие методы бухгалтерского учета перестали показывать истинную стоимость компании, их стоимость задается теперь нематериальным активом, именуемым как ИК.

3. Ресурсный подход определяет понятие «интеллектуальный капитал» как термин для обозначения нематериальных активов, представленных в виде ключевых ресурсов в развитии компании, без которых она не может существовать. Данному подходу придерживались Э. Брукинг и В. Иноземцев.

Проведенный анализ определений ИК показывает, что в большинстве случаев под ИК понимают либо совокупность нематериальных активов, либо сумму знаний сотрудников предприятия, определяющих его конкурентоспособность.

В рассмотрении ИК на национальном уровне наибольшее распространение получила модель В.А. Супрун, которая выделяет два его элемента: интеллектуальный человеческий и интеллектуальный структурный капитал.

Интеллектуальный человеческий капитал – это высоко образованная часть населения, обладающая высшим и надвысшим образованием, а также различными учеными степенями [1, с. 111]. Интеллектуальный структурный капитал, в свою очередь, представляет собой совокупность следующих элементов:

1. Информационная структура общества, которая отвечает за хранение информации (библиотеки, базы данных) и способ ее передачи.

2. Система научных и проектных учреждений – объединение различных научно-исследовательских организаций, опытно-конструкторских и проектно-конструкторских организаций, научных лабораторий крупных корпораций.

3. Система образования – совокупность среднего, высшего и надвысшего образований, которые определяют интеллектуальный, культурный и духовный потенциал нации.

4. Государственная структура управления – система государственного менеджмента, которая через формирование институциональной структуры, направлена на снижение транзакционных издержек на макроуровне.

Человеческий и структурный капитал функционируют совместно. Недостаточно инвестировать по отдельности в людей или в системы, они могут поддерживать друг друга, или, наоборот, уменьшать ценность друг друга [2, с. 190].

По мнению Р.И. Цвылева, автора статьи «Социальный конфликт в постиндустриальной экономике» [3, с. 37], единственными источниками создания прибавочного продукта являются информация и новые знания, т.е. интеллектуальная деятельность. На данный вывод наталкивает сопоставление квалифицированного и малококвалифицированного труда. Стоимость, созданная малококвалифицированным работником, порой может оказаться меньше оплаты его труда. Следовательно, никакого прибавочного продукта здесь не существует. В итоге, возникает вопрос – что тогда является источником прибавочного продукта? В.А. Супрун предполагает наличие некоего мультипликатора, который многократно увеличивает приложенный труд работника, способствуя созданию прибавочного продукта. Этим мультипликатором являются не только оборудование и машины, но и знания, навыки работников, т.к. даже самые передовые технологии не будут приносить высокой отдачи, если рабочая сила является безграмотной. Машины и оборудование будут представлять собой никчемные куски железа, если к ним не будут применены определенные знания. Следовательно, основой их функционирования является интеллект. Очевидно, что в основе данного мультипликатора лежит ИК, а знания и управленческие способности работников – это накопленный ИК в чистом виде. Накопленные знания начинают замещать традиционные факторы производства, которые имели первостепенное значение в индустриальной экономике.

Следовательно, можно утверждать, что ИК является основой в производстве добавленной стоимости, а значит, в увеличении показателя валового внутреннего продукта и развитии национальной экономики.

Активность людей на микроуровне позитивно отражается на результатах экономического развития региона и страны в целом [4, с. 50-58]. Поэтому особый интерес вызывает развитие инновационных компаний. Анализ сравнения компаний индустриальной и постиндустриальной эпохи показывает, что рыночная капитализация компаний, основанных на использовании исключительных знаний, способностей работников и передовых информационных технологий, оказывается значительно выше, чем таких индустриальных гигантов, как «Дженерал моторс», «Форд», «Даймлер-Крайслер» (табл. 1).

Таблица 1

Рыночная капитализация компаний, представляющих «старую» и «новую» экономики по данным «FinancialTimes» на 31 марта 2015 г. (млрд. долл.) [5]

«Старая экономика»		«Новая экономика»	
Компания	Рыночная капитализация	Компания	Рыночная капитализация
«Дженерал моторс»	60,39	«Майкрософт»	333,52
«Форд»	63,1	«Гугл»	345,85
«Даймлер-Крайслер»	103,74	«Эпл»	724,77

В современных условиях экономический рост отождествляется только с научно-техническим прогрессом и интеллектуализацией основных факторов производства [6, с. 88]. Эксперты Всемирного банка определили, что на сегодняшний день экономический рост на 16% обусловлен использованием физического капитала, на 20% использованием естественного капитала, остальные 64% приходятся на ИК, реализуемый в виде инноваций [7]. Становление инновационной экономики подразумевает значительные инвестиции в научные исследования и высококачественные научно-исследовательские институты. Более того, по исследованиям американского экономиста Э. Девинсона, эффективность инвестиций в ИК в 5-6 раз больше, чем в материальное производство. Данные вложения характеризуются показателем расходов на научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки. Наблюдается рост данных расходов в большинстве развитых стран мира. К примеру, в Японии в 2011 г., по сравнению с 2000 г., расходы на НИОКР увеличились с 3,0 до 3,4% к ВВП; в Южной Корее – с 2,3 до 4% к ВВП; в США – с 2,5 до 2,8% к ВВП. В Казахстане данный показатель за тот же период времени оставался без изменений в течение одиннадцати лет на уровне 0,2% к ВВП. [8] По данным Всемирного экономического форума в 2013 г., значение индекса расходов на исследовательскую деятельность в Казахстане составило 3,1; в России – 3,3; в США – 5,6; в Японии – 5,9 [9]. Низкие расходы на исследовательскую деятельность обуславливают торможение инновационного развития, что доказывается рейтингом показателя глобального индекса инноваций, в котором США заняли 5-ое место, Япония – 22, Россия – 62, Казахстан – 84 [10]. Таким образом достигается эффект нарастающей отдачи от ассигнований на НИОКР, который влечет увеличение конкурентных преимуществ стран, позволяя им последовательно повышать эффективность инновационной деятельности [11, с. 177].

Возрастает и роль образования в формировании инновационной экономики, т.к. именно с помощью образования можно осуществить подготовку и переподготовку специалистов, способных осуществить внедрение передовых наукоемких технологий. К примеру, сегодня в США на переподготовку специалистов отводится 15–20% рабочего времени. Более того, исследователями было выявлено, что при увеличении уровня образования на 10%, производительность труда повышается на 9%, а при увеличении акционерного капитала на 10%, производительность труда растет только на 4% [12, с. 29].

ИК, который включает в себя информационно-технологические, научно-производственные, рекламные и др. активы, является главным атрибутом реализации нововведений. Благодаря сегодняшним технологиям, созданным человеком, подразделения исследований и разработок намного полнее и быстрее осваивают знания в своей области деятельности и приходят к пониманию потребностей клиентов [13, с. 195]. Далее происходит реализация инновационных программ, введение новых товаров и услуг, наиболее отвечающих потребностям людей, а затем осуществляется предложение продукции. В качестве примера можно привести американскую сетевую коммерческую компанию «Амазон», создатели которой просят клиентов портала оставлять отзывы после совершения

покупок. Это помогает сотрудникам компании предсказывать потребности покупателей, снижая издержки на поиск новинок.

Креативное мышление – залог успеха в становлении экономики инноваций. В связи с этим, необходимы значительные вложения в образование, НИОКР, поощрения работников со стороны руководителей компаний для раскрытия творческого потенциала и реализации инновационных проектов.

Как уже было сказано, произошли значительные изменения в производительных силах: смена ручного труда, господствующего в раннем капитализме, интеллектуальным трудом постиндустриальной эпохи. Главная причина данных изменений – желание снизить материально-производственные затраты. Стремление к снижению затрат привело к укрупнению капитала, массовому производству и повышению качества технологий, используемых для увеличения производительности труда. Массовые производства предполагают такие же массовые рынки сбыта, и это толкает производителей искать их в других странах, когда рамки национальной экономики становятся малы [1, с. 169]. Другим выходом является формирование искусственного спроса путем использования одного из компонента ИК –рыночных активов в виде контрактов, которые дают возможность воспользоваться услугами рекламы, создавая не существовавшие до этого потребности.

Таким образом, на сегодняшний день главным фактором эффективности национальной экономики является технология – путь к снижению издержек и увеличению производительности труда. Интеллектуальные способности человека также становятся более ценными, поскольку именно человек создает технологии и управляет сложнейшими машинами.

На примере кризисов конца XX века и сегодняшних дней, следует признать бесперспективность сырьевой направленности экономики, которой присуща экономическая нестабильность, технологическое отставание, торможение процесса развития человеческого капитала. Для выхода из сырьевой ловушки необходимо осуществить переход от индустриальной экономики к экономике знаний, базирующейся на интеллекте, творческих и организаторских способностях человека.

Список источников:

1. Супрун В.А. Интеллектуальный капитал – главный фактор конкурентоспособности экономики в XXI веке. – М.: КомКнига, 2006.
2. Стюарт Т. Интеллектуальный капитал // Библиотека избранных трудов о стратегии бизнеса / Миддлтон Дж. – М., Олимп-бизнес, 2006.
3. Цвылев Р. Социальный конфликт в постиндустриальной экономике // Мировая экономика и международные отношения. - №10. – М., 1998.
4. Салихов Б.В., Нейматова Б.А. Функциональная структура интеллектуального капитала предприятия как объект управления [Электронный ресурс]// Креативная экономика. - 2008. - № 11 (23). - с. 50-58. Режим доступа: <http://old.creativeconomy.ru/articles/2606/>
5. Оверченко М. Российские компании в рейтинге FinancialTimes вернулись на 10 лет назад. [Электронный ресурс] // Ежедневная деловая газета «Ведомости».

- 21.06.2015 г. Режим доступа:
<https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2015/06/22/597310-rossiiskie-kompanii-v-reitinge-financial-times-po-rinochnoi-kapitalizatsii-vernulis-na-10-let-nazad>
6. Глухов В.В., Коробко С.Б., Маринина Т.В. Экономика знаний. – СПб.: Питер, 2003.
7. Фасхиев Х.А. Интеллектуальный капитал – основа инновационного развития предприятия // Вестник УГАТУ. - №11 (46). - Уфа, 2012.
8. Research and development expenditure (% of GDP). [Электронный ресурс] // Knoema – атлас данных. Режим доступа:
<http://knoema.ru/WBWDIGDF2015Oct/world-development-indicators-wdi-october-2015>.
9. Жаксыбаев К.Р., Толеубаева Д.Д. Развитие инновационных процессов как условие экономического роста в Казахстане. [Электронный ресурс] – Караганда: Вестник КарГУ, 2013. // Articlekz – научные статьи Казахстана. Режим доступа:
<http://articlekz.com/article/8545>
10. Исследование INSEAD: Глобальный индекс инноваций 2013 года. [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. — 01.07.2013. Режим доступа: <http://gtmarket.ru/news/2013/07/01/6051>
11. Глазьев С.Ю., Сабден О., Арменский А.Е., Наумов Е.А. Интеллектуальная экономика – технологические вызовы XXI века. – Алматы.: Эксклюзив, 2009.
12. Тесленко И.Б., Коваленко С.Ю., Савельев И.И., Научигин К.М. – Интеллектуальный капитал и инновационное развитие региона. – Владимир: ВлГУ, 2014.
13. Эдвинссон Л. Корпоративная долгота. Навигация в экономике, основанной на знаниях. – М.: Инфра-М, 2005.

Аннотация

Цель научной работы заключается в определении места и роли интеллектуального капитала в развитии национальной экономики. Для достижения данной цели были проанализированы различные подходы к определению интеллектуального капитала, сделан вывод о том, что в большинстве случаев под интеллектуальным капиталом понимают либо совокупность нематериальных активов, либо сумму знаний сотрудников предприятия, определяющих его конкурентоспособность.

Рассмотрена наиболее распространенная структура интеллектуального капитала на макроуровне, разработанная В.А. Супрун. Описание каждого из элементов структуры интеллектуального капитала позволило выявить его сильные стороны, которые в дальнейшем были использованы для определения его роли в развитии национальной экономики.

Сформулированы следующие преимущества национальных экономических систем, которые обеспечиваются использованием интеллектуального капитала:

1. Интеллектуальный капитал является главным фактором в производстве добавленной стоимости.

2. Интеллектуальный капитал позволяет реализовывать новые продукты и технологии, повышая уровень инновационного развития, который обеспечивает

создание новых отраслей экономики, повышение качества производимой продукции, укреплению обороноспособности, конкурентоспособности и продовольственной безопасности национальной экономики.

3. Использование интеллектуального капитала позволяет повысить уровень производительности труда – это приводит к росту объема выпускаемой продукции, снижению ее себестоимости, что обеспечивает захват конкурентных преимуществ и увеличение прибыли.

Аннотация

Ғылыми жұмысының басты мақсаты интеллектуалдық капиталдың ұлттық экономиканың дамуындағы орны мен рөлін анықтау. Осы мақсатқа жету барасында интеллектуалдық капиталдың әртүрлі тәсілдері анықталуына анализ берілген болатын, ал соңына қарай көптеген жағдайларда интеллектуалдық капитал материалдық емес активтің жинақысы, немесе оның бәсекеге қабілеттілігін анықтайтын кәсіпорындағы жұмыскерлердің білімінің жиынтығы деген қорытынды жасалған еді.

В.А. Супрунмен жетілдірілген интеллектуалдық капиталдың макро деңгейде кең таралған құрылымы қарастырылды. Интеллектуалдық капиталының құрылымындағы әр элементінің сипаттамасы мықты жағын анықтауға көмектесті, ал кейінірек оның ұлттық экономикадағы рөлінің даму жолдары қолданылған болатын.

Интеллектуалдық капиталдың қолданысымен қамтамасыз етілген ұлттық экономикалық жүйесінің артықшылықтары анықталған еді, олар:

1. Интеллектуалдық капитал қосымша құн өндірісіндегі ең басты себебі болып табылады.

2. Интеллектуалдық капитал жаңа өнім мен технологияның жүзеге асыруына ықпал тигізеді. Оны инновациялық даму деңгейінің арттыру арқылы, яғни, экономикадағы жаңа салалардың құрылуы, жасап шығарылған өнімнің сапасын жоғарылатуы, бәсекеге қабілеттілігін және ұлттық экономиканың қауіпсіздігін күшейту арқылы қамтамасыз етеді.

3. Интеллектуалдық капиталдың қолданысы еңбек өнімділігінің деңгейін көтеруге ықпал тигізеді, ол өнім шығарудағы көлемін арттыруға, өзіндік құнының төмендетуіне әкеледі.

Summary

The purpose of scientific work is to determine the place and role of intellectual capital in the development of the national economy. There were analyzed several approaches for determining of the national capital concept. Basically, the intellectual capital is interpreted as either a collection of non-material assets, or the employees' amount of knowledge which defines competitive ability of the organisation.

There was reviewed the most widespread structure of intellectual capital on a macrolevel, developed by V.A. Suprun. The description of each intellectual capital structure element allowed to detect its advantages which were subsequently used to determine the role of the intellectual capital in the development of the national economy.

There are the advantages of national economic systems that are ensured by the use of the intellectual capital:

1. Intellectual capital is the main factor in the production of value added.
2. Intellectual capital allows us to realize new products and technologies that increase the level of innovative development, which ensures the creation of new industries, improving the quality of products, strengthening the defense capacity, competitiveness and food security of the national economy.
3. Usage of intellectual capital increases the level of productivity. It leads to an increase in the volume of output, a reduction in costs, which ensures the capture of competitive advantages and increased profits.

Ниеталина Гаухар Кудайбергеновна
к.э.н., доцент каф. «Маркетинг»
АО «Университет НАРХОЗ»

МАРКЕТИНГ В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ

Агропромышленный комплекс является стратегической отраслью экономики любой страны. Проблема бесперебойного обеспечения рынка продовольственными товарами стоит в ряду первоочередных задач национальной экономики. В настоящее время отечественным сельскохозяйственным предприятиям сложно осуществлять свою деятельность в современных рыночных условиях. Многие предприятия столкнулись с целым рядом проблем: несовершенство структуры управления, неэффективная система ценообразования, невозможность выявить реальные запросы потребителей, организовать хорошую коммуникативную, сбытовую, товарную политику, выработать четкую стратегию развития предприятия.

В последнее время в мировой литературе все чаще встречаются такие понятия, как сельскохозяйственный маркетинг, аграрный маркетинг, агропромышленный маркетинг, маркетинг агробизнеса и т.д.

Агромаркетинг является системой управления деятельностью на аграрном рынке, регулирования рыночных процессов и изучения рынка не только на микроуровне предприятий, но и на макроуровне, предлагает механизмы взаимовыгодного обмена для различных субъектов рынка, создает условия для выявления требований потребителей и определения возможностей их удовлетворения. Это предполагает изучение сельскохозяйственного рынка и прогнозирование его динамики, формирование спроса на продукцию данного рынка и стимулирование их распределения.

Агромаркетинг позволяет научно обосновывать принятие решений о производстве, сбыте и продвижении на рынок товаров, адекватно оценивать и прогнозировать рыночную ситуацию, разрабатывать стратегию и тактику конкурентной борьбы [1].

Для определения специфики аграрного маркетинга, его функций и задач, необходимо сначала определить сферу его функционирования – сельское

хозяйство и АПК. Понятие агропромышленный комплекс (АПК) было введено в обиход в 1950-х гг. АПК представляет собой совокупность отраслей народного хозяйства, занятых производством сельскохозяйственной продукции, обслуживанием сельского хозяйства, хранением, переработкой и доведением сельскохозяйственной продукции до потребителя. АПК шире и масштабнее сельского хозяйства. Кроме того, если сельское хозяйство есть почти в каждой экономике независимо от уровня ее развития, то развитый АПК имеется в наличии только у крупных стран-экспортеров продовольствия [2].

В зарубежных странах понятия АПК не существует, есть только термин «agriculture» – «сельское хозяйство». Предпринимательство в аграрной сфере называется агробизнесом. Термин «агробизнес» в экономическую науку ввел в 1955 г. Джон Х. Дэвис (зам. министра сельского хозяйства США). Он дает такое определение: «Агробизнес – это сумма всех фермерских операций плюс производство и распределение продукции, необходимой для снабжения фермерских хозяйств, плюс сумма всех операций, осуществляемых в связи с транспортировкой, хранением, переработкой и распределением сельскохозяйственной продукции» [3]. Агробизнес представляет собой систему интеграции и сотрудничества американских фермеров с партнерами с партнерами по поставке, переработке и дистрибуции продуктов, которая позволяет установить действенный контроль над всеми взаимозависимыми участниками и взаимную выгоду от фермы до супермаркета и потребителя. Именно агробизнес является воплощением изменений, произошедших в американском сельском хозяйстве в конце XX века.

Единого общепризнанного определения понятия «агромаркетинг» в мировой экономической науке не сложилось. Для того чтобы дать более точное определение агромаркетинга и уточнить его содержание, цели и функции, необходимо обратиться к трудам зарубежных и российских ученых.

Американские авторы Роберт Э. Брэнсон и Дуглас Г. Норвел дают следующее определение сути аграрного маркетинга: «...вся деятельность, связанная с сельскохозяйственным производством: с питанием, семенами, уборкой урожая, переработкой и доставкой конечному потребителю, включая анализ потребностей потребителей, мотиваций покупок и поведения потребителей» [4]. Канадский специалист Сорока Л. подчеркивает, что агромаркетинг можно определить как осуществление всех видов предпринимательской деятельности, направленных на свободное продвижение сельскохозяйственных товаров к потребителю и выполнения задач ферм и других предприятий на селе [5, с.27].

По мнению Цыпкина Ю.А., аграрный маркетинг как комплексная рыночная деятельность представляет собой систему взглядов и действий, связанных с изучением потребностей, возможностей производства и обмена в целях удовлетворения этих потребностей с наименьшими затратами ресурсов и наиболее полным потребительским эффектом [6, с. 29]. Рабаданов А. понимает под агромаркетингом деятельность, направленную на обеспечение конкурентоспособности АПК и каждого его формирования на основе учета

закономерностей функционирования и развития рынка сельхозпродукции и продовольствия [7].

На наш взгляд агромаркетинг (агропромышленный маркетинг) как самостоятельное направление современного маркетинга представляет собой целенаправленную творческую деятельность по предвидению, планированию, организации и управлению удовлетворением спроса потребителей на товары сельскохозяйственного производства, нацеленную на обеспечение конкурентоспособности продукции АПК посредством обмена, а также процесс организации и управления производством сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия для удовлетворения потребностей отдельных граждан, промышленной сферы и всего общества в целом.

Важная особенность агромаркетинга заключается и в том, что его службы нередко имеют дело с товарами первой необходимости. Следовательно, маркетологи должны своевременно, в необходимом объеме и ассортименте (с учетом возраста, пола, национальных традиций, состояния здоровья) удовлетворять нужды, потребности, интересы потребителей [8].

В последние годы одним из важных аспектов действия рыночных факторов стали структурные сдвиги в системе реализации сельскохозяйственной продукции – уменьшение объемов продаж для государственных нужд и увеличение реализации по альтернативным, преимущественно рыночным каналам. Следствием существующей сбытовой политики аграрных предприятий является то, что рост потребительских цен на конечную продукцию АПК происходит преимущественно не в сфере производства, а в сфере переработки и обращения, в результате чего значительная доля прибыли, созданная трудом сельхозтоваропроизводителей, перераспределяется в другие сферы [2, с. 4].

Маркетинг в сфере агропромышленного, сельскохозяйственного производства, или агромаркетинг, отличается от других типов маркетинга. Это определяется особенностями сельского хозяйства: зависимостью результатов от природных условий, значением товара, разнообразием форм собственности, несовпадением рабочего периода и периода производства, сезонностью производства и получения продуктов, многообразием организационных форм хозяйствования и их диалектикой, внешнеэкономическими связями, участием государственных органов в развитии АПК и его отраслей. Природные и экономические процессы в деятельности агробизнеса интегрируются и образуют особые условия для производства и организации маркетинга. Маркетинг сельскохозяйственной продукции отличается сложностью и высокой степенью риска.

Предпосылками возникновения агромаркетинга в Казахстане являются следующие факторы:

- переход от плановой экономики к рыночной;
- отсутствие системы ситуационного ориентирования на рынке;
- неэффективное позиционирование сельскохозяйственных предприятий.

В целом в настоящее время аграрный маркетинг в Казахстане находится лишь на стадии развития и в основном рассматривается как часть сферы сбыта.

То, что сегодня под маркетингом часто понимается лишь реализация (особенно в области сельского хозяйства), является ошибкой.

Маркетинг – это не только процесс реализации продукции, как привыкли считать, но и сам процесс производства. Отсюда можно сделать вывод, что понятие маркетинга шире, чем понятие производства. Кроме того, комплекс маркетинга состоит из четырех элементов: товар, цена, распределение, продвижение. Это является еще одним свидетельством того, что маркетинг включает в себя и процесс производства, и процесс реализации, и мероприятия по стимулированию сбыта.

В настоящее время на казахстанских предприятиях агропромышленного комплекса маркетинговая деятельность не получила широкого распространения. Это связано с отсутствием квалифицированных специалистов-маркетологов и единого информационного пространства, неразвитостью маркетинговой инфраструктуры, низким уровнем знаний руководителей и специалистов в области маркетинга, а также экономическим спадом в производстве.

Агропромышленные предприятия страны в настоящее время используют пока только отдельные функции и стратегии маркетинговой деятельности, которые не дают должного эффекта. Существующая экономическая ситуация в республике не позволяет большинству товаропроизводителей применять всю систему маркетинга. Основными проблемами, сдерживающими развитие агромаркетинга, являются неразвитая рыночная инфраструктура, недостаток квалифицированных кадров, владеющих опытом маркетинговой работы, отсутствие полной информации о состоянии внутреннего и внешних рынков продукции сельскохозяйственного происхождения, недостаток материально-технических и финансовых ресурсов для создания и функционирования службы маркетинга на предприятии.

Обобщение отечественного и зарубежного опыта позволяет утверждать, что формирование эффективной стратегии маркетинга в АПК невозможно без учета следующих особенностей этой отрасли: высокой степени конкуренции на большинстве рынков, прямого и косвенного влияния государства на спрос и предложение, высоких барьеров мобильности, воздействия социально-экономических, природных и культурных условий.

Таким образом, агромаркетинговые системы играют основополагающую роль в эффективном функционировании АПК, выступая интеллектуальной основой экономического роста. Переход к рыночным отношениям сопровождается экономическим кризисом, особенно остро ощущаемом в сфере сельскохозяйственного производства, который принял затяжной характер. Проблема повышения эффективности АПК – узловая проблема Казахстанской экономики, от которой зависит решение всех других экономических и социальных проблем. Повышение активности маркетинговой инфраструктуры агробизнеса является важнейшим фактором преодоления спада сельскохозяйственного производства, реализации структурных сдвигов в экономике в целом. В связи с этим необходима четко сформулированная, продуманная государственная политика поддержки и развития отраслей

отечественного агропромышленного комплекса на основе агромаркетинговых стратегий.

Список источников:

- 1 Предеин Д.Б. Агромаркетинг. – М.: Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права, 2002. – 24 с.
- 2 Попов Н.А. Экономика отраслей АПК: курс лекций. – М.: ИКФ «ЭКМОС», 2002. – 368 с.
- 3 Davis John H., Goldberg Ray A. A concept of agribusiness. – Boston: Division of Research, Graduate School of Business Administration, Harvard University, 1957. – P. 49.
- 4 Brenson, Robert E. Agricultural marketing / Robert E. Brenson, Douglas G. Norwell. - Iowa University Press, 1991. - 380 p.
- 5 Сорока Л. Основы менеджмента и маркетинга в агробизнесе. – М.: «Прогресс-Академия», 1994. – 192 с.
- 6 Цыпкин Ю.А., Люшкинов А.Н., Эриашвили Н.Д. Агромаркетинг и консалтинг: учебное пособие для вузов / Под ред. проф. Ю.А. Цыпкина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. - 637 с.
- 7 Рабаданов А.Р. Региональные проблемы агромаркетинга (Опыт управления маркетингом в Республике Дагестан). – М. : ФГОУ Росако, 2005. –218
- 8 Ткаченко В. Г. Основы маркетинговой деятельности фирмы : учеб. пособие / В. Г. Ткаченко, Н. В. Брагинец, В. И. Богачев – Луганск : Книжк. світ, 2000. – 236 с

Аннотация

Данная статья раскрывает понятие маркетинга в аграрном секторе как экономической категории, представляет его основные функции и задачи, а также особенности и проблемы развития агромаркетинга в Казахстане.

Summary

This article reveals the concept of marketing in the agricultural sector as an economic category, presents its main functions and tasks, as well as the features and problems of development of agri-marketing in Kazakhstan.

Аннотация

Осы мақалада агроөнеркәсіптік кешендегі маркетинг тұжырымдамасы экономикалық категориясы ретінде, оның негізгі функциялары мен міндеттері, сондай-ақ Қазақстандағы агромаркетингтің даму ерекшеліктері мен проблемалары туралы баяндалады.

**Нурмуратова Л.С. ст.преподаватель,
магистр экономических наук,
КазУМОиМЯ им.Абылай хана
Жунусбекова Б.Б. к.э.н., доцент АЭСА**

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ КАК УСЛОВИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА В КАЗАХСТАНЕ

В последние годы отмечается новый подъем интереса к осмыслению роли

науки в процессе мирового экономического развития. Это связано с множеством причин, среди которых стоит, вероятно, отметить наблюдаемую в современном мире неравномерность темпов экономического роста в отдельных странах, обострение глобальной конкуренции на рынках наукоемкой продукции, бюджетный дефицит, ограничивающий в ряде стран возможности государственного финансирования НИОКР, и, наконец, появившиеся новые теоретические подходы к объяснению экономической динамики, где национальным и отраслевым инновационным системам отводится главная роль.

В послании главы государства от 31 января 2017 года, посвященного Третьей модернизации Казахстана был провозглашен призыв стремления к участию Казахстана в Третьей мировой индустриальной революции [1].

Данный процесс должен проходить по трем основным направлениям. Во-первых, основной акцент должен быть сделан на рост производительности труда в сфере услуг, во-вторых, обеспечение продовольственной безопасности страны, в-третьих, реализация экспортного потенциала страны. Решить эту непростую задачу в состоянии только аграрно-индустриальная диверсификация, то есть резкий рост переработки сельхоз сырья, новые оборудования, новые технологии и подходы в сфере услуг», что возможно только при условии активизации инновационно-технологического развития экономики страны.

Как упоминает глава государства в своем послании от 10 января 2018 года сегодня мир вступает в эпоху Четвертой промышленной революции, эру глубоких и стремительных изменений: технологических, экономических и социальных. [2]

Инновационное развитие экономики страны означает его качественное преобразование, обеспечиваемое постоянно расширяющимся использованием более современных технологий оказания услуг, прогрессивных организационно-экономических моделей, современных информационных технологий и других нововведений.

В современных условиях инновационное развитие выдвигается в число приоритетных задач, решаемых за счет роста производительных сил при одновременном совершенствовании организационно - экономического механизма сферы услуг, взаимодействующих с ним отраслей в целом.

Интенсивность инновационной деятельности в развитых странах определяет уровень экономического развития. В глобальной экономической конкуренции выигрывают государства, которые обеспечивают благоприятные условия для инновационной деятельности. Динамичное развитие инновационной сферы – одно из главных слагаемых инновационной экономики. Такая высокотехнологичная экономика предполагает наличие эффективной инновационной системы и создание институтов поддержки инновационного процесса. [3]

Экономика Казахстана все в большей степени становится технологически зависимой от импортируемой техники и технологий. Основная масса научно-исследовательских и опытно-конструкторских структур, обеспечивавших сырьевые отрасли, практически прекратила существование и их восстановление уже невозможно. Обеспечить конкурентоспособность продукции этих отраслей невозможно без принятия кардинальных мер. В этой связи руководством страны

было принято ряд мер по обеспечению развития экономики Казахстана по инновационному пути, определяющий основополагающие принципы, направления и формы реализации государственной инновационной политики.

В настоящее время под понятием «индустрия» (промышленность) в Республике Казахстан понимается определенная на основании Общего классификатора видов экономической деятельности совокупность секторов, относящихся к горнодобывающей промышленности и разработке карьеров, обрабатывающей промышленности, электроснабжению, подаче газа, пара и воздушному кондиционированию, водоснабжению, канализационной системе, контролю над сбором и распределением отходов. Согласно классификации Всемирного банка, к индустрии также относится строительный сектор. В текущей Программе под термином «индустриализация» применяется классическое понимание, связанное с переходом на развитие именно обрабатывающей промышленности, с комплексом правовых, экономических, организационных и иных мер, направленных на повышение ее конкурентоспособности. [3]

На этапе кризисных явлений в современном мире экономика Казахстана не теряет динамику своего развития, происходит становление конкурентной среды хозяйствования, осуществляются радикальные преобразования в научно-технической сфере.

За январь-март 2017 года объем промышленного производства РК составил 5 330,4 млрд. тенге. Доля лидеров (Атырауской, Мангистауской, Карагандинской областей) от объема промышленного производства страны выросла с 43,2% в январе-марте 2015г. до 46,1% в январе-марте 2017г. Наименьший объем по-прежнему в СКО, Жамбылской, Акмолинской областях, удельный вес которых сократился с 5,1% до 4,6%. Региональные диспропорции в промышленном производстве выросли. [4]

В реальном выражении промышленное производство выросло на 5,0% в результате прироста в 12 регионах страны, в том числе наибольшего в Акмолинской (на 21,9%), Атырауской (на 14,9%), Южно-Казахстанской областях (на 10,4%). Сократился ИФО обрабатывающей промышленности в 4 областях: Костанайской (на 15,4%), Кызылординской (на 15,1%), Актюбинской (на 1,3%) и Мангистауской (на 0,7%).

За январь-март 2017 года объем производства обрабатывающей промышленности РК составил 2 000 млрд. тенге. Доля лидеров по вкладу в обрабатывающую промышленность страны Карагандинской, Восточно-Казахстанской, Павлодарской областей выросла с 46,4% в январе-марте 2015г. до 47,5% в январе-марте 2017г. Доля отстающих – Мангистауской, Кызылординской и Северо-Казахстанской областей, наоборот, сократилась с 4,7% до 4,2%. Региональные диспропорции в производстве обрабатывающей промышленности также растут. [4]

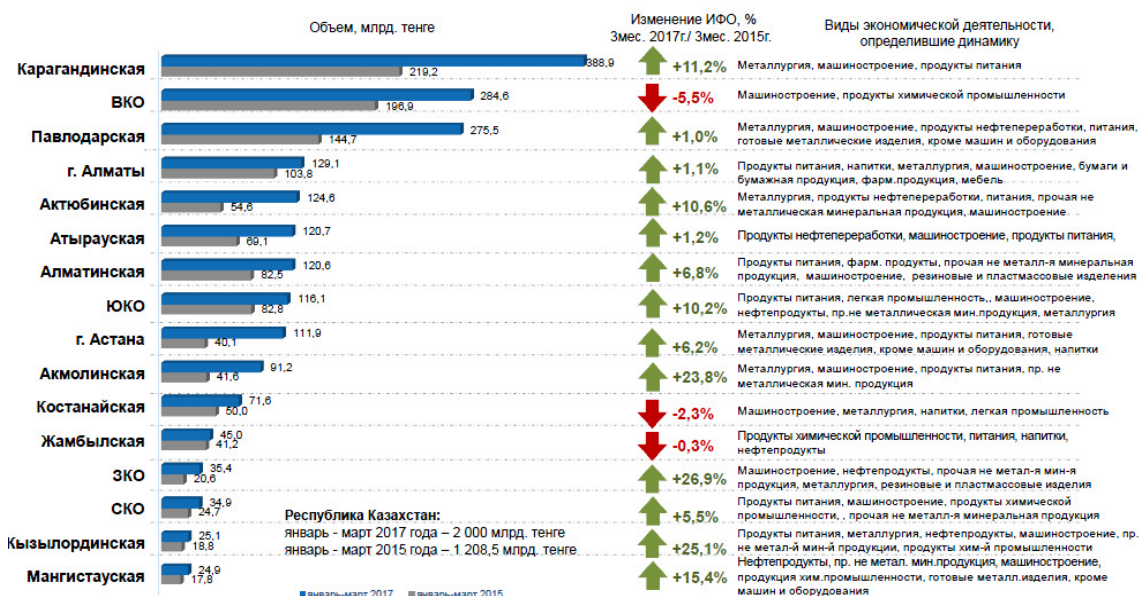


Рисунок 1. Объем и реальный прирост производства обрабатывающей промышленности за 2015- 2017гг.

Объем производства сектора в реальном выражении вырос на 6,8% в результате прироста в 13 регионах страны, в том числе наибольшего - в Западно-Казахстанской (на 26,9%), Кызылординской (на 25,1%), Акмолинской областях (на 23,8%). Сократился ИФО обрабатывающей промышленности в 3 областях: Восточно-Казахстанской (на 5,5%), Костанайской (на 2,3%) и Жамбылской (на 0,3%). [5]

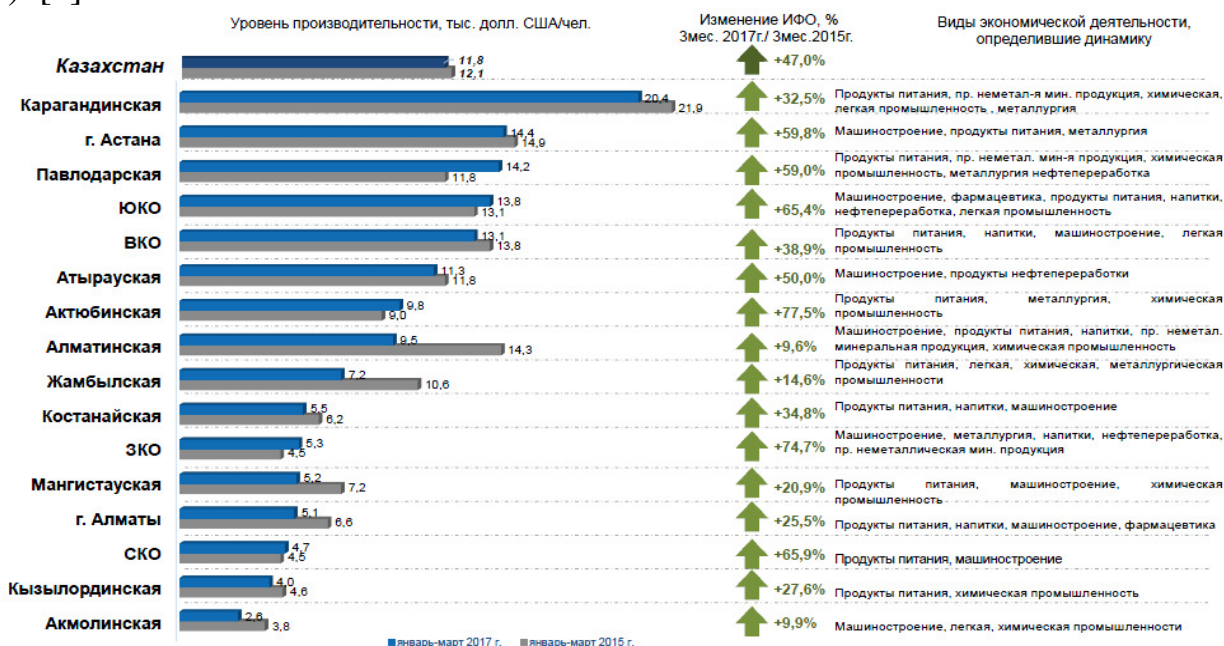


Рисунок 3. Объем и реальный прирост производительности труда в обрабатывающем секторе 2015-2017гг.

За январь-март 2017 года уровень производительности труда в обрабатывающем секторе РК составил 11,8 тыс. долл. США/чел., реальный рост к январю-марту 2015 году в 1,5 раза. В числе лидеров Карагандинская область (20,4 тыс. долл. США/чел.), г. Астана (14,4 тыс. долл. США/чел.), Павлодарская область (14,2 тыс. долл. США/чел.). Низкий уровень в Акмолинской (2,6 тыс.

долл. США/чел.), Кызылординской (4,0 тыс. долл. США/чел.) и Северо-Казахстанской (4,7 тыс. долл. США/чел.) областях.

По сравнению с январем-мартом 2015 года в реальном выражении производительность выросла во всех регионах, наиболее в Актюбинской (в 1,8 раза), Западно-Казахстанской и Северо-Казахстанской (в 1,7 раза) областях. Наименее в Алматинской (на 9,6%), Ақмолинской (на 9,9%) и Жамбылской (на 14,6%) областях. [5]

Наличие современной производственной и социальной инфраструктуры является необходимым фактором ускоренного и качественного развития экономики. Большая территория Казахстана и ее геотранзитный характер диктуют необходимость динамичного развития энергетических, транспортных и телекоммуникационных комплексов. Применительно к модели индустриально-инновационной стратегии страны критерием оптимальности является функционирование модели, которая признается более эффективной из возможных вариантов развития национальной экономики.

В этом аспекте следует отметить, что стимулирование производственной и инновационной деятельности происходит через использование механизма государственного регулирования и экономического стимулирования. Инновационная политика предполагает систему мер по селективной поддержке стратегически важных секторов национальной экономики. Они призваны влиять на экономический рост, структурные преобразования экономики, включая инновационную сферу. [3]

Сегодня в нашей стране имеются институты развития, занимающиеся проблемами производства наукоемкой продукции, но их недостаточно для реализации идей в широком масштабе. Для достижения эффективности работы необходимо развивать финансирование проектов по опытно-конструкторским разработкам, инициативным и рискованным научным исследованиям прикладного характера; обеспечить качественное инвестирование индустриально-инновационного сектора; интенсивное развитие информационных и коммуникационных технологий; продвижение через региональные технопарки на внутренний и внешний рынки наиболее перспективные наукоемкие технологии. Эти меры в комплексе позволят достичь синергетического эффекта в развитии экономики нашей страны.

Список источников:

1. Послание Президента Республики Казахстан Н.Назарбаева народу Казахстана - «Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность» от 31 января 2017 г.
2. Послание Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева народу Казахстана – «Новые возможности развития в условиях четвертой промышленной революции» от 10 января 2018 г.
3. Бишимбаева С.К. Инновации и их охрана в условиях вступления Казахстана в ВТО // Материалы конференции «Эффективное государственное управление в современных условиях» Академия государственной службы при Президенте РК – Астана.- 2016. - С.361-366.

4. Министерство национальной экономики - www.economy.gov.kz
5. Комитет статистики Министерства национальной экономики Республики Казахстан - www.stat.gov.kz

Аннотация

Мақалада әлемнің дамыған елдерінде инновациялық қызметтің қарқынды және жан-жақты өркендеуі экономикалық дамудың деңгейін анықтайды. Ғаламдық экономикалық бәсекелестікте инновациялық қызмет үшін қолайлы жағдайлар жасаған мемлекеттер ұтады. Инновациялық өрістің қарқынды дамуы - инновациялық экономиканың басты құраушысы.

Аннотация

В статье были сделаны выводы о том, что все развитые и быстро развивающиеся страны проводят технологическое прогнозирование для определения приоритетов развития страны на долгосрочный период и выявления критических технологий, которые позволят совершить технологический прорыв, занять лидирующие позиции на мировых рынках и обеспечат рост национального благосостояния страны.

Annotation

The intensity of innovation in developed countries determines the level of economic development. As global economic competition wins the state, which provide a favorable environment for innovation. The dynamic development of innovation sphere - one of the main terms of the innovation economy.

Овчинникова Т.В.

**КАТУ им. С.Сейфуллина, ст. преподаватель,
магистр экономики**

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН: ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ

Инновация становится важной составляющей любой экономической системы, в том числе и современной экономики Казахстана. Инновация проявляется в реализации определенных экономических отношений складывающихся между хозяйственными субъектами в процессе совершенствования технико-экономической основы производственных процессов.

Дословный перевод понятия «инновация» (от англ. innovation) на русский язык - введение нового, процесс внедрения новшества, новации. Процесс преобразования новшества в инновацию называется инновационным процессом, а выведение новшества на рынок – коммерциализацией.

Для того чтобы идея получила воплощение в виде новой технологии или нового продукта, ей должны быть присущи в равной мере три свойства: научно-техническая новизна, производственная применимость, коммерческая реализуемость.

В научный оборот понятие «инновация» было введено в 1911 г. Йозефом Шумпетером в работе «Теория экономического развития». Инновации по своей сути - это применение науки в производстве товаров и услуг, широкое их внедрение в виде новых производственных организационно-экономических, управленческих и социальных технологий. Поэтому инновационная экономика - это экономика знаний, т. е., такой тип экономики, где создаются, распространяются и используются знания для обеспечения непрерывного роста конкурентоспособности, а инновационные процессы становятся ключевой движущей силой развития.

Перевод экономики на инновационный путь развития позволил многим странам мира за короткий исторический период достичь колоссальных успехов в экономике.

Эффективное продвижение новшеств в рамках инновационного цикла может быть обеспечено только за счет тесного организационно-экономического взаимодействия научных коллективов и предприятий промышленности.

Во всех индустриально развитых странах научные подразделения промышленных компаний выполняют основной объем осуществляемых в этих странах прикладных исследований и разработок. Большинство промышленных компаний имеют собственные научно-исследовательские институты и лаборатории.

Именно эти подразделения обеспечивают постоянное внутрифирменное развитие высокоэффективных новшеств, придание исследованиям реальной практической ориентации, ускоренное использование результатов научных исследований в производстве [1].

Инновационное развитие нашей страны является одним из ключевых задач Казахстана. Данный путь развития предусматривает достижения экономического роста, как путем активного осуществления инноваций, так и роста ВВП за счет прибыли от инновационной деятельности.

Инновация с государственной точки зрения, на сегодняшний день, в плане экономических отношений Республики Казахстан, является основным стратегическим объектом развития страны в целом [2].

Поэтому становление постиндустриального технологического уклада в условиях формирования глобального инновационно - технологического пространства определили современную государственную экономическую политику Республики Казахстан, нацеленную на достижение устойчивого динамического развития страны путем диверсификации отраслей экономики и отхода от сырьевой направленности развития. Производство конкурентоспособных и экспортноориентированных товаров - работ и услуг в обрабатывающей промышленности и сфере услуг - является главным предметом государственной индустриально-инновационной политики [3].

Обеспечение инновационного развития экономики в стране зависит, прежде всего, от того насколько «продвинуты» участники инновационного процесса в стимулировании появления инноваций. Совокупность участников инновационного процесса образуют некую систему, имеющие специфические черты от страны к стране. В экономической науке эту систему, присущую

конкретной стране, принято называть национальной инновационной системой (НИС).

Национальная инновационная система - это совокупность взаимосвязанных организаций, занятых производством и коммерческой реализацией научных знаний и технологий в пределах национальных границ. В то же время НИС - комплекс институтов правового, финансового и социального характера, обеспечивающих инновационные процессы и имеющие прочные национальные корни, традиции, политические и культурные особенности.

Реальный вклад НИС в инновационное развитие национальной экономики определяется также проводимой государственной макроэкономической и инновационной политикой, нормативным правовым обеспечением, соотношением прямого и косвенного государственного и рыночного регулирования, состоянием научно-технологического и промышленного потенциалов, рынков научно-технической продукции, товарных рынков, рынков труда, и также историческими и культурными традициями и особенностями республики.

Повышение уровня конкурентоспособности экономики и вхождение Казахстана в число 30 самых развитых стран мира определяется эффективностью инновационного развития отечественных предприятий.

В настоящее время главной целью инновационной политики Казахстана является освоение результатов науки в производстве для модернизации экономики, обеспечения прогрессивных структурных преобразований и повышения конкурентоспособности страны.

В целях обеспечения устойчивого и сбалансированного роста экономики через диверсификацию и повышение ее конкурентоспособности принята и успешно завершена Государственная программа по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2010-2014 годы (ГП ФИИР). Как отмечают эксперты, Государственная программа по форсированному индустриально-инновационному развитию создала условия для научно-технологического прорыва в Казахстане.

В рамках программы по всем приоритетным отраслям были разработаны отраслевые программы, которые включают системные меры и инструменты поддержки. На основе разработанных отраслевых программ создана система мер государственной поддержки приоритетных секторов экономики направленных: на технологическую модернизацию и оптимизацию производственных и бизнес-процессов; на сервисную поддержку экспорта и торговое финансирование, страхование; на привлечение инвестиций; на модернизацию действующих предприятий в рамках программы «Производительность - 2020»; на поддержку малого и среднего предпринимательства, в рамках программы «Дорожная карта бизнеса 2020».

К программам поддержки и стимулирования отечественного инновационного предпринимательства, следует отнести и реализацию (на данный момент завершённой) Программы по развитию инноваций и содействию технологической модернизации в Республике Казахстан на 2010-2014 годы, разработанной в рамках Плана мероприятий по реализации государственной программы по

форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан.

Следует заметить, что функциональные сферы регулирования Программы сконцентрированы непосредственно на сфере инновационного предпринимательства.

В рамках мероприятий модернизации существующих технологий, производственных и управленческих процессов и создании конкурентоспособных производств была разработана программа «Производительность 2020», которая стартовала в марте 2011 года. Рассматривая целевые индикаторы программы, следует отметить такие положения, как увеличение производительности труда в обрабатывающей промышленности в 2 раза к 2020 году; увеличение средней загрузки мощностей участников Программы до 80% .

Программа «Производительность 2020 реализуется по двум направлениям: поддержка новых бизнес-инициатив, модернизация действующих предприятий, а также оздоровление предприятий как подготовительный этап перед модернизацией.

Среди мер по стимулированию развития инновационного предпринимательства следует отметить мероприятия по программе на поддержку малого и среднего предпринимательства - «Дорожная карта бизнеса 2020». Целью Программы является создание постоянных рабочих мест за счет развития нового слоя предпринимательства в регионах, прежде всего, малого и среднего бизнеса

Так, в рамках Программы «ДКБ-2020» государственная поддержка осуществляется по четырем направлениям: поддержка новых бизнес-инициатив, оздоровление предпринимательского сектора, снижение валютных рисков предпринимателей, усиление предпринимательского потенциала.

Так же хотелось бы отметить реализацию Государственной программы индустриально-инновационного развития РК на 2015–2019 годы, которая была утверждена Указом Президента Республики Казахстана №874 от 1 августа 2014 года.

Цель программы – стимулирование диверсификации и повышения конкурентоспособности обрабатывающей промышленности.

Ключевыми задачами программы являются:

- опережающее развитие обрабатывающей промышленности;
- повышение эффективности и увеличение добавленной стоимости в приоритетных секторах;
- расширение рынков для реализации несырьевых товаров;
- увеличение продуктивной занятости;
- придание нового уровня технологичности приоритетным секторам обрабатывающей промышленности и создание основы для развития
 - секторов будущего через формирование инновационных кластеров;
 - стимулирование предпринимательства и развитие малого и среднего бизнеса в обрабатывающей промышленности

В результате реализации Государственной программы индустриально-инновационного развития к 2019 году Казахстан должен достичь следующих экономических показателей:

- прирост объемов произведенной продукции обрабатывающей промышленности на 43% в реальном выражении;
- рост валовой добавленной стоимости в обрабатывающей промышленности не менее чем в 1,4 раза в реальном выражении;
- рост производительности труда в обрабатывающей промышленности в 1,4 раза в реальном выражении;
- рост стоимостного объема несырьевого (обработанного) экспорта не менее чем в 1,1 раза;
- снижение энергоемкости обрабатывающей промышленности не менее чем на 15%; [4].

Реюмируя вышесказанное, можно сказать что в рамках выбранных стратегических позиций Казахстана, на текущем этапе оздоровления экономики от кризиса, государством проводится активная политика по разработке и реализации мер по всесторонней поддержке и мотивации субъектов предпринимательства. В рамках выбранного курса на форсированное индустриально-инновационное развитие страны функционируют различные отраслевые программы, направленные на поддержку различных сфер экономики, предпринимаются меры по оздоровлению и стимулированию экономической и правовой составляющей системы построения конкурентоспособного государства.

Список источников :

1. Д.А.Ситенко Национальная инновационная система Казахстана: анализ и перспективы развития Вестник КарГУ. -2010
2. М.М-С. Абуева. Развитие инновационной деятельности в Республике Казахстан.//М.: Символ науки. -2016.- №6
3. А.Н. Дауренбекова Инновационное развитие Казахстана: проблемы и перспективы. Вестник КазНПУ.- 2011
4. Государственная программа индустриально-инновационного развития Республики Казахстан Указ Президента Республики Казахстан от 1 августа 2014 года № 874

Аннотация

В статье рассмотрены вопросы развития инновационной деятельности Республики Казахстан. Данный путь развития предусматривает достижения экономического роста. Инновационное развитие Казахстана на сегодняшний день является основной стратегической задачей развития страны в целом.

Summary

In the article questions of development of innovative activity of the Republic of Kazakhstan. This development path involves achieving economic growth. The innovative development of Kazakhstan today is the main strategic task of the country's development as a whole.

Аннотация

Мақалада Қазақстан Республикасының инновациялық дамуын дамыту мәселелері талқыланды. Дамудың осы жолы экономикалық дамуға қол жеткізуді көздейді. Инновациялық Қазақстанның бүгінгі күнгі даму стратегиясы негізгі міндеттердің бірі болып саналады.

Олжабай Бекжігіт Әбдіманапұлы
Студент, специальность «5В050700- Менеджмент»
Тлеубекова Айгуль Доктырбековна
Магистр экономики, старший преподаватель
Алматинская академия экономики и статистики, г. Алматы.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ КАДРОВЫМ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Понятие системы управления персоналом формировалось постепенно, по мере того, как наука и практика овладевали разными типами, видами и формами целостных объединений людей. История формирования представлений об управлении человеческими ресурсами и современное состояние теории и практики управления персоналом включает различные подходы от истории развития труда человека до оценки эффективности его деятельности [1].

Успешная реализация стратегии управления персоналом определяется не только качеством планирования, но и эффективной организацией процесса контроля, направленного на регулирование основных параметров предметной деятельности с целью своевременного реагирования на изменения внешней и внутренней среды организации.

Принимать обоснованные управленческие решения в современной бизнес-среде становится все труднее в силу постоянно растущих информационных потоков и многовариантности возможных решений. В рамках рыночного механизма функционирования контроллинга предприятия используют различные инновационные инструменты, способы и методы формирования, а так же целенаправленное воздействие на мотивацию субъектов хозяйствования. Усиливается роль информации, которая должна не только характеризовать текущее состояние дел, но и прогнозировать результат при изменении внутренней или внешней среды. Указанные обстоятельства требуют формирование системы контроллинга как нового подхода к управлению и инструментов её внедрения, позволяющих своевременно получать сигналы о возможном возникновении кризисной ситуации на предприятии, выяснять причины и на основе этого обеспечить информационную поддержку управленческих решений.

Современной теории управления персоналом можно выделить следующие стратегические направления в работе с персоналом:

1. Снижение удельного веса заработной платы в себестоимости продукции и оплаты труда работников. Из-за высокой оплаты труда в высокоразвитых странах продукция многих организаций становится неконкурентоспособной. Предлагается деление персонала на две группы: высококвалифицированных постоянных работников с социальными гарантиями и высокой оплатой труда и малоквалифицированных сезонные работники без социальных гарантий и с - низкой оплатой труда.

2. Работники - это ресурс, который необходимо максимизировать. Признано, что единственным источником долгосрочного преимущества организаций на рынке является знание способностей своих работников и максимизация их

изобретательности, мотивации и человеческих отношений, а не копирование опыта лучших компаний.

3. Неразрывная связь стратегии предприятия и стратегии управления персоналом. В зависимости от стратегии организации, может применяться единая стратегия в управлении персоналом, созвучная стратегии предприятия или, децентрализованная стратегия, проводящая гибкий маркетинг персонала.

4. Развитие организационной культуры: общие цели, коллективные ценности, харизматические лидеры, жесткие позиции на рынке, контроль сотрудников с помощью социальных средств. Ставится задача - достичь «экстраординарных результатов через деятельность ординарных людей». Высокая культура работников для таких компаний - ключ к успеху.

5. Минимизация: числа уровней управления, гибкие формы организации труда, высокое качество продукции, преданность работников своей организации.

6. Как стратегическая функция управление персоналом предполагает разработку кадровой стратегии, подбор персонала исходя из миссии организации, вознаграждение работников с учетом их индивидуального вклада и создание гармонии на рабочем месте посредством поощрения коллективных усилий.

7. Использование влияния на персонал управленческих работников, процедура продвижения работника на предприятии, система вознаграждения, организация рабочего места.

Предложенные направления концентрируют опыт работы с персоналом на отечественных и зарубежных предприятиях.

Концепция управления персоналом в организациях в современных условиях базируется на признании взаимосвязей и взаимозависимостей организации с окружающей средой (объективные факторы), в активизации внутреннего потенциала: в достижении целей организации за счет раскрепощения энергии подчиненных (субъективные факторы), в создании благоприятной атмосферы в коллективе и повышения культуры общения (интегральные факторы) [3].

Элементами системы особенностей управления персоналом являются следующие.

Во-первых, взаимодействие с потребителем. Потребитель обычно присутствует в производственном процессе, т. е. имеется более тесный контакт и взаимодействие с потребителем. Следовательно, основным критерием отбора персонала, работающих с потребителем, являются такие качества, как этичность поведения, общительность, умение взаимодействовать с клиентами, значение, чей интерес необходимо вызвать, умелое использование средств коммуникаций для целенаправленного воздействия на потребителей и их потребности в товарах.

Во-вторых, на предприятиях, взаимодействующих с потребителем, более высока степень индивидуализации продукта в соответствии с требованиями потребителя, т. е. работа выполняется не для анонимного рынка, а для конкретного клиента. Технология услуг при этом должна ориентироваться на специальные пожелания клиента, что связано с повышением запросов к индивидуальному заказу, а это требует высокой квалификации персонала.

В-третьих, работы, направленные на выполнение пожеланий клиента, обычно более трудоёмки, чем на предприятиях, где основное внимание уделяют

производству товаров, а не потребителям. Продвижение продукции охватывает все средства привлечения покупателей, причем первая роль отводится имиджу самого предприятия (имидж предприятия - это его персонал), а не отдельного товара, хотя, конечно, качество, цена положительно сказываются на сбыте отдельного продукта.

Четвёртой особенностью работы с персоналом в компаниях в условиях рыночной экономики является то, что виды услуг выполняются работником в одиночку, поэтому трудно контролировать взаимодействие персонала с клиентом.

К пятой особенности управления персоналом в компаниях в современных условиях следует отнести вероятностный характер набора персонала, зависящий от запросов текущих и будущих заказчиков (потребителей).

Многие работники (руководители, специалисты) несут материальную ответственность в зависимости от выполняемых функций (начальники цехов, отделов, складов, заведующие товарными секциями, товароведы-брокеры, менеджеры-экспедиторы и др.). Поэтому главной особенностью в управлении персоналом является взаимное доверие членов коллектива и на этой основе тщательный подбор кадров [2].

Для перехода к системе «управление персоналом» должны быть созданы предпосылки, которые выражаются в следующем:

- в развитии компетентности субъектов в вопросах управления персоналом;
- в применении контрактных форм взаимоотношений между работодателем и работниками;
- в перестройке системы с производственно-функциональной ориентации на проектно-направленную;
- в формировании мотивации работников, направленной на развитие, инициативность и творчество. Это станет основой в дальнейшем для перехода к более совершенным системам, но основы, вследствие статичности мотивов, должны закладываться задолго до этого.

Таким образом, приоритетным направлением для успешного решения противоречий в системе управления трудом выступает внедрение инновационных технологий формирования профессиональных компетенций, переподготовки и повышения квалификации кадров, которое создает условия для реализации государственной политики в области формирования, распределения, обмена и использования рабочей силы.

Список источников

1. Управление персоналом. Модели управления: Учебное пособие для студентов вузов/Авторы: Арсеньев Ю.Н., Давыдова Т.Ю., Шелобаев С.И. Издательство: Юнити-Дана, 2012 г.

2. Управленческий анализ и диагностика предпринимательской деятельности: учебное пособие. Автор: Казакова Н.А. Издательство: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2012 г.

3. Управление рисками в инновационно-инвестиционной деятельности предприятия: Учебное пособие. Авторы: Балдин К.В., Передеряев И.И., Голов Р.С./ Издательство: Дашков и К, 2012 г.

Андатпа

Кадрларды басқару стратегиясын табысты іске асыру жоспарлау сапасымен ғана емес, сондай-ақ ұйымның сыртқы және ішкі ортадағы өзгерістерге уактылы жауап беру үшін объективті қызметтің негізгі параметрлерін реттеуге бағытталған басқару процесін тиімді ұйымдастыру арқылы да анықталады.

Аннотация

Успешная реализация стратегии управления персоналом определяется не только качеством планирования, но и эффективной организацией процесса контроля, направленного на регулирование основных параметров предметной деятельности с целью своевременного реагирования на изменения внешней и внутренней среды организации.

Annotation

Successful implementation of HR management strategy is determined not only by the quality of planning, but also by the effective organization of the control process aimed at regulating the main parameters of the objective activity in order to timely respond to changes in the external and internal environment of the organization.

Омарова А.И.
Преподаватель АЭСА

ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН.

Энергетический сектор Казахстана является одним из ведущих звеньев социально-экономической жизни страны. В данном секторе производится значительная часть промышленной продукции, и страна в значительной степени развивается за счет экспорта энергоносителей. В связи с этим очень важно определить основную стратегию устойчивого развития энергетики на длительный срок.

Энергетическая безопасность, рассматриваемая в системе экономической безопасности как одна из основных ее элементов, подразумевает оптимальное использование ограниченных ресурсов и использование экологичных природо-, энерго-, и материало-сберегающих технологий, включая добычу и переработку сырья, создание экологически приемлемой продукции, минимизацию, переработку и уничтожение отходов.

Переход к экологической экономике и экономике устойчивого развития связан с ростом производства и потребления природных ресурсов, их истощением, деградацией и их невозполнимостью, что, в свою очередь, негативно влияет на социальное развитие государства.

В развитых странах привычное определение термина «энергетическая безопасность» сводится к обеспечению достаточного объема поставок по доступным ценам, разные страны по-разному трактуют данное понятие применительно к своим условиям. Страны-экспортеры энергоресурсов главный упор делают на поддержании «стабильности спроса».

Для Республики Казахстан переход к устойчивому развитию является насущной

необходимостью. В основе многих социально-экономических проблем Республики Казахстан лежит исторически сложившийся дисбаланс, когда страна потребляет ресурсы непропорционально по сравнению с их производством.

Согласно аналитической информации Алиярова Б.К. около 0.5% мировых минеральных энергетических ресурсов расположены в Казахстане (более 90 млрд. тонн нефтяного эквивалента). Это количество включает около 70% угля, 22% нефти и газового конденсата и 8% газа. Малая доля нефти и газа в энергетических ресурсах страны при их достаточно больших физических объемах обусловлена громадными запасами угля - свыше 70 млрд. тонн (геологические запасы превышают 175 млрд. тонн). Прогнозные извлекаемые ресурсы континентальной части Казахстана оцениваются в более 10 млрд. тонн нефти и нефтяного газа и более 7000 млрд. м природного газа. Казахстанский сектор Каспийского моря имеют ресурсы, оцениваемые в 13 млрд. тонн нефтяного эквивалента. Запасы угля при достигнутом уровне добычи можно считать практически неограниченными.

Более того, Казахстан обладает 13 значительными возобновляемыми ресурсами энергии, такими, как гидравлическая энергия, солнечная и ветровая энергия. Потенциал гидравлической энергии оценивается в более, чем 160 млрд. квт часов. Запасы ископаемых топлив и некоторых видов возобновляемой энергии (малые реки, ветер) размещены по территории Казахстана весьма неравномерно.

Энергетическая политика Казахстана содержится в ряде документов. Один из важнейших документов «Стратегия развития Казахстана до 2030 года», в котором энергетика отмечена как одна из важнейших отраслей, определяется необходимостью «быстрого роста производства и экспорта нефти и газа для получения дохода для обеспечения устойчивого экономического роста и улучшения стандартов жизни населения». «Стратегия 2030» разработана для двух основных периодов: до 2015 и 2030 годов. Документ представляет собой стратегию развития топливного и энергетического секторов страны и содержит также разделы по энергетической эффективности и сбережению энергии [3, с. 33].

14 ноября 2006 года, Указом Главы государства Республики Казахстан была одобрена Концепция перехода Казахстана к устойчивому развитию на 2007-2024 годы. Новая программа развития страны разработана в соответствии с международными обязательствами страны, подписавшей Программу действий по переходу мирового сообщества к устойчивому развитию - Повестку дня на XXI век. В документе в качестве единого целого рассматриваются три вектора развития Казахстана - экономический, социальный и экологический. Одними из основных принципов перехода к устойчивому развитию являются экономический прогресс в результате активного внедрения высоких технологий в экономику страны и повышение эффективности использования ресурсов. Приоритетным для перехода к устойчивому развитию принято считать внедрение устойчивых моделей производства и потребления; использование новых и экологически безопасных технологий; развитие устойчивых транспортных систем; энергоэффективность и энергосбережение [4].

Необходимость решения задачи обеспечения энергетической безопасности

государства в настоящее время приобретает чрезвычайную актуальность в связи с напряженностью топливно-энергетического баланса в большинстве своем энергодефицитных ресурсов, старением и нарастанием физического и морального износа оборудования, ограничением объемов реконструкции и развития основных фондов ТЭК. Все это в результате может привести к энергокризису, который в свою очередь ограничит экспорт нефти и газа для «для энергобезопасности мирового сообщества» и связано с дефицитом мощностей, дефицитом энергоресурсов, высокой энергоемкостью экономики и дефицитом финансовых ресурсов.

Согласно Алиярову Б., энергетическая независимость конкретной страны традиционно оценивается доступностью требуемого вида энергии в требуемом количестве их востребования за счет собственных ресурсов страны по этому виду энергии в рассматриваемом периоде в широком диапазоне изменения внутренних и внешних условий. При такой формулировке основными показателями энергетической независимости будут:

- достаточность и доступность первичной энергии для потребностей экономики страны;
- достаточность производительности оборудования по преобразованию первичной энергии в другие виды энергии по каждому из них;
- достаточность производительности транспортной инфраструктуры для каждого вида энергии (первичной и/или преобразованной);
- экологическая приемлемость добычи, преобразования и потребления энергии различных видов и форм.

Энергетическая независимость является мощнейшим механизмом обеспечения энергетической безопасности страны и гарантией энергетической устойчивости развития по отношению к внешним факторам [3, с. 36].

Факторы энергетической независимости, которые обеспечивают доступность требуемого вида энергии в требуемых объемах в любом регионе, являются основными показателями энергетической безопасности по отношению к внутреннему воздействию. Эти же факторы характеризуют устойчивость энергетики страны к внешним условиям. Энергетическая безопасность наряду с факторами, влияющими на энергетическую независимость, определяется также и ценовой доступностью каждого из видов энергии. Эти формулировки показывают, что эти определения - независимость, безопасность, эффективность и устойчивость в энергетике, при достаточной разнице тесно переплетены и оказывают взаимное влияние. Общие принципы устойчивого развития включают требования обеспечения интересов будущих поколений и сохранения окружающей среды. Основными параметрами, определяющими устойчивое развитие энергетики по этому принципу, считаются:

- мировой уровень экономической и технической эффективности во всем цикле энергетического комплекса страны;
- уровень воздействия энергетики на окружающую среду, обеспечивающий самовосстановление;
- внутренняя политика, направленная на обеспечение доступности количества всех требуемых видов энергии всем социальным группам населения не ниже

определенного социального минимума;

- допустимый уровень неравномерности потребления по регионам;
- оптимальная институциональная структура энергетического комплекса;
- участие в международных энергетических рынках.

При рассмотрении устойчивого развития энергетики традиционно анализируется состояние страны по источникам первичной энергии, по возможности их преобразования в другие виды энергии, по возможностям транспортирования различных видов энергии во все регионы страны, по объемам и эффективности потребления каждого из видов энергии. В этой части исследования будут рассматриваться общие параметры устойчивости энергетики на рассматриваемый период.

Устойчивость развития энергетики конкретной страны предполагает:

- обеспечение приемлемого качества, требуемого объема и ценовой доступности различных видов энергии во всех регионах страны для всех групп потребителей на прогнозируемый период, что является показателем и гарантией энергетической безопасности страны;
 - достижение и сохранение требуемого уровня обеспеченности первичной и конечной энергией при значительном изменении внутренних или внешних условий, что характеризует энергетическую независимость и энергетическую устойчивость страны;
 - обеспечение уровня потребления энергии не ниже социального минимума при критических и аварийных ситуациях.
- достижение в стране мирового уровня эффективности добычи, преобразования, транспортирования и использования топливных и энергетических ресурсов;
 - снижение воздействия объектов энергетики на окружающую среду до уровня, обеспечивающего самовосстановление или восстановление с применением специальных технологий;
 - достижение оптимальной технологической и технической структуры энергетической системы при прогнозных потребностях в энергии;
 - достижение высокого уровня взаимозаменяемости энергоресурсов при совместном функционировании различных систем снабжения энергией.

Список источников

1. Концепция развития топливно-энергетического комплекса Республики Казахстан до 2030 года. Постановление Правительства Республики Казахстан от 28 июня 2014 года № 724.
2. Послания Главы государства народу Казахстана «Стратегия Казахстан-2050 - новый политический курс состоявшегося государства» (Указ Президента от 18 декабря 2012 года, № 449).
3. Алияров Б.К. Казахстан: Энергетическая безопасность, энергетическая независимость и устойчивость развития энергетики. Состояние и перспективы.
4. Аналитическое исследование. ПРООН в Казахстане. - Астана. 2009.-374
5. Регионы Казахстана в 2012 году / Статистический сборник. - Астана, 2013.

АГРОӨНЕРКӘСІПТІК КЕШЕННІҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ МЕХАНИЗМІНІҢ ҚАЛЫПТАСУЫ ЖӘНЕ ФАКТОРЫ

Қазіргі жағдайда шаруашылықтандыру ауыл шаруашылығы тауар өндірушілердің арасында нарықтық қатынас орнап, өндірісті интенсификациялау Қазақстан Республикасында жүргізілген реформалар нәтижесінде және оның оң және кері қорытындылары, экономикалық қателіктер салдарынан экономикалық тиімділікке қол жеткізудің барлық мүмкінді жолдары мен бағыттарын тереңдете қарастыру қажеттілігі пайда болады. Басқарудың қай деңгейінде болсын экономикалық механизмнің әрекеттілігі ең алдымен өндіріс тиімділігін арттырудан көрінеді. Демек, нарықтық қатынастар өріс алып отырған кезеңде аграрлық өндірістің тиімділігін көтеру - экономикалық механизм жүйесіндегі элементтерді экономикалық заңдарға үйлестіре отырып, пайдалануға тікелей байланысты. Әсіресе, АӨК-тің негізгі буыны болып табылатын ауыл шаруашылығы үшін шаруашылық жүргізудің жаңаша, нарықтық экономикалық механизмі қажет. Бұлай тұжырым жасауымыздың себебі, ауыл шаруашылығы тауар өндірушілерін материалдық-техникалық жабдықтау, өндірістік-техникалық қызмет көрсету және олардың өнімдерін дайындау, өңдеу, сатумен айналысатын кәсіпорындар тарапынан монополиялық үстемділіктің сақталуы әлі де жалғасуда. Мұндай теңсіздік жағдайдың орын алуының салдары тек қана ауыл шаруашылығында емес, сондай-ақ оған қызмет көрсетуші салаларды тығырыққа тіреп отырғаныда мәлім.

Олай болса, жаңа экономикалық механизм ауыл шаруашылығы үшін де, оған қызмет көрсетуші салалар үшін де бірдей тиімді болуы тиіс.

Экономикалық механизм – күрделі, біріктірілген түсінік. Ол бірнеше жекелеген, дара элементтерді біріктіреді. Атап айтар болсақ:

- кәсіпорынның құқықтық және шаруашылық дербестігі;
- делдалдар мен өнімді соңғы тұтынушылар арасындағы қарым-қатынас;
- жеткізушілермен қатынас;
- есепке алу, талдау және бақылау жүйесі;
- қаржылық және несиелік механизм;
- салық салу жүйесі;
- баға айналымы;
- коммерциялық есеп;
- жоспарлау және болжау.

Нарық жағдайында мал шаруашылығының экономикалық механизмін қалыптастыру қажетті шарт болып отыр. Бұл механизмнің жұмыс жасауы өндірушілердің жауапкершілігімен тікелей байланысты.

Мал шаруашылығында шаруашылық байланыстарды мемлекеттік реттеудің объективті қажеттілігі бірқатар себептермен байланысты. Олар:

- жоғары индустриялық негізде ауыл шаруашылығы мен өнеркәсіптік өндірісті біріктіру (кластерлік жүйе);
- мал шаруашылығының қаржы-несие саясатына тәуелділігін жою;
- мал шаруашылығы өнімдерін өндіру мен оларды өңдеу үшін кәсіпорындар мен шаруа қожалықтарына ғылыми-техникалық көмек көрсету;
- өнеркәсіп пен мал шаруашылығы арасындағы тауар айырбасында баламалдығын сақтау;
- мемлекеттік инвестицияларды тарту арқылы ірі агроөнеркәсіптік бірлестіктерді құру.

Бағаны мемлекеттік реттеудің мәніне келер болсақ, мемлекет әр түрлі нышандар мен әдістерді (тікелей және жанама) қолдана отырып, нарықтық экономиканың қалыптасуы мен дамуына әсер етеді, тауар өндірушілердің нарық жағдайына бейімделуі үшін алғы шарттар жасайды, яғни олардың өзін-өзі реттеуіне мүмкіндіктер туғызады. Сонымен, экономикалық механизмнің негізгі элементтерінің бірі болып табылатын баға механизмі агроөнеркәсіп өндірісіндегі шаруашылық субъектілерінің мүдделерін бір арнаға үйлестіру арқылы баға диспаритетін жою тәрізді күрделі мәселенің шешілуін көздейді.

Баға механизмін жанама реттеу ауыл шаруашылығында ақша-несие және салық саясаттары арқылы жүзеге асырылады.

Қаржы-несиелік механизм - экономикалық механизмнің маңыздық құрылымдық элементтерінің бірі, оның іс-әрекеті қоғамдық жиынтық өнім мен ұлттық табысты бөлу мен қайта бөлуге байланысты экономикалық қатынастардың ерекше саласын қамтиды. Механизмнің негізіне қаржы, несие және бағамен қатар жүзеге асырылатын экономикалық категориялар жатады.

Экономикалық механизмнің аса маңызды факторларының - бірі салықтық жүйе. Бұл мемлекеттік реттеудегі басты элементтердің қатарына жатқызылады.

АӨК дамуының басқару мен реттеу шегінде сұраныс пен ұсыныстың үндесуіне, ауылшаруашылық өнімге тұрақты сұранысты қолдауға бөлінсін. Осыған байланысты, бізбен макро және мезо деңгейлерде (республика және аймақтар) өндірістің кешендік мемлекеттік қолдау мен бағалық реттеуді қажет ететін өнімдердің нормативтік әлеуметтік маңызды түрлерінің есебі мен бекітілуі ұсынылады. Азық-түліктің әлеуметтік маңызды түрлеріне бағалардың мемлекеттік реттелуі азық-түліктік тауарлардың физикалық және экономикалық тұрғыдан қол жетімдігін сипаттайтын әлеуметтік-экономикалық факторларға негізделеді. Коэффициентті бөлек азықтарда анықтаудың негізгі азық-түліктердің әлеуметтік маңыздылық коэффициентін есептеудің әдістемесі кестеде келтірілген.

Негізгі азық-түліктердің әлеуметтік маңыздылық коэффициентін есептеудің әдістемесі

Коэффициенттер				
K_d	K_3	K_p	$K_{ц}$	$K_{с3}$
Нормативтік және заманауи тамақтандыру деңгейінің қарым-қатынасы	Сатып алынған және тұтынылған азық-түліктің қатынасы	Жалпы шығындарда аталған өнімнің үлесін өзгерту	Барлық түрдегі өнімге бағаның өсу үрдісінің қатынасы	Коэффициенттердің қайта жасалуымен айқындалатын мультипликативті көрсеткіш

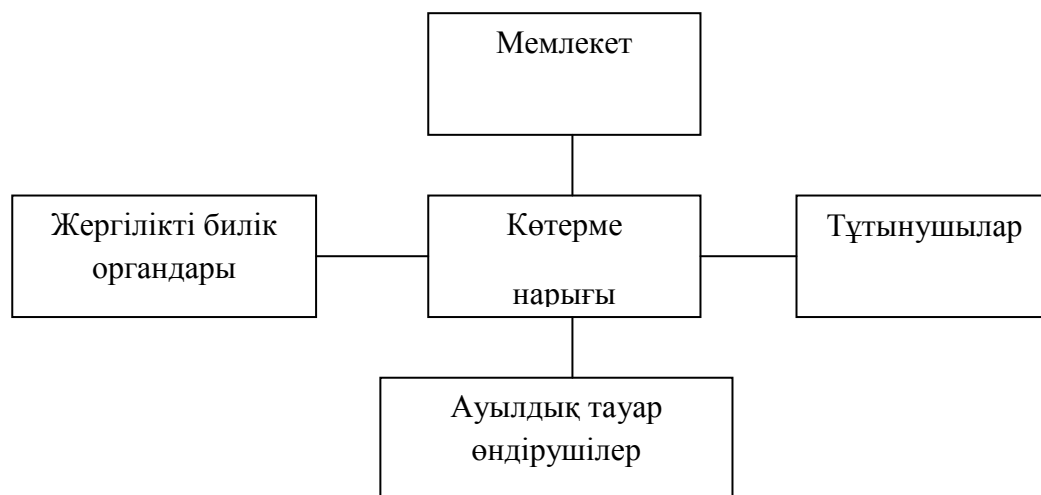
Факторлардың сандық бағалануы үшін есептерді жүргізу кезінде әр түрлі негізгі азық-түліктер бойынша жеке коэффициенттер қолданды.

Негізгі азық-түліктің әлеуметтік маңыздылық коэффициентін анықтау

Негізгі азық-түліктің түрлері	Коэффициенттер				
	K_{ρ}	K_3	K_p	$K_{ц}$	$K_{сз}$
Нан өнімдері	0,98	1,00	0,95	2,27	2,11
Картоп	1,40	0,56	0,90	0,44	0,31
Көкөністер мен бақша өнімдері	1,21	0,45	1,00	1,79	0,97
Жемістер (алма)	1,35	0,60	1,40	1,96	2,22
Қант	1,06	1,00	0,70	1,75	1,30
Сиыр еті	1,12	0,65	0,90	2,12	1,39
Құс еті	1,02	0,95	0,85	2,97	2,45
Сүт	1,27	0,67	0,7	2,18	1,30
Қаймақ майы	0,97	0,98	0,88	1,45	1,21
Жұмыртқа	1,12	0,70	0,50	2,11	0,83

Ұсынылған және есептелген сандық көрсеткіштер және коэффициенттер кешендік, элементтік талдауды өткізу шегінде аймақтық және уақыттық аспектілерде азық-түлік жетімділігінің жедел және көрнекті мониторингін іске асыруға мүмкіндік береді.

Бүгінгі күні мемлекет тарапынан басты назарды қажет ететін азық-түлікке нан өнімдері, жемістер және құс еті болып табылады. Бірінші қауіпті топқа жақын жатқан азық-түліктердің келесі тобы да бар. Оларға жататындар: ет (сиыр), сүт және қаймақ майы, сондай-ақ ақ қант. Картоп, көкөністер бойынша $K_{сз}$ интегралды көрсеткішінің төмен деңгейі олардың өндірісімен шартталған, негізінен, үй шаруашылығында тұтыну үшін, және, сәйкесінше, осы жақтағы тұтыну нарықтық шарттарға әсеріне көп түспейді.



Сурет 1 – АӨК қатысушыларының құрылымдық өзара байланыстары

Ішкі және аймақаралық азық-түліктік байланыстардың дамуы, олардың есебінен АӨК шаруашылық субъектілерінің табысын арттыру көтерме нарықтар жүйесінің тиімді қызмет етудің нәтижесі болып табылады (1 сурет).

Аймақтар кесімі мен жергілікті деңгейде, азық-түлік импортерлерімен бәсекелестікті дамыту үшін, көтерме азық-түліктік базарлар жүйесінің құрылуы негізделген және өзекті болып келеді.

Аталған ұйымдастырушылық құрылымның қызмет етуі келесі мүдделердің үйлесуіне жауап береді: мемлекеттің – АӨК және елдің азық-түліктік қауіпсіздігін дамыту арқылы; тауар өндірушілердің – олармен шығарылатын өнімнің сұранысының деңгейін жоғарылату және бәсекелестік нарыққа шығудың бірдей шарттарын қамтамасыз ету есебінен; тұтынушылардың – сапалы өніммен қол жетімді баға бойынша қанағаттану нысанында; жергілікті атқару билік органдарының – салымдардың келуі, жаңа жұмыс орындарын құру, нарықтық инфрақұрылымның қалыптасуы шегінде.

Қазіргі заманауи жағдайларда республика әлемдік шаруашылықтық өзара қатынастар БСҰ-дағы ережелер және қағидалармен реттелетін кезеңге енуде. Шекара арқылы аграрлық сектордың тауар ағыны көлемдерінің, тауар қозғалысының артуы, ұлттық экономиканы нығайту, азық-түліктік қауіпсіздікті сақтау, тауар өндірушілерді қолдау және Қазақстанның әр түрлі аймақтары халқының қажеттіліктері мен мұқтаждықтарын барынша қанағаттандыру мақсатында мемлекет тарапынан экспорттық-испорттық операциялардың, олардың үйлесімдігі мен мөлшерінің дамытылуына қатаң мақсатты бағытталған бақылауды ұйымдастыру мен іске асырылуын шарттайды .

Әлемдік экономикадағы барынша жылдам және тиімді интеграцияны ескере отырып, республиканың аграрлық секторы қысқа мерзім ішінде агроөндірістік кешеннің саты-сатылап даму шарттарын қамтамасыз ететін сыртқы экономикалық өзара әрекеттесуді қалыптастыру, республиканың экспорттық әлеуетінің маңызды артуы, аграрлық сектордың тиімділігін, әсіресе мал шаруашылық саласын жоғарылату үшін халықаралық еңбекті бөлу артықшылықтары мен мүмкіндіктерін қолдану сияқты күрделі мәселелерді шешу керек.

Қазақстанның ДСҰ-ға енуі ішкі өндірушілерге келесіні қолдануға кепілдеу және қамтамасыз етумен ілесе жүруі тиіс: ішкі аграрлық нарыққа (тарифтік және тарифтік емес) қатысты қорғаныс шаралары, агроөндірістік өнімдер экспортын ынталандыру шаралары (экспорттық субсидиялар және бірінші кезекте тауарларды тасымалдау).

Тарифтардың өзгеруіне қатты әсер ететін бірқатар факторлар да бар, жеке алғанда, энерготасымалдаушытарға бағалардың өсуі салдарынан, бұл әлемдік саудаға әсерін тигізеді.

Қазақстанның мал шаруашылығы өнімдері барлық ауыл шаруашылығы өнімдерінің 43 пайызын құрайды. Мал шаруашылығы Қазақстанның негізгі стратегиялық экономикалық міндеттерінің бірі және ауыл тұрғындарының басты табыс және азық көздері, жұмыспен қамтылған саласы болып қала береді. Елімізде мал шаруашылығының негізгі салалары: қой және ірі қара, шошқа, құс, жылқы, түйе шаруашылықтары. Сонымен бірге, республиканың шығыс бөлігінде марал шаруашылығы дамыған. Табиғи жайылымдардың қолайлылығы елімізде

өндірілетін ет өнімдерінің 65 пайызын құрайтын қой шаруашылығы мен ет бағытындағы ірі қараны өсіруді дамытуға мүмкіндік береді.

Мал шаруашылығының өңірлік тиімділігі саланың инновациялық әлеуетінің өңірде қолданылу деңгейі мен тұрғындардың мал өнімдеріне деген қажеттілігінің қанағаттандырылу дәрежесі арқылы сипатталады.

Экономикалық тиімділік өндірістің ресурстардың сапасын жақсарту арқылы өндірістің қосымша пайда табуы арқылы анықталып, өзіндік құнның төмендеуі, табыстың артуы, еңбек өнімділігі мен қарқынының артуы көрсеткіштермен өлшенеді.

Мал шаруашылығының әлеуметтік тиімділігі тұрғындардың өмір сүру сапасын айқындайды және сала қызметкерлерінің еңбек ақысының көтерілуімен, нақты табысқа күнкөріс деңгейінің қатынасымен, демографиялық көрсеткіштердің жақсаруымен сипатталады.

Мал шаруашылығы саласының ұйымдық-экономикалық механизмін жетілдірудегі басым бағыттар төмендегілерден құрады:

– нормативтік-құқықтық базаның қалыптасуы, ауылшаруашылық және сауда кәсіпорындарының нарықтық интеграциясы мен кооперациясын ынталандыру;

– өнімді қайта өңдеу мен өткізу саласында тұтынушылық кооперацияның тігінен-интеграцияланған жүйесін қалыптастыру;

– техника мен малдардың лизингі, ветеринарлық қызметті, ақпараттық-кеңес берушілік қызмет көрсетуді қаржыландыру;

– ауылдық несиелік және сақтандыру кооперативтерін дамыту; пайыздық ставканы қаржыландыру және т.б.

Ауыл шаруашылығын мемлекеттік қолдаудың басқа бағыттары ретінде ауыл өндірістік және әлеуметтік инфрақұрылымды дамытудың мемлекеттік қаржыландыруы болады. Мысал ретінде АҚШ қызмет етеді, онда федералды бюджеттен ауылды жерлерде электрификациялаудың және телефонизациялаудың мақсатты бағдарламалары, қатты жабындымен жолдар желісін құруды қаржыландырды, сондықтан да практикалық жүзінде әрбір ферма осындай жолдарға пайдаланады. Штаттар бюджеттерінің есебінен ауыл инфрақұрылымы объектілерін салу бағдарламасын жүзеге асырады. Осылайша, ауылдағы өмір сапасын қалалыққа тартуды жүзеге асыру бойынша міндеттерді шешеді. Осыған ұқсас жүйе Жапонияда да бар.

Сонымен қатар, көптеген мемлекеттер ауыл шаруашылығы үшін салықтық жеңілдіктерді белгілейді. Египетте жаңа ауыл шаруашылығы өндірісін ашатын тұлға 10 жыл көлемінде төлемнен босатылады, АҚШ корпоративтік бизнеске тартылатын фермерлерге ақшалай қаражаттардың салығымен салынбайды.

Мысал ретінде шет елдердің ауыл шаруашылығында дағдарыс кезеңінде ақпараттық-кеңес беру қызметтерінің (АКК) құрылуы қызмет етеді. Ол қызметтер көптеген елдерде кең таралымды алды. Қазіргі кезде АКК барлық әлемде динамикалық дамитын қызметтер болып табылады.

Дамитын нарықтық экономикасымен елдерде АКК қызмет етуді талдау жалпы тенденциялардың бір қатарын анықтауға мүмкіндік береді. Осылайша, құрылған сәттен аяқталуға дейін олар мемлекеттік күтімінде болады және қызметтерді ақысыз жүзеге асырады. Қызметтер ауыл шаруашылық салалық

зерттеу ұйымдары (Франция), ғылымды, оқуды және енгізуді біріктіретін университеттер (АҚШ, Шотландия), фермерлік ұйымдар (Дания, Тайвань), ауыл шаруашылығы колледждері (Германия), ауыл шаруашылығының өңірлік басқармалары (Жапония), жеке кеңестік фирмалар (Жаңа Зеландия, Австралия) базасында құрылады. Бірақ осы қызметтер Ауыл шаруашылығы министрлігі жүйесінде қалыптасады, өйткені кеңестік қызметтің қызметі дамыған елдердің АӨК мемлекеттік қолдаудың маңызды шаралары болып табылады.

Қазіргі кезде экономикасы дамыған елдерде осындай қызметтерді ұйымдастырудың және қаржыландырудың әр түрлі нұсқалары пайда болды:

Бірінші нұсқа - мемлекеттік бюджеттен қаржыландыратын және өзінің қызметтерін ақысыз ұсынатын мемлекеттік АКҚ (АҚШ, Германияның солтүстік жағы, Швейцария, Бельгия, Италия, Испания, Голландия).

Екінші нұсқа – мемлекеттік ауыл шаруашылық қызметтер, фермерлік ұйымдарды жүргізуге және қайта ұйымдастыру деңгейінде болатын мемлекеттік АКҚ, оларды бюджеттен қаржыландыру кезең-кезеңмен төмендейді (Нидерланды, Израиль, Австрия, Жаңа Зеландия).

Үшінші нұсқа - мемлекеттік бюджеттен оларды жеке субсидиялаумен фермерлік ұйымдармен құрылған және басқарылатын кеңестік қызметтер (Франция, Дания, Финляндия).

Төртінші нұсқа – мемлекеттік АКҚ, мемлекеттік бюджеттен қаржыландырылады, жеке клиенттерден алынатын взностар (Ирландия, Великобритания, Швеция).

Орталықтардың қызмет ету тиімділігі фермерлерді, кеңестік қызметтердің және мемлекеттердің нақты өзара әрекет ету есебінен қол жеткізіледі.

Фермерлердің кеңестік қызмет етуді дамыту сараптама жүйелерді – компьютерлік бағдарламаларды қолданумен қазіргі компьютерлік техниканың кеңестік қызметтерін жабдықтаудың жоғары қарқындылығымен барлық елдерде ілеседі, олар білім жүйесінің негізінде арнайы мәселелер бойынша қорытындыларды жасайды.

Қазіргі сәтте АӨК-ті дамытуды мемлекеттік реттеу саясаты мынадай нысандарда іске асырылады:

1) АӨК субъектілері арасында субсидиялар, мемлекеттік сатып алулар және т.б. түрінде әртүрлі мемлекеттік қолдау нысандарын ұсыну;

2) негізгі өндірістік құралдарды – ауыл шаруашылығы техникасының паркін, жабдықтарды, мал басын жаңартуға арналған жағдайларды қолдайтын қаржылық құралдарды қолдану;

3) АӨК субъектілері үшін қаржылық-кредиттік құралдардың қолжетімділігін қамтамасыз ету;

4) АӨК-ті дамыту жобаларына инвестицияларды тарту үшін қажетті жағдайлар жасау;

5) өнім экспортын қолдау;

6) ветеринариялық және фитосанитариялық қауіпсіздік саласында мемлекеттік қызметтер көрсету;

7) ҚР АӨК-ті дамыту үшін қажетті көлік, су, сақтау, қайта өңдеу және өзге де инфрақұрылымдарды сақтау және дамыту;

8) салалық ғылымды дамыту және агротехнологиялық білімді тарату;

9) бюджет қаражатының жұмсалуды бақылау.

Мемлекеттік қолдаудың жеткілікті жоғары деңгейіне қарамастан бірқатар кемшіліктер байқалады:

1) бірқатар субсидиялар оларға ауыл шаруашылығы тауарларын өндірушілердің (бұдан әрі – АШТӨ) төмен қызығушылығына байланысты тиімсіз (дәнді, майлы, басқа да бірқатар дақылдар өндірісінің 1 гектарына арналған, ІҚМ 1 басына жұмсалатын жемшөпке арналған субсидиялар және т.б.);

2) субсидияларды әкімшілендіру жоғары шығындармен ұштасады;

3) АШТӨ-нің субсидияларды алуы кешіктіріледі;

4) субсидияларды бөлу тетігі нарықтық бағаларды бұрмалайды;

5) субсидияларды алудың атаулылығы жеткіліксіз бақыланады (қолдан ұрықтандыруға, өсімдік шаруашылығындағы тұқым шаруашылығына арналған субсидиялар және т.б.).

Сонымен бірге, әлемдік тәжірибені талдай отырып, елімізде АӨК субъектілерін мал шаруашылығы бағыттары бойынша мемлекеттік қолдаудың төмендегідей әдістері тиімді нәтижеге жетуге мүмкіндік береді деп ойлаймыз:

- тұқым шаруашылығын дамыту;

- мал шаруашылығы өнімдерінің өнімділігі мен сапасын арттыру;

- асыл тұқымды мал шаруашылығын дамыту;

- агроөнеркәсіптік кешеннің субъектілеріне берілетін кредиттер мен лизинг бойынша пайыздық ставкаларды арзандату;

- ауыл шаруашылығы өнімі өндірісін басқару жүйесін дамыту;

- қарыздарды кепілдендіру және сақтандыру кезінде комиссияның және сақтандыру сыйақысының бір бөлігін агроөнеркәсіптік кешен субъектілеріне өтеу;

- қайта өңдеуге тапсырылған ауыл шаруашылығы өніміне кепілді сатып алу бағасын қамтамасыз ету үшін қайта өңдеу кәсіпорындарының шығындарын субсидиялау.

Дереккөздер тізімі.

1. Абдикадирова А.А. Государственная поддержка агропромышленного комплекса в условиях вступления Республики Казахстан в ВТО и Единое экономическое пространство // Евразийский юрид. журнал. – М., 2016. - №3(46). – С. 19-21.

2. Сёмин А.Н. О совершенствовании механизма государственной поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей // Экономика с.-х. и перерабат. предприятий. - М., 2009. - №11. - С. 6.

3. Абдикадирова А.А. Совершенствование системы субсидирования животноводства в рыночных условиях // Новината за напреднали наука - 2012: матер. VIII-й междунар. науч.-практ. конф. - София, 2012. - Т. 8. – С. 11-18.

4. Сатубалдин С.С. «Драконы» и «Тигры» Азии: сможет ли Казахский «Барс» пройти их тропами? // Междунар. экон. академия Евразии. – Алматы, 1998. - 661 с.

5. Стратегическое планирование и управление: учебное пособие / под ред. А.Н.

Петрова. – СПб.: СПбГУЭиФ, 2009. - Ч. 2. - С. 148.

6. Ушачев И. Социальное развитие сельских территорий // АПК: Экономика, управление. - 2009. - №10. - С. 14.

7. 2011-2020 жылдарға арналған даму Стратегиясы. «ҚазАгроӨнім» АҚ. - Астана, 2013. – Б. 23.

Аннотация

Мақалада агроөнеркәсіптік кешенді дамытудың экономикалық механизмін жетілдірудің теориялық және тәжірибелік тұжырымдарын мал шаруашылығы мысалында жүйелеп, ұсыну.

Аннотация

В статье рассмотрено совершенствования экономического механизма развития агропромышленного комплекса, животноводства и систематизации теоретических и практических концепций.

Summary

In the considered of improvement of economic mechanism of development of agriculture, livestock and systematization of theoretical and practical concepts.

Оразбекова Айнур Ашымхановна
Жетысуский Государственный Университет
имени И.Жансугурова

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ИННОВАЦИЯЛЫҚ МЕНЕДЖМЕНТТЕОРИЯСЫНЫҢ ҚАЛЫПТАСУЫ

Қазақстанда соңғы он жылдықтарда нарықтық механизмдерге негізделген экономикалық қатынастарға өтуге байланысты түпкілікті өзгерістер болды. Бірақ, жоспарлы экономикадан нарықтық экономикаға өтудің ғылыми және экономикалық негізделген модельдің жоқтығы және реформаларды жедел жүргізу себебінен, жүргізілген шаралар елдің әлеуметтік экономикалық дамуында толық көлемде күткендей нәтиже бермеді. Мысалы, экономиканың шикізаттық тәуелділігі шикізат бағасының тұрақсыздығы кезеңіндегі белгілі макроэкономикалық эффект арқылы байқалды, яғни шикізат экспортынан түскен ауқымды тұрақты валюта түсімдері ұлттық валютаның жасанды өсуіне әкеліп соқтырады, ал отандық тауар өндірушілердің қарқындап өсуші импортпен бәсекелесуге қауқары жетпейді. Сонымен, соңғы онжылдықта ҚР-да шикізаттық емес салалардың үлесі 3-6 есеге азайды, керісінше орны толмас табиғи ресурстарды өндіру ұлғайды – мұнай, газ бен қара және түсті металл рудаларын. Елдің инвестициялық саясатының шикізаттық бағыты өнеркәсіпте қалыптасқан диспропорцияны одан ары тереңдетті.

Сонымен қатар әлемдік өңделмеген шикізат нарығы тұтынушы нарығы ретінде бағаланады, өйткені сатушы көп те, сатып алушы аз. Мамандардың есептеуі бойынша экспортерлер, орташа есеппен, экспорттаған тауарлар үшін батыс тұтынушысы төлеген соманың 25% ғана алады. Бұл тығырықтан шығу жолы, бастапқы шикізаттан ондаған және жүздеген есе қымбат тұратын, жоғары технологиялық бұйымдарды өндіруді ұйымдастыру[1].

Бұл үшін өндірістік секторды алғы ғылыми-техникалық жетістіктер негізінде технологиялық жаңарту (модернизациялау) керек.

Нарық жағдайында өнеркәсіптік кәсіпорындарды жетістіктерді игеруге қомақты қаржыларды салуға мәжбүр ететін негізгі себеп, тіпті нарықта монополиялық жағдайды иемдену мүмкіндігі жоқ болса да, әрине, бәсекелестік болып табылады, онымен кез-келген технология беретін, өнім шығаратын немесе қандай-да бір қызмет көрсететін кәсіпорын бетпе-бет келуге мәжбүр. Кәсіпорындар мен компаниялар өз өнімдерінің бәсекелестік қабілетін сақтауды және табыс алуды өздері ойлауы керек. Яғни, олар нарық жағдайын, негізгі және мүмкін бәсекелестердің іс-әрекетін, қалыптасқан нарықтық тепе-теңдікті өзгертуге қабілетті жаңа ғылыми және технологиялық жетістіктердің пайда болуын қадағалап және болжап отырулары керек. Соңғысы 70-ші жылдардан бастау алатын, қазіргі ҒТП кезеңінде ерекше маңызға ие болды.

Бұл келесі себептерге байланысты:

- өндірістің техникалық деңгейінің жоғарылауы;
- жаңа техника және технологияларды құру, игеру мерзімдерін елеулі қысқарту қажеттілігі;
- экономиканың барлық салаларында ҒТП қолдануға мүмкіндік беретін өндірісті дамытудың интенсивті факторларының күшеюі;
- жаңа техника және технологияларды құру және енгізудің тиімділігін арттырудағы ғылымның анықтаушылық ролі;
- жаңа өнімді игеру барысында кәсіпорындардың шығындарының көбеюі және экономикалық көрсеткіштерінің төмендеуі;
- техника және технологиялардың жедел моральдықескіруі;
- жаңа техника және технологияларды өндіріске енгізуді жеделдетудің объективті қажеттілігі және т.б.

Жоғарыда аталған мәселелерді шешудегі приоритет инновациялық менеджмент еншісіне тиеді.

Инновациялық менеджмент дегеніміз дәстүрлі емес басқарушылық шешімдерді құрастыру және жүзеге асыру нәтижесінде өндірісте өнімнің әртүрлі қасиеттерінің (бағдарламалық-өнімдік, технологиялық, ақпараттық, ұйымдастырушылық, басқарушылық және т.б.) жаңа оң сапасына қол жеткізуге бағытталған басқарушылық қызмет.

Инновациялық менеджменттің негізгі міндеті – ғылым, техника, өндіріс және тұтынудың бірлігін, яғни инновациялық өнімге деген қожамдық қажеттілікті, қамтамасыз ететін, ұйымдастыру және басқару әдістерін қолдану нәтижесінде сандық және сапалық өзгерту арқылы, инновациялық процесстерді басқару.

Бұдан басқа инновациялық менеджменттің негізгі міндеттерінің бірі кәсіпорындар мен компаниялардың бәсекелестік қабілетін қамтамасыз ететін жаңалық енгізулерді ұдайы өндіріп және мақсаттық іздестіруді жүзеге асыратын орта қалыптастыру.

Инновациялық ортаның негізгі элементтері:

- * инновациялар, яғни ғылыми және ғылыми-техникалық нәтижелердің немесе интеллектуалдық еңбек өнімдерінің жиынтығы;
- * қандай да бір жаңалықтардың тұтынушысы болып табылатын, бәсекеге

қабілетті тауар өндіруші;

* тауар өндірушіні қажетті жаңалықтармен қамтамасыз етуге байланысты барлық жұмыстар кешенін қаржыландыруды қамтамасыз ететін, инвесторлар;

* осы процесс барысында туындайтын мәселелерді шешуге мүкіндік беретін, инфроқұрылым (бизнес-инкубаторлар, технопарктер және т.б.).

Ұйымның инновациялық ортасына ерекше көңіл бөлінеді, оны қалыптастыруда, жалпыға танымал бәсекелестік қабілетті қамтамасыз ету құралымен (маркетингпен) қатар, білімді алу процесін және осы білімді, нарықта сұранысқа ие, өнімге трансформациялау ерекше рөлге ие болуда.

Жоғарыда аталғандар кәсіпорындар мен компанияларда, нарық жағдайында шаруашылық субъекттердің жоғары табысты қызметін қамтамасыз ету үшін, басқарудың экономикалық механизмін жақсарту мақсатында инновациялық менеджментті енгізу және жетілдіру мәселесінің актуалдығын айқындайды. Сондықтан аталған мәселе осы дипломдық жұмыстың тақырыбы ретінде тандалды [2].

Жұмыста инновациялық менеджмент мәселесі компаниялар мен кәсіпорындар қызметіндегі дағдарыстық құбылыстардың және олардың нәтижесінде пайда болатын өзгеріс процесстерінің алдын алу және дұрыстау әдісі ретінде қарастырылады. Осыған сәйкес, жұмыста инновациялық менеджмент деп нарықтық экономиканың дағдарыс алды, дағдарыс және дағдарыстан кейінгі жағдайларында кәсіпорындар мен компаниялардың қызметінің қауіпсіздігін қамтамасыз ететін қаржы- экономикалық және технологиялық сипаттағы шаралар жүйесі түсініледі.

Нарықтағы кез келген өзгерістер әр уақытта тұрақты және оптималды жүйеге белгісіздік, айқынсыздық, тұрақсыздық енгізеді, оларды дағдарыстық жағдай деп қарастыру қалыптасқан. Ұзақ уақыт бойында басқару процесінде нарықтағы дағдарыс жағдайына осы жағдай пайда болғаннан кейін, яғни оның алдын алу мүмкін болмаған кезде, көңіл аудару бастайтын. Қазіргі кезде жетекші компаниялардың әрекетінде алдын алу стратегиясының басымдылығы байқалады.

Еліміз өркениетті ел қатарына жету үшін халықты азық-түлікпен, киіммен қамтамасыз ететін, кәсіпорындарды шикізатпен қамтамасыз ететін ауыл шаруашылығы өндірісін тиімді басқара білу өзекті мәселелердің ең бастысы екеніне сөз жоқ.

Қазақстанда менеджмент негіздеріне арналған оқу құралын ең бірінші 1992 жылы ағылшын ғалымдарының теориясын негізге ала отырып, Орал ауыл шаруашылығы институтының профессоры К.Ғ.Ахметов жазып шығарды. Осыдан кейін басқару академиясының профессоры К.Б.Бердалиевтің басшылығымен «Басқару негіздері» оқулығы баспадан шықты.

Қазіргі жағдайда республиканың мектептерінен бастап, барлық жоғары және орта білім беретін оқу орындарында менеджмент негіздерін оқытып, үйрету бағдарламаға енгізілді. Оның себебі нарықтық экономикада өндірістің тиімділігін арттырып, өнім өндіріп, оны сатып, пайда келтіру үшін, тұтынушылардың сұранысынан шығатындай тауар және қызмет ұсыну тек қана кәсіпорынды басқарудың барлық қыр-сырын толық білген жағдайда ғана мүмкін. Сондықтан да елімізде менеджмент теорияларын жан-жақты меңгеріп, оны өмірде қолдана білу кездескен жағдайларға байланысты шешім қабылдауға бейімделіп, менеджментті дамыта түсу әрбір басшының міндеті.

Осы уақытқа дейін менеджменттің бірнеше анықтамалары белгілі. Ғылым ретінде менеджменттің теориялық негізін қалаушы ағылшын ғалымы Ф.Тейлордың анықтамасы бойынша «Менеджмент дегеніміз – ережелер мен принциптерге (қағидаларға) негізделген шынайы, іргелі ғылым». Осы ереженің дәлелі ретінде Ф.Тейлордың алғаш рет менеджментті ғылым ретінде талдай келе, өзінің ғылыми еңбегін жазды («Управление фабрикой», 1903 г.). Мұнда ол фабрикада жұмысшылардың еңбегін мамандандыру, мөлшерлеу, жұмыс мөлшеріне қарай еңбек ақы төлеу, т.б. басқаруды ғылыми негіздеу жолдарын айқындап берді. Тейлор ілімін көрнекті зерттеушілер жалғастырып, өмірдегі пайдасын атап көрсетті.

Республикамыздың нарықтық экономикаға өтуіне байланысты барлық кәсіпорындарда «менеджер» қызметі пайда болып, қазіргі менеджерлер, бұрынғы жоғарыдан бұйрық арқылы ғана өз міндетін орындайтын басшы емес, әр істің басы-қасында болып, ұйымның барлық деңгейіндегі іс-әрекеттерге қанық, іс жүзінде болып жатқан жағдайларды талдау арқылы шешім қабылдап, оны жүзеге асырушы маман, қызметкерлер. Ондай қызметкерлер менеджмент негідерін толық меңгерген, менеджерге қойылатын талаптарды нақты білетін, басқаруда бар теориялармен ғана шектелмей, ой-өрісі жоғары, жаңашыл, кез-келген тұйықтан шығатын, тапқырлық қасиеті мол, жедел шешім қабылдауға қабілетті адамдар болуы тиіс [3].

Кәсіпорын жұмысының нәтижесі ондағы әр саланы басқаратын менеджерлердің біліктілігіне, іс-тәжірибесіне, сөйлеу шеберлігіне тікелей байланысты болғандықтан, ұйым мүшелерінің де көзқарасы, көңіл-күйі өзгеріп отырады.

Америка менеджмент мектебі менеджерге мынадай *талаптар* қояды:

- басшы өз ісіне сенімді болуы, батыл мақсат қойғыш, табанды болуы және осы қасиеттерін қол астындағыларға көрсете білуі тиіс;
- басшы қуғындаушы болмауы тиіс, нағыз басшы қарамағындағыларды баулып алға тартады;
- басшы ұйымдастыру және басқару туралы ғылымды жетік білуі тиіс;
- басшы қатал, әрі талап қойғыш болуы тиіс;
- сынды қабылдай білуі, өзі де әділ сынап білуі тиіс;
- басшы жылы шырайлы, әдепті болуы тиіс;
- әзілдей білуі және әзіл-қалжыңды түсіне білуі тиіс, адамдардың көңіл-күйі жақсы болса, еңбек өнімділігі артады;
- табандылық пен өжеттілік;
- тәуекел етуге дайын тұру (біреуге жалтақтамай іске бел шешіп кірісу);
- болып жатқан өзгерістерді жіті қадағалау;
- байланыс орнатуға қабілеттілік (коммуникабельность).

Осы аталған талаптармен қоса басшы қоғам мүддесін өз мүддесімен қатар қоятын адал, жаны таза, парасатты адам болуы тиіс. Мысалы республикада нарықтық экономикаға өту кезінде шаруашылықтарды жекешелендіру процесі көбінесе кейбір шенеуніктердің шешімі арқылы жүзеге асып, мемлекет байлығы ұстағанның қолында, тістегеннің аузында кетіп, ұйым мүшелеріне шаруашылықтың дамуы үшін айтарлықтай ештеңе қалмады.

Бұл жағдай басшылардың қоғам игілігінен гөрі өзінің жеке басының мүддесін ойлайтын, тәрбиелілігі, адамгершілігі төмендігінен болып отыр. Кейбір данғой басшылар «астымдағы тағым – басымдағы бағым», деп түсінеді де

кәсіпорынның жұмысын өркендетуден гөрі, бар қаражатты өзінің жеке басының пайдасына жұмсап, ұйымды күйретеді.

Әрбір кәсіпорын өркендеп, дамуы үшін ең бірінші оның басшысы жан-жақты білімді, өндіріс технологиясын жақсы білетін, алдағыны болжай алатын, қарамағындағы адамдармен, әріптестермен іскерлік қарым-қатынас орната алатын, жан-дүниесі таза, өзіне өзі есеп бере алатын адам болуы керек.

Нарықтық экономикаға дейін республикаға белгілі ғалымдар *менеджмент* терминін қолданбай, барлық жағдайда *басқару*, *басқаруды ұйымдастыру* деп келді. Оның себебі, социалистік қоғамда «Менеджер» деген сөз капиталистік ұғым болып саналды. К.Маркс өзінің «Капиталында»: «Менеджер дегеніміз – жалдамалы қызметкер» - деген. Ал қызметкерді жалдау деген, қанаумен тең болды.

Қазіргі әлемдік экономикада инновацияның алар орны орасан. Инновациялық тәжірибені өндіріске қолданбастан бәсекеге қабілетті өнім алу мүмкін еместігін дамыған елдер ертерек түсініп, бар күшті осы салаға жұмсауда. Осыған байланысты нарықтық экономика кезеңінде бәсекелестік күресте инновация өнімнің өзіндік құнын азайту, инвестиция ағынын арттыру, өнім өндірушінің имиджін қалыптастыру және жаңа нарықтарды бағындырудағы аса тиімді әрі таптырмас құралға айналады.

Шетелдік тәжірибе дәлелдегендей, нарықтық экономика санының субъектісі ретінде мемлекет өз әлеуметтік-экономикалық көрсеткіштеріне жету үшін ғылыми және инновациялық қызметті реттеуге қатысады.

Фундаменталды зерттеулердің бағыттары аса перспективті жарынды бағыттарға сәйкесітігіне тұрақты мониторингті талап етеді, әлемдік ғылымның даму үдерістерін және елдің стратегиялық басымдықтарын ескерумен Қазақстан әлемдік дәреже нәтижелеріне жете алатын проблемалар өзекті болып табылады. Жоғарыда айтылғандарға сәйкес, дипломдық жұмыстың мақсаты нарықтық экономика жағдайларындағы инновациялық даму ерекшеліктерін ескеру, инновациялық кәсіпкерліктің маңызды принциптерін, әдістерін, амалдарын баяндау, сонымен қатар отандық инновациялық кәсіпкерліктің қызметін дамыту болып табылады.

Дереккөздер тізімі:

1. Основы инновационного менеджмента: Учеб. пособие/под ред. П.Н.Завлина, А.К.Казанцева, Л.Э.Миндели./ М.: Экономика, 2014.
2. Основы менеджмента. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф., – М.: 2016
3. Паркинсон С.Н. Законы Паркинсона: Сборник: Пер. с англ. - М.: Прогресс, 2009. - 448 с.

Аннотация

Бұл мақалада Қазақстан Республикасында теориясының қалыптасуы мен оның даму қарқындылығы және болашақтағы маңыздылығы талданған.

Аннотация

В данной статье были рассмотрены формирование инновационного менеджмента в Республике Казахстан, а также интенсивность его развития и важность.

Summary

In this article, the formation of innovative management in the Republic of Kazakhstan, as well as the intensity of its development and importance was considered.

Оразбекова Р.С, Сарсенбаева К.А
Ы.Алтынсарин атындағы Арқалық мемлекеттік педагогикалық институтының аға оқытушылары

МЕНЕДЖЕРЛІК БАСҚАРУ АРҚЫЛЫ ЦИФРЛЫҚ БІЛІМ БЕРУ РЕСУРСТАРЫН ДАМУЫ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Елбасымыз «Болашағына үмітпен қараған ел, ең алдымен ұрпақ тәрбиесіне ерекше назар аударады. Қазақстандықтарды ХХІ ғасырда дамыған елдермен теңестіріп өркениетті әлеммен мәртебелі орын алуына ықпал етер бірден бір құдырет білім, білімді ұрпақ»- деп атап өткен.

2018 жылғы 10 қаңтарындағы Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә.Назарбаев «Төртінші өнеркәсіптік революция жағдайындағы дамудың жаңа мүмкіндіктері» атты Қазақстан халқына Жолдауын жариялады.

Жолдауда Президент ең бастысы цифрлық дәуір, технологиялардың дамуы, технологияландыру, жалпы төртінші өнеркәсіптік революцияның шеңберіндегі мемлекеттің дамуының айқын бағыттарын анықтаған. Экономика, мемлекеттік басқару, тіпті агроөнеркәсіп саласын дамытудың өзінде технологияларды енгізуге оны дамытуға басты назар аударылып отыр. Мемлекет басшысы цифрлық дәуірден қалмау қажеттігіне баса назар аударып отыр. Президент атап кеткен он негізгі басымдықтың түйіні, ол - цифрлық дәуірдің болатыны. Цифрлық технологиялар барлық салаларда болады. Мемлекеттік басқару болсын, экономика, әлеуметтік сала, агроөнеркәсіп, өндіріс - барлығында технологиялардың басымдығы болады деген сөз. Қазіргі кезде төртінші өнеркәсіптік революция басталды. Әлем елдері цифрлық технологияларға бет алды. Мен ақпараттық технологияларды мемлекеттік басқару саласына енгізу мәселесіне баса назар аударғым келеді. Соның нәтижесінде мемлекеттік басқарудың сапасын арттыруға болады.

Биылғы Жолдауында Мемлекет басшысы ең дамыған 30 елдің қатарына кіру жолындағы еліміздің 10 негізгі міндетін белгілеп берді. Өнеркәсіп немесе мемлекеттік басқару болсын, осы 10 міндеттің барлығында цифрландыру бағыты анық көрсетілгенін баса айтқым келеді. Бұл біздің экономикамыз үшін үлкен тәуекел. Бұл бағыттар бойынша жұмыс төртінші индустриалды революцияның қазіргі жағдайында теңгерімсіздікті азайтуға көмектеседі.

Сонымен бірге, университеттердегі педагогикалық кафедралар мен факультеттерді дамыту; білім берудің барлық деңгейінде математика және жаратылыстану ғылымдарын оқыту сапасын күшейту; терминология тұрғысынан қазақ тілін халықаралық деңгейге жақындату; оқытудың мазмұндылығына заманауи техникалық тұрғыдан қолдау көрсету арқылы толықтыру; цифрлық білім беру ресурстарын дамыту, кең жолақты Интернетке қосу және мектептерімізді видеокұрылғылармен жабдықтау жұмыстарын жалғастыру; «Баршаға тегін кәсіптік-техникалық білім беру» жобасын жүзеге асыруды

жалғастыру; оқытушылардың қайта даярлықтан өтуіне күш салып, Жоғары оқу орындарға шетелдік менеджерлерді тартып, әлемдік университеттердің кампустарын ашу; ұлттың әлеуетін арттыру үшін мәдениетіміз бен идеологиямызды одан әрі дамыту Жолдауда баса айтылған.

Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә.Назарбаев «Тәуелсіздігінің елдігі, тағдыры тотаритарлық қоғамның қайшылықтарын бойына сіңіріп үлгірмеген жас ұрпақтың біліктілігіне, білімділігіне, отаншылдығына, жауапкершілігіне байланысты», сондай-ақ білім беру реформасының ойдағыдай жүргізілуінің басты өлшемі – тиісті білім мен білік алған еліміздің әрбір азаматы әлемнің кез-келген елінде қажетке жарайтын маман болатындай деңгейге көтерілу деп атап өткен.

Оқу орнын басқаруды директор және оның орынбасарлары іске асырады, ал олардың функциялық міндеттерін, тағайындау немесе сайлау тәртібін жалпы білім беретін мектеп жарғысы анықтайды. Оқу-тәрбие процесін басқаруды ең алдымен педагогикалық стажы үш жылдан кем емес, өзін мұғалімдік қызметте көрсете алған және қажетті ұйымдастырушылық қабілеті бар мектеп директоры атқарады. Мектеп директорының функциялық міндеттері «Жалпы білім беретін мемлекеттік оқу орындары туралы уақытша ережесінен» және соның негізінде жасалатын әрбір жалпы білім беретін оқу орнының өз жарғысымен айқындалады. Мектеп директорының бұл функциялық міндеттері мектептің типіне, орналасқан жеріне, мұғалімдер мен оқушылар құрамының ерекшеліктеріне, ата-аналар мен қоғамдық өкілдердің арасында қалыптасқан жұмыс жүйесінің ерекшеліктеріне байланысты, мектеп жарғысына одан әрі толықтыру енгізуі мүмкін. Оқушылардың өзін-өзі басқаруы, кәсіптік бағдар, ата-аналармен жұмыс сияқты мәселелер мектеп директорының басты назарында болуы тиіс. Бүгінгі күнгі мектеп басшысының (білім менеджерінің) басқару функцияларына мыналар кіреді: талдау, мақсат болжау, жоспарлау, шешім қабылдау, ұйымдастыру, ынталандыру, өкілеттілік беру, бақылау, мониторинг, маркетинг. Функциялар басқару қызметінің негізгі мазмұнын белгілі бір аяқталған цикл түрінде көрсетеді. Оқу-тәрбие процесінің, сондай-ақ білім беру мекемесінің жалпы қызметінің мақсатын дұрыс белгілеу және оны жоспарлау белгілі бір ақпаратты талдау негізінде жүргізіледі. Педагогикалық талдау - білім менеджерінің оқу-тәрбие процесінің нақты жағдайын зерттеуге, оның нәтижесін объективті бағалауға және даму тенденциясын анықтауға бағытталған қызметі. Кез келген басқару технологиясының маңызды компоненттерінің бірі – ұйым алдында тұрған мақсаттарды белгілеу. Мақсаттар қолда бар барлық ақпаратты талдау арқылы анықталып, басқарушылық шешім қабылдауға негіз болады. Ұйымның мақсаттары оның қызмет ету және даму тұжырымдамасын көрсете отырып, мынадай қызметтер атқарады: ағымдағы қызметтің белгісіздігіне (екі ұштылығына) жол бермейді; қызмет нәтижелерін бақылаудың және бағалаудың өлшемдерін айқындайды; анық және нақты белгіленген мақсаттар мекеме қызметкерлерінің жұмылып бірлікте жұмыс жасауына ықпал жасайды. Жоспарлау – ұйым қызметінің нәтижелігін қамтамасыз етіп, оның одан әрі дамуына мүмкіндік беретін нақты шешімдер қабылдау арқылы мақсатты (стратегияны) іске асыру процесі. Мектепішілік жоспар – ұйым қызметінің

барлық бағыттарын шоғырландыратын маңызды құжат. Мұнда ұйымда жүзеге асырылатын негізгі қызмет түрлері мен іс-шаралар, олардың орындаушылары мен мерзімдері көрсетіледі. Мәселенің сипатына қарай менеджер шешімді кейде өздігінен, кейде орынбасарларымен бірлесіп, кейде қоғамдық сарапшылардың қатысуымен қабылдайды. Шешім қабылдаудың негізгі мақсаты – ұйым жұмысының түпкілікті мақсатына қол жеткізуді қамтамасыз ету. Сондықтан мекеме жұмысының келешектегі жетістіктері мезгілінде және дұрыс қабылданған шешімге тәуелді. Мектептегі жекелеген жұмыс бағыттары директордың орынбасарына жүктеледі. Олар оқу-тәрбие ісі жөніндегі орынбасар, сыныптан тыс және мектептен тыс жұмыстарды ұйымдастырушы, ғылыми-зерттеу жұмыстар жөніндегі орынбасар, мамандыққа бейімделген сыныптар немесе жекелеген пәнді тереңдетіп оқитын сыныптар жөніндегі орынбасар және мектеп директорының шаруашылық бөлімі бойынша орынбасары немесе көмекшісі. Мектеп директорының оқу-тәрбие жұмыстары жөніндегі орынбасары педагогикалық процесті ұйымдастыруға, білім беру бағдарламалары мен мемлекеттік білім стандарттарының орындалуына жауапты; оқушылардың білім саласы мен тәртібі бақылауды іске асырады; оқушылар мен мұғалімдер жұмысын реттеп, сабақ кестесін түзеді; мектептің әдістемелік жұмыстарына басшылық жасап, педагогикалық мәдениетін көтеруді ынталандырады. Кейбір мектептерде мектеп директорының оқу-тәрбие ісі жөніндегі орынбасарлары бірнешеу болса мектеп жарғысы бойынша олардың әрқайсысының функциялық міндеттері дербес белгіленеді. Директордың басқару қызметінің тиімділігі мектеп әкімшілігінің аппаратында міндеттер мен құқықтарды айқын белгілеуге тікелей байланысты. Қажеттілікке байланысты мектеп директоры шұғыл немесе нұсқаулық кеңес, педагогикалық кеңес мәжілістерін өткізу барысында бүкіл педагогикалық процесті үйлестіріп отырады.

Білім саласында еңбек ететін адамдардың басқару мәдениеті, олардың кәсіптік-педагогикалық мәдениетінің құрамды бөлігі болып табылады. Дәстүрлі ұғымда кәсіптік-педагогикалық мәдениет негізінен педагогикалық қызметтің ережелері, педагогикалық техника және шеберлікпен байланыстырылады. Мектеп басшысының басқару мәдениеті, оның тұлға ретінде мектеп басқарудың технологиясы мен құндылықтарын жасау, игеру және оны алға жылжытуға бағытталған жұмыстарда өзінің шығармашылық күш-қуатын танытуы. Бұндай жағдайда басқару мәдениетінің компоненттері – аксиологиялық, технологиялық және тұлғалық-шығармашылық болып табылады. Қазіргі заманғы мектепті басқарудың маңызы мен мәні болып табылатын басқару-педагогикалық құндылықтардың жиынтығын құрайды. Мектеп басшысы басқару қызметінің процесінде басқарудың жаңа теориясы мен концепциясын игеріп, ептілік пен дағдыларды меңгереді.

Қ елбасымыз Н.Ә.Назарбаевтың төмендегідей пікірімен түйіндесек, «Біз саяси тұрақтылық пен қоғамдық келісімнің арқасында экономикамызды, саясатымызды және санамызды жаңғыртуға кірістік. Технологиялық және инфрақұрылымдық тұрғыдан дамудың жаңа кезеңіне тың серпін берілді. Конституциялық реформа билік тармақтары арасындағы балансты нақтылай түсті. Біз ұлттық сананы жаңарту үдерісін бастадық. Бұл

базалық үш бағыт Қазақстан жаңғыруының жүйелі үш тұғыры болып саналады. Біз жаңа заманға сай болу үшін Төртінші өнеркәсіптік революция жағдайындағы тарихи өрлеу бастауында тұрған біртұтас ұлт болуымыз керек».

Дереккөздер тізімі:

1. Қазақстан Республикасының Конституциясы – Алматы, 1995.
2. Назарбаев Н.А. «Қазақстан – 2030. Барлық қазақстандықтардың гүлденуі мен өркендеуі», 1997ж.
3. ҚР Президентінің Жарлығы «Мемлекеттік басқару жүйесін әрі қарай жетілдіру туралы», Егемен Қазақстан, 30 қыркүйек 2004ж.
4. Ахметов К.Ф. Менеджмент негіздері. – Алматы, 1993.
5. К. Бердалиев. Менеджмент. Лекциялар курсы. – Алматы: Экономика, 2005. – 240 бет.
6. Бердалиев К.Б., Тұрсынбаева А.А., Сатқалиева Т.С., С.Ы. Өмірзақов. Менеджмент теориясы мен тәжірибесі. – Алматы, 2002. – 273 бет.

Аннотация

Мақалада ҚР Президенті Н.Ә.Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауын жүзеге асыруда көрсетілген экономика саласы мен білім беруде цифрлық технологияны дамыту мәселелері қарастырылған.

Аннотация

В данной статье рассматриваются вопросы реализации послания президента Н.А.Назарбаева о развитие цифровой технологии в сфере экономики и образования.

Summary

The given article considers the problems of implementation of N.A.Nazarbaev`s Address on the development of digital technology in the sphere of economics and education.

Орысбаева М.С.

**I. Жансүгіров атындағы Жетісу мемлекеттік университеті, оқытушы,
экономика ғылымдарының магистрі**

ЕКІНШІ ДЕҢГЕЙЛІ БАНКТЕРДІҢ ЗАҢДЫ ТҰЛҒАЛАРДЫ НЕСИЕЛЕНДІРУІН ТАЛДАУ

Елімізде жүргізілген экономикалық реформа банк істерінің дамуында жаңа кезеңдер мен міндеттер ашты. Қазақстан және шетелдік банктер қызметін тәжірибе негізінде зерттегенде ғана аталған міндеттерді шешуге мүмкіндік туады. Банктердің ең басты экономикалық қызметі – несие беру. Банктер несиелер беру қызметін қаншалықты жоғары деңгейде іске асырса, олардың қызметін пайдаланушы клиенттердің де экономикалық жағдайы көбінесе соған байланысты

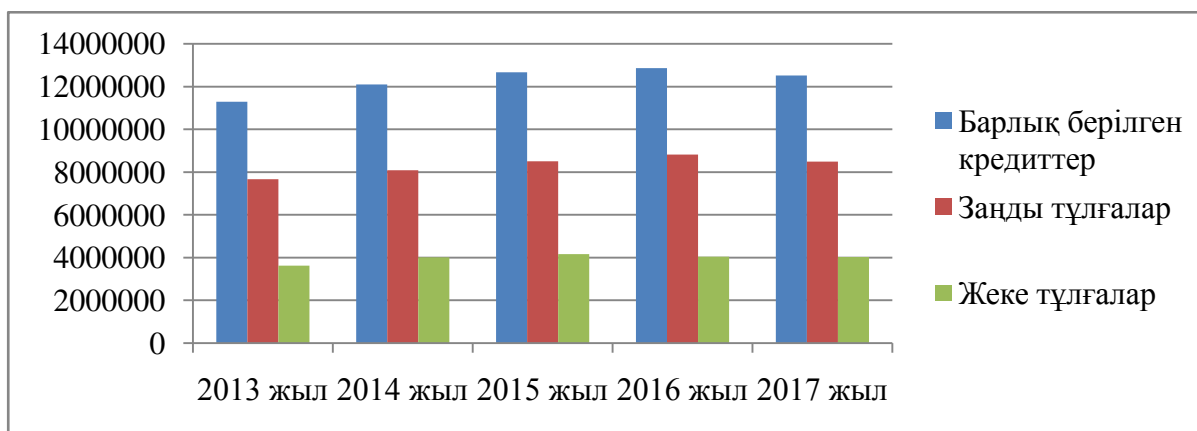
болады. Төмендегі кестеден коммерциялық банктердің заңды тұлғаларға берген несиелерінің жалпы көлемін көруімізге болады.

Кесте 1- Банктердің заңды тұлғаларға берген кредиттері, млн.теңге

Мазмұны	Жылдар				
	2013	2014	2015	2016	2017
Барлық берілген кредиттер	11291548	12105684	12674245	12859119	12519878
Заңды тұлғалар	7665412	8090838	8510656	8 816 915	8 493 989
Үлесі, %	67,9	66,8	67,1	68,5	67,8
с.і.ұлттық валютада	4811278	4970530	4844111	4042204	4025889

Ескерту- ҚҰБ статистикалық 2013-2017 жылдардағы бюллетендері[2]

Банктердің экономиканы кредиттеуінің жалпы көлемі 2015 жылы 12 674,2 млрд. теңге болып артты. Ұлттық валютамен кредиттер көлемі 8 401,1 млрд. теңгеге дейін төмендеді, шетел валютасымен 4 273,1 млрд. теңгеге дейін 20,7%-ға өсті. 2016 жылы бұл көрсеткіш жалпы көлемі бойынша 12859,1 млрд. теңгеге артқан, ұлттық валютамен кредиттер көлемі 8 667,0 млрд. теңгеге өскен, шетел валютасымен 4 192,0 млрд. теңге болған. 2017 жылы барлық берілген кредиттер көлемі 12519,8 млрд. теңге болып, оның ішінде ұлттық валютамен берілген несиелер көлемі 8513,1 млрд. теңге, шетел валютасымен берілген несиелер көлемі 4 006,7 млрд. теңге болған [1].



Сурет 1. Барлық берілген кредиттер көлемі

Екінші деңгейлі банктерден (ЕДБ) берілген барлық кредиттердің жоғарғы үлесін банктік емес заңды тұлғаларға берген несиелер алады. Банктердің заңды тұлғаларды несиелендіру көлемі 2013 жылы 67,9 пайызды, 2014 жылы 66,8 пайызды, 2015 жылы 67,1 пайызды 2016 жылы 68,5 пайызды, 2017 жылы 67,8 пайызды құрағанын ескерсек, бес жыл бұрынғы көрсеткішке қарағанда 21,7 пайызға азайып отыр. Жалпы несиелер көлемі 2017 жылы 2013 жылға қарағанда 1228330 млн.теңге артқан. Олай болса, жылдан жылға банктердің жеке тұлғаларға және жеке шағын кәсіпкерлікпен айналысатын тұлғаларды несиелендіру көлемі де айтарлықтай өсіп келеді. Республикада шағын кәсіпкерліктің субъектілерін несиелеу белсенді дамуда. Банктердің ұсынатын түрлі несиелеу бағдарламалары, шағын кәсіпкерліктің субъектілерімен өзара тиімді ынтымақтасуға мүмкіндік

береді. 2017 жылдың қорытындылары бойынша шағын және орта бизнес субъектілеріне қарыздар несиелік портфелінің 27,3% үлесімен 4 242,2 млрд. теңге (2017 жылдың басында – 3 248,1 млрд. теңге немесе несиелік портфелінің 22,9%), 2017 жылғы ұлғаюы – 30,6% болды. Шағын кәсіпкерлік субъектілеріне кредит беру 2016 жылы 1,8 трлн. теңгеге дейін 39,3%-ға өсті, бұл экономикаға кредиттердің жалпы көлемінің 14,8%-ын құрайды. 01.01.2016 жылы шағын кәсіпкерліктің субъектілері бойынша берешек 01.01.2013 жылмен салыстырғанда 1,0%, 60,2 млрд. теңгеге төмендеген, бұл республика экономикасындағы несиелердің жалпы көлемінің 66,8 % құрайды. 2017 жылы экономикадағы салалар бойынша жеке еңбек қызметі, сауда және өнеркәсіп белсенді несиеленген.

Кесте 2 - Банктердің шағын кәсіпкерлік субъектілеріне берген кредиттері

Мазмұны	Жылдар				
	2013	2014	2015	2016	2017
Жалпы соммасы	1341385	1412005	1283440	1788059	2060455
сыйақы ставкалары, %	12,5	12,1	12,5	11,5	11,7
Ұлттық валютада	967047	1099285	922586	1269395	1388040
сыйақы ставкалары, %	12,6	12,3	12,7	11,9	13,0
Шетел валютасында	374338	312720	360854	518664	672415
сыйақы ставкалары, %	11,1	10,1	9,5	10,0	8,9

Ескерту- ҚҰБ статистикалық 2013-2017 жылдардағы бюллетендері

Шағын кәсіпкерлік субъектілерін кредиттеу 2017 жылы 2 060,5 млрд. теңгеге дейін 15,2%-ға ұлғайды, бұл экономикадағы кредиттердің жалпы көлемінің 16,3%-ын құрайды, бұл көрсеткіш 2016 жылғы желтоқсанда – 14,8 пайызды құраған. Негізгі және айналым қаражатын қаржыландыру көздерін бағалау. Қаржыландыру көздерінің құрылымы банктерге кәсіпорындардың кредит алу қажеттігінің дәрежесін болжауға мүмкіндік береді. Заңды тұлғалар айналым және негізгі қорларды қаржыландыру мақсатында банк несиелерін, инвестиция, меншік қаражат, өзге де қаражат көздерінен қаржыландырады [2].

Кесте 3 - Банктердің кредит беру объектілері бойынша заңды тұлғаларға берген кредиттері

Мазмұны	2013	2014	2015	2016	2017
Кредиттердің жалпы соммасы	8793207	9902445	11314974	12165954	12844824
Соның ішінде					
Айналым қаражаттарын сатып алуға	2436614	2666913	2829370	3254535	4054400
Үлесі, %	27,7	26,9	25,0	26,8	31,6
Негізгі қор сатып алуға	865290	1021329	1137677	123042	1186583
Үлесі, %	9,8	10,3	10,1	9,2	9,2
Жаңа құрылыс және объектілерді қайта жаңарту	1353301	1444999	1422409	990246	786205
Үлесі, %	15,4	14,6	12,6	8,1	6,1
Бағалы қағаздарды сатып алуға	66083	119018	118067	139026	18269
Үлесі, %	0,8	1,2	1,0	1,1	1,4
Басқа да мақсаттарға	2120818	2204057	2598048	3107290	3002252

Үлесі, %	24,1	22,3	23,0	25,5	23,4
Жеке тұлғаларға берілген несиелердің үлесі	22,2	24,7	28,3	28,7	28,3
Ескерту ҚР Ұлттық банкінің статистика бөлімінің кредит нарығы: Банктердің кредиттері мәліметтерінен автормен құрастырылған					

Коммерциялық банктердің заңды тұлғаларға кредит беру объектілері бойынша берген кредиттері ішінде 26,8 пайыз айналым қаражаттарын сатып алу мақсатында, негізі қор сатып алуға 9,2 пайыз, жаңа құрылыс және объектілерді қайта жаңарту мақсатында 8,1 пайыз, бағалы қағаздарды сатып алуға 1,1 пайыз, ал басқа да мақсаттарға 25,5 пайыз алынған. Бұл ақпаратты төмендегі диаграммадан да көруге болады.

ЕДБ жұмыс істемейтін қарыздардың жоғары үлесі бүгінгі күнде ең өзекті мәселе болып табылады. Абсолюттік көріністе жұмыс істемейтін қарыздар мөлшері корпоративтік сектор кәсіпорындарына берілген қарыздар сапасының нашарлауы есебінен ұлғайып отырды. Соңғы бес жылдың көрсеткіштеріне сүйене отырып, заңды тұлғаларға кредит беру объектілері бөлігіндегі кредиттері бойынша мерзімі өткен берешектерді талдап көрелік.

Кесте 4 - ЕДБ заңды тұлғаларға кредит беру объектілері бөлігіндегі кредиттері бойынша мерзімі өткен берешектер

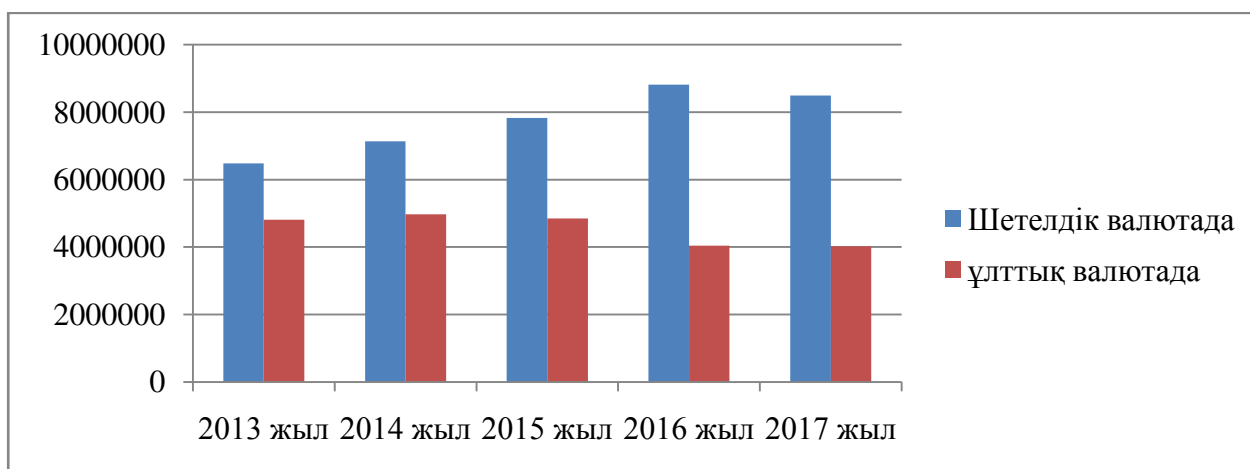
Мазмұны	2013	2014	2015	2016	2017
Кредиттердің жалпы соммасы	1696916	1942665	2390189	1526954	969618
Айналым қаражаттарын сатып алуға	530696	546098	619329	390009	314495
Үлесі, %	31,3	28,1	25,9	25,5	32,4
Негізі қор сатып алуға	268180	295051	306299	169705	75707
Үлесі, %	15,8	15,2	12,8	11,1	7,8
Жаңа құрылыс және объектілерді қайта жаңарту	208084	224916	335281	119928	35158
Үлесі, %	12,3	11,6	14,0	7,9	3,6
Бағалы қағаздарды сатып алуға	2916	4057	32452	37840	3659
Үлесі, %	0,2	0,2	1,4	2,5	0,4
Басқа да мақсаттарға	492411	644197	778763	507212	219834
Үлесі, %	29,0	33,2	32,6	33,1	22,7

Ескерту - ҚҰБ статистика бөлімінің 2013-2017 жж. кредит нарығы

Кестедегі мәліметтерге сәйкес, коммерциялық банктердің заңды тұлғаларға кредит беру объектілері бойынша берген кредиттері бойынша мерзімі өткен берешектерді ішінде 25,5 пайыз айналым қаражаттарын сатып алу мақсатында, негізі қор сатып алуға 11,1 пайыз, жаңа құрылыс және объектілерді қайта жаңарту мақсатында 7,9 пайыз, бағалы қағаздарды сатып алуға 1,1 пайыз, ал басқа да мақсаттарға 33,2 пайызға кешіктірілген.

Төмендегі суреттен көріп отырғанымыздай, ұлттық валютада берілген несие көлемі 1,4 есеге артық. Экономиканың долларландыруы – ұлттық валютаның бірнеше: құн өлшемі, айналыс құралы және қорлану құралы қызметтерін шетел валютасымен орнын алмастыру процесі [3].

Экономиканың долларландыру деңгейін төмендету бойынша шараларды әкімшілік және нарықтық деп бөлуге болады. Кедендік Одақ мүшелерінде Кеңес Одағы тәжірибесінің ерекшеліктерін есепке алумен, шаралардың бірінші түрі молырақ қолданылады. Олардың экономика субъектілеріне жылдам әсер тигізетінімен, нәтижесінде соңғылар капиталдарын шетел активтеріне көшірумен аяқталады. Еуразиялық экономикалық одақ туралы шартына сәйкес мүше мемлекеттер мүше мемлекеттердің ұлттық валюталарының сыртқы сауда және инвестициялық операциялардағы рөлін арттыруға бағытталған келісілген валюталық саясатты жүргізеді. Ең маңыздысы ол – барлық мүше мемлекеттер экономикаларының нақты секторының дамуы, өндіріс саласының өсуі мен отандық өнімнің өткізуіне қосымша қолдау, нәтижесінде экономиканың инвестициялық тартымдылығына жағымды әсер етуі тиіс.



Сурет 2. Валюта түрлері бойынша берілген кредиттер көлемі

Соңғы жылдардағы ұлттық валютада тұлғалар бойынша берілген кредиттер көлеміне бақылау жүргізілді, бұл жерде әр жыл сайын берілген несиенің теңгеге шаққанда қандай мөлшерде өзгеріп отырғанын көрсетілді. Ал бұл жердегі мәліметтер осы аталған айдың алдындағы айдан шегеріліп алынды. Шетел валютасындағы кредит көлемінің ерекше өсуі экономиканың долларлануының беталысының орын алып отырғанын растайды. Кредиттердің басымырақ үлесі, бұрынғыша, заңды тұлғаларға тиесілі, оларға кредит беру жеке тұлғаларға кредит беруге қарағанда, неғұрлым жылдамырақ қарқынмен өсті. Ұзақ мерзімді кредит беру үлесінің жоғарылығына қарамастан, оның өсу қарқыны қысқа мерзімді кредит беруге жол бере отырып, едәуір төмендеді.

Корпоративтік сектор тарапынан кредиттік ресурстарға сұраныс деңгейінің жоғары болуына қарамастан, банктер қысқа мерзімді кірістілігі жоғары, бірақ бір мезгілде тәуекелділігі жоғары тұтынушылық кредиттер беруге барынша көп шоғырлануда. Ұзақ мерзімге қорландырылу көздерінің жетіспеуінен банктер халыққа тұтынушылық кредит беруге көбірек назар аудара бастады. Шағын бизнесті кредиттеу процесінде мемлекеттің шағын және орта бизнеске қаржылық қолдау көрсетуге бағытталған «Бизнестің жол картасы 2020» бағдарламасын іске асыруы маңызды роль атқарады. Экономиканың салалары бойынша бөліп

қарағанда, кредиттеудің жалпы көлемінің негізгі үлес салмағы экономиканың сауда, құрылыс және ауылшаруашылығы салаларына тиесілі.

Аграрлық салаға кредит беру барынша белсенді түрде жүргізілді, оның кредиттеу көлемі бір жылда 98,1 пайызға, сауда (41,6 пайызға), өнеркәсіп (14,2 пайызға), құрылыс (11,6 пайызға) өсті. Заңды және жеке тұлғаларға берілген ұлттық валютадағы кредиттер бойынша мөлшерлеменің төмендеуі есебінен, жыл ішінде берілген кредиттер бойынша сыйақы мөлшерлемесі 13,9 пайыздан 12,6 пайызға төмендеді. Кредит құнының төмендеуі, көбінесе, 25 банктердің жаңа тәуекелдерді қабылдауларын тоқтататын «жұмыс істемейтін» заемдардың жоғары деңгейдегі жағдайында қысқа мерзімді кредит беруді жандандыруға бағытталған банк секторының саясатымен байланысты болып отыр [4].

Жалпы алғанда республиканың банк секторының тұрақты дамуын атап өту керек. Берілген несиелердің көлемі едәуір өскен, бұл маңызды, себебі банктердің несиелері инвестициялық ресурстардағы экономиканы қанағаттандырудың басты көзі болып табылады. Ресурстық базаның қарқынды өсуіне байланысты облыстың банк секторындағы несиелеу белсенділігі жоғары деңгейде болмақ.

Дереккөздер тізімі:

1 Қазақстан Республикасының Ұлттық Банкінің статистикалық бөлімінің 2013-2017жж. кредит нарығы. Электрондық ресурсы- <http://www.nationalbank.kz>

2 Қазақстан Республикасының Ұлттық Банкінің статистикалық бөлімінің ЕДБ 2017 жылғы кредиттері. Электрондық ресурсы- <http://www.nationalbank.kz>

3 ҚҰБ статистикасы: Банк секторы ағымдағы жағдай. Электрондық ресурсы- <http://www.nationalbank.kz>

4 Садыкова А.М. ҚР ҰБ ЕДБ портфельдеріндегі жұмыс істемейтін кредиттер үлесін төмендету жөнінде қабылдап жатқан шаралары // Экономикалық шолу №1-2017-Б.-54-56.

Аннотация

Мақалада, коммерциялық банктердің заңды тұлғаларға берген несиелерінің көлемі және оның ішінде ұлттық валютада берілген несие көлемі қарастырылды. Сондай-ақ, банктердің шағын кәсіпкерлік субъектілеріне берген кредиттерінің көлемі мен кредит беру объектілері бойынша заңды тұлғаларға берген кредиттерге талдау жүргізілді. Соңғы бес жылдағы валюта түрлері бойынша берілген кредиттер көлемі де анықталды.

Аннотация

В статье, рассмотрены объем кредитов коммерческих банков, выданных юридическим лицам и в том числе объем выданных кредитов в национальной валюте. А также, проанализированы объем кредитов выданных субъектам малого предпринимательства и объем кредитов выданных юридическим лицам по объектам кредитования. Определены объем выданных кредитов по видам валют за последние пять лет.

Summary

. In the article, consider the volume of commercial Bank loans granted to legal entities and including the volume of loans in national currency. And also, analyzed the volume of loans issued to small business entities and the volume of credits issued to

legal entities for credit facilities. Identified the volume of loans by types of currencies over the past five years.

Оспанова К.М.
магистрант, 1 курс,
Университет «Туран»

ОСНОВНЫЕ ВИДЫ И КОНЦЕПЦИИ ЛОЯЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Существует три типа лояльности – поведенческая, перцепционная и комплексная, и каждый из них означает для компании различные затраты, выраженные в деньгах, времени, человеческих усилиях. Два типа лояльности, перцепционная и комплексная, как построенные на положительном отношении, являются более сложными в построении и управлении и, соответственно, более дорогими.

Серьезной проблемой потребительской лояльности является то, что условия, определяющие необходимость управления лояльностью, и выбор между типами лояльности определены недостаточно. Большинство авторов сосредотачивают свое внимание на методах измерения, управления и оценки стоимости, в то время как являются нераскрытыми два взаимосвязанных вопроса:

1. какие потребители являются приоритетными для каждой конкретной компании: новые или существующие;

2. какой тип лояльности ей необходимо формировать: лояльность – поведение, лояльность – отношение или комплексную лояльность.

Одна из немногих моделей, раскрывающих условия выбора определенного типа лояльности – теория многомерной лояльности бренду Шета и Парка. Они полагают, что типы лояльности являются «функцией от различий продукта и потребителя», то есть тип лояльности будет определяться преобладающей моделью поведения потребителя и принадлежностью к товарному классу.

К переменным, отвечающим за потребителя, они относят роли, которые он выполняет:

1. агент по закупке;
2. делающий выбор;
3. пользователь;
4. сочетание всех трех предыдущих ролей.

К сожалению, данные авторы не поясняют, каким образом роли, выполняемые потребителем, определяют тип лояльности. К продуктовым переменным, определяющим тип лояльности, ими отнесены два – частота повторных покупок (цикл покупок) и тип продукта или бренда.

Существует различие между товарами или услугами, которые покупаются регулярно и теми, у которых редкий цикл покупок, тем более один раз в жизни, как например риэлтерские услуги, или страхование. Именно частота покупки будет определять, насколько поведенческая составляющая будет доминировать над отношением.

Кроме частоты покупок, важное значение имеет и тип товара – относится ли

товар к товарам повседневного спроса или к предметам роскоши. Тип товара будет определять количество и модель покупки бренда, а также конечную удовлетворенность и эмоции от пользования или покупки бренда [1, с. 96]. Частота повторных покупок (цикл покупок) является не продуктовой, а потребительской переменной, так как именно потребитель покупает продукт. Кроме этого, данные авторы не раскрывают каким образом количество покупателей и стоимость переключения на другие товары и услуги влияют на выбор типа лояльности.

Продолжая изучение факторов, влияющих на потребительскую лояльность, консалтинговая компания МакКензи приходит к выводу о том, что количество и «состав» лояльных потребителей, их преобладающее отношение к продукту – эмоциональное, инертное или разборчивое – зависит от типа отрасли, в которой работает компания.

К примеру, гораздо меньше потребителей эмоционально привязано к продуктовым магазинам, чем к операторам междугородной связи. Среди клиентов интернет-провайдеров и операторов сотовой связи преобладают «разборчивые», поэтому соотношение категорий клиентов разного рода телекоммуникационных компаний может значительно варьироваться. Фактически, под типом отрасли они понимают набор именно продуктовых переменных по классификации Шета и Парка.

МакКинзи выделяет следующие факторы лояльности:

1. отсутствие или наличие похожего предложения у конкурентов;
2. возможность легко сменить поставщика продуктов или услуг;
3. эмоциональная или финансовая значимость покупки;
4. частота совершения покупок;
5. периодичность другого рода взаимодействия с продавцом – обращения в службу технической поддержки.

Механизм влияния этих факторов на формирование того или иного типа потребительской лояльности – поведенческой, воспринимаемой или комплексной, МакКинзи не поясняет. Отрасль определяет только одно – отсутствие или наличие похожего предложения у конкурентов, остальные факторы определяются характеристиками потребителя, рассмотренные в таблице 2.

Таблица 2

Факторы, определяющие тип лояльности потребителей

Отраслевые факторы	Потребительские факторы
<ul style="list-style-type: none"> - острота конкуренции; - этап жизненного цикла рынка товара или услуги; - степень дифференциации продуктовой категории. 	<ul style="list-style-type: none"> - стоимость переключения; - степень вовлеченности; - периодичность покупки; - количество покупателей.
<p>П р и м е ч а н и е – составлена автором на основе источника [2]</p>	

Отсутствие похожего предложения у конкурентов – эта проблема

существующей на рынке низкой дифференциации товаров и услуг. Она возникает в трех случаях: в ситуациях высокой конкуренции, на поздних этапах развития рынка и на рынке немарочных продуктов.

Механизм действия конкуренции как фактора лояльности достаточно прост – она создает выбор и стимулирует постоянно повышать качество.

Когда существующему предложению нет хорошей альтернативы, беспокоиться не о чем, но чем больше товаров и услуг присутствует на рынке, тем больше у потребителя соблазн попробовать что-то новое, и тогда для компании встает вопрос об удержании потребителей, об управлении их лояльностью.

С конкуренцией самым тесным образом связан еще один фактор – этап жизненного цикла рынка товара. Ж-Ж Ламбен писал, что если товар рассматривать как специфичный набор свойств, адресованный определенной группе покупателей, то при таком подходе жизненный цикл отражает эволюцию не только товара, но в равной мере и рынка, для которого он предназначен.

Многие авторы указывают, что на разных этапах развития рынка новые и существующие потребители не равнозначны для компании. Например, А. Цысарь указывает, что важность новых, потенциальных и существующих покупателей на каждом этапе для фирмы неодинакова. На этапе роста, когда растет число потребителей товара, а, следовательно, и рынок, стратегической задачей для конкретной фирмы является захват максимальной рыночной доли и привлечение новых потребителей.

На этапе зрелости, а особенно насыщения, количество потребителей уже не растет или растет незначительно, и привлечь новых потребителей сложно, надо или переманить их от конкурентов, или надеяться на потребителей, которые в силу своих психологических особенностей в принципе не могут быть лояльны ни одной марке, поэтому на поздних этапах жизненного цикла важным становится именно удержание существующих потребителей [4, с. 74].

Конкуренция и насыщение рынков привели к еще одному следствию, которое необходимо упомянуть при раскрытии факторов лояльности – они стимулировали *развитие брендов*, как нового способа дифференциации.

Не секрет, что на современном этапе развития технологий производства многие товары и услуги, особенно это касается товаров народного потребления, уже практически не имеют отличий на уровне реального качества товара, их отличие от конкурентных аналогов производители стараются задавать, опираясь на неосязаемые или воображаемые, привнесенные характеристики, например такие как «продвинутое», «мужественное», «женственное», «для людей моего круга» и тому подобное.

В категориях немарочных продуктов (соль, яйцо, хлеб и прочее) отличить один товар от другого достаточно сложно, а когда товары одинаковые, воспитать лояльность к конкретному товару практически невозможно. Успех дженериков на рынке определяется, в первую очередь, дистрибуцией, ценой и элементарным качеством. Это предполагает, что целесообразнее замерять общий объем продаж, а не повторные покупки, потому как повторные покупки будут просто зависеть от того, есть ли товар в продаже, а при наличии выбора – во многом, от цены

товара.

М. Мэрфи со ссылкой на исследования Д. Хескетта и его коллег определяет рынок немарочных товаров как рынок отсутствия альтернативы, где выбор товаров определяется только ценой. На таком рынке невозможно установить связь между лояльностью и прибыльностью [4, с. 74].

Противоположная ситуация имеет место с брендами. В глазах потребителя они обладают ожидаемыми, уникальными преимуществами, как функциональными, так и эмоциональными. Как пишет Л. Сухенко: «Бренды не принадлежат своим владельцам. Их сила – в лояльности клиентов, а источник лояльности – психологическое желание людей думать о себе хорошо. Бренд должен пообещать, что с ним это желание реализуется».

Чтобы понять, чем обусловлена лояльность потребителей, надо посмотреть, где и как она формируется. Выбирая тот или иной продукт в магазине, мы надеемся с его помощью наилучшим образом удовлетворить какие-то свои потребности.

Если такой продукт находится, запомнив свои положительные ощущения, ассоциируем их с определенной торговой маркой и ожидаем такого же удовлетворения от использования этой продукции в другой раз. Таким образом, бренд X – это не бренд товара, а бренд лучшего удовлетворения потребностей, ожиданий потребителя».

Эти выводы косвенно подтверждаются данными исследования Американской Исследовательской Группы (America's Research Group). Исследовав уровень лояльности покупателей к различным товарным группам, от одежды до автомобильных покрышек, они пришли к выводу о том, что наблюдается прямая зависимость между уровнем лояльности и присутствием в данной категории сильных брендов – например, самый высокий уровень лояльности выявлен в категории «Безалкогольные напитки», в которой присутствуют очень сильные бренды – Coca-Cola и Pepsi-Cola. Низкий уровень означает сильную конкуренцию и коммодитизацию категории.

Каким же образом рассмотренные выше три фактора – конкуренция, этап жизненного цикла и брендируемость рынка определяют тип лояльности? Они не отвечают за выбор типа лояльности, а всего лишь за необходимость формирования лояльности как таковой, то есть ни интенсивность конкуренции, ни этап жизненного цикла рынка товара или услуги, ни степень дифференциации продуктовой категории не определяют, на каком именно типе лояльности – поведенческой, воспринимаемой или комплексной – стоит сосредоточиться, они определяют только общую целесообразность формирования лояльности потребителей.

Отсюда следует и другой важный вывод – истинную лояльность можно сформировать только к товарам и услугам, обладающим значимыми для потребителя отличиями по сравнению с конкурентными аналогами.

Конкуренция становится все интенсивнее, предоставляя потребителю лучший выбор за меньшую цену, что, безусловно, снижает прибыль и требует увеличения расходов на рекламу или BTL (below the line – коммуникации, не использующие СМИ). В свою очередь рекламы становится так много, что

потребитель просто перестает на нее реагировать, и для достижения значимых результатов требуется увеличивать ее количество, увеличивая рекламные бюджеты [5, с. 93].

Рассмотрим ситуацию с повышением потребительской лояльности и развитием концепции маркетинга взаимоотношений в Казахстане. К сожалению, говорить о массовой клиентоориентированности компаний пока нельзя. Такая ситуация, по опыту развития зарубежных рынков, позволит извлечь максимальную выгоду, что называется «снять сливки», от внедрения систем по удержанию потребителями именно тем компаниям, которые будут первыми.

Существуют и проблемы управления. На сегодняшний день руководители многих предприятий осознают важность и необходимость формирования лояльности, однако, не всегда могут построить эффективную систему по удержанию потребителей и повышению их лояльности.

Список использованных источников:

1. Доброводова М. Эффективные технологии повышения лояльности потребителей // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2013 – 254 с.
2. Карташова С. Бонусные программы продвижения товаров и услуг // Электронный ресурс http://www.e-executive.ru/publications/aspecis/article_1318/
3. Домнин В.Н. Брендинг: новые технологии. – СПб: Питер, 2010. – 356с.
4. Зефирова Ю.И. Битвы за лояльность // Маркетинг за рубежом. – 2013 – 616 с.
5. Картышов С.В., Кульчицкая И.А., Потаитиков И.М. Управление комплексом маркетинга предприятия на основе CRM-технологий. // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2010 – 391 с.

**Оспанова Р.
АЭСА магистранты**

КӘСІПОРЫНДАРДА ШЫҒЫНДАРДЫ БАСҚАРУДЫҢ МӘНІ

Шығындарды басқаруды үнемдеуге жету экономикалық қызмет жұмысшыларының саны қысқарып, ал қалғандары керек қызметпен айналысуына әкеліп соқтырды. Осындай жағдайлардың негізгі себебі болып, шығындарды жүйелі, ұтымды ұйымдастырған бақылаумен қамтамасыз ете алатын пайда және артықшылық табылады. Осы саладағы кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігіне төтеп бере алатын және қолдайтын дәстүрлі негізгі тәсілдері болып, өндіріс көлемін ұзарту және нақтыланған деңгейді қолдау, сондай-ақ кәсіпорынның өнімділігі және ұдайы өндірістік қуаттылығын кеңейту табылады. Шығындарды басқарудың тиімді жүйесінің құрылуы осындай жүйенің құрылуының негізгі себептеріне сәйкес келетін, сондай-ақ басқарудың жаңа әдіс-тәсілдерін іздеу және ендіру қажеттілігі кәсіпорында шығындарды басқару бойынша ерекше бөлімнің құрылуын талап етеді. Шетелдік тәжірибе бұндай бөлім (немесе қызмет) контроллинг деген атқа ие. Бұндай бөлім қызметінің бағыты жедел жинау және шығындарды бақылауға арналған барлық қажетті талдау, алғашқы есеп

құжаттары, жаңа нысан мен жиынтық ақпаратын өңдеуге мәліметтер басқару шешімдерін зерттеуден өткізу, сондай-ақ кәсіпорында экономикалық қызметтің жақсаруына мақсаттардың шешімі, яғни стратегиялық мақсаттың шешілуіне бағытталады.

Шығындарды басқарудың негізгі қызметтері ретінде болжамдау және жоспарлау, есеп, бақылау (мониторинг), үйлестіру және реттеу, сондай-ақ шығындарды талдау табылады.

Шығындарды жоспарлау болашағы қысқа мерзімді жоспарлау кезеңінде – ағымдағы және ұзақ мерзімді жоспарлау кезеңінде бар болуы мүмкін. Егер шығындарды ұзақ мерзімді жоспарлау анықтығы үлкен болмаса және инвестициялық үдерістің, бәсекелестердің іс-әрекетінің, ұйымдарды басқарудың экономикалық саласындағы мемлекет саясатының әсеріне ұшыраса, ал кейде форс-мажорлы жағдайларда да онда шығындардың қысқа мерзімді жоспарлары болашақтағы қажеттіліктерді көрсетеді және көбірек тоқсандық және жылдық есеп айырысулармен нақтырақ анықталады [2].

Ұйым – шығындарды басқарудың тиімді маңызды элементі. Ол кәсіпкерлік құрылымда кім, қандай мерзімде, қандай құжаттар мен ақпараттарды қолданумен, шығындарды қандай тәсілдермен басқару бекітіледі. Шығындардың пайда болу орталықтары мен жауапкершілік орталықтары анықталады. Шығындарды басқарумен байланысты менеджерлер мен мамандардың функционалдық байланыстары мен тізбекті иерархиялық жүйесі өңделеді. Бұл сызба кәсіпорынның ұйымдастыру-өндірістік құрылымымен байланысты болуы керек.

Үйлестіру, шығындардың өзара алмасуы және реттелуі (нормативті әдіс) – шығындардың жоспарланған деңгейімен нақтысын салыстыру, ауытқуларды анықтау және айырмашылықтарды жою бойынша жедел шамаларды қабылдау. Заманауи үйлестіру және шығындарды реттеу кәсіпорынға қызметінің жоспарланған нәтижелерін орындауда шынайы олқылықтардан арылуға көмектеседі. Есеп дұрыс шешімдерді қабылдауда ақпараттарды дайындауға қажетті шығындарды басқарудың элементі. Нарықтық экономикада есептің екі түрін бөліп қарастырған: өндірістік және қаржылық.

Өндірістік есеп, ереже бойынша, өндірістік шығындар есебімен және өнімнің өзіндік құнының калькуляциясымен бірдейлендіріледі. Кәсіпорынды басқарудың белсенді құралы ретінде өндірістік есеп өзінің дамуында басқару есебіне түрлендірілген.

Өндірістік есеп шығындардың өндірісте көрініс табу әдістемесіне бағытталады, ал басқару – оқиғаларды талдауға, шешімдер қабылдауға, тұтынушылардың ақпараттық сұраныстарын зерттеуге, стандартты шығындардан ауытқуын талдауға бағытталады. Ұйымды басқару жүйесінде ұйымның ішкі менеджерлеріне арналған, оларға дұрыс шешім қабылдау мақсатында ақпараттар дайындалады.

Қаржылық есеп кәсіпорынның ақпаратын сыртқы пайдаланушыларға ұсынуға және пайданы анықтау үшін шығындарды табыспен салыстыруды болжамдауға арналған.

Бақылау қызметі (мониторинг) шығындарды басқару жүйесінде жоспарланған мен нақты шығындарды салыстыруға арналған қарама-қарсы

байланысты қамтамасыз етеді. Бақылаудың тиімділігі егер де олар нысаналы өзгерген өндірістік жағдайға бола орындалмаса, жоспарланғанмен және жоспарды анықтаумен сәйкес келетін нақты шығындарды болдыруға бағытталған түзетілмелі басқару қызметімен байланысты.

Шығындарды талдау шығындарды басқару жүйесінде бақылау қызметінің элементі болып табылады. Ол басқару шаруашылық шешімдерін және қызметтерін алдын алады, оларды түсіндіреді және дайындайды. Талдау барлық шикізаттарды қолданудың тиімділігін бағалауға, өндірістік шығындарды төмендетудің қорларын анықтауға, рационалды басқару шешімдерін қабылдауға мәліметтерді дайындауға арналған.

Жандану және ынталандыру – бұл өндірістік қатысушыларға қатынасы, шығындардың бекітілген жоспарын ұстауға және оларды төмендету мүмкіндігін іздестіруге түрткі болады. Осындай қызметтерді жетілдіру үшін материалды, сондай-ақ моральды ынталандырулар қолданылады. Шығындардың артуы кезінде жазалауға жүгірмеу керек. Бұл жағдайда жұмысшылар олардың жоғарғы жоспарланған деңгейде болуына ұмтыла отырып, шығындардың артуына қарсы болады. Кәсіпорынның негізгі мақсатқа жетуі – шығындарды төмендету арқылы ең жоғарғы табысты алу – еңбекті орындау мақсаты болып табылады [3].

Шығындарды экономикалық элементтері бойынша топтастыру барлық шығындарды оның түрлері бойынша табуға арналған. Бұл топтастырудың шығындарды калькуляция бабы бойынша топтастырудан айырмашылығы мұнда барлық шығындар, кешенді шығындарды қоса, оның экономикалық мазмұнын сипаттайтын түрлері бойынша көрсетіледі. Элементтері бойынша шығындарды топтастыру өндіріске не жұмсалғанына жауап бере алады.

Шығындарды калькуляция баптары бойынша топтастыру шығындардың мақсатты бағытын, олардың технико-экономикалық белгілеуін, яғни бұл шығындар қайда бағытталған, ақша қаражаттары неге жұмсалды деген сұрақтарға жауап береді [4].

Өндіріс технологиясы және ұйымдастыру ерекшелігі есебімен өндіріс шығындарын толық табу және өнімнің жеке түрлерінің өзіндік құндарын дұрыс анықтау үшін шығындар есебінің және калькуляция объектілерін дұрыс белгілеу қажет.

Шығынның пайда болу орны – бұл ұйымның құрылымдық бөлімшелері, яғни бақылау үшін өндіріс шығындарының есебін, өндіріс ресурстары шығындарын басқаруды және олардың қызметінің нәтижесін анықтауды, жоспарлауды, мөлшерлеуді ұйымдастыру. Өнеркәсіп өндірісінде шығындардың пайда болу орнына өндірістер, цехтар, учаскілер, бөлімшелер, бригадалар және басқа да бөлімшелер жатады.

Шығын орталықтары – бұл өндірістік операциялар мен біртекті функциялармен, техникалық жабдықтау деңгейімен, еңбектің ұйымдастырылуымен және шығындардың бағыттылығымен ерекшеленетін бастапқы өндірістік және қызмет көрсететін бірліктер. Оған мыналарды жатқызуға болады: учаскілер, бригадалар, азды-көпті біртекті функциялармен жабдықталған топтар, механикаландыру мен автоматтандырудың бірдей деңгейлері, өндіріс пен еңбекті ұйымдастыру.

Жауапкершілік орталықтары – бұл жоспарлы, нормалы шығындарды бақылауды, шығындардың мөлшері үшін ұжымдық және жеке жауапкершілікті, өнімнің өзіндік құнын төмендетуге мүдделілікті қамтамасыз ететін шаруашылық есеп бөлімшелері және жауапты тұлғалар бойынша өндірістегі шығындарды топтастыру. Айта кету керек, егер менеджер тек қана бір құрылымдық бөлімшенің жұмысына басшылық жасайтын болса және оның жұмысының нәтижесіне жауап беретін болса, онда шығынның пайда болу орны жауапкершілік орталығын да көрсетеді.

Шығынды тасушылар калькуляция объектісі болып табылады. Шығарылатын өнімнің түрі мен технологиясына байланысты калькуляция объектісі мыналар болуы мүмкін: жеке түрлері немесе толық және жартылай дайын болған өнімдердің кешені, шала фабрикаттар, біртекті мүліктердің топтары, аттас мүліктердің сериялары немесе жеке өңделетін мүліктер (тапсырыстар), құрылыс объектілері, құрылыстың қорытынды кезеңі, жұмыс пен қызметтің түрлері. Осы бойынша шығындарды басқарудың мақсат және міндеттері, қажеттілігі, тиімділігі, сондай-ақ шығындарды басқару жүйесінің мақсаттары, механизмі, шығындарды басқарудың объектісі мен субъектісі, экономикалық көрсеткіштер, шығындарды басқарудың қағидалары, оларды үдеріс ретінде қарастырғандағы кезеңдері, өнім өндірісімен байланысты шығындардың құрамы, олардың жүйесінің негізгі қызметтері, экономикалық мазмұны, шығындардың топтастырылуы, өндірістегі шығындар мен өнімнің өзіндік құнына кіретін шығындар туралы, шығын динамикасы жайлы сөз қозғалып отыр.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1 Г.Г. Серебренников Управление затратами на предприятии: учебное пособие.-Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2014.-80 б.

2 А. К. Ержанов Басқару есебі: оқу құралы. - Алматы: Экономика, 2012.-304 б.

3 В.Э. Керимов Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в отдельных отраслях производственной сферы: Учебник.- М.: Дашков и К, 2016.- 584 б.

4 М.А. Вахрушина Бухгалтерский управленческий учет. Учебник.-М.: Финстатинформ, 2012.-365 б.

Разакова Б.С.
АЭСА магистранты
Панзабекова А.Ж.
э.ғ.к., доценті АЭСА

КӘСІПОРЫННЫҢ ӨТКІЗУ САЯСАТЫНДА ЗАМАНАУИ БАҒА ТАҒАЙЫНДАУ ӘДІСТЕРІН ҚОЛДАНУ

Сатушы – баға белгілеудің тікелей субъектісі. Оның құқығы мен функцияларының бірі, бағаны белгілеу және тауардың бағасын бақылау. Баға белгілеу факторлары - сатушының тауарға баға қою процесіндегі іс-әрекетіне әсер

ететін факторлар жиынтығы. Олар: ішкі - сатушыға тәуелді, бақыланатын, сыртқы: сатушыға тәуелсіз, бақыланбайтын.

Баға белгілеудің негізгі ішкі факторларына мыналарды жатқызуға болады:

1. Белгілібіруақытаралығынабелгіленген компания мақсаттары. Бұл мақсаттарға:

- Компанияныңағымдағытабысынұлғайту.Бұлжағдайда компания менеджерлері,баға белгілеуге ағымдағыеңқаржылықнәтиже берген тәсілді табу керек. Бірқарағанда, бұғанбағалардыкөтеруарқылықолжеткізугеболады. Бірақ,бұл тәуекелділік компания өнімінедегенсұраныстыазайтуы мүмкін. Ал тәуекелділіктен құтылу мүмкін емес, оны тек тиісті іс-әрекеттер мен талдау жүйелігі және тереңдігі арқылы төмендетуге болады;

- Компанияның нарық үлесін ұлғайту. Бұл мақсатағымдықемес, стратегиялықбасымдылық болып есептеледі. Оны жүзегеасырукөпуақыттықажететеді.Төменбағалар өткізу көлемін ұлғайтуға және компанияныңнарықүлесін кеңейтуге әлеуеттімүмкіндікбереді. Төмен бағаларбәсекелестікқұралыретіндеқарқындыпайдаланылады. Біріншіден, компанияның ұзақ мерзімдік пайдалануға есептелген, стратегиялық түрде, тиістіәлеуеті болу керек(алдымен,өнім бірлігіне кеткен шығындардытөмендету проблемаларын шешу үшін ұдайы және тиімді жұмыс істеу қажет). Екіншіден,нарық үлесі кеңейту әдісі ретінде, төмен бағалар саясатына өту барысында, тиісті мүмкіндіктер мен бәсекелестік саясатты ескеру қажет. Бағалар соғысы, қатысушылар үшін өте ұзақ және қауіпті болуы мүмкін;

- Нарықтық қабілеттілік.Бұл жағдайда бәрі қарапайым. Төмен бағалар пайдалылық қызметінің минималды дәрежесіне жетуге бағытталған, ал кейбір жағдайда, ол теріс пайдалылық болуы да мүмкін.

2. Компания өнімін шығару мен өткізуге байланысты шығын деңгейі. Негізінде,белгілі бір аралықта, компания бақылайтын көрсеткіш. Мысалыға, металлургиялық кәсіпорын, стратегиялық ресурс ретінде, кокс немесе табиғи газ пайдалануы мүмкін. Сонымен қатар, мұнай өңдеу кәсіпорны, бензин өндіру үшін тек мұнайды ғана пайдалана алады.

3. Компанияныңмаркетингтікстратегиясы. Бір жағынан, баға белгілеу компаниядағы маркетингтік басқарудың жеке құраушысы болып табылса, екінші жағынан, ол - жүйе элементі. Баға белгілеу саласындағы шешімдер, дистрибуция мен тауар жылжыту саласындағы шешімдермен үйлесімді болу керек.Компанияның маркетингтік стратегиясын анықтау арқылы жүйенің даму бағыты беріледі. Баға белгілеу, компанияның баға саясаты, өткізуді қамтамасыз етіп,маркетингтік стратегияға бағынышты болу керек.

Маркетингтікстратегияныңнегізгіқұрауыштары - нарықты таңдау, компания жұмысістейтіннарықтысегменттеужәнесолсегменттердіанықтау,компанияөнімінж айғастыру. Табыс критерийі бойыншатұтынушыларды сегменттеу, тиісті маркетингтік сегментациялық стратегияны анықтау,компания тауарларының бағасы, негізінде қандай болу керектігіне базалық талап береді.

Әр түрлі сегмент – өнімнің әр түрлі сапасы,әр түрлі бөтелкелер, этикеткалар, саудалық маркалар, дүкендерге әрқилы орналастыру, әрқилы коммуникациялық іс-шаралар және сөзсіз әр түрлі бағалар. Барлық құраушылар өткізуді қамтамасыз

етіп, бір-бірін толықтырып байланысу қажет.

Баға белгілеудің негізгі сыртқы факторларына мыналарды жатқызуға болады:

1. Нарық жағдайы және серпіні. Нарық сыйымдылығы - қаншалықты өнімді өткізуге мүмкін екендігін анықтайтын маңызды көрсеткіш болып табылады. Бірақ нарық серпіні, яғни бір уақыт аралығында, нарық сыйымдылығының өзгергені маңызды орын алады. Нарықты қысқарту тенденциясы бағаны көтеруге мүмкіндік бермейді, нарық конъюнктурасы бұл жағдайда сатушылар үшін тартымсыз болып келеді. Нарық өсімі тенденциясы, баға көтеруге белгілі бір мүмкіндіктерді қамтамасыз етеді.

2. Сұраныстың бағалық кемеңділігі. Тұтынушылар, сатып алатын тауар көлемінің негізгі факторы болып табылатын, бағаға мән беретіні белгілі. Бұл жерде іс-жүзінде маңызды сұрақ туындайды: Сұраныс субъектілері баға өзгерісіне қаншалықты қатты әсер етеді? Олар бұндай өзгеріске қаншалықты сезімтал? Бұндай сезімталдыққа қандай факторлар әсер етеді? Әр түрлі нарықта бұл сұрақтарға әр түрлі жауаптар беріледі.

3. Бәсекелестер бағасы. Қазіргі таңда, өзбағасаясатында, бәсекелестер бағасына, олардың баға саясатына мән бермейтін компанияларды табу қиын. Маркетингтік баға қызметінің мәні: нарық лидерлері мен бәсекелестер бағаларын білу және олардың баға өзгерістері жайлы ақпарат алып отыру. Ең қиын мәселелердің бірі, негізгі бәсекелестердің бағалық тәсіл үшін мүмкіндіктерін бағалау, нарық қатысушыларының бағалық іс-әрекетіне мүмкін болатын реакцияларды болжау.

Бәсекелестер бағасы - баға белгілеу бағдарларының бірі болып табылады. Бәсекелестер бағасын, бір қатар факторларға, жалпы айтқанда, нарықтық үлес, тауардың объективті сипаттамасы, жайғастыру, тұтынушылардың сол тауарға деген көзқарасы, коммуникациялық мүмкіндігіне байланыстыру керек. Бәсекеге қабілеттілікті тек төмен бағалар арқылы болжау міндетті емес. Бәсекелестерден жоғары баға, компанияның сапа бойынша жетекшілігіне дәлел болуы мүмкін.

4. Компанияның бәсекелестік позициялары.

Біріншіден, компания жұмыс атқаратын, бәсекелес ортадағы нарық түріне мән беріледі. Егер, олигополиялық нарықта олигополиялық компания болса, бағаны бақылау мүмкіндігі олигополистикалық нарықта жүзеге асады. Екіншіден, компанияның нарық үлесіне мән беріледі. Егер үлесі көп болған жағдайда, бағалық тәсілдерді жүзеге асыру мүмкіндігі туады. Кішігірім масштабты қызмет атқаратын компаниялар, бағалық тәсілдер мүмкіндігінде өте шектеулі болып келеді.

5. Тауардың өмірлік циклы кезеңі. Тауардың өмірлік циклы кезеңіне байланысты, компанияның баға саясаты қалыптасады. Әрине, тауар өз өмірлік циклының соңғы кезеңінде болған жағдайда, жоғары баға саясаты болуы мүмкін емес. Тауар нарықтан шығып, оған деген сұраныс азаяды, бағаны көтеру, тек нарықтан шығу үдерісін тездетуі мүмкін. Кемелдену кезеңі, бағалық тәсілдерге әжептәуір мүмкіндік береді. Бірақ, басқа да көптеген факторлардың бар екенін ескеру қажет. Өсу стадиясында, көбінесе, бағаны бірте-бірте көтере бастайды, ал нарыққа ену этапында бағалар тұтынушылар үшін, әлі де жаулап алуды қажет ететін, ниеттесті болу керек. Бірақ, нарыққа жаңа өнім (тек компания үшін емес,

нарық үшін де)шығу барысында бағалық ниеттестік орынды болмайды, керісінше, бәсекелестердің жаңа дағдыларды тез арада көшіруін есептей отырып, өнімнің өмірлік циклының бастапқы кезеңіндегі мүмкіндіктерді максималды пайдалану керек.

Қорыта келе, баға белгілеудегі маркетингтік басқару сұрақтары қиын және айтарлықтай жауапкершілікті қажет етеді. Баға белгілеу қашанда тәуекелділікпен байланысты болып келеді. Қателесу компанияға көп шығын алып келуі мүмкін. Көп жағдайда, компанияның баға белгілеу технологиясы, баға белгілеудің бірнеше әдістерінің нақты қосындысы болып табылады. Себебі компанияға бір уақытта бірнеше маңызды міндеттерді – табыс деңгейін қамтамасыз ету, тұтынушы алдында өз тауарларының құнын күшейту мен бәсекелестердің алдына шығу жолдарын іздеуді жүзеге асыру қажет.

Маусымдық бағалар – әр түрлі географиялық территориялардың маусымдық шыңын жабу үшін берілетін уақытша жеңілдіктер арқылы бағаның бейімделуі.

Жеткізу шарттары және тауар төлемі көмегімен бағаның бейімделуі - операциялар жүргізілетін ережелерді анықтау әдісі арқылы жүзеге асады.

Дискриминациялық баға белгілеу әдісі арқылы бағаның бейімделуі - нарық сегменті бойынша, өнім мен қызмет көрсетуге дифференциалды баға белгілеу.

Функционалды жеңілдіктер әдісі арқылы көтерме және бөлшек саудагерлерге өнімді сатуға дайындау бойынша белгілі бір функцияларды Ұмаркетингтік, логистикалық орындағаны үшін қосымша жеңілдіктер.

Үстеме баға арқылы бағаның бейімделуі – өмірлік циклының кемелдену кезеңінде тұрған, яғни БКГ матрицасы терминінде айтсақ, жұлдыз-тауарларға, яғни нарықта танымал тауарларға қатысты.

Бағаның салалық бейімделуі – нарықтың әр түрлі сегментіне арналған бағалық дифференциация.

Бағаның географиялық бейімделуі – өндірістік орнынан, тауарды сатып алу және бөлу орны аралығындағы логистика құны айырмашылығын есептейтін, әр түрлі географиялық территориялардың бағалық дифференциациясы.

Қолданылған әдебиеттер тізімі:

1 Ценообразование: Учебное пособие / Под ред Г.А. Тактарова-М: Финансы и статистика, 2015 - 176 с.

2 Ценообразование и ценовая политика: Практикум / Р.П. Валевич, И.В. Прыгун - Мн: БГЭУ, 2012 - 165 с.

3. Голощапов Н.А. Соколов А.А. Цены и ценообразование: Учебно-методическое пособие - М: "Приор-издат", 2015 - 160 с.

Разакова Д.И.
Доктор PhD, к.э.н., доцент

ОСОБЕННОСТИ АГОРОМАРКЕТИНГА В КАЗАХСТАНЕ

Следует отметить, что большинство предприятий стран Таможенного союза испытывают определенные трудности при исследовании аграрного рынка. Это

обусловлено отсутствием определенного опыта и кадров соответствующей квалификации в данной области. Поэтому целесообразно пользоваться услугами специальных структур, занимающихся вопросами исследования рынка. Обращаться ли за помощью специализированных структур, или заниматься самим исследованием рынка, следует решать на стадии разработки плана исследования рынка. Что касается маркетинга потребительского рынка продовольственных товаров, в научной литературе не удалось обнаружить сколько-нибудь четких терминологических пояснений на этот счет.

Говоря об особенностях маркетинга продовольственных товаров, необходимо подчеркнуть его отличительные черты в сравнении с маркетингом отраслей.

Специфика маркетинга как инструмента потребительского рынка продовольственных товаров заключается в следующих основных факторах:

1. Особенности производительных сил и производственных отношений в агропромышленном комплексе в целом и на потребительском рынке продовольствия в частности.

2. Своеобразие комплекса индивидуальных потребностей в продовольственных товарах и обусловленного этими потребностями «социального портрета» потребителя.

3. Специфика продуктов питания в сравнении с другими рыночными товарами.

4. Роль маркетинга в обеспечении продовольственной безопасности региона, страны.

5. Особенности маркетинговых стратегий на потребительском рынке продовольственных товаров.

Комплекс факторов, влияющих на агробизнес и агромаркетинг:

- зависимость экономических результатов труда в аграрном секторе от климато-географических и других природных условий;

- ограниченность предложения природных ресурсов и агросырья;

- обусловленность производства агросырья от земли как основного средства и предмета производства;

- слабая подвижность трудовых ресурсов в аграрном секторе, большая доля трудозатрат во всей продуктовой цепи;

- существование множества независимых производителей, поставляющих на рынок ограниченный ассортимент высокостандартизированных товаров;

- наличие большого количества посредников в продуктовой цепи между производителями агросырья и получателями переработанной продукции;

- сложность и разнообразие форм собственности, многоукладность сельского хозяйства;

- наличие существенного временного лага между периодами производства и переработки агросырья;

- сезонность производства агросырья и получения продуктов его переработки;

- высокая корреляция между качеством конечного продукта, сроками и условиями хранения, транспортирования и реализации;

- первостепенное значение продовольственных товаров в удовлетворении основных жизненных потребностей человека;
- принципиальная роль продовольствия в экономической и политической безопасности государства.

Важно подчеркнуть, что для маркетинга потребительского рынка продовольственных товаров особое значение приобретает розничная торговля (в том числе – общественное питание) как основное звено, непосредственно взаимодействующее с потребителем. Маркетинговые факторы непосредственно влияют на объем и структуру предложения продовольственных товаров, получаемых в сфере агропроизводства и пищевой промышленности. Как справедливо отмечают американские агромаркетологи РЛ. Коле и Дж Л. Юл, «сеть предприятий розничной торговли продовольствием не является индифферентной к ценам, выставляемым отдельными фермерами или аграрным рынком в целом, но повернута лицом к потребительским сегментам», а посему «способна приспособлять свои коммерческие стратегии для помощи фермерам в продаже сезонных излишков продукции по разумным ценам».

Обзор литературных данных позволяет констатировать, что в США и странах ЕС на текущий момент происходят следующие основные изменения в розничной торговле продуктами питания, которые влияют на маркетинговую деятельность фирм :

- постоянное уменьшение количества продовольственных магазинов на фоне увеличения их средних размеров;
- усиление концентрации торговли и прежде всего, за счет увеличения доли супермаркетов самообслуживания в сети розничных магазинов, а также вследствие роста количества слияний и поглощений коммерческих фирм;
- возрастание доли специализированных магазинов, торгующих ограниченным ассортиментом товаров (например, продажа продуктов национальной кухни, экологически чистой пищи или продуктов очень высокого качества и т. п.);
- расширение товарной диверсификации (продажа продовольственных товаров совместно с непродовольственными);
- усиление различных форм интеграции с пищевой промышленностью и массовым питанием;
- увеличение масштабов интернационализации торговли.

Необходимо отметить, что в условиях развития рыночных отношений в Республике Казахстан указанные выше тенденции в сфере розничной торговли продовольствием также имеют место, правда, динамика развития этих факторов и степень влияния их на маркетинг неоднозначны и находятся в постоянном движении.

В целях повышения качества научно-технологического прогнозирования в проведении маркетингового исследования актуальным является использование методики форсайтных исследований. Методика определяет порядок проведения маркетингового исследования по долгосрочному научно - технологическому прогнозированию развития рынка отраслей АПК в условиях экономической интеграции методом форсайтных исследований.

Современные условия хозяйствования требует качественного улучшения методологии маркетингового исследования научно-технологического прогнозирования на долгосрочный период.

Важными элементом системы маркетингового прогнозирования должны стать научно-технологические, отраслевые и региональные прогнозы. Однако, недостаточно аккумулировать различные прогнозы – их методология должна отвечать международным трендам. Одним из управленческих инструментов, объединяющий позитивные стороны плановой и рыночной экономики, можно отнести методом форсайтных исследований, широко применяемые во многих развитых и развивающихся странах при формировании научно-технической политики [2].

Форсайт - открытый и коллективный процесс целенаправленного, ориентированного на будущее исследования, который инициирует обсуждение между различными акторами на научной и технологической аренах с целью формулирования общего видения и стратегий, наилучшим образом учитывающих будущие возможности и угрозы [3].

Форсайт - процесс систематической оценки долгосрочных перспектив развития науки, технологии, экономики, экологии и общества с целью выявления новых, прорывных технологий, направлений стратегических исследований, способных обеспечить максимальное воздействие на экономику и общество [4].

Форсайт-исследования могут служить основой в выборе приоритетов, реализуемых в рамках крупных национальных и международных программ научно-технического и инновационного развития отраслей АПК. В мировой практике форсайт уже превратился из инструмента, направленного на выявление технологических трендов, в самостоятельную активно развивающуюся научную деятельность, охватывающую широкий спектр исследовательских методов.

Предполагается следующий алгоритм проведения форсайт-исследований развития отраслей АПК в условиях ЕАЭС, который можно представить в виде цепочки: цель – задачи – состояние – альтернативные варианты – исполнение.

Целью проведения форсайтных исследований развития отраслей АПК является выявление спектра необходимых технологий и технологических решений, соответствующих потенциально вероятным вариантам «видения» будущего облика ключевых секторов агрорынка, определение направлений межотраслевого развития с учетом интеграционных тенденций.

В проведении форсайт-исследований научно-технологического прогнозирования развития отраслей АПК в условиях интеграции может включать следующие задачи:

- представление о вероятных тенденциях будущего развития отраслей АПК, вызовах и возможностях их разрешения;
- оценку сильных и слабых сторон научно-технологического развития отраслей АПК в условиях интеграции;
- привлечение новых игроков в процесс обсуждения проблем развития отраслей АПК в условиях интеграции и выработки государственной политики в данной сфере;

- повышение эффективности аграрной политики за счет более полного информирования лиц, принимающих решения, о долгосрочных перспективах развития отраслей;

- оценку технологических возможностей выбранных направлений для повышения конкурентоспособности отраслей АПК на мировом и внутреннем рынках и формирования отраслевых стратегий.

Выполнение работ по проведению форсайтных исследований отраслей АПК в условиях интеграции необходима реализация следующих организационных мер:

- проведение мероприятий, направленных на взаимодействие представителей научного сообщества, образования, реального сектора экономики, бизнеса и органов государственного управления в процессе реализации исследования;

- взаимодействие участников исследования оценки эффективности развития отраслей АПК в условиях ЕАЭС с зарубежными экспертами в области долгосрочного прогнозирования.

Далее определяется комбинация методов и инструменты форсайтных исследований развития отраслей АПК в условиях ЕАЭС:

- обзор информационных и литературных источников;
- анализ мировых тенденций, SWOT - анализ, структурный анализ, определение мега-трендов;

- анкетирование экспертов, метод дельфи, фокус - группы;

- построение сценариев развития отраслей АПК в условиях ЕАЭС;

- выявлением приоритетных технологий развития отраслей АПК в условиях ЕАЭС;

- разработка технологических дорожных карт развития отраслей АПК в условиях ЕАЭС.

По результатам форсайт-проектов создаются дорожные карты определение стратегических приоритетов развития отраслей АПК в условиях ЕАЭС – структурированный набор индикаторов и задач, достижение которых ведет к достижению общей цели и позволяет отслеживать внедрение программных мероприятий.

В Казахстане форсайт является относительно новым маркетинговым инструментом. Первый, уникальный по своему содержанию и поставленным задачам, национальный научно-технологический форсайт был проведен АО «Национальное агентство по технологическому развитию» в период 2010-2011 гг. с целью определения стратегических направлений развития Казахстана до 2020 года.

В стране пока не существует устойчивой практики выработки долгосрочных приоритетов в условиях интеграции. С целью концентрации имеющихся ресурсов на стратегических приоритетах страны, в рамках выявленных приоритетных технологических областей определяются технологии которые могут дать толчок дальнейшему развитию отраслей АПК и позволят вывести их на качественно новый уровень.

Список литературы:

1. Дихтель Е., Хершген Х. Практический маркетинг: Учебное пособие. / Пер. с нем. А.М. Макарова. М., 2016. - 255.
2. . Практический маркетинг: учеб. пособие / В. В. Пьянков, О. А. Тимофеева, Е. И. Кельбах; Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – Пермь, 2013. – 134 с.
3. Соколов А.В., Чулок А.А. Долгосрочный прогноз научно-технологического развития России на период до 2030 года: ключевые особенности и первые результаты // Форсайт. – 2016. - Т. 6, № 1. - С. 12.
4. Третьяк В.П. Форсайт в вопросах и ответах. (РИЭПП). - М.: Языки славянской культуры, 2012. - 72 с.

Рахманова Айман Эргашевна

Студент, мамандық «5В050700- Менеджмент»

Тлеубекова Айгуль Доктырбековна

Экономика магистрі, аға оқытушы

Алматы экономика және статистика академиясы, Алматы қ.

КӘСІПОРЫНДА ЭКОНОМИКАЛЫҚ ТИІМДІЛІКТІ АРТТЫРУДАҒЫ ӨНДІРІСТІ БАСҚАРУ ЖОЛДАРЫ

Өндірістің тиімділігін арттырудың басты факторы – жоғары өнімді еңбекке уәждеме жасау, белсенді еңбекке экономикалық ынталандыру. Қазақстанда экономикалық реформаларды жедел жүргізу нәтижесінде өндірістің барлық факторы ырықтандырылды, тиімділікті көтеруге бағытталған ынталандыру біліктілікке, еңбек сапасына, өндіріс нәтижелелігіне және макроэкономикалық көрсеткіштер динамикасына тәуелді болмай отырғанын атап көрсетуге тура келеді. Мұның ғылыми-техникалық прогреске ырықтандырылмақ дәрежесі төмен, өнімнің сапасын өсіруге әсері қанағаттандырмайды, жұмысшының интеллектуалдық және функционалдық қабілетінің толық ашылуына, оның өндірістің ішкі резервтерін пайдалануға жеткілікті түрде мүдделендірмейді.

Ең алдымен, Қазақстанның экономикалық дамуындағы сапалық «секірістерге» негізделген елді дәйектілікпен экономикалық жаңарту. Мұндай «секіріс» сыртқы дүниеге ашық ұлттық экономика жағдайында ғана қамтамасыз етіле алады, мұндай экономика әлемдік тауарлар, қызметтер, еңбек ресурстары, капитал, осы заманғы идеялар мен технологиялар нарығының табысты да серпінді бөлігі бола алады және болуға тиіс екендігін атап көрсетті.

Кәсіпорында өндіріс тиімділігінің деңгейіне елеулі әсерін тигізетін өндірістік әлеуметтік инфрақұрылым әрі қарай дамыту мен жетілдіруді талап етеді. Мысалы, басқаруда бұған сол басқаруды жоспарлаудың, тұтас шаруашылық механизміне экономикалық жағдай жасау түрлері мен тәсілдерін жетілдіру жатады; жоспарлауда - жоспарлардың іске асатындығы мен баланстығы, жоспарлы көрсеткіштердің тиімді жасалған жүйесі жатады.

Әрине шаруашылықтың тиімді жүзеге асырылуы үшін керекті техникамен технологияны енгізудегі ғылымның орны ерекше. Ол жерде өндірістің еңбек сыйымдылығын, материал сыйымдылығын, энергосыйымдылығын төмендету, үнемдеу тәртібі мен өнім сапасын жоғарылату мақсатымен басты және іс жүзіндегі зерттеулерді қолға алған дұрыс.

Сапалы өнім бәсекеге қабілеттілікті арттырудың негізгі тетігі. Бүгінде әлемдік нарықта ойып тұрып өз орнында еншілеудің негізгі себептерінің бірі бәсекелестікке төтеп бере алатын өнім өндіру.

Дамудың қазіргі кезеңінде біздің қоғамымыздың алдында орнықты экономикалық өсуді қамтамасыз етудегі позицияларымызды нығайту, ел халқының жоғары өмір сүру деңгейін және Қазақстанның әлемдік қоғамдастыққа лайықты орнын алуын қамтамасыз етуге қабілетті тиімді ұлттық экономика құру міндеттері тұр.

Өнімнің бәсекелік қабілетін бағалаудың маңыздылығын, бүгінгі күні, ішкі нарыққа ұсынылған өнімдердің арасынан сапасы мен бағасы және тартымдылығы жағынан ең тиімдісін анықтаумен сипатталады. Біздің зерттеуіміздегі жабын материалдар және қабырғаға қажетті материалдардың бәсекелік қабілеті де, оның тұтынушылық қасиеттерінің бағасына сәйкесігімен, ұқсас өнімдер арасында тұтынушыға ұнамды қасиеттерінің болуымен анықталады.

Әлемдік экономиканың ғаламдануы аясында Қазақстан экономикасы бірқатар мәселелерге тап болып отыр. Негізгі мәселелерге мыналарды жатқызуға болады: өндірістің біржақты, шикізаттық бағыты, әлемдік экономикаға ықпалдасудың әлсіздігі, ел ішіндегі салааралық және аймақ аралық экономикалық ықпалдасудың босандығы, ішкі рынокта тауарлар, өндірістік және әлеуметтік инфрақұрылымның дамымауы, кәсіпорындардың жалпы техникалық және технологиялық тұрғыдан артта қалуы, ғылым мен өндірістің арасында ықпалды байланыстың болмауы; ғылыми – зерттеу және тәжірибелік – конструкторлық жұмыстарға қаржының аз бөлінуі, менеджменттің экономикалық ғаламдану процестеріне және сервистік - технологиялық деңгейге өтуге бейімдеу міндеттеріне сәйкес келмеуі. Осы орайда нарықтық қатынастардың дамуы барысында кәсіпорындардың тиімді қызмет етуі үшін өндіріс тиімділігін арттыру өте маңызды. Себебі әрбір кәсіпорын өз қызметінің, еңбек өнімділігінің жоғары болғанын қалайды. Сондықтан да әрбір кәсіпорын нарықтық позицияға сай өзінің тиімділігін арттыруға тырысады.

Кәсіпорынның экономикалық тиімділігі кәсіпорынның тұрақты экономикалық өсуі және дамуы, өндірістік өнімнің бәсекеге қабілеттілігінің артуына байланысты. Тауар өндіруінің негізгі мақсаты - әлемдік сапа деңгейіндегі жоғары бәсекеге қабілетті өнім өндіретін жоғары пайдалы кәсіпорын ұйымдастару.

Қазіргі экономикалық өсімнің жеткіліксіз сапасы және белгілі бір келеңсіз тенденциялардың болуы. Қазақстан дамуының бағытын таңдау мәселесін өзекті етеді. Көптеген проблемалар ішінде мынадай баламалық бой көтеріп отыр: не шикізаттық экономика, не болмаса бәсекеге қабілетті

Қазақстанның тұрақты экономикалық өсімге әлеуеті толық жетеді. Зор интеллектуалдық капитал, іргелі және қолданбалы ғылым, бәсекеге қабілетті технологиялар, нарықтық институттар негізін құру процестері, кең табиғи ресурстар, өндірістік және коммуникациялық инфрокұрылымның негізгі элементтері – барлық осы факторлар елдің экономикалық жаңалуына негіз бола алады. Экономика дамуының тиімділігі өсіміне ынталандыру механизмінің алдындағы мәселесі, бұл процесті жеделдету, оған тұрақты сипат беру, оның әлеуметтік негізін бекіту және экологияға бағдарлануын қамтамасыз ету болып табылады. Бірақ, тұрақты өсімге негіз қалау үшін біртектес емес бірін-бірі толықтыратын түрлендірулер қажет.

Экономикалық дамудың тиімділігін өсіруге ынталандыру механизмін қалыптастыруда көрсетілген бағыттарды ескере отырып, оның құрамдас үш тобы бойынша мақсатты, кешенді жұмыс жасау керек: нарықтық қатынастарды дамыту есебінен және де мемлекеттің қолдауы және белсенді қатысуымен, сондай-ақ шаруашылықты жүргізуші субъектілер қабылдайтын шаралар көмегімен іске асады. Механизмнің қызмет ету процесінде барлық үш жеке механизмнің құралдары іске қосылады.

Экономикалық дамудың тиімділігін өсіруге ынталандыру механизмін қалыптастыру, ең әуелі, нарықтық қатынастардың дамуымен, бәсекеге қабілетті орта және тиімді жеке меншік иелерінің пайда болуымен байланысты.

Кәсіпорында еңбек өнімділігін арттыру үшін қызметкерлердің еңбекке ынталануын күшейту керек. Бірақ пайдаға қатысу рационализаторлық үшін сыйақы, еңбек тәжірибесі үшін қосымша төлем, икемді еңбек графигі, еңбекті байыту және т.б сияқты ынталандырушы позициялар қосымша ынталануға жатады және көпшілік жағдайда олар кәсіпорында қарастырылмайды, себебі қосымша капитал салымын талап етеді. Осындайынталандыру элементтер еңбек өнімділігіне тек жанама түрде әсер етеді және қажетті ынталандыру ретінде қарастырылмайды, себебі кәсіпорын қызметінің соңғы техникo – экономикалық көрсеткіштерінің, атап айтсақ, таза табыс пен рентабельділіктің жоғарылауына елеулі әсер етпейді. Кәсіпорынның басшылары жұмыссыздықтың жоғары деңгейімен қолдана отырып ұсынылған бағдарламасын жүзеге асыруға қызығушылық танытпайды. Сондықтан ұсынылған бағдарламаны жүзеге асыру үшін кәсіпорынның өзінің тиімділігін жоғарылату керек.

Тауар өндірушінің негізгі мақсаты - әлемдік сапа деңгейіндегі жоғары бәсекеге қабілетті өнім өндіретін жоғары пайдалы кәсіпорын ұйымдастыру (жұмысшылардың жеке ынталарын пайдалана отырып).

Өнеркәсіптік өндірістің тиімділігі - кәсіпорынның қысқа, орта, ұзақ мерзімдердің нәтижелеріне бағытталған кәсіпорын әзірлеген стратегиясына тәуелді экономикалық категория болып табылады.

Өндіріс тиімділігін арттыру үрдісінде негізгі қағидаларды ескерген жөн:

- шығармашылық көзқарас – кәсіпорын болашағын көре білу;
- инновация – техника мен технологияны жаңарту; өндірістік ұйымдастыру және нарық саясатын жаңарту;

- икемділік және бейімделгіштік - нарық талаптарына сәйкес үнемі өзгерістер енгізіп отыру;
- кәсіпорын қызметінің үнемі есебін және бағалауын жүргізіп отыру;
- кәсіпорын дамуының әлсіз және күшті жақтарын өзіндік бағалау;
- кәсіпорын стратегиясын жүзеге асыру;
- ресурстық мүмкіншіліктерге сәйкес блу;
- персоналды ынталандыру.

Өндіріс тиімділігін арттыру жолдарын қарастыру әр факторды жеке – жеке есепке алуды ғана емес, сонымен қатар оларды тиімді үйлестіру, өзара толықтыру әдістерін табуды талап етеді. Ең жаңа техника нашар ұйымдастырылған өндірісте күтілген нәтижені бермейді, ұйымдастыру үшін менеджмент деңгейі маңызды орынды алады.

Дереккөздер тізімі

1. Экономика организации (предприятия): учебное пособие. Автор: Мухина И.А. Издательство: ФЛИНТА; МПСИ, 2010 г.
2. Экономика предприятия: учебное пособие. Автор: Романенко И.В. Издательство: Финансы и статистика, 2011 г.
3. Экономика предприятия (организации): Учебник. Авторы: Баскакова О.В., Сейко Л.Ф. Издательство: Дашков и К, 2012 г.

Аңдатпа

Өндіріс тиімділігін арттыру жолдарын қарастыру әр факторды жеке – жеке есепке алуды ғана емес, сонымен қатар оларды тиімді үйлестіру, өзара толықтыру әдістерін табуды талап етеді.

Аннотация

Рассмотрение путей повышения эффективности производства требует не только индивидуальной отчетности каждого фактора, но и их эффективной координации и поиска путей взаимодополняемости.

Annotation

Consideration of ways to increase production efficiency requires not only individual reporting of each factor, but also their effective coordination and search for ways of complementarity.

**Рустембаев Б.Е.- доктор экономических наук, профессор.
Алимжанова Д.Б. магистрантка.
Альжапарова А.А. магистрантка.
АО «КАТУ им.С.Сейфуллина», Казахстан, город Астана.**

«ФОРМИРОВАНИЕ ПАРАДИГМЫ К ВОПРОСАМ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СЕВЕРНЫХ РЕГИОНОВ КАЗАХСТАНА»

Как любая развивающаяся страна в Казахстане на сегодня построена собственная модель социального развития, основанная на региональном развитии

и на динамическом экономическом росте. Однако, на сегодня существующая единая нормативно-правовая база по индустриально-инновационному развитию регионов, требует своего конкретного улучшения и совершенства, несмотря на то, что находится в центре внимания государства.

В 2015 году Правительством Республики Казахстан была принята Программа развития регионов, которая уже сегодня требует изменения, так как не вобрала все инструменты и ресурсы государственных и отраслевых программ, реализуемых государством, затрагивающее экономическое территориальное совершенствование страны. Поэтому принятие концептуальной, актуальной и действенной региональной политики, воплощенной в единой Программе инновационного развития регионов актуально как никогда. Задача состоит в формировании парадигмы региональной политики с ориентиром на индустриально-инновационное развитие регионов. Для этого необходима диагностика факторов, их социально-экономическое развитие с оценкой влияния отдельных факторов между регионами на уровне и в динамике.

На сегодня не сформирован механизм определения значимости факторов. В какой степени каждый из них необходимо учитывать при развитии региональной политики, какие из них ключевые с качественной стороны их вклада, а какие являются первостепенными и второстепенными.

По общепринятым оценкам региональная политика достигнет желаемого результата, когда будут известны возможности регионов, причины возникновения проблемных ситуаций и пути их решения.

Разумеется при этом на первый план выходят вопросы диагностики факторов развития, в целях выстраивания центральной региональной политики, но и развития бизнес - структур для выработки стратегии бизнеса в регионах.

Так как если экономически отсталый регион имеет перспективы роста, то для бизнес сообщества – это шанс прийти на незанятый рынок и укрепить на нем свои позиции раньше конкурентов, а если перспективы роста нет, то велика вероятность провала любого проекта, включая и инвестиционного.

Совершенствование индустриально-инновационной деятельности регионов полностью зависит от эффективности использования потенциала нации в целом и способностей отдельно взятых граждан. При рациональном построении модели местного самоуправления не только оптимально расходуются местные ресурсы, но и повышается доверие населения к действиям государства.

Поэтому для повышения эффективности и конкурентоспособности системы государственного управления необходимо было передать ряд функций обеспечения жизнедеятельности местных сообществ в сферу регулирования местного самоуправления.

Становление местного самоуправления в Казахстане – это многоэтапный и динамичный процесс, связанный с развитием институтов государства и гражданского общества, общим уровнем социально-экономического развития страны, другими факторами и условиями, которые непосредственно влияют на жизнь местного населения.

Поэтому ученые предлагают взять курс на форсированную индустриализацию и диверсификацию экономики, в целях выполнения планов по

формированию центров экономического роста для создания рациональной территориальной организации экономического потенциала и благоприятных условий для жизнедеятельности, и потребностей населения. Все отмеченное хорошо укладывается в известную пирамиду факторов.

Где первым фактором является «Природные условия и сырьевые ресурсы», определяющие необходимость выбора более благоприятных природных условий.

Следующий второй фактор «Система расселения и инфраструктура». Исследования показывают, что экономический рост в основном наблюдается в крупных городах вследствие повышенной емкости потребительского рынка, более высокого уровня развития различных видов инфраструктуры (транспортной, социальной, рыночной и др.), сосредоточения большего количества высших учебных заведений и научно-исследовательских центров, предоставления сервисных услуг. При этом вокруг городов активно развиваются другие территории (районы, малые города, поселки, села).

Это связано с тем, что в целях сохранения экологии, экономии на издержках производства предприятия, размещаются не в самих городах, а вблизи них. Также, в целях обеспечения населения крупных городов продуктами питания, вокруг или вблизи них развиваются пригородное сельское хозяйство и рекреация. Следует подчеркнуть, что если на территории региона нет крупных экономических центров, то он заведомо обречен на определенное отставание в социально-экономическом развитии. В этой связи перед государством стоит задача по равномерному развитию территории страны путем равномерного размещения крупных городов. Описывать значение каждого фактора нет большой необходимости, каждый по-своему влияет на систему развития - это фактор «Демография», фактор «Уровень экономического развития» связанный со сложившейся системой расселения инфраструктурной сетью и другие.

Очень важный фактор регионального развития «Институты и политика государства», который начинает играть ключевую роль в процессе закономерностей социально-экономического развития регионов только в том случае, когда сравниваются территории со схожими объективными факторами развития.

Рассматривая экономические выгоды от инвестиционной политики нельзя оставить без внимания, например, социальную политику, включающую образование, которая очень важна, поскольку способствуют формированию социального капитала - общество с большой долей гражданского участия, высокой социальной сплоченностью, ответственностью и интеграцией, низким уровнем преступности.

Поэтому как нам представляется верхний уровень пирамиды факторов социально-экономического развития регионов завершает «Инновативность населения», который включает в себя развитие инновации и экономики знаний, для успешного внедрения внутри страны и продвижения на внешние рынки передовых технологических разработок. В современных условиях для роста и развития требуются более прогрессивные механизмы, связанные с индустриально-инновационным развитием и научно-техническим потенциалом.

Поэтому государству необходимо принять необходимые меры для совершенствования инновативности населения.

В результате, предложенная корректировка пирамиды факторов социально-экономического развития позволяет ответить на вопрос о целесообразности проведения региональной политики «сверху» или «снизу», то есть на вопрос о степени децентрализации решений по стимулированию экономического развития регионов и необходимости государственной региональной политики. Как нам представляется, региональная политика «снизу» приобретает особую актуальность, когда ключевое значение в региональном развитии начинают играть такие факторы, как креативность населения. В этом случае именно на низовых уровнях власти проще понять, что сдерживает индустриально-инновационную, предпринимательскую активность населения, и как ее можно поддержать. Но если экономический рост сдерживается, к примеру, отсутствием необходимой инфраструктуры, на создание которой средств регионального бюджета заведомо не хватит, то необходимо вмешательство центральных исполнительных властей. По нашему мнению государственная региональная политика нужна при значительном различии в объективных базовых факторах регионального развития, и именно такая ситуация имеет место в Казахстане.

Для формирования парадигмы региональной политики с ориентиром на индустриально-инновационное развитие регионов необходимо разработать новую Стратегию социально-экономического развития регионов. Сегодня нужна новая, современная стратегия территориального развития, направленная на активизацию экономической деятельности в развитых региональных центрах, способных стать «локомотивами» экономической модернизации страны в целом, а также формирование эффективной экономической специализации регионов.

Принятие новой региональной политики позволит создать рациональные, территориальные организации экономического потенциала и благоприятные условия для жизнедеятельности населения и соответственно поднять на новый уровень развития нашу страну.

Список источников:

1. Крупный город как индустриально-региональный объект исследования территории страны // Вестник КазЭУ им. Т. Рыскулова. – 2010. - №2. – С.202-208.
2. Модернизация развития индустриально-инновационной технологии производства в Республике Казахстан // Вестник университета «Кайнар». – 2010. - №1. – С.75-79.
3. Новая индустриализация Казахстана. Часть 1. Механизм успеха, - И.Лизан20:29 10.02.2014. <http://www.nomad.su/>
4. Новое десятилетие – новый экономический подъем – новые возможности Казахстана», Казахстанская правда от 30.01.2015 г., № 21 (26082); "ЕгеменҚазақстан 2015 жыл, 30 қаңтардағы № 33-35 (25881)
5. Наука Казахстана за годы независимости. Краткий сборник основных показателей научного потенциала за 1992–2012 годы. КазгосИНТИ, Алматы, 2012, с.29.

6. Проблемы формирования инновационного и инвестиционного климата в отраслях Республики Казахстан // Вестник КазНУ им. Аль-Фараби (серия экономическая), - 2010 г. - №2 - С.3-6.

7. Спанова Л. К. Проблемы инновационного развития Казахстана // Молодой ученый. — 2015. — №7. — С. 490-493.

Аннотация

В данной статье рассматриваются факторы влияющие на формирования эффективной экономической специализации регионов. Совершенствование индустриально-инновационной деятельности регионов полностью зависит от эффективности использования потенциала нации в целом и способностей отдельно взятых граждан.

Региональные инициативы тесно связаны с развитием экономики региона, рациональным использованием местных ресурсов, цель которых — повышение уровня жизни людей. Сегодня инновационное развитие регионов и рыночная трансформация в целом сдерживаются деформацией структурно-инвестиционных процессов, а также разными возможностями самофинансирования территории. Поэтому основное назначение каждого региона в новых условиях — создание инвестиционной среды. Необходимо сформировать сеть государственных и негосударственных региональных инновационных фондов и центров, шире привлекать для этих целей внебюджетные средства.

Summary

This article considers the factors affecting the formation of regions' effective economic specialization. The improvement of regions' industrial and innovative activities completely depends on the effectiveness of using the potential of the nation as a whole and the abilities of individual citizens.

Regional initiatives are closely connected with the development of region's economy, rational use of local resources, whose purpose is to improve people's living standards. Today, the regions' innovative development and market transformation are generally restrained by the deformation of structural investment processes, as well as by various self-financing opportunities of the territory. Therefore, the main purpose of each region under the new conditions is to create an investment environment. It is necessary to create a network of state and non-state regional innovation funds and centers, to raise extrabudgetary resources for these purposes.

Аннотация

Аталған мақалада аймақтарды тиімді экономикалық мамандандыруды қалыптастыруға әсер етуші факторлар қарастырылады. Аймақтарда индустриалды-инновациялық қызметтерді жетілдіру толығымен тұтас алғанда ұлт әлеуетін тиімді пайдалануға және жекелеп алынған азаматтардың ерекшеліктеріне байланысты болады.

Аймақтық бастамалар аймақтағы экономиканың дамуымен, жергілікті ресурстарды тиімді пайдаланумен тығыз байланысты, басты мақсаты - адамдардың өмір сүрі деңгейін арттыру. Бүгінгі күнде аймақтардың

инновациялық дамуы мен тұтас нарықтық түрленуі құрылымдық-инвестициялық үрдістердің бұзылуымен, сондай-ақ, аймақтарды өзіндік қаржыландырудың әр түрлі мүмкіндіктерімен ұсталады. Сондықтан жаңа деңгейдегі әр аймақтың негізгі белгілері - инвестициялық орта құру. Ол үшін мемлекеттік және мемлекеттік емес аймақтық инновациялық қорлар мен орталықтар құрып, оған бюджеттен тыс қаржыларды кеңінен тарту қажет.

**Рүстембаев Б.Е. – «С.Сейфуллин» атындағы
Қазақагротехникалық университеті,
«Маркетинг және сервис» кафедрасының меңгерушісі,
э.ғ.д., профессор
Карыбекова К.Е. – «С.Сейфуллин» атындағы
Қазақ агротехникалық университетінің
1 курс доктранты**

КӘСІПОРЫННЫҢ МАРКЕТИНГІН ЗАМАНАУИ ИНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРЫ АРҚЫЛЫ ДАМУЫ МҮМКІНДІКТЕРІ

Ғаламтор технологияларын үнемі дамыту жағдайында және Интернет-маркетингке жаңа тәсілдерді тәжірибеде қолданудың жаңа әдістерінің пайда болуы кез-келген деңгейдегі маркетинггерге қиындық тудырады.

Интернеттегі технологиялардың мүмкіндіктерін көрсету үшін мақалада заманауи интернет технологиялары көмегімен жүзеге асырылатын кәсіпорындардың маркетингтік қызметінің негізгі бағыттары қарастырылады[1].

Кесте 1. Маркетингтік қызметте интернет-технологияларды қолдану аясы

Іскерлік байланыстарды қамтамасыз ету	Электрондық пошта	Жеке байланыс
	Меншікті веб - сайт	Контакт туралы ақпаратты жариялау Кері байланыс формалары
	Ақпараттық агрегаторлар	Контакт туралы ақпаратты жариялау
	Әлеуметтік желілер	Жеке және көп пайдаланушылық қарым-қатынас
	Форумдар	Көп пайдаланушылық қарым-қатынас
	Мессенджерлер (Хабаршылар)	Операциялық байланыс, оның ішінде бейне және дауыс байланыс арқылы
	Бейне конференция	Аудиториямен бейне байланыс арқылы ашық сөйлесу
Нарықты зерттеу, іздеу және ақпарат жинау	Іздеу жүйелері	Қосымша ақпарат іздеу Негізгі деректерді іздеу
	Әлеуметтік желілер	Маркетингтік қызметке іс-әрекеттерін зерттеу Сауалнамаларды жүргізу
	Тауар және басқа агрегаторлар	Нарықтағы бағалық және өнім саясаты туралы ақпарат жинау
	Сауда және аукциондық аудандар	
	Маркетингтік зерттеулер үшін	Интернет-ортаға түсетін деректер негізінде маркетингтік зерттеулер жүргізу

	ақпараттық жүйелер	
	Мобильді қосымшалар	Сауалнамаларды жүргізу Автоматтандырылған деректерді автоматты түрде тексеру
Интернет-сауда (Интернет арқылы сатып алу және сату)	Веб - сайт	Интернет-дүкеннің барлық функцияларын қамтамасыз ету
	Әлеуметтік желілер	
	Тауар және басқа агрегаторлар	Аудиторияға қол жеткізуді арттыру Шетелдік әріптестермен жұмыс
	Сауда және аукциондық аудандар	
	Мобильді қосымшалар	
Науқанды өткізу	Іздеуді оңтайландыру	Іздеу нәтижелерінде сайт көрсеткіштерін жақсарту
	Электрондық пошта	Пошта арқылы тарату Кері байланыспен жұмыс істеу
	Веб-сайт	Әлеуетті клиенттердің байланыс деректерін жинау (негізінен веб-сайт арқылы)
	Әлеуметтік желілер	Жарнамалық және мақсатты әрекеттерге ықпал ететін өзге де ақпаратты орналастыру
	Форумдар мен блогтар	Мазмұнды маркетингтік тәсілдерді қолдану Вирустық маркетинг тәсілдерін енгізу Әділ аудиторияны қалыптастыру Беделді басқару және кері байланыспен жұмыс жасау
	Бейне және фото қызметтері	Мазмұнды маркетингтік тәсілдерді қолдану Вирустық маркетинг тәсілдерін қолдану
	Бейне конференция және вебинарлар	Жаңа өнімдер мен қызметтер туралы ақпарат беру
	Интернет-жарнама	Тауарлар мен қызметтерді тікелей жарнамалау
	Статистикалық қызметтер және веб-сайттарды талдау	Интернет-ортадағы жарнамалық кампанияның жетістіктерін талдау
	Тауар және басқа агрегаторлар	Беделді басқару және кері байланыспен жұмыс жасау
Спутниктік және схемалық карталар	Аудиторияға қол жеткізуді арттыру	
	Мобильді қосымшалар	Мазмұнды маркетингтік тәсілдерді қолдану Жаңа өнімдер мен қызметтер туралы ақпарат беру Қызмет көрсету сапасын арттыру
Сатудан кейінгі сервистік қызмет көрсету	Форумдар	Өнімдер мен қызметтер туралы ақпаратты тарату, анықтамалық ақпаратты орналастыру
	Әлеуметтік желілер	Өнімді пайдалану және проблемалық жағдайлар туралы жекеленген кеңестер беру
	Бейне конференция және вебинарлар	Өнімдер мен қызметтер туралы ақпаратты тарату Қолданушыларды оқыту
	Мессенджерлер (Хабаршылар)	Жекелендірілген сервис
	Бейне және фото қызметтері	Өнімдер мен қызметтер туралы ақпаратты тарату Қолданушыларды оқыту

1-кестедегі технологиялар, құралдар мен қызметтердің сипаттамаларын қарастырайық:

Электронды пошта. Қазіргі уақытта E-mail – маркетинг интернет-маркетингті пайдаланудың алғашқы бағыттарының бірі болып табылғанымен ең тиімді болып саналады[5].

Веб-сайттарды келесі топтарға бөлуге болады:

- өкілдіктер сайты (лендинг (визитка) сайт, корпоративтік сайт);
- сервисы (интернет - магазин).

Өкілдіктер сайтында - серіктестер мен тұтынушылар туралы ақпарат, каталогтары мен бағасы, өнім туралы ұсыныстары, компания туралы ақпарат және оның тарихы жөнінде мәліметтер болады.

Лендинг (визитка) сайтында - әдетте кішігірім және ол бір беттік сайт деп аталады, мұнда компанияның ауқымы, оның байланыстары және негізгі артықшылықтары туралы кішігірім ақпарат болады.

Көптеген пайдаланушылардың жинақтаған әлеуметтік желілері маркетингтің маңызды құралдарының бірі болды. Әлеуметтік желілерді пайдаланудың негізгі бағыттарын келтірейік: маркетингтік зерттеулерді жүргізу. Әлеуметтік желілерде кез-келген PR-қызметіне екі көзқарас бар: айқын насихат және «партизан». Ең алдымен, қоғамдастық брендке адал аудиторияны қалыптастырады және тұрақты маркетингтік науқандарға қатыса алады. Бұдан басқа, әлеуметтік желілердің өміріне ұсынылған және белсенді түрде қатысатын брендтер тұтынушылар арасында жоғары сенімділікке ие [6;10].

Қауымдастықтың маңызды міндеті қызмет көрсету немесе алдын ала сату қызметтерін ұйымдастыру болуы мүмкін. Мысалы, қазіргі уақытта тұтынушылар дәстүрлі арналардың орнынан қызмет алу үшін телефон, электрондық пошта немесе әлеуметтік медианы пайдаланады.

Байланыстың бұл түрі жас ұрпақтың бастамасы, яғни виртуалды ортасын қалдырмастан әр түрлі мәселелерді шешуге ыңғайлы[7].

Блогтар мен форумдар әлеуметтік медианың ерекшеліктерін мұра ету арқылы нысандары болып табылады. Алайда олардың өз ерекшеліктері өздерінің сипаттамаларына ие. Сонымен, жеке тұлға немесе компания атынан жүзеге асырылатын блог тұтынушыларды жаңа өнімдер немесе қызметтер туралы жасырын түрде хабардар етудің керемет құралы болып табылады. Ал, форумдар егжей-тегжейлі назар аудара отырып күрделі мәселелерді ұзақ талқылау үшін ыңғайлы. Форумның ерекшелігі талқылау шеңберінде ұсынылған тауарлар мен қызметтердің маңыздылығы туралы сатушының монологы немесе диалогы мүмкін емес болып табылады[8].

Пайдаланушылар арасында жылдам және оңай қарым-қатынас жасау мүмкіндігі мессенджерлердің (хабаршылардың) басты міндеті болып саналады. Бүгінгі таңда мессенджерлерді (хабаршыларды) мына бағыттарда қолдану мүмкіндігі бар[3]:

- жедел қолдау және кеңес беру;
- тапсырыстарды алу және клиенттердің тапсырыс мәртебесі туралы автоматты түрде хабардар ету;

- жарнамалық және басқа да хабарламаларды тарату.

Қазіргі уақытта тұтынушылардың әлеуметтік желілерден қосымшаларға өтуі өтпей байқалады. Ең танымал WhatsApp мессенджерлерінің (хабарлаушыларының) белсенді пайдаланушылардың саны бірінші тоқсан 2016 жылы 1 млрд-қа жетті. Ал, әлеуметтік желі Facebook пайдаланушылар саны 1,654 млрд [7].

Ұялы құрылғылар (смартфондар) әдеттегі дербес компьютерлер мен ноутбуктерді ауыстырады, бірақ олардың табиғаты бойынша кейбір ерекшеліктері әрине болады [2].

GlobalWebIndex компаниясының I – III тоқсанда 2015 ж. зерттеу нәтижесі бойынша 88%, соның ішінде 46% - смартфон, 21% - планшет, ал қалғандары дербес компьютерлер мен тағы да басқа құрылғыларды қолдануда. Сондықтан танымал сауда орындары жеке қосымшаларды қолдану арқылы өздерінің сату көрсеткіштерін жақсартуға мүмкіндіктері бар [10].

Маркетингтік зерттеулер үшін ақпараттық жүйелерді екі түрге бөлуге болады: адам қатысуымен және онсыз. Біріншісімен арнайы құрылған орындарда электронды пошта немесе мобильді қосымшалар арқылы сұрақ-жауап немесе сауалнама жүргізу. Екіншісімен пайдаланушылар туралы өздігімен ақпарат жинау күрделірек. Мысал ретінде жалпыға бірдей қол жетімді IBM Watson Analytics for Social Media жүйесін айтып кетуге болады.

Бұл жүйенің мүмкіндіктері:

- әлеуметтік желілерден қызығушылық, түйінді сөз және контекст параметрлері туралы хабарламаларды жинау;
- оң және теріс хабарларды жіктеу;
- хабарландырулардың демографиялық параметрлерін талдау;
- хабарландырулардың географиясын талдау;
- ең белсенді авторлардың қорытындысы (хабарландырулардың (SMS) саны және абоненттер саны) болып табылады.

Қазіргі заманғы Интернет-технологияларды қолдану арқылы ұсынылған тәсілдер маркетингтік қызметті дамытудың негізгі бағыттарын зерттеуге мүмкіндік береді:

- кәсіпорын үшін Интернет маркетингін басқару мақсаттары мен міндеттерін қалыптастыру;
- белгіленген мақсаттар мен міндеттерге қол жеткізуге бағытталған Интернет-технологиялардың жолдары мен құралдарын анықтау;
- құзыретті пайдалану компанияны елеулі артықшылықтармен қамтамасыз ете алатын бірегей құралдардың бүкіл арсеналын қолданудың қосымша мүмкіндіктерін анықтау.

Сонымен қатар, Интернеттің құралдары мен құралдарына байланысты маркетингтік қызметтің негізгі бағыттарын жіктеудің басты ерекшелігі оның тұрақты дамуы болып табылады, бұл Интернет-технологиялар саласындағы қазіргі үрдістерге тез жауап береді.

Дереккөздер тізімі:

1. Л.И. Бушуева, И.Э. Печорин // Маркетинг в России и за рубежом. – 2017. – №3 (119).

2. М.В. Данилина, Т.В. Дейнекин, Инструментарий интернет – маркетинга и его значение в современной экономике // Интернет – журнал «Науковедение». – 2014. - №6. – С. 4 – 5.
3. Как и зачем использовать мессенджеры маркетологом? [Эл. ресурс]. URL: lpgenerator.ru/blog/2016/04/20/kak-i-zachem-ispolzovat-messendzhery-marketologam/#ixzz48KDW3puw
4. Костарева А.М., Старкова Н.О. Особенности применения вирусного маркетинга в развитии рыночной деятельности современных предприятий // Научный журнал КубГАУ. – 2013. - №4. – С. 1-10.
5. B2B Content marketing: 2015 Benchmarks, Budgets, Trends – North America. Cleveland: Z SquaredMedia, 2014-2015. P. 15-16.
6. Experian Marketing Services. Quarterly email benchmark report Q4 2015/ P.9.
7. Global Analytics.[Эл.ресурс].URL:<https://www.globalwebindex.net/blog>
8. GoodleAlytics[Эл.ресурс].URL:<https://www.google.com/analytics/>
9. Nieson. Global trust in advertising and brand messages [Эл.ресурс].URL:<https://www.neilsen.com/be/en/insights/reports/2013/global-trust-in-advertising-and-brand-messages.html>
- 10.Number of monthly active Facebook users worldwide from April 2013 to February.2016.[Эл.ресурс]. URL:<https://www.statistics/number-of-monthly-active-whatsapp-users/>

Аннотация

Мақалада маркетингтік қызметтің негізгі бағыттарын қазіргі бизнес-коммуникацияларды, маркетингтік ақпаратты іздестіруді, Интернет-коммерцияны, компанияларды, олардың өнімдері мен қызметтерін насихаттауды, қызмет көрсетуді және сатудан кейінгі қызметті қолдауды қамтитын маркетингтік қызметті дамыту есебімен қарастырады. Маркетингтік қызметті жүзеге асыру жолдары әсер ету үшін мақсатты топтар жоғарыда аталған бағыттардың әрқайсысы үшін Интернеттің қазіргі заманғы құралдары зерттелді.

Түйінді сөздер: маркетингтік қызметті дамыту, интернет – технология.

Аннотация

В статье рассмотрена классификация основных направлений развития маркетинговой деятельности за счет современных интернет – технологий, включающая поддержание деловой связи, поиск маркетинговой информации, интернет – коммерцию, продвижение компаний, их товаров и услуг в Сети, сервис и послепродажное обслуживание. По каждому из перечисленных направлений были исследованы современные средства Интернета, целевые группы для воздействия, способы осуществления маркетинговых мероприятий.

Ключевые слова: развитие маркетинговой деятельности, интернет – технологий.

Summary

The rapid development of contemporary Internet technologies in recent years has influenced on the marketing activity development. The article considers the classification of the main directions of the marketing activity due to the development of contemporary Internet technologies, including maintenance of business communication; Internet – commerce; promotion companies, their products and service on Web; service and after-sales service. The following areas were covered by the research of modern Internet instruments, target groups for the impact, methods of realization of marketing activities.

Keywords: development of marketing activity, internet technology.

Рустамова Н.Ф.

Азербайджанский Университет Туризма и
Менеджмента, диссертант

ВАЖНОСТЬ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЦЕНТРОВ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ И АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЦЕНТРОВ

Ввод. Развитие логистики играет ключевую роль в развитии всех сфер. Таким образом, в результате сокращения расходов увеличивается доход и создаются дополнительные рабочие места. Географическое положение Азербайджана позволяет развивать логистику. Этот процесс увеличит роль страны в международной торговле. Географическое положение Азербайджана расширяет доступ к доходам от импортно-экспортных и транзитных торговых операций. Использование различных видов транспорта - создание интермодальной и мультимодальной логистики увеличит объем и выручку[2]. Не только поддержание логистики на государственном уровне – но и увеличение доли частного сектора будет играть важную роль в выводе страны на международные рынки. Поэтому государственная стратегия развития торговли и логистики в Азербайджане должна стать региональным и международным торговым и логическим узлом, увеличить долю страны в логистике и торговле и создать условия для увеличения доли частного сектора, давая предпочтение государственным инвестициям. Сегодня растет конкуренция между компаниями, производящими продукцию в соответствии с потребительским спросом. Если мы хотим добиться успеха на рынке и даже завоевать доминирующее положение на рынке, то мы должны действовать более гибко, быстро и эффективно, чем наши конкуренты. Логистические центры - это центры, которые объединяют транспорт, дистрибуцию, таможенную, банковское дело, производство, страхование, погрузку и разгрузку, гостиницы, места ремонта, автозаправочные станции, рестораны, рынки, складские помещения в одном месте. Логистические центры должны быть построены на производственных площадках не менее 100 гектаров близ городов. Хотя они строятся близко к городам, они не должны создавать пробку в городе. Если мы сосредоточимся на преимуществах логистических центров, мы можем перечислить

следующее: компании передают продукцию, которую они производят в логистические центры, тем самым снижая затраты на складирование; точная своевременная концепция и связь между продажами и производством через систему канбан являются более эффективными и менее трудоемкими; во время разделения хаос, о котором мы упоминали выше, будет устранен; все рабочие места управляются из одного центра; расходы сокращаются; нет проблем с получением продуктов для потребителей (рынков); поскольку транспортировка заказов нескольких заказчиков осуществляется одним и тем же транспортным средством, транспортные издержки сокращаются, а также устраняется загрязнение окружающей среды; используется современная технология [4].

Развитие логистических центров является частью программ социально-экономического развития в регионах Азербайджана. Создание центров в регионах будет также включать региональное развитие, межрегиональное сотрудничество, открытие новых рабочих мест, сбор сельскохозяйственной продукции в едином центре и решение проблем урбанизации. Кроме того, создание логистических центров приведет к снижению затрат на предпринимательство, таких как распределение, складирование и транспортировка. В дополнение к тому, что мы упоминали, логистические центры в регионах подразумевают развитие как дорог, так и транспорта. Следует улучшить безопасность - будь то транспортная безопасность, экологическая или пожарная безопасность, а также охрана труда и окружающей среды, все непригодные и неудовлетворительные дороги и дороги национального значения должны быть адаптированы к международным стандартам, железные дороги должны быть реконструированы.

Текущая ситуация. Ввозимые товары в Азербайджан включены в две стратегически важные линии - Агстафа-Гянджа-Баку и Астара-Сальян-Баку. Логистические центры способствуют процессам импорта и экспорта, а также создают благоприятные условия для компаний и стран, которые используют Азербайджан в качестве страны транзита. Логистические центры способствуют процессам импорта и экспорта, а также создают благоприятные условия для компаний и стран, которые используют Азербайджан в качестве страны транзита. Как вы знаете, логистические центры должны быть расположены вблизи сухопутных, железнодорожных, морских путей и аэропортов. С учетом этих факторов в Азербайджане целесообразно строить логистические центры в основном в Евлахе и Гаджигабуле. Во-первых, присутствие аэропорта в Евлахе является одним из факторов, которые делают его приоритетом. Из-за большого количества городов вокруг него создание центра приведет к развитию Евлаха и прилегающих районов. Самым важным фактором является соединение железных дорог Евлах-Балакен-Агдам-Баку-Агстафа-Грузия. Гаджигабул позволяет принимать грузы из Ирана и грузы, перевозимые судами из порта Алат через железную дорогу. Имеют ли местные или другие страны представительства в Азербайджане, распространение или производство их продуктов в их местах потребления создает в городе хаос и плотность. Крайне важно создать логистические центры для предотвращения таких ситуаций, когда необходимо установить отношения между поставщиком и логистическим центром и потребителем.

Логистические центры играют важную роль в развитии аграрного сектора. Таким образом, предприниматели или фермеры, работающие с логистическими компаниями, не будут встречаться с проблемами в маркетинге своей продукции на местном или международном рынке, и качество их продукции не изменится. Поэтому государство подняло вопрос о развитии логистических центров в регионах для развития регионов, а также о развитии логистики, одной из ведущих сил ненефтяного сектора. Создание логистических центров в регионах имеет неоспоримое преимущество в привлечении местных продуктов на международный рынок. Например, Северный регион предоставил многочисленные льготные кредиты для развития плодоовощных полей. Таким образом, Национальный фонд предпринимательства выделил 31,8 млн. манатов на открытие 14 логистических центров в экономическом регионе Губа-Хачмаз [6]. Общая мощность этих центров составляет 53,2 тыс. Тонн. В целях обеспечения хранения и распределения экспортируемой продукции в Азербайджане создан первый логистический центр в Актау, Казахстан. Создание этого центра дает много преимуществ предпринимателям, фермерам и экспортерам. Логистические центры, как мы знаем, не являются независимыми организациями, и наличие таких логистических центров в компаниях создает большое преимущество как для компании, так и для потребителя. Таким образом, у Azersun Holding есть группа закупок поставок. Эта группа поставяет сырье, оборудование и материалы. В Хырдалане (50 000 квадратных метров) и в Сумгайыте (70 000 кв.м) есть современные логистические центры с открытой территорией. Согласно определению логистических центров, они включают в себя два холодильных склада с автоматической загрузкой и разгрузкой, оснащенных новейшими информационными технологиями. Мощность этих складов составляет соответственно 40 000 кв. м. и 10 000 кв.м.. В то же время на складах имеются железнодорожные линии, позволяющие одновременно осуществлять погрузку и разгрузку 16 вагонов.

Стратегическая «дорожная карта» развития логистики и торговли определяет три периода: до 2020г., 2020-2025 гг., с 2025г. и далее. По оценкам, по крайней мере к 2020 г. ВВП увеличится на 605 миллионов манатов и до 18900 новых рабочих мест будет создано. К 2025 году можно будет привлечь иностранные инвестиции, чтобы сделать Азербайджан региональным и международным логистическим центром, и для поддержки этого в стране будет обеспечена деловая среда. В результате этих мер страна будет преобразована в торгово-логистический центр мирового класса, обеспечивающий развитие логистики и торговли. Логистика способствует развитию этих областей путем координации всех аспектов экономики. Учитывая, что логистика повышает конкурентоспособность и снижает затраты, то для обеспечения конкурентоспособности коридоров Север-Юг и Восток-Запад Азербайджан необходимо оптимизировать все затраты и время, затрачиваемые на транспортировку (7 требований к логистике), упростить таможенные процедуры, построить и ввести в эксплуатацию логистические центры, отвечающие новым международным стандартам.

Комплекс Бакинского Порта. Новый комплекс Бакинского Порта, расположенный в поселке Алат, повысит конкурентоспособность страны в Каспийском море и станет ведущим фактором в ее превращении в международный центр. Одним из основных преимуществ упомянутого порта является его местоположение. Таким образом, можно будет быстро и с меньшими затратами доставлять грузы из портов Актау и Туркменбаши паромом и сухогрузами. Кроме того, близость Порта к Международному аэропорту Гейдара Алиева и наличие разветвленной сети автомагистралей делает его более эффективным как для автоперевозок, так и для авиаперевозок. По сравнению с предыдущим портом, новый Бакинский Международный Морской Торговый Порт будет оснащен более современной техникой и информационными технологиями, что повысит его эффективность. Одним из основных преимуществ гавани является предоставление всех логистических услуг. Наряду с этими услугами также будут предоставлены такие сервисы, как упаковка, переработка и сборка. Также в порту планируется наличие парковок для всех типов транспортных средств, открытые и закрытые площадки и склады различных назначений. Вышеупомянутый порт также будет стимулировать развитие торговли с Китаем, Индией, Турцией, Центральной Евразией, Ираном и Россией.

Бакинский логистический центр. Одним из действующих в Азербайджане центров является Бакинский логистический центр, который составляет 110 000 кв.м. Из них 70 000 кв.м. это комплекс складов (горячих и холодных) и еще строящийся логистический центр. Для погрузочно-разгрузочных работ имеется 72 грузовых автомобиля и 5 внутренних железнодорожных платформ. В оборудованном современными информационно-коммуникационными технологиями центре предлагаются услуги по управлению перевозками, складированию, контролю качества, всеми логистическими видами деятельности, обратные логистические услуги и дополнительные сервисы [9].

AZ логистика и управление услугами ООО. ООО «Логистика и управление логистикой AZ» работает с 2009 года. Компания осуществляет логистические услуги как внутри страны, так и за ее пределами: Абшеронский полуостров, Южно-Кавказский трубопровод, Западный трубопровод, Трубопровод Баку-Тбилиси-Джейхан и внутренние районы страны, Компания предоставляет такие услуги, как международные перевозки, складирование, транспортные услуги, лизинг [10].

Как уже упоминалось выше, в будущем планируется инвестировать в сектор логистики из частного сектора. Основное внимание уделяется увеличению доли частного сектора с уделением особого внимания верховенству права в этой области. Для развития этого процесса одной из главных задач до 2025 года является использование модели «строй-контролируй-сдавай». Говоря об этом нужно учитывать один фактор: многие из стран, которые можно сравнить с Азербайджаном, уже начали приватизировать логистические компоненты, включая порты, железные дороги и аэропорты. Неизбежно, что приватизация этого сектора приведет к увеличению доходов, прозрачному и демократическому управлению, повышению качества обслуживания.

Выводы и предложения. Следует отметить, что географически выгодное расположение Азербайджана используется как одним из основных факторов. Поэтому нам нужно воспользоваться этим фактором для улучшения качества перевозки. И в этом случае мы должны не только сосредоточиться на использовании железнодорожного транспорта, но и сосредоточить внимание на водном транспорте. В целом логистическая инфраструктура имеет важное значение для транспортировки. Проблема заключается в создании крупной инфраструктуры, которая приведет к новым рабочим местам, потокам капитала и новым технологиям. Экономические преимущества логистических центров включают в себя конкуренцию, устойчивость, сокращение расходов и создание дополнительных рабочих мест. Как и многие другие страны, Азербайджан пытается получить экономические выгоды, используя логистические центры для железнодорожного, водного, воздушного и автомобильного транспорта. Прежде всего, следует учитывать, что при использовании логистических центров для получения выгод необходимо обратить внимание как на инфраструктуру, так и на качество услуг на том же уровне. Таким образом, сосредоточение внимания на одном из них может привести к недостаткам. Во-вторых, необходимо тщательно планировать инвестиции в логистические центры. Отсутствие predetermined стратегии и плана может отрицательно повлиять на начало и последующее развитие деятельности.

Список источников

1. Ar, İlker M. ve Mehmet Tanyaş (2012). “Logistikmərkəz qurulma incelikləri arasında şəhərlərin sınırlanması”, Beynəlxalq logistikavətədarükzənci rikonfransı kitabı, Aybilnəşriyyatı, Konya.
2. Ashai, Zaid, Mohamed El Dahshan, Joanne Kubba, Hilla Talati, and Parastou Yousse (2007). Birləşmiş Ərəb Əmirliklərindən əqliyyat və logistika növləri.
3. Aydın, Güngör T., K. Selçuk Uöür (2008). “Logistik kənd nədir?”, 2. Beynəlxalq dəmir yolu konfransının kitabı, Cild 2, İstanbul.
4. Baki Birdoğan, Mehmet Tanyaş və İskender Peker (2013). Logistik xidmət təminatlarının logistik mərkəzə olantələbinin araşdırılması. 2. Beynəlxalq logistikavətədarükzənci rikonfransı kitabı, Aksaray.
5. <http://anfes.gov.az/az/pages/da1d165d-2416-11e0-b17e-022190362dd/Soyuducu-anbarlar.html>
6. <https://news.milli.az/economy/196525.html>
7. <http://www.bmlogistics.az/services.php>
8. http://iqtisadiislahat.org/news/logistika_ve_ticaret_movzusunda_ictimai_muzakire_keci_rilib-49
9. <http://www.blc.az>
10. <http://www.azlogistics.az/>

Аннотация

В статье излагаются преимущества развития логистики и создания логистических центров в Азербайджане. В результате исследования основные направления деятельности логистических центров могут быть перечислены как складское хозяйство, транспортное управление, оформление документов, страхование, экспедиция, погрузка и разгрузка, упаковка, таможня, доставка «от

двери до двери». В статье также затронут вопрос инвестирования в сектор логистики из частного сектора. Таким образом, приватизация этого сектора даст импульс его дальнейшему развитию и более демократичной и прозрачной среде.

Annotasiya.

Məqalədə logistikanın inkişafının və logistik mərkəzlərin qurulmasının Azərbaycan üçün faydaları verilmiş, Azərbaycanda yaradılmış və yaradılacaq logistik mərkəzlər araşdırılmışdır. Araşdırma nəticəsində logistik mərkəzlərin əsas fəaliyyətlərinin anbarlaşdırma, nəqliyyatın idarəedilməsi, sənədləşmə işlərinin aparılması, sığorta, ekspedisiya, yüklərin yüklənməsi və boşaldılması, qablaşdırma, gömrük işləri, qapıdan-qapıya çatdırma və s. olduğu müəyyənləşmişdir. Məqalədə həmçinin logistik sahəyə özəl sektordan investisiyanın cəlb edilməsi məsələsinə də toxunulmuşdur. Belə ki, bu sahənin özəlləşdirilməyə başlanılması onun daha sürətli inkişafına və daha demokratik və şəffaf mühitin yaranmasına təkan verəcəkdir.

Abstract.

This Article have been described about benefits of logistical development and establishment of logistical centers and have been researched logistical centers which established in Azerbaijan. As a result of the research, the main activities of logistics centers can be listed as warehousing, transportation management, paperwork, insurance, expedition, loading and unloading, packaging, customs, door-to-door delivery. The article also touched upon the issue of investing in the logistics sector from the private sector. Thus, the privatization of this sector will give impetus to its further development and to a more democratic and transparent environment.

Сакен Гульнур Ержанкызы
«Нархоз Университеті» АҚ,
«Менеджмент» мамандығының 2курс магистранты
Исмағұлова Айгерім Нәсіпбекқызы,
Кеңесбаева Адель Мұхтарқызы
2 курс студенттері

ҰЙЫМДЫҚ МІНЕЗ-ҚҰЛЫҚТЫ БАСҚАРУ

Қазіргі уақытта заманауи ұйымның тиімді қызметінің негізі критерийі , ұйым қызметкерлерінің мінез-құлқын басқару болып табылады.

Сондықтан осы мақаланың мақсаты - «ұйымдық мінез-құлық» түсінігін талдаубұл құбылыс, негізгі ұйымдастыру механизмдерінің ұйымдық мінез-құлықты басқаруы және персоналды басқару үдерісіндегі ұйымдық мінез-құлықты басқару рөлі [1].

Ұйымдық мінез-құлықты табысты басқару, біздің ойымызша, келесідей амалдарды шешуді талап етеді:

– ұйымдық мінез-құлыққа анықтама беру және оны түсіну, оның «адам ресурстарын басқару», «персоналды басқару», «ұйымдастырушылық мәдениет» тұжырымдамалармен қалай байланысты екенің білу;

– өз қызмет саласына тән жағдайларда қызметкерлердің ұйымдық мінез-құлқына әсер ететін факторларды анықтау;

– қызметкерлердің ұйымдағы мінез-құлық тиімділігін бағалау критерийлерін қалыптастыру және қалыптастыру механизмдерін анықтау.

Алғашқы тапсырманы шешу шеңберінде біз «ұйымдық мінез-құлық» сөзіне түсініктеме беру жүргізіп, қазіргі заманғы зерттеулерде айқын емес түсіндірілетінін анықтадық[2].

«Ұйымдық мінез-құлық» терминімен ұйымның жұмыскерлерінің негізгі түрлерінің мінез-құлық жұмысқа қатысты типтік жағдайларда сипатталады. Бұл мінез-құлық қызметкердің осы түріне қатысты функциялардың орындалуын қамтамасыз ететін рөлдердің және меңгерілген репертуарына байланысты.

Ұйымның тиімділігі осы тұрғыдан алғанда барлық типтегі әріптестердің қатысуымен, бизнес-процесті жүзеге асырылуын қамтамасыз ететін, ұйымның стратегиялық мақсаттарына жетуге бағытталған.

Ұйымдық мінез-құлықты біз ғылыми білім саласы ретінде анықтаймыз, бұл жеке тұлғалардың, топтардың және ұйымдардың іс-әрекеттерін тиімді басқару практикасына қатысты. «Ұйымдастыру мінез-құлық» ұғымы мыналарды қамтиды:

- ұйымдағы қызметкерлердің мінез-құлық;
- тұлғааралық қатынастар;
- шағын топтардағы қатынастардың даму динамикасы;
- топтық қарым-қатынас;
- тұтас жүйелер сияқты ұйымдар.

Персоналды басқаруға бүгінгі күні түрлі зерттеушілер ерекше көңіл бөлуде [3].

Ұйымдық мінез-құлықның «адам ресурстарын басқару» және «персоналды басқару» концепцияларымен қалай байланысатындығын түсіну үшін, маңызды екі тұжырымдамасын қарастырайық:

1-кесте – Ұйымдық мінез-құлықның тұжырымдамасы

	Адам ресурстарын басқару	Персоналды басқару
бағытталған	ұйымның стратегиялық мақсаттары шешуге	ұйымның практикалық қызметіне
шоғырландырылған	ұйымға ресурстар бөлуге	Ұйымның әкімшілік қызметіне
басталады	ұйымдағы жаңа қызмет	еңбек заңнамасын сақтау
сипатталады	- ұйымның қызметінің барлық аспектілерін біріктіру, - қызметкерлермен тікелей байланыс, - ұйымдастырушылық мәдениетті қалыптестіру - топтық жұмыс, - барлық қызметкерлер шешімдерді әзірлеу құрамына қатысу, - ұйым қызметкерлері үшін ұзақ мерзімді перспективалар	- барлық жақтардың ұйымдық қызмет аспектілерін ресімдеу, - қызметкерлермен жанама байланыстар, - дайын шешімдерді орындау, - лауазымдық анықтамаға сәйкесінше жеке жұмыс, - лауазымдық сипаттамаларына сәйкесінше жеке жұмыс - ұйымның қызметкерлеріне қысқа мерзімді перспективалар

Кестеден көріп отырғанымыздай (1-кесте), адам ресурстарын басқару және персоналды басқару өзара бірін-бірі толықтыратын ұғымдар.

Адам ресурстарын басқаруды Джон Строй “Компаниядағы адамдарды басқарудың ерекше тәсілін, білікті және сенімді қызметкерлерді стратегиялық орналастыру арқылы бәсекелестік артықшылықтарға қол жеткізуге бағытталған, мәдени, құрылымдық және кадрлық техниканың тұтас жиынтығын қолдану.

Х.Т. Грэм, Р. Беннетт ойынша, адам ресурстарын басқару кәсіпкерлікті басқарудың «адамдық» аспектісін және қызметкерлердің өзінің компанияларымен қарым-қатынасын негіздейді. Бұл үдерістің мақсаты компания қызметкерлерін пайдалануды қамтамасыз ету, яғни оның адами ресурстары, осындай жолмен жалдаушы максималды түрде мүмкін болатын пайданы олардың шеберлік пен білімінен алуы, ал жұмысшылар – максималды түрде өз жұмысынан мүмкін болатын материалдық және психологиялық қанағат алуы[4].

Адам ресурстарын басқару бұл күрделі құрылым. Е.Б. Моргунов адам ресурстарын басқарудың мынадай құрылымдық элементтерін атап көрсетеді:

- ұйымдастырушылық жоспарлау;
- жұмыс және жұмыс орындарын талдау;
- іске асырудың табыстылығын бағалау;
- кадрларды іріктеу, бағалау және орналастыру;
- командаларды қалыптастыру және үйлестіру;
- кадрларды даярлау және дамыту;
- жұмысқа ақы төлеуді басқару;
- жұмыс орнының жағдайын оңтайландыру;
- кәсіподақтармен қарым-қатынас жасау;
- жанжалдар мен еңбек дауларын шешу.

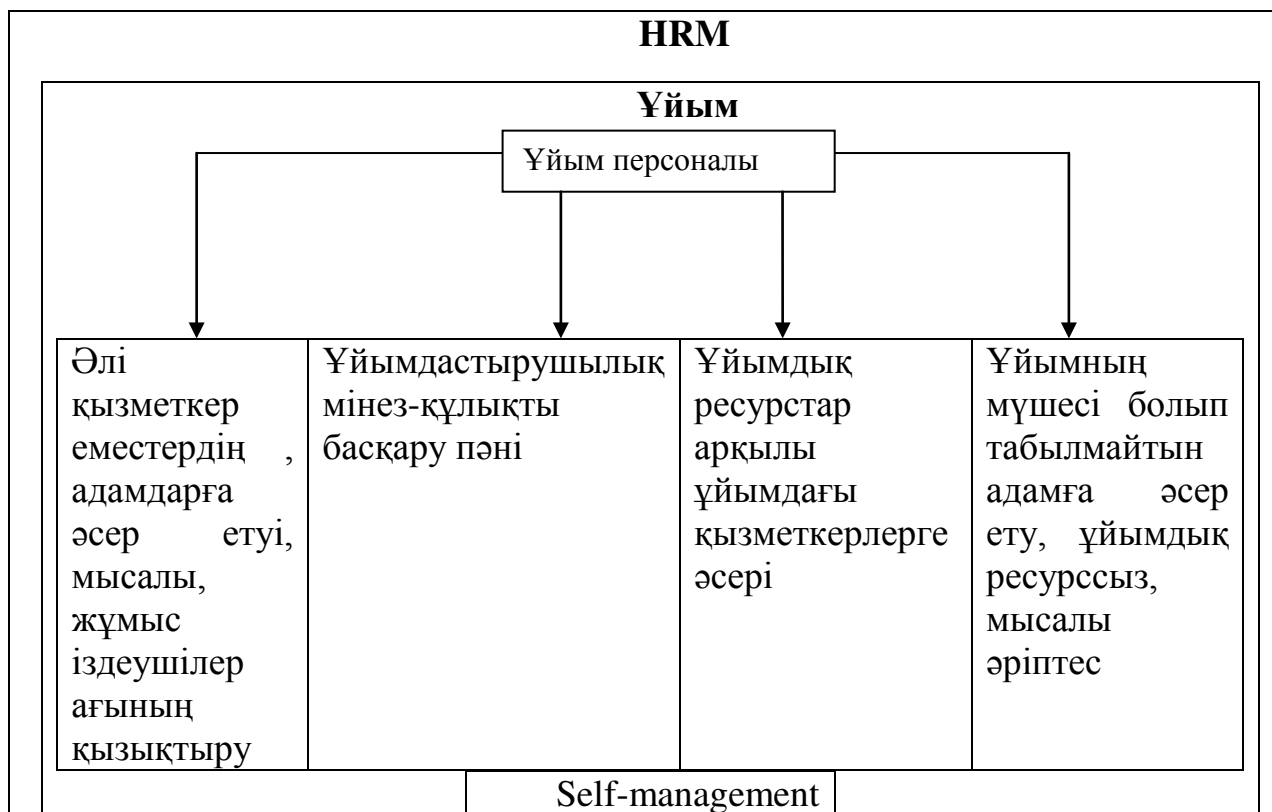
«Адамдық әлеуетті басқару» кітабында Х.Т. Грэм және Р.Беннет адам ресурстарын басқару психологиялық еңбектегі жетістіктеріне негізделеді және еңбекті, технологияларды бірлесіп «персоналды басқару» деп аталатын

1- сурет. Адам ресурстарын басқарудың жүйесі

рәсімдерді пайдаланатынын атап өтті , яғни кәсіпорын қызметкерлерін сатып алуға қатысты, қызметкерлердің қажеттіліктері мен практикалық ережелері мен рәсімдерін сәйкестендіру және қанағаттандыру, ұйым мен оның қызметкері арасында қарым-қатынасты басқару.

Біздің көзқарасымыз бойынша, адам ресурстарын басқару - ұйым қызметкерлерін басқарудың ерекше тәсілі, олардың мақсаты компания қызметкерлерін пайдалануды мынадай жүйе ретінде, осы қызметкерлердің дағдыларынан барынша пайда алу, ал олар өз еңбектерінен материалдық және психологиялық қанағаттану.

Сондай-ақ, «адами ресурстар» (ұйым қызметкерлері) өз қасиеттері бойынша ұйымда қолданатын басқа кез келген ресурстардан айтарлықтай ерекшеленеді. Ұйымның барлық қызметкерлері арнайы басқару әдістерін қажет етеді, оның барысында ұйым мен қызметкерлер арасындағы екі жақты өзара іс-қимыл пайда болады.



Осылайша, адам ресурстарын басқару басқарудың ерекше тәсілі болып табылады, оның элементтерінің бірі ұйымдық мінез-құлықты басқару болып табылады. Бұл басқару үдерісін қамтамасыз ету үшін, жеке тұлғалар мен топтардың ішкі және сыртқы мінез-құлқының ғылыми анализін жүргізу қажет, динамикалық түрде дамушы ортада (1-сурет).

Біз «ұйымдық мінез-құлықты басқаруды» және «персоналды басқаруды» салыстыра, ұйымдық мінез-құлықты басқару адам ресурстарын басқарудың бөлігі болады деген шешімге келдік. Ұйымдық мінез-құлықтан бөлек, адами ресурстарды басқару процесіне адамдардың мінез-құлқына әсер әсері , ұйымның қызметкері еместер кіреді. Бұл әлеуетті үміткерлер, бұрынғы қызметкерлер, серіктестер және т.б [5].

Осылайша, ұйымдастырушылық мінез-құлықты басқару адам ресурстарын басқарудың бір бөлігі болып табылады. Адами ресурстарды басқарудағы ұйымдық мінез-құлыққа тағы ұйым қызметкері болмайтын қызметкерлердің мінез-құлқына әсер ету. Бұл әлеуетті үміткерлер, бұрынғы қызметкерлер, серіктестер және т.б.

Біздің ойымызша, қызметкерді басқару ұйымдастырудың мінез-құлқымен салыстырғанда үлкен түсінік болып табылады.

Басқарудың ұйымдастыру мінез-құлқы қызметкерді басқару, мысалы, кадрлық іс-жұмыстары секілді элементтерді қарастырмайды.

Дереккөздер тізімі:

1. Арсеньев Ю. Н., Шелобаев С. И., Давыдова Т. Ю. Организационное поведение. - М.: Юнити- Дана, 2011.
2. Аширов Д.А. Управление персоналом. - М.: Велби, 2010.

3. Батаршев А.В. Психология управления персоналом. - М.: Психотерапия, 2009.
4. Х.Т.Грэхем, Р.Беннет, Управление человеческими ресурсами. - М.: Юнити, 20012.
5. Егоршин А. П. Управление персоналом. - М.: Логос, 2009.

Аннотация

Мақалада «Ұйымдық мінез-құлық» ұғымы қарастырылады және талданады, бұл құбылыстың мәні мен бастысы ұйымдық мінез-құлықты басқарудың ұйымдастырушылық механизмдері, қызметкерлерді басқару үдерісіндегі ұйымдық басқарудың рөлі қарастырылады. Сонымен бірге, корпоративтік мәдениетті ұйымдық мінез-құлықтың жанама басқарудағы негізгі механизмі ретінде қарастыруға болады.

Аннотация

В статье рассмотрено и проанализировано понятие «организационное поведение», суть этого явления и основные организационные механизмы управления организационным поведением, роль управления организационным поведением в процессе управления персоналом. При этом определено, что корпоративную культуру вполне обоснованно можно рассматривать как основной механизм опосредованного управления организационным поведением.

Summary

The term “organization behaviour”, the essence of this phenomenon and basic organization mechanisms of organization behaviour management, the role of organization behaviour management in the process of the staff management are considered and analyzed in this article. Here is defined, that the corporate culture can be well-grounded considered as the main mechanism of the mediated organization behaviour management.

Сакенова Сара Сакеновна

І.Жансүгіров атындағы ЖМУ, «Экономика» мамандығының 2-курс студенті

Ғылыми жетекші: Г.Б.Тулешова

І.Жансүгіров атындағы ЖМУ, э.ғ.к., доцент

БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІК

Мәселенің өзектілігі қазіргі ел экономикасы дамуының негізі, әлемдік нарыққа шығу үшін сапалы, бәсекеге қабілетті өнім өндіру қажеттілігі. Әлемдік тәжірибе көрсетіп отырғандай, бәсекеге қабілеттілік кез-келген елдің экономикасының дамуының ерекше маңызды факторы және шаруашылық кешенінің ең жақсы экономикалық көрсеткіші болып табылады. Бәсекеге қабілетті экономиканы құруда сәттілікке жету қажетті әлуетті жинақтауға мүмкіндік беретін бірқатар сатыдан өтумен сипатталады. Өзгерулердің бастапқы сатысында тұрған елдер бәсекеге қабілетті тауарларды өндіретін салалардың тар

шеңберінің болуымен сипатталады. Бәсекелестік артықшылықтарына негізінен табиғи қорлар және арзан жұмыс күші сияқты негізгі факторлар есебінен қол жеткізіледі [1, 4-7б.].

Бірқатар отандық және шетелдік зерттеушілердің еңбектерін зерттей және олардағы ұғымдарды жүйелей отырып, біздің ойымызша ең қисынды және толыққанды анықтама К.А. Сагадиевпен оның соңғы жұмыстрының бірінде берілген: «құлттың бәсекеге қабілеттілігі – бұл ұзақ уақыт бойы халықтың нақты табысын қолдай және арттыра отырып, халықаралық нарықтардың талаптарына сәйкес келетін тауарлар мен қызметтердің өндірісінде еркін нарықтық экономика жағдайларында ел мүмкіндіктерінің деңгейі» [2, 78-82б.].

Ұйымның бәсекеге қабілеттілігінің ұғымын, әдетте, оның тиімді өндірістік-шаруашылық және коммерциялық қызметін қамтамасыз ете отырып, бәсекелестерге қарсы тұру, тұтынушыларды сақтау мен көбейту мүмкіндіктерін бағалаумен байланыстырады [3].

Тауардың бәсекеге қабілеттілігі, өз қатарына, М.И. Кныштің пікірінше, бұл өнімнің нақты сатып алып жатқан тұтынушы үшін тартымдылығының деңгейі [4, 35б.]. Тауардың бәсекеге қабілеттілігі ұғымының мәнін аша отырып, К. Бейсембетовтың пікірінше, бәсекеге қабілеттілік – бұл тауардың бәсекелестің тауарынан оның нақты қоғамдық қажеттілігі, сонымен бірге, оны қанағаттандыру шығындары дәрежесі ретінде ажырататын сипаттамасы [5, 47-51б.].

Ұсынылған анықтамаларды, жеке алғанда тауардың бәсекеге қабілеттілігін талдай отырып, анық болып тұрғаны – экономикалық категория ретінде тауардың тұтынушының қажеттіліктеріне сәйкес болу, сатылу қабілеті. Бәсекеге қабілеттілік, сападан басқа, маркетингтік, коммерциялық және экономикалық құрамдастардан тұрады, олар тауардың тұтыну бағасын құрайды, бұл баға сатып алу бағасы болып табылмайды, тауардың пайдалану үрдісіндегі қолдану тиімділігін көрсетеді. Осылайша, тауардың бәсекеге қабілеттілігі – жоспарлы және күрделі мәселе, оны шешудің дәрежесін жалпы елдің экономикасының дамуының көрсеткіші ретінде көруге болады. Өнімнің бәсекеге қабілеттілігінің деңгейіне нарықтың келесі факторлары елеулі әсер етеді: нарықтың жеке сегменттерінің еңбек сыйымдылығына сұранысты қанағаттандыру дәрежесі, бәсекелестердің болуы, тауарлардың әлеуметтік-демографиялық сипаттамалары, қамтамасыз ету және өткізу желісінің және сатудан кейінгі қызметтің дамуы. Әр тауар үшін оның бәсекеге қабілеттілігінің деңгейін бағалау қажет, бұл кейін талдау жасап, сәтті баға саясатын әзірлеу үшін керек. Сатып алушылардың мінез-құлқын зерттеу көрсетіп отырғандай, салыстыру мен таңдау үрдісінде тауарды пайдалану және сатып алу шығындарының пайдалы тиімділігі басқа ұқсас тауарлармен салыстырғанда артығырақ болған тауар жеңіп шығады. «Тауардың бәсекеге қабілеттілігі» ұғымының мәнін қарастыра отырып, оның «өнім сапасы» ұғымымен өзара байланысына көңіл бөлген жөн. Берілген екі ұғымның нақты байланысы олардың бірін-бірі өзара толықтыратындығы көрініп тұр, алайда, көп жағдайда болатындай, бұл экономикалық категориялардың айырмашылықтарын нақты түсінудің жоқтығына байланысты, оларды ұқсастыру дұрыс емес. [6, 30-31б.].

Жоғарыда аталғанның бәрін қорытындылай отырып, Қазақстанның ғаламдық бәсекелестік аймаққа енуінің нақты жолы, біздің ойымызша, келесі бағыттарды жүзеге асыруда екенін айта кету керек:

- кен өндіру салаларында шикізатты алғашқы өңдеу дәрежесін нығайту;
- жаңа технологияларды игеру, ғылыми-техникалық зерттеулер, шикізаттың, материалдардың жаңа қайнар көздеріне капиталды салудан тұратын кәсіпорындардың инвестициялық саясатының бағыттарын әзірлеу;
- халықаралық бәсекеге қабілеттіліктің ұлттық саясатын әзірлеу;
- импортты қысқарту және отандық тауар өндірушілерін қолдау;
- қазақстандық бәсекелестік ортаның сапасының әлемдік нарықтың аналогтарының сапасымен біртіндеп жақындастыру;
- акциялардың бір бөлігін шетелдік стратегиялық инвесторларға сату арқылы халықаралық дамыған желілерді пайдалану құқығына ие болу мүмкіндігі;
- елде бар жоғары білікті, білімді және сұранысқа ие персоналды пайдалану арқылы қазіргі заманғы инфрақұрылымды дамыту.

Осыған байланысты, Қазақстан Республикасының 2003-2015 жылдардағы индустриалды-инновациялық дамуының Стратегиясын әзірлеу және енгізу өзекті мәселе, оның мәні мемлекет экономикасының қазіргі жоғары технологиялы құрылымын құру және оның шикізатты бағдарлануынан жедел өту туралы белсенді саясаты болып табылады. Ең басты тапсырмалардың бірінші сатысында бәсекеге қабілетті экспортты өнімді құруға мақсатталған ғылым мен өндірістің күштерін біріктіру болып табылады. Осы бағдарламаға сәйкес 2015 жылға қарай жалпы ішкі өнімді 2000 жылмен салыстырғанда 3,5 есе арттыру, ЖІӨ энергосыйымдылығын 2 есе төмендетіп, еңбек өнімділігін 3 есе арттыру жоспарланды [7].

Қазақстан экономикасы үшін бүгінгі күнде төмен инновациялық белсенділік тән. Қолда бар ғылыми-техникалық әлуеттің сұранысқа ие болмауының басты себептерінің бірі, ғылым мен өнеркәсіп арасындағы бұрынғы байланыстардың бұзылғаны, ал жаңалары әлі жақсы жұмыс жасамайтындығы болып табылады. Сонымен қатар, ғылым мен өнеркәсіп арасындағы өзара әрекеттестіктің нарықтық механизмі инновациялық қызметті нығайтуда өте маңызды.

Біздің елде «Қазақстан 2030» даму бағдарламасы, Қазақстан Республикасының 2003-2015 жылдардағы индустриалды-инновациялық дамуының Стратегиясы, Н.Ә.Назарбаевтың Қазақстан халқына жыл сайынғы жолдауы бар [7].

Тамақ өнеркәсібі кәсіпорындарында ғылыми-техникалық прогресстің жетістіктерін енгізу олардың шығаратын өнімінің бәсекеге қабілеттілігінің артуымен, яғни, елдің әлемдік нарықта жайғасымының нығаюымен, және мемлекеттің жалпы бәсекеге қабілеттілігінің өсуімен байланысты. Ғылыми-техникалық прогресстің ең дамыған елдердің жалпы ішкі өнімінің өсуіне қосқан үлесі түрлі бағалаулар бойынша 75-тен 100%-ға дейін. Бұл инновациялық қызметтің макроэкономикалық көрсеткіштерге әсер ете отырып, жалпы мемлекет үшін маңызы бар дегенді білдіреді. Халықаралық стандарттарға сәйкес, инновация нарыққа енген жаңа немесе жетілдірілген өнім, тәжірибелік қызметте қолданылатын жаңа немесе жетілдірілген технологиялық үрдіс, немесе әлеуметтік

қызметтердің жаңа тәсілі ретіндегі инновациялық қызметтің соңғы нәтижесі деп анықталады [8, 30-31б.]

Инновация – бұл білімді, тапқырлықты, дарынды қажет ететін, тынбас жинақталған жұмыс, ол нарыққа бағытталу керек, оның қажеттіліктеріне басшылық ету керек. Кәсіпорын инновациялық қызметті атқару үшін, оның кәсіпкерлік атмосферасын құру және жаңаны жағымды мүмкіндік ретінде қабылдауға көмектесетін құрылымы мен жағдайы болу керек.

Нарық жағдайында инновациялық қызметті өндірістік-коммерциялық қызметтің бөлігі ретінде қарастыруы тиіс. Жаңашылдықтарды енгізу арқылы қажетті бәсекеге қабілеттілікке қол жеткізіледі, дағдарыстық жағдайларынан өтеді. Инновациялық қызмет шаруашылық қызметтің барлық түрлері мен бағыттарының қатарында ерекше орны бар, бұл елеулі түрде оның экономикалық өсуді және дамуды қамтамасыз етудегі ролімен анықталады.

Қорытынды ретінде, жаңалықтарды енгізу әрқашанда өндіріс дамуында үлкен мәнге ие болатынын айта кету керек. Қазіргі экономикада инновациялардың ролі елеулі артып отыр. Олар экономикалық өсудің және бәсекеге қабілеттіліктің негізгі факторлары болып табылады. Дамыған елдердің тәжірибесі көрсетіп отырғандай, ҒТП (ғылыми-техникалық прогресс) кезеңінде өндірістік күштер аясында түбегейлі өзгерістер, өндіріс факторларының жаңа үйлесімдерінің жедел ауысуы, жаңашылдықтарды кеңінен енгізу қазіргі экономикалық өмірдің қалыпты жағдайы болып келеді. Егер инновациялық тәсіл дамыған елдерде өспелі рольді атқарса, қазіргі Қазақстанда нарықтық экономика жағдайларында бұл роль аса жоғары.

Дереккөздер тізімі:

1 Кенжегузин М.Б. Индустриально-инновационное развитие Республики Казахстан // Саясат-Policy, 2003, № 3, Б.4-7.

2 Сагадиев К.А. Проблемы конкурентоспособности национальной экономики // Саясат-Policy, 2002, № 12, Б. 78-82.

3 Турусин Ю.Д., Ляпина С.Ю., Шаламова Н.Г. Стратегический менеджмент: Учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2003. - 232 б.

4 Кныш М.И. Конкурентные стратегии: Учеб. пособие. СПб.: Любавич, Санкт-Петербург, 2000. – 35 б.

5 Бейсембетов К., Долдаханова Ж., Алипбаева Д., Оспанова А.К. К проблеме конкурентоспособности на рынке потребительских товаров // Аль-Пари, 2001, № 4, Б. 47-51.

6 Белый Е.М., Барашков С.В. Конкурентоспособность и качество продукции: два уровня управления // Маркетинг, 2002, № 4 (65), Б. 30-31.

7 Стратегия индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003-2015 гг. Утверждена Указом Президента РК от 17 мая 2003 г., № 1096 // Собрание актов Президента РК и Правительства РК, № 23-24, Астана, 2003. - 247 б.

8 Статистика науки и инноваций. Краткий терминологический словарь. М., 1996, - Б. 30-31.

Аннотация

Бәсекеге қабілеттілік және сапа ұғымдарына терең талдау жасалып, оның ел экономикасының дамуына тигізетін әсері қарастырылған. Бәсекеге қабілеттілік ұғымына қатысты бірқатар отандық және шетелдік авторлардың еңбектерін зерттей және оларды жүйелей отыра автордың көзқарасы, олардың мәні, айырмашылықтары негізделген.

Аннотация

Рассмотрены углубленный анализ концепций конкурентоспособности и качества, а также его влияние на экономическое развитие страны. Основываясь на мнениях автора, их сущности, различиях в изучении и систематизации работ ряда отечественных и зарубежных авторов в связи с понятием конкурентоспособности.

Summary

An in-depth analysis of the concepts of competitiveness and quality, and its impact on the country's economic development are considered. Based on the views of the author, their essence, differences in the study and systematization of works of a number of domestic and foreign authors on the notion of competitiveness

**Сапарова Айымгул Саламатовна,
Сабурова Лаура Уразбаевна,
Токумбаев Бауыржан Сулейменович
Х.Досмұхамедов атындағы Атырау мемлекеттік
Университеті Экономика мамандығының
магистранттары
Ғылыми жетекшілері: Сабилова Р.К.-э.ғ.к.
Х.Досмұхамедов атындағы Атырау
мемлекеттік университеті, Атырау қ.**

ЖАСТАР АРАСЫНДАҒЫ ЖҰМЫССЫЗДЫҚТЫ ШЕШУДЕ ШАҒЫН БИЗНЕСТІ ДАМУДЫҢ МАҢЫЗЫ

Әр уақытта кәсіпкерлік әртүрлі көрініс тапты, бірақ әрқашанда адам өркениетінің дамуына ықпал етіп отырды. Оның қызметі басында бір кәсіпкермен немесе бизнесменмен жүзеге асырылып отырды, ол нені сату немесе жасау керектігін анықтап, өз ақшасына тауар өндіріді немесе сатып алды, оның сатылуымен айналысты, қандай тауарды қашан қай жерде сату керектігін, оны сол жерге қалай жеткізу қалай сақтау керектігін анықтады. Табысты өсіру үшін бұйымды жасау технологиясын жетілдірді, оларды әрдайым жанартып, өндірісті кеңейтті. Және осы өзгерістер кәсіпкерлік қызметке әсер етті.

Кейін X-XIII ғғ.тауар меншік иесі сатушылардан бөлініп шықты және «тәуекел» деген ұғым пайда болды, бұл категория ретінде кәсіпкерлікпен байланысты болды және кәсіпкер деп мемлекетпен құны алдын ала айтылған қандай да бір жұмысты орындау үшін келісім-шартқа отырған адамды айтты. Егер кәсіпкер аз сомаға орындаса, айырмасы оған түсті, ал егер келісілген құннан асып кетсе, айырмасын өз қалтасынан төледі. Сонымен, 1940 жж аяғына дейін кәсіпкер деп кәсіпорынды иеленген және кәсіпорынды басқарған адамды айтты. Кейіннен

кәсіпкер категориясына өзіне тиесілі мүлікті басқаратын адам да, жеке қызметпен қатар мемлекеттік қызметте де тұрған адамды жатқыза бастады. Кәсіпкерлік-бизнес аясына байланыссыз коммерциялық және әкімшілік салада кәсіпшілік жасау көрінісі.

Экономиканың дамуында кәсіпкерліктің маңызы мен даму мәселесі көп жылдар бойы өзіне назар аударып келеді және осы құбылысты зерттеуді ынталандырады. «Кәсіпкерлік» ұғымының бастапқы негізін салушы және басты зерттеу жасаған ағылшын экономисті және банкир Ричард Кантильон (1680-1734) еді. Ол экономикалық игіліктің нақты құнын анықтаушы жер мен еңбек байлық көзі деп қарастырды.

Кәсіпкерлерге Кантильон кім пайданы алуға жұмыстанған (алған), затты белгілі бағамен сатып ала отырып, болашақта барынша жоғары бағамен, бірақ сатып алудың белгісіз жағдайында сатуға жұмыстанған адамды айтты. Ол кәсіпкердің алдын ала көре алатын қабілетінің болуын, жауапкершілік алатын, жанашылдыққа бейім, тәуекелге бара алатын қасиеттерінің болуы міндетті деді.

Француз экономисті Ж.Б.Сэй кәсіпкерлік қызмет деп өндіріс факторларын делдалдықтан пайда түсіруге бағытталған басқарушылық қабілеттерді қосу деп айтты.

Туризм аясындағы кәсіпкерлік қызмет әлі де зерттеуді қажет ететін және сандық бағалауға қиындықпен баратын, көп ғасырлық тарихы бар күрделі қоғамдық құбылыс, әлі күнге анықтамасы жоқ және түрлі тұрғыда ғалымдармен қатар, туристік ұйымдармен әртүрлі айтып келе жатырған жағдайы бар. Сондықтан туристік бизнес, туристік кәсіпкерлік тарапынан дәл анықтамасы мен терминдер беру қажеттілігі туындайды.

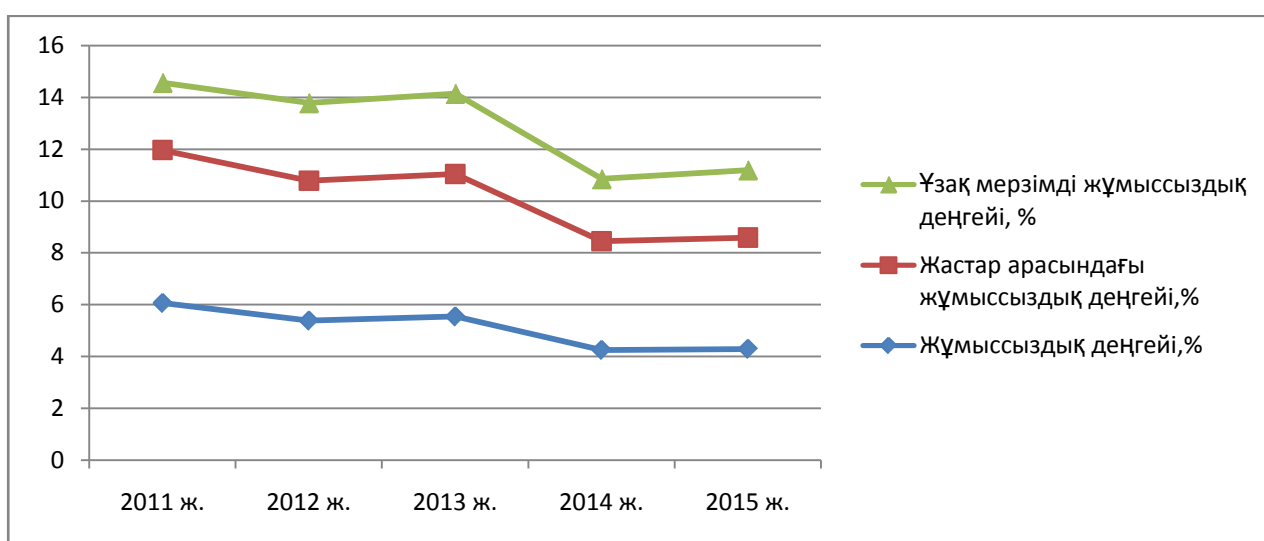
Туризм бүгінде экономика саласының серпінді дамып келе жатырған салаларының бірі. Әлемдік экономикаға жалпы алғанда және жеке елдер мен аймақтар экономикасына туризмнің ықпалының үздіксіз өсуі маңызды, тұрақты және ұзақмерзімді үдерістердің бірі болып табылады, әлемдік шаруашылықтың қалыптасуы мен дамуымен қатар жүретін, халықтың ерекше қажеттіліктерін қанағаттандыратын нәтижелі экономиканың ірі дербес саласына айналуға. Осындай көпқырлы қажеттіліктер тек туристік кәсіпорындармен ғана қанағаттандырылмайды, сонымен қатар басқа салалардың ұйымдарымен де қанағаттандырылады, бұл экономика дамуына мультипликативтік әсер ету факторларының бірі ретіндегі туризмнің маңызын білдіреді[1].

Туристік бизнес әлемнің интеграциялық үрдістер факторларының бірі болып табылады, бұл туризмнің экономикадағы маңызды рөлі екендігін дәлелдеп қоймайды, сонымен қатар туризм ұғымын мүлдем жаңа деңгейге шығарады. Бүгінде туризм жаңа мыңжылдық мәселесін шешу үшін әрекет аясы ретінде қарастырылады.

Республикамызда әлеуметтік маңызы бар мәселе жастар жұмыссыздығы орын алған және сонымен қатар өзгермелі нарық талаптарына жауап беретін білікті кадрлардың жетіспеушілігі де орын алып отыр. Жастардың белсенді және білімді бөлігі оқу орындарын аяқтаған соң жұмыссыздық статусына ие болады. Бүгінгі күнде жұмыспен қамту орталығына тіркелген жұмыссыздардың әрбір үшіншісі жоғары және орта кәсіби білімі бар жастар.

Заманауи нарық жағдайында кәсіпорын немесе басқа да ұйымдар басшылары бәсекенің жоғары деңгейін есепке ала отырып, уақыт және қаржы шығынын еңбек өтілі жоқ жас мамандарға жұмсағысы келмейді. Олар жұмысқа еңбек өтілі 3 жылдан жоғары, теориялық білімін тәжірибеге қолдана алатын, мақсатқа бағытталған шешім қабылдай алатын білікті мамандарды алғысы келеді. Сондықтан да тек жоғары білімнің болуы жұмысқа орналасуға кепіл бермейді. Ал Қазақстан Республикасы бойынша жалпы ұйымдар мен мекемелердің жалпы санының 16 % ғана еңбек өтілінсіз жұмысқа алады екен. Сондықтан да жастардың жұмысқа мамандық бойынша орналасуын арттыру үшін дамыған елдер тәжірибесімен алмасуы қажет.

2014 жылы 47331 түлек жұмысқа орналасса, бұл көрсеткіш жалпы жұмысқа орналасқандардың 2,6 % ғана құрайды. Ал 2015 жылы 1472000 түлектің тек шамамен 3 % ғана жұмысқа орналасқан(сурет 1)[2].



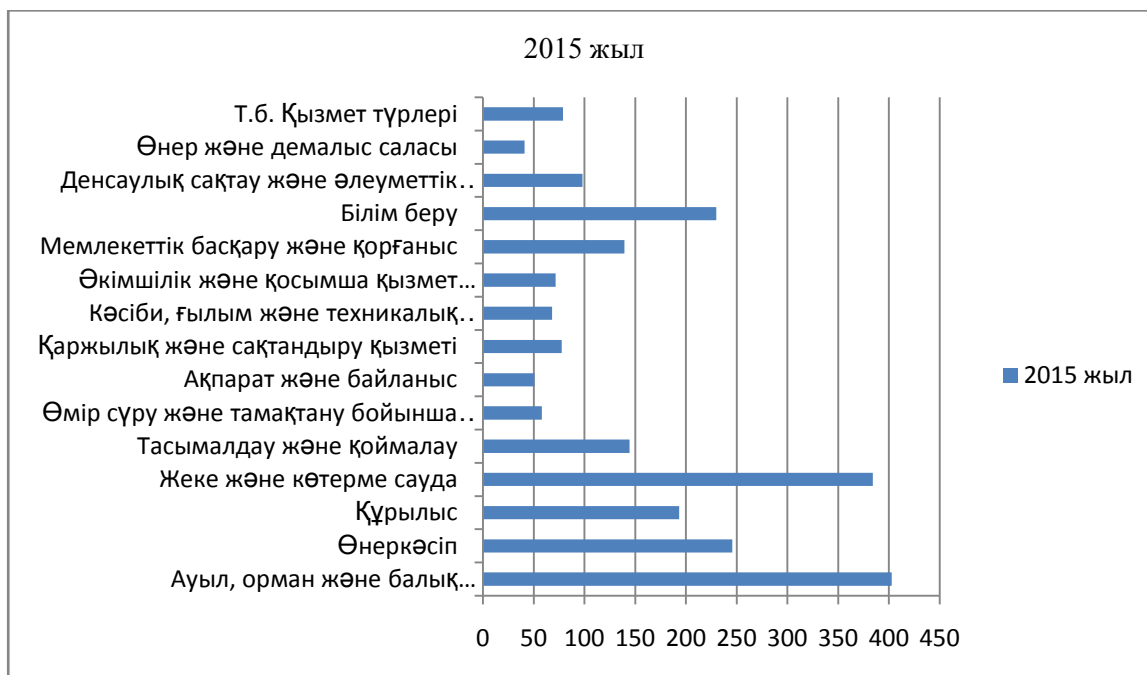
Сурет 1- Жастар арасындағы жұмыссыздық деңгейі

Кешегі ЖОО-н бітірген түлектердің орта есеппен алғанда 19 % -ы білім, денсаулық сақтау, қаржылық және сақтандыру қызметі, ақпарат және әкімшілік және қосымша қызмет аяларында жұмыспен қамтылған. Ең жоғары көрсеткіштер ауыл, орман және балық шаруашылығы, өнеркәсіп, оның ішінде өңдеу өнеркәсібі, білім беру салалары бойынша көрсетіп отыр (сурет 2).

Еңбек өтілінің болмауынан көптеген жастар қаржы керек болғандықтан басқа мамандық бойынша жұмыс жасауларына тура келеді. Мысалы Атырау облысы бойынша ЖОО-н бітіруші түлектердің 60% жұмыспен қамтылғанымен, оның 45% мамандығы бойынша жұмыс таба алмайды.

Қазақстандағы жастар арасындағы жұмыссыздықтың себептеріне тоқталатын болсақ, оқу орындарында біліміне сәйкес бітіруші түлектерді жұмысқа орналастыру жүйесінің ұйымдастырылмауы, еңбек нарығына қажетті мамандар мен ЖОО-да оқытылатын мамандықтардың сәйкес келмеуі, жастардың білім деңгейінің бәсекеге қабілеттілігі деңгейінің төмен болуы және жас мамандарды жұмысқа алғанда жұмыс берушілердің тәуекелділікке баруы, жұмыс берушілердің еңбек өтілінсіз жұмысқа алмауы, жастардың еңбек ақыға қоятын

талаптарының жоғары болуы, жас мамандарды жұмысқа орналастыру бойынша еңбекпен қамтамасыз ету қызметінің қажетті бағдарламалық және қаржылық қамтамасыз етілмеуі.



Сурет 2- Экономикалық қызмет түрлері бойынша жұмыспен қамтылғандар саны, мың адам

Сондықтан да жастардың біліктілігінің деңгейіне сәйкес келетін жұмыс түрлерін таңдауда тиімді шарттарды қалыптастыруға бағытталған шараларды жасақтау қажет[3]. Осы бағытта мемлекетіміз қарқынды жұмыстарды атқарып келеді. Жастар саясатының «Қазақстан жастары», «Жастар саясатының 2003-2004 жылдарға арналған бағдарламасы», «Жастар саясатының 2005-2007 жылдарға арналған бағдарламасы» салалық бағдарламалары, сонымен қатар «Қазақстан Республикасында азаматтарды патриоттық тәрбиелеудің 2006-2008 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы» іске асырылды. Елімізде «Жасыл ел», «Дипломмен ауылға», «Жастар практикасы», «Жастардың кадрлық резервтері», «Мемлекеттік қызмет мектебі», «Жастар Отанға!» және тағы басқа ірі жобалар іске асырылуда. «Жас отбасы» категориясы үшін тұрғын үй алуға, оның ішінде «Қол жетімді баспана – 2020» бағдарламасы аясында жағдай жасалуда (2014 жылдан бастап 3000 пәтер 2020 жылға дейін).

Сонымен қатар жастар арасындағы жұмыссыздықты төмендету үшін шағын бизнесті жандандыру керек деп ойлаймыз. Соның ішінде туристік бизнесті дамыту қажет. Заманауи қоғам үнемі даму динамикасын талап етеді. Оған қоса, біздің еліміздің ендігі алға қойған стратегиялық мақсаты дамыған 30 елдің қатарына қосылу болғандықтан, мемлекетіміз тез арада жан-жақты даму жолдарын қарастырады.

Бұл тек саны бар, сапасы жоқ істерді тізімге қосып қою ғана емес, мақсатқа сәйкес істерді барынша дұрыс атқару дегенді білдіреді. Әлемдік сахнада беделі бар көптеген мемлекеттердің тәжірибесіне сүйенер болсақ, жер көлемі бізден

әлдеқайда кіші, шикізаттық секторы айтарлықтай төмен мемлекеттер қазіргі таңда туризм саласын дамыту арқылы әлемнің озық елдеріне айналып отыр. Қазақстан әлемнің көптеген елдеріне енді ғана аяқ басып келе жатқан ел ретінде танымал. Ал одан көбі елімізді білмеуі де мүмкін. Ел экономикасы осыған дейін шикізаттық бағытты дамыту есебінен көтерілді. Алайда, әлемнің көптеген елдерінің тәжірбиесі көрсеткендей экономиканы басқа салалар есебінен дамыту мүмкіншілігін де ұмытпаған жөн. Қазіргі таңда қолда бар ресурстарды тиімді пайдалана отырып, туризм саласына ерекше көңіл бөлсек, бұл ел экономикасының жағдайын әлдеқайда жақсартады ма деген ой келеді. Сондықтан, бүгінде жұмыссыз жүрген жастарды туристік бизнес саласына дайындап, отандық туризмнің келешекте қандай даму мүмкіншіліктері бар екендігіне және оған қандай проблемалар кедергі болып отыр деген сұрақтарды зерттеуге мемлекет тарапынан назар аударылу керек деп ойлаймыз.

Қорытындылайтын болсақ, жастардың әлеуметтік-экономикалық бейімділігін арттыратын мәнді шараларға мемлекет тарапынан қолдау көрсетілуі тиіс, туризм саласында жұмыспен қамту мәселелеріне қатысты зерттеу жұмыстарын жүргізу; туризмді дамытуға қолайлы барлық өңірлерде жастарға арналған толыққанды ақпараттық, әлеуметтік қызметтерді қалыптастыруға бағытталған қызмет түріне негізделген барлық деңгейдегі әкімшіліктердің жастармен жұмысқұрылымын дамыту; туристік бизнесті жүргізудің әртүрлі салаларындағы дағдыларды игеруге бағытталған жас кәсіпкерлерге білім беру бағдарламасын жасақтау; жас кәсіпкерлерді қолдау үшін жеңілдетілген несие механизмін ұйымдастыру.

Дереккөздер тізімі :

- 1 Азар В. Туротрасли – самостоятельный орган управления //Российская туристская газета. - 2007. - № 24. – С. 2.
- 2 ҚР Ұлттық экономика министрлігі Статистика комитетінің материалдары/ ҚР Ұлттық экономика министрлігі Статистика комитетінің ресми сайт
- 3 «Қазақстан 2020: болашаққа жол» Қазақстан Республикасы мемлекеттік жастар саясатының 2020 жылға дейінгі тұжырымдамасы/<http://adilet.zan.kz/kaz/docs>

**Сарсембаев Ж.Ж., Ш. Уәлиханов атындағы
Көкшетау мемлекеттік университеті, э.ғ.к.,
Әділхан Ж. Экономика мамандығының
1-курс магистранты**

КӘСІПОРЫНДАРДЫҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ТИІМДІЛІК КӨРСЕТКІШТЕРІ ЖӘНЕ ОҒАН ӘСЕР ЕТЕТІН ФАКТОРЛАР

Кәсіпорын тиімділігі – белгілі бір уақытта өндіріс ресурстарының барлығын пайдаланғандағы соңғы нәтижелердің кешенді немесе жалпы көрінісі.

Кәсіпорын тиімділігі шығындардың ең төмен деңгейін сақтай отырып, еңбек өнімділігін жоғарылатуды, өндірістік қуаттарды, шикізат пен материал ресурстарын толық пайдалануды және ең жоғары нәтижелерге жетуді сипаттайды [1].

Экономикалық тиімділікті бағалау үшін өндіріс нәтижелері шығындармен салыстырылады:

Тиімділік = Нәтиже / Ресурстар (Шығындар)

Өндіріс нәтижелері деп өндірістің пайдалы соңғы нәтижесін түсінеміз. Ол келесі түрлерде болады:

1) натуралды және құндық сипаттағы өнім көлемімен өлшенетін өндірістік үрдістің материалды нәтижесі;

2) кәсіпорын қызметінің халықшаруашылықтық нәтижесі. Ол тек шығарылған өнім санын ғана емес, сонымен қатар оның тұтынушылық құнын да өз құрамына кіріктіреді.

Белгілі бір уақыт кезеңіндегі кәсіпорынның өндірістік – шаруашылықтық қызметінің соңғы нәтижесі болып таза өнім саналады, яғни жаңадан құрылған құн. Ал коммерциялық қызметінің қаржылық нәтижесі болып пайда саналады.

Өндіріс тиімділігін өлшеу экономикалық тиімділік критерийлерін анықтауға мүмкіндік береді. Бұл экономикалық тиімділік кәсіпорыннан жалпы халық шаруашылығына дейінгі барлық сатыларда біркелкі болу керек.

Өндіріс тиімділігі көрсеткіштердің бір-бірімен байланысқан жүйесінде нақты сандық мағынаға ие. Бұл көрсеткіштер өндірістік үрдістің негізгі элементтерін пайдалану тиімділігін сипаттайды. Өндірістің экономикалық тиімділігінің көрсеткіштер жүйесі келесі қағидаларға сәйкес келуі керек:

-өндіріс тиімділігінің нақты көрсеткіштерінің жүйесі мен критерийлері арасындағы байланысты қамтамасыз ету;

– өндірісте қолданылатын ресурстардың барлық түрлерін пайдалану тиімділігінің деңгейін анықтау;

– басқарудың әртүрлі деңгейлеріндегі өндіріс тиімділігін өлшеуді қамтамасыз ету;

– өндіріс тиімділігін жоғарылатуға бағытталған өндірісшілік резервтердің мобилизациясын ынталандыру.[3]

Аталған қағидаларды ескере отырып өндіріс тиімділігінің көрсеткіштерінің келесі жүйесі анықталды:

1 Кәсіпорынның қаржы шаруашылық қызметінің тиімділігін бағалау көрсеткіштері

Бір еңбеккерге шаққандағы орташа жылдық шығарым = Өнімді өткізуден түскен түсім / Еңбеккерлердің орташа тізімдік саны

Бір жұмысшыға шаққандағы орташа жылдық шығарым = Өнімді өткізуден түскен түсім / Жұмысшылардың орташа тізімдік саны

Бір жұмысшыға шаққандағы орташа күндік шығарым = Өнімді өткізуден түскен түсім / Барлық жұмысшылардың еңбек еткен күн саны

Бір жұмысшының орташа сағаттық шығарымы = Өнімді өткізуден түскен түсім / Барлық жұмысшылардың еңбек еткен адам-сағат саны

Қор қайтарымдылығы = Өнімді өткізуден түскен түсім / Негізгі өндірістік қорлардың орташа жылдық құны

Қор сыйымдылығы = Негізгі өндірістік қорлардың орташа жылдық құны / Өнімді өткізуден түскен түсім

Материал қайтарымдылығы = Өнімді өткізуден түскен түсім / Шығындалған материалдар ресурстарының орташа құны

Материал сыйымдылығы = Шығындалған материалдар ресурстарының орташа құны / Өнімді өткізуден түскен түсім

2 Кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығын бағалау көрсеткіштері. Кәсіпорынның қаржы жағдайы осы кәсіпорынның белгілі бір кезеңдегі қаржылық тұрақтылығын және оның өз шаруашылық қызметін үздіксіз жүргізуі мен өзінің қарыз міндеттемелерін уақытылы өтеуі үшін қаржы ресурстарымен қамтамасыз етілуін көрсетеді.

Кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығы – бұл тәуекелділіктің мүмкін болатын деңгейінде төлем қабілеттілігі мен несие қабілеттілігін сақтай отырып, табысты өсіру негізінде қаржыны тарату мен пайдалану арқылы кәсіпорынның дамуын көрсететін қаржы ресурсының жағдайы. Қаржылық тұрақтылықтың мәні – қаржы ресурстарын тиімді қалыптастыру, тарату және пайдаланумен анықталады.

Тәуелсіздік коэффициенті – меншікті капиталдың кәсіпорын активтерін қалыптастыру көзінің жалпы көлеміндегі үлесін сипаттайды. Ол бойынша кәсіпорынның қаншалықты деңгейде қарыз қаражатқа тәуелді екендігін және меншікті қаражаттың қалай пайдаланатынын білуге болады.

Тәуелділік коэффициенті – қарыз қаражаттарының жиынтық капиталдағы үлесін сипаттайды. [1]

Қарыз және меншікті құралдардың арақатынасы – кәсіпорын активтерінің қай бөлігі қарыз қаражаты есебінен қаржыландырылғандығын көрсетеді, 1 теңгеге қанша қарыз тартылғандығын көрсетеді.

3 Кәсіпорын активтерінің өтімділігін мен төлем қабілетін бағалау көрсеткіштері. Кәсіпорынның төлем қабілеттілігін, активтер мен міндеттемелер арасындағы жалпы сомасы бойынша, келіп түсу уақыты бойынша әрдайым теңдікті өтімділік көрсетеді. Өтімділіктің екі тұжырымдамасы белгілі. Бірінші тұжырымдама бойынша өтімділік: кәсіпорынның өзінің қысқа мерзімді міндеттемелерін өтеу қабілеттілігі ұғынылады. Екінші тұжырымдама бойынша, өтімділік – бұл ағымдағы активтердің ақша қаражаттарына айналуға дайындығы мен жылдамдығы. Ал кәсіпорынның төлем қабілеттілігі деп, оның дер кезінде өзінің барлық міндеттемелері бойынша төлемдер жүргізуге дайындығын түсіну керек. Кәсіпорынның перспективті төлем қабілеттілігін анықтау үшін кәсіпорын активіндегі ақша қаражатына айналдыра алатын жылдамдық және дайындықты сипаттайтын өтімділіктің статистикалық көрсеткіштері кеңінен пайдаланылады.

4 Табыстылық коэффициенттері салыстырмалы талдау мен кәсіпорынның қаржы жағдайын бағалаудың міндетті элементтері болып табылады, өйткені олар кәсіпорын табысын қалыптастырудың факторлық ортасын сипаттайтын маңызды көрсеткіштер.

Өткізілген өнімнің рентабельділік коэффициенті

Қордың рентабельділік коэффициенті

Негізгі қызметтен алынатын табыс.

Сату көлемінің табыстылығы коэффициенті

5 Кәсіпорынның іскерлік белсенділігі мен қызметінің тиімділігін бағалау және талдау қаржылық талдаудың қорытынды кезеңі болып табылады. Іскерлік белсенділікті талдау кәсіпорынның өз қаражатын қаншалықты тиімді пайдаланғандығын анықтауға мүмкіндік беретін, әртүрлі қаржылық айналымдылық коэффициенттерінің деңгейі мен қозғалысын зерттейді.

Капиталдың жалпы айналымдылық коэффициенті – жылына қанша рет айналу мен өндірудің толық циклі болатындығын және активтердің әрбір ақша бірлігі сатылған өнімнің қанша ақша бірлігін әкелгендігін көрсетеді.

Негізгі құралдардың айналымдылығы қор қайтарымдылығын көрсетеді, яғни кәсіпорынның кезеңдегі өндірістік қорларын пайдалану тиімділігін сипаттайды.

Меншікті капиталдың айналымдылығы. Бұл көрсеткіш қызметті әр қырынан сипаттайды: коммерциялық көзқараспен қарағанда ол сатудың артықтығын немесе жеткіліксіздігін анықтайды; қаржылық жағынан – салынған меншікті капиталдың айналым жылдамдығын, ал экономикалық тұрғыдан – кәсіпорынның меншік иелері (акционерлер, мемлекет немесе басқадай меншік иелері) тәуекелдік етіп салып отырған ақша қаражатының белсенділігін көрсетеді.[2]

Тиімділіктің өсуіне әсер ететін факторлар:

Өнеркәсіптегі экономикалық тиімділік деңгейі бір-бірімен байланысқан факторлардың көптүрлілігіне байланысты. Өнеркәсіптің әрбір саласы үшін тиімділіктің арнайы факторлары сәйкес келеді. Бұл оның технико-экономикалық ерекшеліктеріне байланысты.

Тиімділіктің өсуіне әсер ететін факторлардың барлығын үш белгі бойынша классификациялауға болады:

1) тиімділікті жоғарылату көзіне байланысты, олардың негізгілері: өнім өндірісінің материал-, еңбек-, қор-, капитал сыйымдылығын төмендету, табиғат ресурстарын рационалды пайдалану, уақытты үнемдеу және өнім сапасын жақсарту;

2) өндірісті жетілдіру және дамытудың негізгі бағыттары бойынша, оларға: ғылыми-техникалық прогрессті жылдамдату, өндірістің технико-экономикалық деңгейін жоғарылату, өндіріс құрылымын жетілдіру, басқарудың ұйымдастырушылық жүйелерін енгізу; өндірісті жоспарлау мен мотивацияны, еңбек қызметін ұйымдастыру әдістері мен түрлерін жетілдіру жатады;

3) өндірісті басқару жүйесіндегі сату деңгейі бойынша, ал осы жердегі өндіріске байланысты факторлар келесі түрлерге бөлінеді:

А) ішкі (өндірісішілік), олардың негізгілері: өнімнің жаңа түрлерін ойлап табу; механизациялау және автоматизациялау; жаңа құрал-жабдықтар мен прогрессивті технологияларды енгізу; шикізатты, материалды, сондай-ақ отын мен энергияны пайдалануды оңтайландыру; басқару стилін жетілдіру;

Б) сыртқы – бұл өндіріс пен өнеркәсіптің салалық құрылымын жетілдіру, мемлекеттің экономикалық және әлеуметтік саясаты; нарықтық инфрақұрылым мен нарықтық қатынастарды қалыптастыру.

Негізгі ішкі факторларды қарастырайық. Кәсіпорынның тұрақтылығы ең бірінші өндіріс шығындарымен үздіксіз байланысқан өндірілген өнім мен көрсетілген қызметтің құрамы мен құрылымына тәуелді. Сондай-ақ, тұрақты және айнымалы шығындар арасындағы қатынас маңызды болып табылады.

Кәсіпорынның өндірілетін өнім және өндіріс технологиясымен тығыз байланысқан қаржылық тұрақтылығының маңызды факторларының бірі – активтердің тиімді құрамы мен құрылымы, сондай-ақ кәсіпорынның басқару стратегиясын дұрыс таңдап алуы болып табылады. Ағымдағы активтерді басқару өнері – кәсіпорын шотында оның ағымдағы жедел қызметі үшін қажет болатын қаржының ең төменгі сомасын ұстаудан тұрады.

Маңызды факторлардың бірі – бұл қаржы ресурстарының құрамы мен құрылымы, оларды басқару стратегиясы мен тактикасының дұрыс таңдалып алынуы. Кәсіпорынның өз қаржы ресурсы, соның ішінде таза табысы қаншалықты көп болса, соншалықты ол өзін жайлы сезіне алады.

Сонымен бірге, тек таза табыстың көлемі ғана емес, оны тарату құрылымы, әсіресе, өндірісті дамытуға бағытталған бөлігі де өте маңызды болып табылады.

Жоғарыда айтылғандарды қорыта келе, кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығына әсер ететін мынадай ішкі факторларды атап көрсетуге болады: – кәсіпорынның салалық топқа жатуы;

– шығарылатын өнімнің (жұмыс, қызмет) құрылымы және оның жалпы төлем қабілеттілігі бар сұраныстағы үлесі;

– төленген жарғылық капиталдың мөлшері;

– шығындардың көлемі, олардың олардың ақшалай табыспен салыстырғандағы динамикасы;

– қорлар мен резервтерді, олардың құрамы мен құрылымын қоса алғандағы мүлік пен қаржы ресурстарының жағдайы;

– кәсіпорындарды басқару тиімділігі.

Сыртқы факторларға шаруашылық жүргізудің экономикалық жағдайының әсері, қоғамда үстемдік етуші техника мен технология, төлеу қабілеті бар сұраныс және тұтынушылар табысының деңгейі, ҚР үкіметінің салық және несие саясаты, кәсіпорынның қызметін бақылау жөніндегі заң актілері, сыртқы экономикалық байланыс және тағы басқалар жатады.

Кәсіпорынның тұрақты қаржылық жағдайын қалыптастыруда оның өз контрагенттерімен (салық органдары, банктер, жабдықтаушылар, сатып алушылар, акционерлер және тағы басқалар) өзара қарым-қатынасы үлкен әсер етеді. Сондықтан да серіктестермен реттелген іскерлік қатынаста болу – жақсы қаржылық жағдайдың бірден-бір шарты болып табылады. Әрине, акционерлер өз жинақ қорларын тұрақты тиімділікке ие және дивиденттерді ұқыпты төлейтін қаржылық тұрақты кәсіпорындарға салады. Инвестициялық тартымдылығы болуы үшін, тек бүгінгі күні ғана емес, болашақта да кәсіпорынның қаржылық жағдайы көршісіне қарағанда жақсы болуы тиіс.

Сондай-ақ бұл жыл сайын өз облигациясы бойынша белгілі бір пайызбен алғысы келетін, ал заем мерзімі біткен уақытта – облигация құнын толық өтеуді талап ететін облигация иелеріне де қатысты. Кез келген коммерциялық кәсіпорын сияқты банктер де өз несиелерімен тәуекел ете отырып несие алушының өз

қарызын уақытында және толық өтеуін қалайды, сондықтан оны беру туралы шешім қабылдай отырып, кез келген банк өз клиентінің қаржылық жағдайын банктер осы кәсіпорынға несие беру орында ма, жоқ па, ал бұл сұрақты дұрыс шешкен жағдайда – қандай пайызбен және қанша мерзімге деген сұрақтарды шешудегі негізгі белгі болып табылады.

Жабдықтаушылар мен тұтынушылар сенімді және төлем қабілеттілігі жоғары кәсіпорындармен келісімшартқа үлкен ықыласпен отырады. Тіпті қаржы органдары, әсіресе, салық инспекциясы кәсіпорынның жағдайы тұрақты болғанын қалайды, себебі тек осындай кәсіпорын ғана салықтар мен басқа да міндетті төлемдерді уақытылы және толық төлей алады [1].

Осылайша, қаржылық жағдай кәсіпорынның бәсекелестік қабілетін және оның іскерлік қарым-қатынастағы потенциалын анықтайды, кәсіпорынның өзінің және оның серіктестерінің қаржылық және басқа қатынастар тұрғысындағы экономикалық қызығушылықтары қаншалықты дәрежеде кепілдендірілгендігін бағалайды.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. Дәуренбекова А.Н. «Қазақстан өнеркәсібінің деңгейін көтерудің экономикалық механизмі». Монография – Алматы: Экономика, 2005ж.
2. Жолдасбаева Г.Ө. «Кәсіпорын экономикасы». Алматы: Экономика, 2002ж.
3. Савицкая В.Г. «Анализ финансово – хозяйственной деятельности». Москва, 2000г.
4. INTERNET: www.google.kz

Аннотация

Кәсіпорын тиімділігі шығындардың ең төмен деңгейін сақтай отырып, еңбек өнімділігін жоғарылатуды, өндірістік қуаттарды, шикізат пен материал ресурстарын толық пайдалануды және ең жоғары нәтижелерге жетуді сипаттайды.

Тиімділіктің өсуіне әсер ететін факторлардың барлығын үш белгі бойынша классификациялауға болады:

- 1) тиімділікті жоғарылату көзіне байланысты
- 2) өндірісті жетілдіру және дамытудың негізгі бағыттары бойынша
- 3) өндірісті басқару жүйесіндегі сату деңгейі бойынша

Аннотация

Эффективность предприятия характеризует достижение самых высоких результатов повышение производительности труда, производственных мощностей, полное использование сырья и материальных ресурсов при сохранении минимального уровня затрат.

Факторы, влияющие на эффективность предприятия можно классифицировать по следующим типам:

- 1) источникам повышения эффективности;
- 2) основным направлениям развития и совершенствования производства;
- 3) по уровню реализации в системе управления производством.

Summary

The efficiency of the enterprise characterizes the achievement of the highest results in increasing labor productivity, production capacity, the full use of raw materials and material resources while maintaining a minimum level of costs.

Factors affecting the effectiveness of the enterprise can be classified according to the following types:

- 1) sources of efficiency increase;
- 2) the main directions of development and improvement of production;
- 3) on the level of implementation in the production management system.

Сарсенбаева К. А.

Оразбекова Р.С.

Ы.Алтынсарин атындағы

Арқалық мемлекеттік институты

ҚАЗАҚСТАННЫҢ ТҰРАҚТЫ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ӨСУІН ҚАМТАМАСЫЗ ЕТУ ПЕРСПЕКТИВАЛАРЫ

Қазақстан экономикасының тұрақты өсуін қамтамасыз етудің негізгі бағыттарының бірі мұнай-газ кешені табиғи ресурстарының қайтарымын арттыру болып табылады. Қазып алынған ресурстар – мұнай және газды барлау, шығару, дайындау және тасымалдау жөніндегі өндірістік-технологиялық базаның белсенді дамуы әлемдік деңгейдегі кешендерде, қондырғыларда халықаралық талаптарға сәйкес көмірсутегі шикізатын кешенді және тереңдетіп өңдейтін заманға сай өндірістік база құрумен бірге жүреді.

Мемлекет басшысы бірнеше рет ескерткендей, шикізатты мемлекеттер санатынан шығу ең озық технологияларды енгізумен сипатталуы тиіс. Үдемелі индустриялық-инновациялық даму бағдарламасының мақсаты да қазақстандық қамтудың көлемін арттыру, қайта өңдеу, шағын және орта бизнес үшін жаңа бизнес мүмкіндіктердің мультипликациялық тиімділігін ұлғайту арқылы экспортқа бағытталған ірі инвестициялық жобаларды іске асыру болып табылады. Экономиканы әртараптандыруды және оның бәсекеге қабілеттілігін арттыруды қамтасыз ету бағыттарының бірі жоғары қосылған құнмен жоғары технологиялық өнім шығару бойынша әлемдік деңгейдегі мұнай-химия өндірістерін құру жөнінен инвестициялық жобаларды іске асыру[1].

Қазақстанда мұнайхимия өндірістерін құру, мұнай мен газды тереңдетіп өңдеу технологияларының тиімді және болашақ дамуы халықаралық сарапшылар және мамандар тарапынан өз бағасын алды. Олар Exxon Mobil, Shell, Basell, Jacobs Consultance жетекші халықаралық компанияларының ұсынымдарында және Nexant консалтингтік компаниясының маркетингтік зерттеулер нәтижелерінде көрсетілген.

Қазақстанда мұнай-химия өндірістерін дамыту ІЖӨ құрамындағы шикізат құрамын едәуір дәрежеде өзгертуге мүмкіндік береді, экономиканы әртараптандыруды және оның бәсекеге қабілеттілігін қосылған құны жоғары жоғары технологиялық мұнай-химия өнімін өндіру есебінен экспортты көбейту жолымен қамтамасыз етеді. Елбасының «Әлеуметтік-экономикалық жаңғырту – Қазақстан дамуының басты бағыты» атты Жолдауында Қазақстанда мұнай-газ өндірістерін тиімді дамыту және мұнай-химия өндірістерін кұруды қамтамасыз ету бойынша нақты тапсырмалар мен міндеттер белгіленген.

Мұнай және газ министрлігі әр жоба бойынша пысықталған және бекітілген кестеге сәйкес жұмыс жүргізеді. Осы орайда Атырау облысындағы қаржыны көп қажет ететін «Интеграцияланған газ-химия кешенін салу» атты инновациялық жобаға толығырақ тоқтала кету қажет. Жоба бірнеше фазаға бөлінген. I фаза – қуаты жылына 500 мың тонна полипропилен өндірісін кұру; II фаза – қуаты жылына 800 мың тонна полиэтилен өндірісін кұру. Жобаны іске асыру кезеңінде уақытша 6400 адамды жұмыспен қамтамасыз етуге мүмкіндік туады (I және II фазалар) және 900 адам тұрақты жұмыс орнымен қамтамасыз етіледі[2].

Халықаралық тәжірибеде мұнай-химия үшін газды өңдеу технологиялық және экономикалық тұрғыда пайдалырақ болып табылады. Қазақстан басқа да бірқатар табиғи артықшылыққа ие, олар мұнай-химия өндірістерін ойдағыдай салуды қамтамасыз ете алады. Кен орындарын (Теңіз, Каспий, Қарашығанақ) игергенде алынатын ілеспе газ, газконденсаттар құрамы, газдың құрамында этан фракциясының болуы елімізде жалпы тараған көрсеткіштен едәуір жоғары, ол мұнай-химия өнімінің өзіндік құнын төмендетуге едәуір мүмкіндік береді. Сондықтан газ-химия кешенінде өңдеу үшін Теңіз кен орнында табиғи газдан бөлінетін этан және пропан фракциялары пайдаланылатын болады.

Жоба үшін газ шикізатын ұзақ мерзімді жеткізіп беру міндетін «Теңізшевройл» ЖШС (ТШО) орындайды. Сол үшін кен орнына жақын газды сепарациялау бойынша қондырғы салу жоспарланған, ол газ шикізатын алғашқы өңдеу және оны фракциялауды (ілеспе газдың пропан және этан фракцияларын бөліп алу) қамтамасыз етеді. Осы қондырғы арқылы бөліп алынған этан мен пропан газ-химия кешенінің құбырлары арқылы одан әрі технологиялық қондырғыларға бөліп тасымалданады. Бұдан әрі этаннан алынған этилен және пропаннан алынған пропилен мұнай-химия өнімін өндіруге пайдаланылады.

Кешенде халықаралық рынокта мойындалған BASF, Haldor Topsoe, Lurgi, Linde, Toyo Engineering, Mitsubishi, ABB/CBI, Axens және т.б. лицензиялық технологиялары мен қондырғылары пайдаланылатын болады. 2010 жылғы наурызда CB&I Lummus компаниясымен пропанды дегидрилеу және полипропиленді өндіру технологиясына арналған лицензиялық келісім-шартқа қол қойылды.

Жаңа мұнай-химия өндірістеріне инвестициялар тарту үшін және инвестициялық жобаларды табысты іске асыруды қамтамасыз ету үшін Президент Жарлығымен Атырау облысында «Ұлттық индустриялық мұнай-химия технопаркi» арнайы экономикалық аймағы кұрылды. Ол қолайлы экономикалық, әкімшілік, инфрақұрылымдық, ғылыми-техникалық және әлеуметтік жағдайлар туғызады. Экономикалық аумақта корпоративтік табыс және жер салығы, мүлікке

және қосылған құн салығы бойынша жеңілдіктер әкелінетін технологияларды, жабдықтарды, құралдар мен материалдарды кедендік баж салығынан босату мәселелері құрастырылған. Нәтижесінде АЭА-ның мәртебесі өндірілген қазақстандық мұнай химия өнімінің өзіндік құнын азайтуға, оның халықаралық рыноктағы бәсекеге қабілеттілігін арттыруға мүмкіндік береді[3].

Жоба бойынша инфрақұрылымдық нысандар салынып, негізгі технологиялық қондырғылардың және алаң ішіндегі желілердің жобалау сметалық құжаттамасын әзірлеу аяқталып келеді.

Қазақстан үшін бұл сияқты ірі өнеркәсіптік әлемдік деңгейдегі нысан салудағы алғашқы тәжірибе және оның табысты іске асырылуын қамтамасыз ету үшін халықаралық тәжірибе мен лицензиялық технологиялар ғана емес, Сенатпен, «Самұрық-Қазына» ҰӘҚ» АҚ, Индустрия және жаңа технологиялар, Қоршаған ортаны қорғау министрліктерімен өзара іс-қимыл тетіктері пайдаланылды, Атырау облысының әкімдігімен өзара тығыз іс-қимыл орнаған. Сенатта арнайы жұмыс тобы құрылды.

Сонымен қатар, Мемлекет басшысының Қазақстан халқына арналған Жолдауын іске асыру жөніндегі Жалпыұлттық іс-шаралар жоспарына сәйкес ағымдағы жылдың аяғына дейін кешеннің I фазасының негізгі өндірістік қондырғыларын салу басталатын болады. Қарашығанақ (3 млн. тонна газконденсаты) және Қашаған (850 мың тонна сұйытылған көмірсутек газы) кен орындарының шикізаты негізінде интеграцияланған газ-химия кешенін салудың III кезеңін іске асыру жобасы пысықтау кезеңінде тұр[4].

Қазіргі уақытта Қазақстанда мұнай-химия өндірісін дамытудың ұзақ мерзімді перспективасы үшін интеграцияланған газ-химия кешенінің ресурстары – этилбензол, стирол және полистирол, этиленгликоль, терефтал қышқылы және полиэтилентерефталат, дихлорэтан, винилхлорид және поливинилхлорид, бутадиең және синтетикалық каучукты пайдаланумен мұнай-химия өндірістерін дамытудың басқа да перспективалы бағыттары бойынша алдын ала техникалық шешімдер бар. Осы техникалық шешімдерді іске асыру үшін базалық мұнай-химия өнімдерінің айқындалған көлемдерін қосымша өңдеуге бағыт тауға болатыны жоспарлануда, ал шығарылған өнімді жаңа инновациялық өндірістер құру үшін ішкі рынокта шағын және орта кәсіпорындар пайдаланатын болады.

Атырау облысынан тыс мұнай-химия өндірістерін құру үшін басқа да өңірлер пайдаланылатын болады. Павлодар қаласының солтүстік өнеркәсіптік аумағында жылына 300 мың тонна полипропиленді, жылына 500 мың тонна полиэтиленді, жылына 100 мың тонна поливинилхлоридті, жылына 100 мың тонна полистиролды өндіру бойынша мұнай-химия кешендерін салу бойынша перспективалар бар. Қазіргі уақытта осы жоба ТЭН-і әзірлену сатысында [5].

Дереккөздер тізімі:

1. «Қазақстан халқының әл-ауқатын арттыру мемлекеттік саясаттың басты мақсаты» Н.Назарбаев 2008 жылғы Қазақстан халқына Жолдауы. – Астана, Ақорда, 2008 ж. 5 ақпан.

2. Тұрсымбаева М.Ж. Экономиканың шикізаттық құрылымын өзгертуде кластердің рөлі // АльПари – 2005 — №4 – 42-44 бет.
3. Қазақстан Республикасы Экономикалық даму және сауда министрлігінің 2011 – 2015 жылдарға арналған стратегиялық жоспары
4. Қазақстан экономикасының тұрақты дамуы: модернизация императивтері және бизнес-инжиниринг// Конференция материалдары, 2012ж.
5. «Развитие нефтегазового комплекса и нефтехимии Казахстана - взаимосвязанные и перспективные направления роста экономики» // «Казахстанская правда»28.04.2012 г.

Анотация

Мемлекет басшысының Қазақстан халқына арналған Жолдауын іске асыру жөніндегі Жалпыұлттық іс-шаралар жоспарына сәйкес Қазақстанда мұнай-химия өндірісін дамытудың кешеннің бірінші фазасының негізгі өндірістік қондырғыларын салуды жүзеге асыру мәселелері қарастырылған.

Анотация

В Послании главы государства народу Казахстана были рассмотрены проблемы согласно Общенациональному плану мероприятия строительства и развития нефте-химической промышленности Казахстана первой основной фазы производственного оборудования.

Summary

In the Address of the Head of the state to the people of Kazakhstan the first stage of development and constricting of petrol and chemical industry according TO the National plan were considered.

Сауытова Надина Султановна
Студент, специальность «5В050600- Экономика»
Тлеубекова Айгуль Доктырбековна
Магистр экономики, старший преподаватель
Алматинская академия экономики и статистики, г. Алматы.

УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПРОЦЕДУРЫ ИХ ВЫБОРА

Финансовый риск-менеджмент можно рассматривать как форму деловой ответственности на всех уровнях управления предприятием, неразрывно связанную с основной деятельностью, однако существуют ли все же какие-то специальные функции, связанные с оценкой и управлением рисками, которые не могут быть полностью возложены ни на высшее руководство, ни на линейных руководителей или непосредственных исполнителей. Хотя лишь президент или председатель правления корпорации выступает в конечном счете в роли управляющего риском всей компании, способен ли он эффективно выполнять эту функцию самостоятельно, без помощи профессионалов в области риск-менеджмента.

Очевидно, что краеугольным камнем интегрированного риск-менеджмента является количественная оценка совокупного риска предприятия, а также его декомпозицию по отдельным видам риска, портфелям и направлениям деятельности. Организационно эта задача решается путем создания специального вспомогательного подразделения по оценке и контролю за рисками, в основные функции которого обычно входят:

1) разработка политики по управлению рисками на предприятии, включая требования к отчетности для руководителей функциональных подразделений и высшего руководства;

2) координация ежедневного процесса управления рисками посредством установления лимитов, распределения собственного капитала и санкционирования операций;

3) оценка совокупных рисков компании на основе единого и последовательного подхода и отслеживание финансовых рынков и иных событий в экономической жизни, которые могут оказать влияние на размер принятых рисков;

4) разработка, тестирование и санкционирование применения методов и моделей оценки рисков, в особенности используемых для ценообразования финансовых инструментов и продуктов;

5) создание и ведение баз данных, необходимых для целей риск-менеджмента;

6) взаимодействие со службами внутреннего контроля с целью обеспечения соблюдения требований законодательства, регулирующих органов, а также внутренних положений и процедур;

7) доведение результатов оценки и управления рисками до сведения высшего руководства предприятия, а также подготовка информации для регулирующих органов, инвесторов, рейтинговых агентств и финансовых аналитиков.

Необходимым условием эффективного контроля является организационная независимость подразделения риск-менеджмента от основных функциональных подразделений, в отдела торгов, казначейства, кредитного управления и др.

Управление рисками включает в себя определение, измерение, мониторинг и контроль рисков для того, чтобы лица, которые принимают или управляют рисками, имели четкое понимание различных рисков, а размер банковского риска был в пределах лимитов, установленных Советом директоров. Решения, принимаемые по управлению рисками, должны соответствовать деловой стратегии и целям, определенным Советом директоров, а у банка должно быть достаточно капитала для покрытия принятых рисков. Остановимся подробнее на них.

Управление рисками осуществляется на всех уровнях банка. Совет директоров и Правление устанавливают банковскую толерантность к риску, формулируют стратегию и политику управления рисками, определяют адекватные системы и уровни контроля для поддержания общего риска на приемлемом уровне, а полученная прибыль компенсирует принятые риски. Нижний уровень в организации, являющийся бизнес сферой или бизнес подразделением,

осуществляет ежедневное управление рисками. В рамках данных групп лица осуществляют управление рисками посредством выполнения операционных процедур, политик с учетом применения систем внутреннего контроля и других инструктивных указаний, установленных руководством.

Внутренние процедуры банка по управлению рисками должны соответствовать принятым в международной практике процедурам и рекомендациям надзорного органа. При этом, под международной практикой управления рисками понимаются принципы управления рисками Базельского комитета по банковскому надзору, разработанные им на основе анализа и обобщения лучшей международной методологии управления рисками.

Банки должны располагать корпоративной политикой и процедурами управления рисками, системами количественной оценки (измерения) рисков, определения стоимости оказываемых услуг, с учетом связанных с ними рисков, установления лимитов на риски, диверсификация и хеджирования рисков, а также формирования собственного капитала в размере, достаточном для покрытия возможных убытков банка, связанных с проведением балансовых и внебалансовых операций.

При этом, необходимым условием функционирования системы управления рисками является наличие в банке надежной системы сбора и обработки информации, а также организационной структуры банка, позволяющих идентифицировать, оценивать, отслеживать и контролировать риски банка.

Эффективность модели управления рисками определяется результатами систематического бэк-тестинга, в рамках которого выходные данные названных моделей, определяющие возможные убытки банков по принятым рискам и необходимой для их покрытия размера собственного капитала, рассчитанные с использованием исторических данных, имеют вероятность соответствия фактическим (текущим) показателям не ниже уровня 99%. То есть бэк-тестинг рассматривается как метод проверки эффективности процедур измерения рисков с использованием исторических данных по операциям банка и сравнением рассчитанных результатов с текущими (фактическими) результатами от совершения указанных операций.

Также, банк должен проводить стресс-тестинг, результаты которого свидетельствуют о том, что банк сохранит свою платежеспособность и при наступлении крайне негативных условий (максимальных рисков), смоделированных на основе критических данных. В случае, если результаты стресс-тестинга показывают наступление неплатежеспособности банка, банк должен систематически вести работу по выполнению собственного плана мероприятий, разработанного специально на случай «стрессовых» ситуаций, в том числе предусматривающий формирование необходимого размера собственного капитала, хеджирование рисков, изменения структуры активов и обязательств банка. Таким образом, стресс-тестинг является метод измерения потенциального влияния на финансовое положение банка исключительных, но возможных событий, которые могут оказать влияние на деятельность банка. [2]

При обзоре наличия систем управления рисками в банках, необходимо провести обзор следующих составляющих системы управления рисками:

1) Организация системы управления рисками и внутреннего контроля (структура корпоративного управления, включая роль Совета директоров, организационная структура банка, политика планирования, внутренний контроль, внешний аудит).

2) Наличие практики проведения заемных операций (управление кредитным риском, включая среду кредитного риска, процесс выдачи кредита, процесс администрирования кредита, измерения и мониторинга, а также контроль кредитного риска).

3) Наличие практики проведения операций с финансовыми инструментами (управление рыночным риском, включая управление активами и пассивами, ценовой риск, риск процентной ставки и валютный риск, риск ликвидности).

4) Наличие обеспечения операционной деятельности банка, функционирования информационных систем и систем управленческой информации (операционный риск, включая организацию и контроль, внутренний контроль, риск, связанный с трудовыми ресурсами, технологический риск, включая организацию и системы электронной обработки данных, меры по предотвращению незаконного использования информации, а также анализ и планирование кризисного сценария).

Список источников

1. Банковский менеджмент: учебник. Автор: под ред. Е.Ф. Жукова/ Издательство: Юнити-Дана, 2012 г.

2. Антикризисное управление: учебник. Авторы: Беляев А.А., Коротков Э.М./ Издательство: Юнити-Дана, 2009 г.

3. Управление изменениями: Учебник для бакалавров. Авторы: Блинов А.О., Угрюмова Н.В. /Издательство: Дашков и К, 2014 г.

Аңдатпа

Қаржылық тәуекелдерді басқару негізгі қызметпен тығыз байланыста болатын кәсіпорын менеджментінің барлық деңгейлерінде бизнестің жауапкершілігінің нысаны ретінде қарастырылуы мүмкін, бірақ тәуекелдерді бағалау және басқару бойынша жоғарғы басшылыққа толығымен сеніп тапсырылмайтын арнайы функциялар бар, сондай-ақ желілік менеджерлер немесе тікелей орындаушылар.

Аннотация

Финансовый риск-менеджмент можно рассматривать как форму деловой ответственности на всех уровнях управления предприятием, неразрывно связанную с основной деятельностью, однако существуют ли все же какие-то специальные функции, связанные с оценкой и управлением рисками, которые не могут быть полностью возложены ни на высшее руководство, ни на линейных руководителей или непосредственных исполнителей.

Annotation

Financial risk management can be seen as a form of business responsibility at all levels of enterprise management, inextricably linked to the main activity, but are there

any special functions related to the assessment and management of risks that can not be fully entrusted to either top management , nor on line managers or direct executors

**Сейтхамзина Г.Ж. к.э.н., профессор,
Касанов А., магистрант
Алматинская академия экономики и статистики**

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ЛИЗИНГА В КАЗАХСТАНЕ

Практика организации лизинговых отношений в Казахстане начинает свой отсчет с 1989 года. Первые лизинговые предприятия в республике были созданы с участием коммерческих банков и снабженческо-сбытовых организаций. Они были акционерными предприятиями широкого профиля деятельности, могли заниматься и занимались как куплей продажей, так и прокатом и лизингом технических средств. В 1989 году для осуществления лизинговых операций было создано и приступило к работе акционерное предприятие «КРАМДС - Лизинг», учредителями которого стали один из первых коммерческих банков РК «КРАМДС - Банк», а также «КРАМДС - снаб» и база «Казлегснабсбыт». Сдача на прокат оборудования на сумму 200 тыс. руб., принесла банку в 1989 году 72 тыс.руб. Оборот лизинговой компании на 1 июля 1990 года составил около 5 млн. руб. АО «КРАМДС - Лизинг» создало свои дочерние предприятия в Павлодаре, Уральске и Бишкеке. В последующем банкротство «КРАМДС - Банка» привело и к прекращению деятельности этого первого лизингового предприятия Казахстана.

Началом активного развития лизинговых операций на отечественном внутреннем рынке можно определить 1990 год, в связи с переводом предприятий на арендные формы хозяйствования. Заметным явлением в становлении начальных правил организации лизинга стали Основы законодательства СССР и союзных республик об аренде от 23 ноября 1989 года и письмо Госбанка СССР от 16 февраля 1990 года № 270 «О плане счетов бухгалтерского учета», в котором был представлен порядок отражения лизинга в бухгалтерском учете. Развитие сети коммерческих банков способствовало внедрению лизинговых операций в банковскую практику.

В 1990 году Госснабом Казахской ССР была подготовлена целевая пятилетняя программа развития проката и лизинга в подведомственной системе «Прокат и лизинг-95». По этой программе в территориальных органах снабжения объем проката технических средств должен был возрасти с 24 млн. руб. в 1990 году до 50 млн. руб. в 1995 году, объем лизинговых сделок – с 5 млн. руб. до 55 млн. руб. Однако, вследствие неоднократной реорганизации этой системы сначала в Министерство материальных ресурсов и затем в корпорацию «Казконтракт» и в результате приватизации сети предприятий региональных оптово-посреднических фирм программы не была реализована.

Одной из первых лизинговых фирм в системе Госнаба Казахской ССР стало Казахское совместное предприятие по лизингу технических средств СП «Казтехлизинг», которое действовало с 1990 года. Его учредители – оптово-посредническая фирма «Казмашкомплект» и инвестиционный коммерческий банк

оптовой торговли Госснаба Каз.ССР (Инвестснаббанк). В момент создания СП «Казтехлизинг» его уставной фонд был предусмотрен в сумме 2 млн. руб., в нем доля ОПФ «Казмашкомплект» составила 49 процентов, а Инвестснаббанка – 51 процент. В 1990 году планировалось сдать в лизинг оборудования на сумму 3,0 – 5,0 млн. руб. с доведением его объемов в 1995 году до 50 млн. руб., включая оборудование зарубежных фирм и организовать филиалы фирмы в регионах республики. Объем лизинговых сделок за первое полугодие 1990 года в системе Госснаба Казахской ССР составил фактически 3,5 млн. руб., из них сделки на сумму 2,4 млн. руб. были осуществлены СП «Казтехлизинг», остальное – главными территориальными управлениями снабжения в десяти областях. За 1990 год СП «Казтехлизинг» заключило 18 лизинговых договоров на сдачу в аренду разнообразной техники (сварочные оборудование, бетоносмесители, подъемные краны, паровые котлы, ЭВМ и др.) сроком от одного до трех лет. Наиболее крупной среди них является сделка, когда СП «Казтехлизинг» в соответствии с лизинговым договором № 16 от 20.11.1990 г. предоставило Кустанайскому камвольно-суконному комбинату текстильное общезаводское оборудование на сумму 1 млн.400тыс. руб. сроком на 18 месяцев. В 1991 году было создано малое коллективное предприятие «Инвестлизинг», учредителем которого стал Инвестснаббанк Госснаба Казахской ССР. В 1991 году было зарегистрировано предприятие «Алма-Ататехлизинг», учредителем которого выступило предприятие «Алма-Атакомплект». Данное предприятие на условиях лизинга предоставляло автотранспорт Алма-Атинскому грузовому и городскому автоуправлениям, компьютеры и оргтехнику Казахскому аэрогеодезическому предприятию, токарные станки научно-производственному объединению «Агрореммаш», лицензионное медицинское оборудование медико-техническому центру «Брандт», строительно-дорожную технику (экскаваторы, бульдозеры, автокраны) АТП треста «Средазэнергострой». Доход от оказанных лизинговых услуг за 1992 год составил 3731 тыс. руб.

К середине 1992 года в негосударственном частном секторе экономики республики функционировало 120 коммерческих банков и 20 лизинговых фирм, в том числе «КРАМДС-Лизинг», «Алма-Ататехлизинг», «Техника-лизинг», дочерняя фирма Казахского акционерного «Туранбанк», «Туран-лизинг», СП «Казтехлизинг» и другие.

По нашему мнению в практике организации лизингового бизнеса в РК можно выделить четыре основных этапа.

1 этап (1989-1992 годы) – этап зарождения лизингового бизнеса в Казахстане. В этот период были созданы первые лизинговые компании, лизинговые фирмы и некоторые коммерческие банки стали осуществлять в разовом порядке и в незначительных объемах небольшие лизинговые операции.

2 этап (1991 – 1994 годы) – этап подавления лизингового бизнеса в результате складывающейся неблагоприятной экономической ситуации на внутреннем рынке. После массовой либерализации цен с 6 января 1992 года, в условиях безудержной инфляции и взлета банковских процентных ставок, большинство действовавших лизинговых фирм либо прекратили свою деятельность, либо перешли на посредничество и торговлю.

3 этап (1995 – 1999 годы) – этап возрождения, поворот к государственной поддержке и стимулированию лизингового бизнеса. В конце апреля 1995 года кабинет министров принял постановление об образовании при Государственном комитете по госимуществу департамента по лизингу, который призван был стать центральным органом исполнительной власти и обеспечить единую государственную политику в области использования лизинга как средства привлечения крупномасштабных инвестиций в производственную сферу и обеспечения технического и технологического обновления. Департаменту было представлено право автономного осуществления своих функций в пределах полномочий Госкомитета, а также представления самостоятельным юридическим лицом с собственной печатью, фирменным знаком и счетами в банках.

На этом этапе было положено начало разработке нормативно-методической базы в этой области, в частности Положения о лизинге в агропромышленном комплексе и Положения о лизинговом фонде по обеспечению агропромышленного комплекса РК машиностроительной продукцией, утвержденных постановлениями Правительства РК от 23.12. 1995 г. № 1851 и от 29.01.1996г. № 117, а также Временного порядка обеспечения агропромышленного комплекса продукцией машиностроения на лизинговой основе (агролизинг), утвержденного совместными приказами Министерства финансов РК и Министерства сельского хозяйства РК от 7.02.1996г., Положения о порядке и условиях организации лизинга в сельском хозяйстве, утвержденного постановлением Правительства РК от 15.04.1998г. № 341; созданы новые лизинговые фирмы, в частности, региональная лизинговая компания (РЛК) «Азия-Лизинг» (апрель, 1995г.), АО «Кен дала» (ноябрь, 1995г.), АО «Агро-Лизинг» (декабрь, 1995г.), Голландско-американско-казахстанское совместное предприятие «Central Asia Leasing» (1997г.), АООТ «Казахстанско-Российский региональный лизинговый центр» в г. Костанай (1998г.), финансово-лизинговая компания ЗАО «Казагрофинанс» в г. Астане (ноябрь 1999г.); положено начало государственной поддержке и стимулированию лизингового бизнеса. В частности создан государственный Лизинговый фонд, начата реализация ряда крупных инвестиционных проектов на лизинговой основе в аграрном секторе с использованием средств Программного займа Азиатского Банка Развития (АБР) в размере 100 млн. долл. и с использованием государственных экспортных ресурсов зерна. внесены изменения в налоговое и таможенное законодательства с целью предоставления налоговых и таможенных льгот.

4 этап (с июля 1999г и по настоящее время) – особенностью этого этапа является регулирование лизинговых операций с помощью принятия важных законодательных актов, в частности Особенной части Гражданского Кодекса Республики Казахстан с 1 июля 1999г. и Закона РК «О финансовом лизинге», введенного в действие 5 июля 2000 г., а также начавшийся процесс создания ведущими коммерческими банками страны частнопредпринимательских лизинговых компаний.

10 октября 1994 года правительством было принято постановление о создании Национальной лизинговой компании «Азия-Лизинг» с участием государства. Кабинет министров принял предложение финансово-

инвестиционной корпорации «Алемсистем» о создании многопрофильной лизинговой компании, предполагалось создать ее в форме ЗАО с участием государства, отечественных предпринимательских структур и банков, иностранных фирм. Было определено, что Госкомимущество будет держателем государственного пакета акций, который должен быть не менее 25 процентов уставного фонда компании. На компанию возлагались следующие задачи:

- обеспечение машинно-технического импорта в соответствии с экономическими потребностями республики;
- поддержание роста и оптимизации инвестиций путем расширения возможностей предприятий по капиталовложениям в производство;
- использование международного лизинга как средства привлечения масштабных инвестиций в производственную сферу.

Однако с учетом изменившихся обстоятельств в апреле 1995 года «Азия-Лизинг» была зарегистрирована уже в качестве региональной компании без участия государства, которая оказывает широкий спектр лизинговых услуг, рассматривает проекты по лизингу оборудования для добывающих и для перерабатывающих отраслей промышленности, мини-производств и прочих капиталоемких отраслей, предоставляет в лизинг юридическим лицам автотехнику, бытовую технику, аппаратуру, оргтехнику.

С августа 2000 года по май 2003 года было создано 9 банковских лизинговых компаний, среди них АО «БТА Лизинг», ЗАО «Халык Лизинг», АО «АТФ Лизинг».

В сентябре 2005 года в целях расширения предоставляемых Банком развития Казахстана инструментов финансирования инвестиционных проектов в рамках реализации Стратегии индустриально-инновационного развития РК создана дочерняя компания АО «БРК-Лизинг».

В целях реализации Стратегии индустриально-инновационного развития РК, создания и развития предприятий, производящих высокотехнологичную продукцию с высокой добавленной стоимостью, и привлечения инвестиций в экономику Казахстана, АО «БРК-Лизинг» разработало концепцию «Индустриального Лизинга». Она направлена на создание максимально благоприятных условий для развития производства посредством использования различных моделей лизинговых сделок. Суть предлагаемых моделей заключается в комплексном обслуживании лизингополучателя в сотрудничестве с другими институтами развития, коммерческими организациями, транснациональными корпорациями, индустриальными зонами и технопарками, что во много раз повышает качество лизинговых отношений. Внедрение концепции

«Индустриального Лизинга» будет осуществляться по девяти моделям: «кредит + лизинг», «equity + лизинг»; «консалтинг + лизинг»; «венчурный лизинг»; «территориальный лизинг»; «привлечение ТНК»; «лизинг промышленных зданий под ключ»; «пакет лизинга» для корпораций»; «импорт высокотехнологичного оборудования по схеме «технологии + оборудование». [2]

Таким образом, в Казахстане организация лизинга осуществляется в следующих формах:

- действующие пункты и предприятия по прокату технических средств,

находящихся в ведении региональных оптово-посреднических фирм и компаний корпорации «Казконтракт», областных и районных предприятий «Агропромтехника» в агропромышленном комплексе;

- лизинговые операции коммерческих банков;
- вновь создаваемые специализированные лизинговые фирмы;
- развитие форм международного экспортного, импортного, компенсационного лизинга – с участием отечественных, совместных и иностранными фирмами и деятельность иностранных лизинговых компаний в республике.

Совершенствование организационных форм лизинга основывается на решении проблем, выявляемых в процессе анализа состояния рынка лизинговых услуг.

Список источников:

1. АскарOVA З. Анализ лизинговой деятельности в Казахстане // Научно-практический журнал "Транзитная Экономика" – 2005 - №4 - с. 63-69
2. Продуктовая линейка АО «БРК-Лизинг» в рамках моделей Концепции «Индустриального Лизинга» - Астана, 2007 - www.kdbl.kz

Аннотация

Лизинг является одним из катализаторов развития экономики, что обосновывает необходимость государственной поддержки данного вида бизнеса. Государственная поддержка и стимулирование лизингового бизнеса направлены на обеспечение развития лизинговых услуг и отношений в условиях экономической нестабильности.

Аннотация

Лизинг - экономиканың дамуына арналған катализаторлардың бірі, бұл бизнестің осы түрін мемлекеттік қолдау қажеттілігін негіздейді. Лизингтік бизнесті мемлекеттік қолдау және ынталандыру экономикалық тұрақсыздық жағдайында лизингтік қызметтер мен қатынастарды дамытуды қамтамасыз етуге бағытталған.

Summary

Leasing is one of the catalysts for the development of the economy, which justifies the need for state support for this type of business. State support and stimulation of leasing business are aimed at ensuring the development of leasing services and relations in the conditions of economic instability.

Сериев Болат Абдулдаевич
Заң ғылымдарының кандидаты, І.Жансүгіров атындағы Жетісу
Мемлекеттік Университеті
Тұрғамбекова Жансая Ержанқызы
І.Жансүгіров атындағы ЖМУ, «Мемлекеттік және жергілікті басқару»
мамандығының магистранты.

АГРАРЛЫҚ ӨНДІРІСТЕ ИНВЕСТИЦИЯЛЫҚ ҚЫЗМЕТТІ МЕМЛЕКЕТТІК РЕТТЕУДІҢ МЕХАНИЗМДЕРІ

ҚР Президенті Н.Ә.Назарбаевтың биылғы «Төртінші өнеркәсіптік революция жағдайындағы дамудың жаңа мүмкіндіктері» жолдауындағы үшінші «Ақылды технологиялар» – агроөнеркәсіп кешенін қарқынды дамыту мүмкіндігі бөлімі ауыл шаруашылығы субъектілеріне өрлеудің жаңа қарқынын сыйлады десе болады. Бұл бағыт біріншіден:

✓ Республикадағы аграрлық саясат еңбек өнімділігін түбегейлі арттыруға және өңделген өнімнің экспортын ұлғайтуға бағытталуы,

✓ Екіншіден: шикізатты қайта өңдеуді қамтамасыз етіп, әлемдік нарықтарға жоғары сапалы дайын өнімді шығаруымыз қажет екенін айқындап берді [1].

2017 жылдың қорытындысы бойынша Алматы облысында ауыл шаруашылығының жалпы өнім көлемі 647,6 млрд. теңгені, нақты көлем индексі 103,3 % құрады, - деп хабарлайды Алматы облысы әкімінің баспасөз қызметі облыстық экономика және бюджеттік жоспарлау басқармасының мәліметіне сүйеніп. Сәйкесінше, ауыл шаруашылығының жалпы өнім көлемін 1-ші кестеден көре аламыз.

1-ші кесте. 2017 жылғы Алматы облысы ауыл шаруашылығының жалпы өнім көлемі

Өнім атауы	Өнім көлемі	2016 жыл-н салыстырғандағы өсім (%)	Өнім атауы	Өнім көлемі (мың бас)	2016 жыл-н салыстырғандағы өсім (%)
Союға жіберілген мал мен құс	352,4 мың тонна (тірі салмағы)	107,6	Ірі қара мал	965,5	104,0
Сүт	719 мың тонна	103,8	Қой-ешкі	3 408,1	102,3
Жұмыртқа	1 081,8 млн. дана	101,3	Жылқы	295, 7	103,4
Жүн	8,3 мың тонна	101,9	Құс	9 274,5	103,8
2017 жылғы Алматы облысы егін шаруашылығының жалпы өнім көлемі					
Өнім атауы	Өнім көлемі (мың тонна)		Өнім атауы	Өнім көлемі (мың тонна)	
Дәндік жүгері	521,9		Майлы дақылдар	303,2	
Күріш	48,9		Картоп	723,2	

Қант қызылшасы	333,9	Көкөніс	957
Жеміс-жидектер	105,1	Жүзім	21,8
Дереккөз: Алматы облысы әкімдігінің ресми сайты http://www.zhetysu.gov.kz мәліметтерінен авторлармен құрастырылған [2].			

Ауыл шаруашылығы дақылдары жиын-терінінің қорытындысы бойынша 774,3 мың тонна дәнді дақылдар жиналған.

Өнеркәсіпте 4,8 процент өсіммен 554 млрд. теңгенің өнімі өндірілді.

Оның 83 проценті өңдеу секторына тиесілі, біздің экономикамыздың басқа өңірлерден айырмашылығы да стратегиялық шикізатқа тікелей тәуелді еместігімізде.

Өнеркәсіптің негізгі үлесін ауылшаруашылық өнімдерін өңдеу құрайды.

Тағам өнімін өндіру (5%), құрылыс материалдары (11%), фармацевтика өнімін өндіру артты (2 есе).

Облыста барлығы 100 ірі және орта өндірістік кәсіпорын бар, оның 15-і өндіріс көлемінің 47%-ын қамтамасыз ететін жүйекұраушы кәсіпорындар.

33 кәсіпорын 35 млрд.теңгеге балық, сүт, темекі, кондитер өнімдерін, аккумулятор батареяларын, құрылыс материалдарын, фармацевтикалық өнімдерді экспорттады. Өңдеуші өнеркәсіп әлі де болса, инвестициялық салынымдарды, инновациялық дамуды қажет етеді.

Зерттеудің өзектілігі: Облыстың ауыл шаруашылығын инвестициялауда мемлекеттік реттеу қандай орын алады. Ауыл шаруашылығы өнімдерін өңдеуге инвестиция тартуды мемлекет қай органдар арқылы жүзеге асырады, неге сүйенеді, нәтижесі өңір дамуына қалай әсер етеді. Ауыл шаруашылығын инвестициялауды мемлекеттік реттеуді, мемлекеттік реттеудің жанама түріне жатқызамыз. Себебі, әукілетті мекемелердің жұмысы жеке сектордың (инвесторлар) инвестициясын осы салаға бағыттау, ұйымдастыру, құйылған қаржы-қаражаттың нақты бір бөлігін өтеу және т.б. арқылы жүзеге асырылады. Механизм жұмысында ауыл шаруашылығын инвестициялауға бағытталған Даму бағдарламалары және стратегиялары басшылыққа алынады. Бүгінгі күні Алматы облысының ауыл шаруашылығын инвестициялауды мемлекеттік реттеуді жүзеге асыратын уәкілетті мекемелер келесілер:

- Министрліктер, республикалық ведомствалар.
- Ұлттық компаниялар.
- Ауыл шаруашылық басқармасы.
- Кәсіпкерлік басқармасы.
- Энергетика және ТҮКІШ басқармасы.
- Инвестор Инвесторларға қызмет көрсету орталығы (ИҚКО).
- Инвесторлармен қарым-қатынас жасайтын органдар.

Зерттеу барысында, аталған мекемелер инвестормен шаруашылық субъектісі арасында байланыстырушы қызмет атқаратынымен таныстық. Олар ауыл шаруашылығын инвестициялауды мемлекеттік реттеу шеңберінде: Облыстың ауылшаруашылығы тауар өндірушілерін бюджеттік субсидиямен қамтамасыз ету мақсатында жыл сайын субсидия алушылардың санын арттыру үшін

агроөнеркәсіптік кешені бойынша туындайтын мәселелерді насихаттап, іс жүзіне асыру үшін кеңестер өткізеді.

ҚР 2013-2020 жылдары агроөнеркәсіптік кешенін дамытуға арналған «Агробизнес-2020» бағдарламасын іс жүзіне асыруға бағытталған мастер-планын орындауды үнемі бақылауда ұстап, ұйымдастыру жұмыстарын жүргізеді.

Индустриалды-инновациалдық бағдарламаны жүзеге асыру үшін, инвестициялық жобалар дайындап, олардың қаржыландырылуын, жаңа жұмыс орындарының ашылуын бақылауда ұстайды.

Үкіметтің 2014 жылдың 13 мамырындағы №486 Қаулысындағы «Ауылшаруашылығы өнімдерін сатып алып оны терең өңдеуде қайта өңдеу кәсіпорындарының жұмсаған шығындарын субсидиялау қағидаларының», орындалуын бақылауда ұстайды.

ҚР Үкіметінің 2014 жылғы 29 сәуірдегі №421 Қаулысындағы «Агроөнеркәсіптік кешен субъектісі инвестициялық салынымдар кезінде жұмсаған шығыстардың бір бөлігінің орнын толтыру бойынша субсидиялау қағидаларының» орындалуын басты назарға алады.

ҚР Үкіметінің 2015 жылғы 15 мамырындағы №900 Қаулысындағы «Агроөнеркәсіп кешен субъектілерінің қарыздарын кепілдендіру мен сақтандыру шеңберінде субсидиялау» жұмыстарын жүргізеді.

ҚР Ауыл шаруашылығы министрінің 2015 жылғы 7 тамызындағы №9-3/726 бұйрығымен бекітілген «Инвестициялық салымдар кезінде агроөнеркәсіптік кешен субъектісі шеккен шығыстардың бір бөлігін өтеу бойынша субсидиялау қағидаларын» жүзеге асырады.

Өңдеу кәсіпорындарының басшыларын халықаралық талапқа сай сапа сертификатын алу үшін шыққан шығындарының 50 пайызын өтеу туралы Ережелермен таныстырып және оны орындау жұмысын ұйымдастырады. Қайта өңдеуші кәсіпорындардың өндірістік қуатының жүктемесін арттыру мақсатында шикізат дайындайтын аймақтарда шаруа қожалықтарынан, жеткілікті көлемде шикізат дайындауға арналған пункттер ашуға көмектесіп, бар қуаттарды модернизациялау және жаңарту шараларын іске асырады [3].

Зерттеу нәтижесінде, ауыл шаруашылығын инвестициялауды мемлекеттік реттеу бағытындағы құзыретті органдар жұмысы кәсіпкерлікті қолдауға бағытталғанын аңғардық. Бұл мемлекетіміздің отандық және шетелдік инвесторға қолайлы жағдай жасау саясатын ұстап отырғанын көрсетеді.

Ол үшін баламалы рыноктың институттар жүйесі құрылған. Баламалы рыноктың институттары – уәкілетті органның шаруашылық қызметіне қосымша реттеушілік енгізу немесе мемлекеттік реттеудің тиімділігін арттыру, әкімшілік тарапынан қойылатып кедергілерді жою, тіркеу жүйелерін және де ауыл шаруашылығындағы жеке кәсіпкердің қызметтерін бақылауды ықшамдау, тауар өндірушілер үшін қолайлы экономикалық жағдайлар туғызу қызметтерін атқарады. Облыстағы ауыл шаруашылығын инвестициялау қызметін өз құзыреті шегінде жүзеге асыратын баламалы институттарға:

- ✓ Ұлттық компаниялар: «ҚазАгро» Холдингі» АҚ, оған еншілес:
- ✓ «Ауыл шаруашылығын қаржылай қолдау қоры» АҚ,
- ✓ «Азық-түлік келісімшарт корпорациясы» ҰК» АҚ,

- ✓ «ҚазАгроӨнім» АҚ,
- ✓ «Қазагромаркетинг» ЖШС,
- ✓ «Аграрлық несие корпорациясы» АҚ филиалдары;
- ✓ «Жетісу» ӘКК» ҰК» АҚ;
- ✓ «Қорғас-Шығыс қақпасы» АЭА, «Қорғас» ХШҰО болып табылады.

Бүгінгі күні бұл институттар ауылшаруашылығы субъектілеріне қаржы бөліп, еліміздегі аграрлық сектордың дамуына елеулі үлес қосып отыр. Саланың ауа райына қатысты тәуекелдері көп болуына орай, аталған институттар шаруашылық субъектілеріне кепілдік беру арқылы да қызмет көрсетеді.

2-ші кесте. Ауылшаруашылығын қаржыландыруға бағытталған бағдарламалар.

№	Атауы	Бағдарлама бағыты
1.	«Игілік»	ІҚМ, ҰММ, жылқы, басқа да ауылшаруашылық мал мен құстың басын көбейту, бал араларын ұстау
2.	«Береке»	ауылшаруашылық өнім алу үшін ауылшаруашылық мал мен құсты бордақылау
3.	«Егінжай»	көктемгі-егістік және жиын-терім жұмыстарды жүргізу үшін айналымдық қаржыны толықтыру үшін АӨК субъектілерін несиелеу
4.	«Кәсіпкер»	ауылшаруашылық емес және ауылшаруашылық бизнес түрлерін ұйымдастыру және кеңейту (Игілік, Береке, Егінжай, Ынтымақ бағдарламаларында қарастырылған мақсатты бағыттарды қоспағанда)
5.	«Ынтымақ»	сервистік-дайындау және қайта өңдеу ұйымдарын құру және дамыту
6.	«Ырыс»	сүтті-тауарлы фермаларды құру және кеңейту
7.	«Қолдау»	бизнесті қолдау және дамыту, мақсатты топқа кіретін тұлғалардың экономикалық белсенділігін қамтамасыз ету
Дереккөз: «Ауыл шаруашылығын қаржылай қолдау қоры» АҚ ресми сайты [4].		

Бағдарламаларды іске асыру барысында, баламалы институттармен ауыл шаруашылығы тауар өндірушілеріне, қайта өңдеу кәсіпорындарына өндірілген тауарларын өткізуге, экспорт-импорт операцияларын жүргізуге, келісім шарттар жасауды ұйымдастыру-методикалық көмектер көрсетіледі.

Сонымен қатар: ауыл шаруашылығы өнімдерін өңдейтін нысандар салу үшін инвестиция тарту және олардың жұмыстарының жүруі үшін жеңілдетілген несие беру туралы бағдарламамен шұғылданады. Ауыл шаруашылығын инвестициялауды мемлекеттік реттеу құзыретті мемлекеттік органдармен баламалы институттар арқылы жүзеге асырылады. Құжаттарды рәсімдеу, инвесторға саланың тиімді бағытын нұсқау, белгілі бір шығындар ретін өтеу, экспорт өнімдерін рәсімдеуге ықпал ету сынды қызмет түрлерін көрсетеді. Облыстың локомотив саласы ауыл шаруашылығы болғандықтан, аграрлық өндіріске инвестиция тарту бүгінгі күні басты назарда. Саланы қарқынды дамыту арқылы Алматы облысының аграрлық өндірісі брендтік үлгіге айналады деген ойдамыз.

Дереккөздер тізімі

1. www.akorda.kz ҚР Президентінің ресми сайты;
2. www.zhetysu.gov.kz Алматы облысы әкімдігінің ресми сайты;

3. ush.zhetisu.gov.kz Алматы облыстық Ауыл шаруашылығы басқармасының ресми сайты;
4. www.kazagro.kz «Ауыл шаруашылығын қаржылай қолдау қоры» АҚ ресми сайты.

Аннотация

Ауыл шаруашылығы Алматы облысы халқының жұмыспен қамтылған ең ірі секторы болып табылады. ҚР Президенті Н.Ә.Назарбаевтың биылғы Жолдауында үшінші «Ақылды технологиялар» – агроөнеркәсіп кешенін қарқынды дамыту мүмкіндігі бөлімі ауыл шаруашылығы субъектілеріне өрлеудің жаңа қарқынын сыйлады. Осы саланы одан әрі дамыту мақсатында ауыл шаруашылығы жекелеген салаларының инвестициялық тартымдылығын арттыру қажет.

Аннотация

В настоящее время агропромышленный сектор Алматинской области стабильно развивается. Поскольку наш регион является аграрным, то и в этом направлении проводится систематическая работа по внедрению новых технологий за счет инвестиций. На сегодняшний день стоят важнейшие задачи - это освоение аграрного сектора региона и внедрение инноваций.

Summary

The article is devoted to the status and problems of agribusiness investment and the search for solutions to improve the investment attractiveness of Kazakhstan and the Almaty Region particular. The article is dedicated to the analysis of the agriculture investment potential. The analysis is based on the factorial approach that allows to consider the interaction of different types of conditions, as well as specifics of agricultural sector.

Сулейменова Г.С.

ТОО «Корпорация Казахмыс», магистр

МИРОВОЕ ПРОИЗВОДСТВО МЕДИ

Минерально-сырьевой комплекс представляет собой один из основных элементов системы мировой экономики и обеспечивает в частности, около 25-27% объема мировой торговли [1, с. 3]. На сегодняшний день рентабельность переработки медных руд и спрос на медь на мировом рынке выше, чем на свинец и цинк. Медь является крупной статьей международной торговли. Примерно 40% производимого в развитых странах мира рафинированного металла поступает на внешние рынки [2, с. 161].

Добыча и производство рафинированной меди в мире резко увеличивалось за последние годы. Это связано с увеличением спроса на металл.

Чили – лидер по добыче меди в мире. В Чили добывают 40% меди от мировых показателей. В Чили действует свыше 30 медедобывающих предприятий общей годовой мощностью 4258 тыс. тонн рудничной меди, принадлежащих национальной компании «CODELCO». «CODELCO» является крупнейшей

горнодобывающей компанией в мире, контролирует 20% мировых запасов меди и обеспечивает 12,6 мирового производства.

Медная промышленность является основой экономики Чили. В стране ускоренными темпами вводятся в эксплуатацию мощности по переработке медных концентратов в рафинированный металл. Медь из Чили поставляется в десятки стран мира, основными контрагентами являются КНР (более 40% всей чилийской меди), Южная Корея, Италия и США. Среди прочих покупателей чилийского металла и концентратов выделяются крупные страны Европы (Франция, Германия) и Азии (Япония).

В больших количествах медь добывается также в Австралии, Канаде, Перу, России и Китае.

Очень много медных руд находят на африканском континенте. В Центральной Африке расположен некий медный пояс. Самые крупные рудоносные запасы меди находятся на территории Замбии, Заира, а также лидерство в добывании меди держит Республика Конго и Южно-Африканская Республика.

Мировой рынок меди в начале XX века предлагал всего лишь 495 тыс. тонн меди. Уже практически через 100 лет добывали 11 526 тыс. тонн, к 2015 году добыча меди достигла 22 848 тыс. тонн. Таким образом, за 60 лет, начиная с 1900 года, добыча металла на мировом уровне поднималась на 3,2% ежегодно, за 10 лет с 1960 года ежегодный мировой рост добычи составил 3,4%, в 70-е годы – вырос на 2,4%, в 80-е годы – поднялся на 2,2%, в 90-е годы – вырос на 3,1%, с начала XXI века – на 2,3%.

В настоящее время в числе основных потребителей рафинированной меди преобладают промышленно развитые и развивающиеся страны Азии (КНР, Индия, Южная Корея, Япония, Тайвань, Таиланд), страны ЕС (Германия, Италия, Франция и др.), а также – США [3, с. 230]. Хусаинов

В КНР переработка медной руды ведется на 35 медеплавильных заводах общей мощностью 1290 тыс. тонн. Лишь пять китайских предприятий имеют мощность 100-200 тыс. тонн меди в год. Мощности тринадцати заводов колеблются в пределах 10-100 тыс. тонн, остальные являются мелкими полукустарными производствами.

Структура мирового металлургического производства меди существенно отличается от структуры добычи сырья. На долю Чили, Японии, США и КНР приходится почти половина мировой выплавки черновой и рафинированной меди. В число крупнейших продуцентов входят также Канада, Польша, Казахстан, Южная Корея, Перу, Россия, Мексика, Австралия, Испания и Германия. Основными производителями вторичной меди являются Германия (22,4% мирового выпуска), КНР (17,4%), США (12,8%), Бельгия (9,9%) и Япония (6,7%).

Медь обладает превосходной тепло- и электропроводностью, что делает данный металл незаменимым для использования в строительстве и электротехнике. В строительстве медь используется в форме кабелей, в нагревательных приборах и вентиляции и других изделиях. Она также широко используется в печатных платах телефонов, компьютеров и других устройств.

Медь – важная составляющая в двигателях, радиаторах, соединителях, тормозах и других комплектующих, используемых в легковых автомобилях и грузовиках. Средний автомобиль содержит 1,5 километра медного провода, а общая масса медных деталей составляет от 20 килограммов в маленьких автомобилях до 45 килограмм в роскошных и гибридных автомобилях.

В связи с высокой механической прочностью и пригодностью для механической обработки, медные бесшовные трубы круглого сечения получили широкое применение для транспортировки жидкостей и газов: во внутренних системах водоснабжения, отопления, газоснабжения, системах кондиционирования и холодильных агрегатах. В ряде стран трубы из меди являются основным материалом, применяемым для этих целей: во Франции, Великобритании и Австралии для газоснабжения зданий, в Великобритании, США, Швеции и Гонконге для водоснабжения, в Великобритании и Швеции для отопления.

В ювелирном деле часто используются сплавы меди с золотом для увеличения прочности изделий к деформациям и истиранию, так как чистое золото – очень мягкий металл и нестойко к этим механическим воздействиям.

У меди также есть превосходные антимикробиологические свойства, которые делают ее подходящей для контроля бактерий. Поэтому металл используется в химической промышленности для производства средств защиты растений и борьбы с болезнями в сельском хозяйстве [4, с. 4].

Казахстан является страной, обладающей богатыми ресурсами, с развивающейся добывающей промышленностью и экспортирующее сырье. Metallургическая отрасль Казахстана по показателям деятельности и стратегическим планам, по выпуску многих видов продукции относится к числу мировых лидеров [5, с. 134]. По запасам меди Казахстан занимает 5-е место в мире [6, с. 22].

В настоящее время отечественная медная индустрия представлена Корпорация «Казахмыс». Медный гигант нового типа был создан в 1997 году. Корпорация «Казахмыс» объединила предприятия медной отрасли, расположенные в различных регионах Казахстана. В ее состав вошли также при мощные теплоэлектростанции, угольные разрезы Карагандинской области. В результате Корпорация «Казахмыс» стала крупнейшим производителем меди не только в Казахстане, но и в странах СНГ, и по объему производства вошла в первую десятку компаний мира [2, с. 163].

Сегодня «Казахмыс» стал мировым лидером по производству рафинированной меди.

«Казахмыс» продолжает реализацию широкомасштабной программы по импортозамещению и сохраняет позиции лидера в отечественной промышленности по развитию казахстанского содержания.

Металлургия Казахстана характеризуется наличием богатой минерально-сырьевой базы, имеющий значительный потенциал не только в рамках страны, но и в мировом масштабе.

Список источников:

1. Певзнер М.Е. О некоторых задачах горной науки на современном этапе ее развития // 1993. №1. С. 91-93
2. Каренов Р.С. Минерально-сырьевой комплекс Казахстана в условиях рыночной экономики. Алматы, РИО ВАК РК, 2000. – 294 стр.
3. Хусаинов Б.Д. Международная миграция капитала и развитие национальных экономик / Ответственный редактор академик А.К. Кошанов: Монография – Алматы: Экономика, 2005. – 304 с.
4. Инвестиции в развитие. «Казакмыс». – Лондон, 2011. – 216 стр.
5. Кошанов А.К. Индустриально-инновационная стратегия и экономический рост. – Алматы: «Қазығұрт» баспасы, 2012. – 384 стр.
6. Новый Казахстан в меняющемся мире: стратегия экономической трансформации и путь к лидерству / Под. ред. О. Сабдена. – Алматы: «Қазак энциклопедиясы», 2011. – 288 стр.

Аннотация

Қазіргі кезде тау-кен металлургия кешені негізгі өнеркәсіп салалардың бірі болып табылады. Мыс – ішкі және сыртқы нарықтардағы ең тұрақты сұранысқа ие. Бұл мақалада әлемдегі мысты тұтыну тарихын қарастырады және мыс бәсекелестігінің деңгейін арттыратын факторларды анықтайды. Сондай-ақ, мақалада Қазақстандағы металлургия өнеркәсібінің жағдайы қарастырылған.

Түйінді сөздер: Тау-кен металлургиялық кешен, мыс, мыс өнеркәсібі, әлемдік мыс нарығы, «Қазакмыс» корпорациясы.

Аннотация

В настоящее время горно-металлургический комплекс является одной из базовых отраслей промышленности. Наиболее устойчивым спросом на внутреннем и внешнем рынках пользуется медь. В данной статье рассматривается история мирового потребления меди и определены факторы, повышающий уровень конкурентоспособности меди. Рассмотрено состояние металлургической отрасли Казахстана.

Ключевые слова: Горно-металлургический комплекс, медь, медная индустрия, мировой рынок меди, Корпорация «Казакмыс».

Summary

At present, the mining and metallurgical complex is one of the basic industries. Copper is the most stable demand in the domestic and foreign markets. This article examines the history of world copper consumption, identifies factors that increase the level of copper competitiveness. The state of the metallurgical industry in Kazakhstan is considered.

Keywords: Mining and metallurgical complex, copper, copper industry, world copper market, Corporation Kazakhmys.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ КАК АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ ПОДХОД В АНАЛИЗЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

К концу XX века в корпорации SternStewart был разработан показатель EVA (Economic Value Added – экономическая добавленная стоимость). Он довольно быстро завоевал популярность среди ведущих компаний мира, включая такие компании, как TheCoca-ColaCompany, EliLillyandCompany, Bausch&Lomb, Matsushita, Briggs&Stratton и HermanMiller. При этом предприятие рассматривается как некий проект с первоначальным капиталом, который имеет определенную стоимость. Именно разница между доходностью предприятия и стоимостью капитала и есть EVA.

Другими словами, экономическая добавленная стоимость (EVA) представляет собой прибыль предприятия за вычетом налогов, уменьшенную на величину платы за весь инвестированный в предприятие капитал.

Показатель используется в качестве оценки эффективности деятельности предприятия с позиции его собственников, которые считают, что деятельность предприятия имеет для них положительный результат в случае, большой прибыли, в сравнении с доходностью альтернативных вложений. Этим объясняется тот факт, что при расчете экономической добавленной стоимости из суммы прибыли вычитается не только плата за пользование заемными средствами, но и собственным капиталом. Из вышесказанного следует, что подобный подход в большей степени является экономическим, нежели бухгалтерским. Но тем не менее данный показатель рассматривается на стыке экономики и бухгалтерского учета, т.к. определяется по данным финансовой отчетности компании.

Первый способ расчета. Наиболее распространенный вариант формулы для расчета экономической добавленной стоимости (EVA) выглядит следующим образом (1):

$$EVA = \text{NOPAT} - K * \text{WACC}, (1)$$

где NOPAT - чистая операционная прибыль после налогообложения;

K – капитал предприятия;

WACC – средневзвешенная стоимость капитала.

Для того, чтобы рассчитать показатель EVA необходимо определить чистую операционную прибыль после налогообложения (NOPAT):

$$\text{NOPAT} = \text{EBIT} * (1 - T), (2)$$

где EBIT – величина дохода до уплаты налогов и процентов;

T – ставка налогообложения дохода.

Для определения показателя EVA требует знать средневзвешенную стоимость капитала (WACC). Средневзвешенную цену капитала можно рассчитать по следующей формуле:

$$WACC = K_s * W_s + K_d * W_d, (3)$$

где K_s - стоимость собственного капитала;

W_s - доля собственного капитала;

K_d - стоимость заемного капитала;

W_d - доля заемного капитала.

Второй способ расчета. Также EVA рассчитывается следующим образом (4):

$$EVA = K * (ROIC - WACC), (4)$$

где ROIC – рентабельность инвестированного капитала.

Одну из основополагающих ролей при расчете показателя EVA играют структура источников финансовых ресурсов предприятия и цена источников. EVA дает точный ответ на вопрос инвесторов предприятия: какой вид финансирования (собственное или заемное) и какой размер капитала необходим для получения определенного значения прибыли. В некоторой степени EVA предопределяет линию поведения собственников предприятия, направляя капиталы инвесторов в предприятие или наоборот, способствуя оттоку их на предприятия, позволяющие обеспечить более высокие показатели доходности.

Сущность EVA проявляется в том, что этот показатель отражает прибавление стоимости к рыночной стоимости предприятия и оценку эффективности деятельности предприятия через определение того, как это предприятие оценивается рынком.

Рыночная стоимость предприятия

= чистые активы

(5)

+ EVA будущих периодов, приведенная к настоящему моменту времени

Рыночная стоимость предприятия (5) может превышать или быть меньше балансовой стоимости чистых активов в зависимости от будущих прибылей предприятия. Значение EVA определяет поведение собственников предприятия по отношению к инвестированию в данное предприятие.

Рассмотрим следующие три варианта взаимоотношений значения показателя EVA с поведением собственников (см.табл.1).

Таблица 1.

Варианты взаимоотношений значения показателя EVA с поведением собственников

Значение EVA	Поведение собственников
EVA= 0 (WACC= ROI)	Рыночный выигрыш собственника при вложении в данное предприятие равен нулю, поэтому он равно выигрывает, продолжая операции в данном предприятии или вкладывая средства в банковские депозиты.
EVA>0	Прирост рыночной стоимости предприятия над балансовой стоимостью

	чистых активов, что стимулирует собственников к дальнейшему вложению средств в предприятие.
EVA < 0	В этом случае собственники теряют вложенный в предприятие капитал за счет потери альтернативной доходности.

Примечание – Составлена авторами по данным источников [1; 2].

Показатель EVA отражает различные категории деятельности предприятия. На рисунке схематично показана взаимосвязь между EVA и другими характеристиками предприятия.



Рисунок. Взаимосвязь показателя EVA с другими характеристиками предприятия
Примечание – Составлен авторами по данным источников [1; 2].

Пользователями данного критерия являются акционеры, топ менеджеры, инвесторы, которые оценивают изменение EVA, как интегрального критерия экономической привлекательности и эффективности развития предприятия.

Таблица 2.

Пользователи показателя экономическая добавленная стоимость

Пользователи	Цели использования
Акционеры	Оценка экономической добавленной стоимости, анализ основных факторов формирования ее, повышение своей привлекательности для инвесторов.
Топ менеджеры	Оценка экономической добавленной стоимости предприятия и разработка управленческих задач, регламентов, планов и нормативов для повышения данного показателя.
Стратегические инвесторы	Оценка эффективности использования предприятием своего капитала, осуществление слияния и поглощения перспективных компаний.

Примечание – Составлена авторами по данным источников [1; 2].

Из зависимости между рыночной стоимостью предприятия и значениями EVA вытекает то, что предприятие должно планировать будущие значения EVA для направления действий собственников по инвестированию своих средств.

Ожидание будущих значений EVA оказывает существенное влияние на рост цены акций предприятия. Если ожидания противоречивы, будет колебаться цена акций, и в краткосрочном плане невозможно будет провести четкую зависимость

между значениями EVA и ценой акций предприятия. Поэтому задача планирования прибыли, а вместе с ней планирования структуры и цены капитала является первоочередной задачей менеджмента предприятия.

Обозначенные пути повышения EVA реализуются в конкретных проводимых предприятиями мероприятиях. Если показатель EVA выбран предприятием в качестве критерия оценки эффективности своей деятельности, то задача состоит в том, чтобы повысить значение этого критерия.

Далее был рассчитан показатель EVA акционерного общества «Усть-Каменогорская птицефабрика», которое является крупнейшим в Казахстане предприятием по производству мяса птицы. Данная компания создана в 1976 году. Ее доля на рынке составляет более 24 процентов. Вся продукция птицефабрики соответствует международным стандартам. Система менеджмента качества предприятия сертифицирована по стандартам ИСО 9001 и ИСО 22000[3; 4].

Таблица 3.

Показатель EVAАО «Усть-Каменогорская птицефабрика» в период 2014-2016 гг.

№	Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.
1	Совокупный доход, тыс. тенге	4 696 309	5 734 772	3 939 122
2	Рыночная стоимость предприятия	10 825 410	7 660 544	10 490 949
3	EVA (первый способ)	-744 737	116 451	-450 468
4	EVA (второй способ)	-342 420	1 019 394	-288 664

Примечание – Рассчитана и составлена авторами по данным источников [3; 4].

Как видно из таблицы 3 результаты расчетов показывают, что величина EVAпо итогам 2015 годау АО «Усть-Каменогорская птицефабрика» положительна. Это свидетельствует о приросте рыночной стоимости предприятия над балансовой стоимостью чистых активов, что стимулирует собственников к дальнейшему вложению средств в предприятие. Однако в 2014 и 2016 годах данный показатель значительно уменьшился и составил отрицательное значение. Если быть точнее, то в 2014 и 2016 годах компания получила экономический убыток, а ее фактическая доходность оказалась ниже требуемой. Это произошло вследствие существенного снижения величины прибыли. Отрицательная величина экономической добавленной стоимости компании по итогам 2014 и 2016 годов говорит о необходимости поиска наиболее рационального варианта финансирования бизнеса.

Рекомендации.

1. Необходимо увеличить прибыль при использовании прежнего объема капитала;
2. Необходимо уменьшить объем используемого капитала при сохранении прибыли на прежнем уровне;
3. Необходимо уменьшить расходы на привлечение капитала.

Выводыи заключение.

В целом, подводя итог, можно обозначить роль, которую играет показатель экономической добавленной стоимости в оценке эффективности деятельности предприятия:

- EVA - это также инструмент, показывающий руководителям предприятия, каким образом они могут повлиять на прибыльность;
- EVA отражает альтернативный подход к концепции прибыльности (переход от расчета рентабельности инвестированного капитала (ROI), измеряемой в процентном выражении, к расчету экономической добавленной стоимости (EVA), измеряемой в денежном выражении);
- EVA выступает инструментом мотивации менеджеров предприятия.

Итак, чем более профессиональным является руководство предприятия, тем выше значения показателя EVA, при прочих равных условиях, и выше точность планирования. Именно этим объясняется тот факт, что на крупных западных предприятиях значения EVA выступают основой премий менеджеров, которые становятся более заинтересованными в росте прибыльности предприятия и росте EVA. В этой связи EVA выступает основой мотивации.

Таким образом, использование показателя EVA в менеджменте компании, а также в системе управленческого учета, будет способствовать повышению качества оценки эффективности деятельности отечественных предприятий.

Список источников:

1. Сапарова, Б. С. Финансовый менеджмент [Financialmanagement]: учебник / Б. С. Сапарова. - Доп. и перераб. изд. - Алматы: Экономика, 2015. - 462 с.
2. Ефимова О.В. Финансовый анализ - современный инструмент обоснования экономических решений / О.В. Ефимова. - М.: Омега-Л, 2010.
3. Официальный сайт Казахстанской Фондовой биржи //www.kase.kz.
4. Официальный сайт АО «Aitas KZ», управляющего группой компаний, в т.ч. АО «Усть-Каменогорская Птицефабрика» //aitas.kz/founder.html .

Аннотация

В данной работе рассматривается показатель EVA (Economic Value Added), который западными компаниями используется как более совершенный инструмент измерения эффективности деятельности, нежели чистая прибыль. В работе представлены результаты проведенного анализа экономической добавленной стоимости АО «Усть-Каменогорская птицефабрика» в двух вариантах расчета. На основе полученных результатов сделаны выводы и даны рекомендации.

Аннотация

Бұл мақалада жұмыс нәтижелерінің тиімділігін бағалау үшін шет елдік компаниялар қолданатын Economic Value Added (EVA) көрсеткіші қарастырылған. Жұмыста «Өскемен құс фабрикасы» акционерлік қоғамының экономикалық қосымша құны негізі амалмен есептелген нәтижелері ұсынылған. Сол көрсеткіштерге қарап отырып ұсыныс пен тұжырым берілді.

Summary

The article deals with an indicator Economic Value Added, which is used by foreign international companies as an integral criterion for measurement of performance efficiency than net profit. The paper presents result by two variants of calculations and

analysis of economic added value of JSC«Ust-Kamenogorsk Poultry Factory» (East Kazakhstan region). On the basis of the results, there were made conclusions and recommendations.

АО «Университет Нархоз»
Танжарикова А.Ж, ст.преподаватель
Тыныш А.А., студент 3 курса

ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ ДЮПОН ПРИ ПРИНЯТИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Модель Дюпона (англ. The DuPont System of Analysis) –метод финансово-экономического анализа через оценку ключевых факторов, определяющих рентабельность предприятия. Данный метод был впервые использован компанией «DuPont» в начале 20-го века и представляет собой факторный анализ, то есть выделение основных факторов, влияющих на эффективность деятельности предприятия.

Целью экономического анализа, проводимого компанией, является поиск путей максимизации прибыльности вложенного капитала для собственников и акционеров. Прибыльность предприятия и рост ее стоимости для акционеров отражается коэффициентами рентабельности. Фирмой «DuPont» был предложен простой способ управления рентабельностью через разложение коэффициента рентабельности на факторы, отражающие различные аспекты деятельности предприятия.

Система или модель анализа корпорации Дюпон является согласованной методикой анализа способности предприятия эффективно генерировать прибыль (см.рис.1), реинвестировать ее, наращивать обороты.

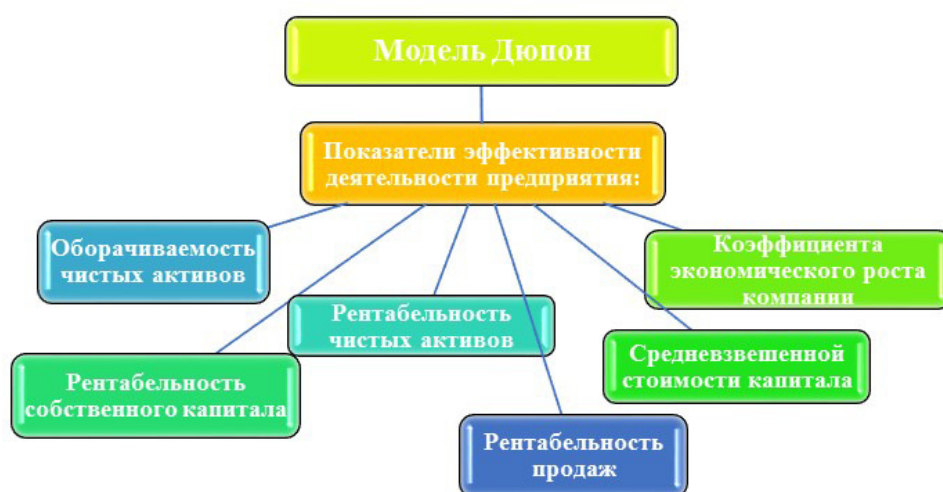


Рисунок 1. Показатели эффективности деятельности предприятия
Примечание – Составлена авторами по данным источников [1; 2; 3].

Сутью данной модели является разделения этих показателей на факторы и их составляющие. Это дает возможность определить взаимосвязь между показателями и их причины изменения. Анализ динамики финансового состояния

предприятия может проводиться в сопоставимых ценах с учетом индексов инфляции.

Модель Дюпона дает возможность определить изменение рентабельности под влиянием других факторов, то есть произвести факторный анализ рентабельности.

Показатели рентабельности находятся под воздействием различных факторов. Оценить степень их влияния позволяет, соответственно, факторный показатель рентабельности предприятия.

Под моделью Дюпона понимают алгоритм финансового анализа рентабельности активов компании, в соответствии с которым коэффициент рентабельности используемых активов представляет собой произведения коэффициента рентабельности реализации продукции и коэффициента оборачиваемости используемых активов.

Модель Дюпон разработана американскими экспертами, которые в финансовом анализе придерживаются так называемой американской школы. Данная школа не делает большого различия между беспроцентными кредитными средствами (текущие обязательства за вычетом краткосрочных кредитов банков) и обязательствами, которые стоят предприятию дополнительных выплат денег в виде процентов. Таким образом, в традиционном подходе отсутствуют краткосрочные кредиты в чистых активах.

Существуют три основных модели Дюпона, которые зависят от количества факторов, используемых при анализе ROE (рентабельность собственного капитала)[1; 2; 3].

Двухфакторная модель Дюпона. Модель представляет собой влияние двух факторов на рентабельность активов (ROA) и влияния трех факторов на рентабельность собственного капитала (ROE). Таким образом, модель позволяет оценить вклад системы продаж предприятия и степени интенсивности использования активов в формирование рентабельности компании:

$$ROA = ROS * K_o(1)$$

где, ROA – рентабельность активов;

ROS – коэффициент рентабельности продаж;

K_o – коэффициент оборачиваемости активов.

$$ROE = (ЧП/В) * (В/А_{cp}) \quad (2)$$

где, ROE – рентабельность собственного капитала;

ЧП – чистая прибыль;

В – выручка;

A_{cp} – средняя величина активов.

$$ROE = ROA * DFL \quad (3)$$

где, ROE – рентабельность собственного капитала;

ROA – рентабельность активов;

DFL – коэффициент финансового рычага.

Рентабельность активов отражает взаимосвязь между показателями рентабельности продаж и оборачиваемости активов. Данные формулы позволяют проанализировать изменение рентабельности активов в результате изменения их оборачиваемости и рентабельности продаж.

Трехфакторная модель Дюпона. Суть данной модели заключается в использовании коэффициента рентабельности собственного капитала (ROE), как интегрального показателя эффективности деятельности предприятия и представление ее формулы в виде трех факторов. Так формула расчета рентабельности собственного капитала имеет следующий вид:

$$ROE = ROS * K_0 * DFL \quad (4)$$

где, ROE – рентабельность собственного капитала;

ROS – коэффициент рентабельности продаж;

K_0 – коэффициент оборачиваемости активов;

DFL – коэффициент финансового рычага.

$$ROE = (ЧП/В) * (В/А) * (А/СК) \quad (5)$$

где, ROE – рентабельность собственного капитала;

ЧП – чистая прибыль;

В – выручка;

А – активы;

СК – собственный капитал.

Эффективность системы продаж предприятия напрямую определяет рентабельность собственного капитала и инвестиционную привлекательность предприятия. Модель дает возможность оценить также влияние структуры капитала компании на рентабельность собственного капитала. При этом можно заметить, что рентабельность собственного капитала тем выше, чем ниже величина собственного капитала в структуре пассивов компании.

Пятифакторная модель Дюпона. Наиболее полно учитывает факторы, оказывающие влияние на рентабельность собственного капитала уравнение Дюпон состоящее уже из пяти факторов:

$$ROE = ТВ * IB * ROS * K_0 * DFL \quad (6)$$

где, ТВ – коэффициент налогового бремени (Tax Burden);

IB – коэффициент процентного бремени (Interest Burden);

ROS – коэффициент рентабельности продаж;

K_0 – коэффициент оборачиваемости активов;

DFL – коэффициент финансового рычага.

$$ROE = (ЧП/П) * (П/П_{до}) * (П_{до}/В) * (В/А) * (А/СК) \quad (7)$$

где, ROE – рентабельность собственного капитала;

ЧП – чистая прибыль;

П – прибыль до налогообложения;

$П_{до}$ – прибыль до налогообложения и расходов по выплате процентов;

В – выручка;

А – активы;

СК – собственный капитал.

Рентабельность собственного капитала предприятия формируется за счет: налоговой ставки, процентов по заемному капиталу, эффективности продаж, результативности инвестиционной деятельности и финансового риска.

Далее представлены результаты расчетов факторного анализа по модели Дюпона на примере АО «Усть-Каменогорская Птицефабрика», являющегося

специализированным предприятием по производству и переработке мяса бройлеров. Решение о строительстве Компании было принято в соответствии с Распоряжением Совета министров Казахской ССР №600-р от 8 августа 1973 года. Распоряжением Совета министров Казахской ССР №473 от 3 августа 1976 года утвержден ввод производственных мощностей на УКПФ на 1,2 млн мясных цыплят в год. Таким образом, с 3 августа 1976 года Усть-Каменогорская Птицефабрика является действующим предприятием. Компания была создана с целью обеспечения потребностей Казахстана в высококачественных продуктах питания собственного производства. Основные направления деятельности Компании:

1. Выведение цыплят-бройлеров искусственным путем и выращивание бройлеров на мясо.
2. Переработка цыплят-бройлеров на мясо, полуфабрикаты, субпродукты и доведение до готовой продукции.
3. Реализация готовой продукции на территории Республики Казахстан и за ее пределами.
4. Осуществление основной и вспомогательной деятельности и/или сопутствующей деятельности, необходимой для достижения целей[4; 5].

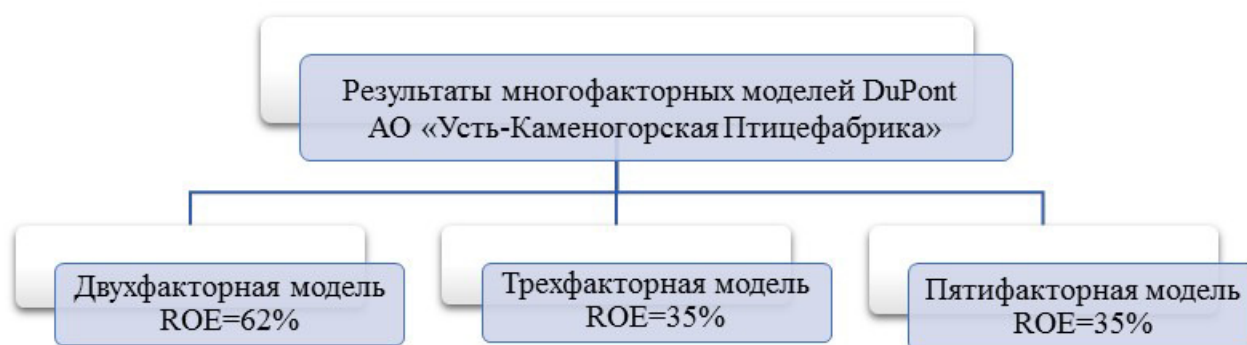


Рисунок 2. Результаты основных моделей Дюпона АО «Усть-Каменогорская Птицефабрика»

Примечание – Рассчитан и составлен авторами по данным источников [4; 5].

Двухфакторная модель позволяет оценить вклад системы продаж предприятия и степени интенсивности использования активов в формирование рентабельности компании. По результатам финансово-экономического анализа видно, что рентабельность активов за 2016 год составляет 62%, что является положительной тенденцией.

Как видно из рисунка 2 результаты трех- и пятифакторной модели DuPont рентабельность собственного капитала составляют 35%, это говорит о том, что эффективность системы продаж предприятия положительна и предприятие инвестиционно-привлекательно. Также с помощью данной модели можно оценить влияние структуры капитала компании на рентабельность собственного капитала.

На взгляд авторов данной работы, расчет по пятифакторной модели Дюпона наиболее полно учитывает факторы, оказывающие влияние на рентабельность собственного капитала АО «Усть-Каменогорская Птицефабрика».

Рекомендации по увеличению собственного капитала:

- провести анализ безубыточности деятельности предприятия и анализ влияния эффекта финансового рычага, позволяющие получить ценную информацию о критическом объеме продаж;
- определить критический объем, снижение величины которого приведет к неэффективности использования кредита, а его увеличение приведет к повышению рентабельности собственного капитала.

Выводы. Исходя из расчетов можно сказать, что многофакторная модель Дюпона является простой в применении, дает необходимую информацию и возможность применения мер для повышения расчетов финансово-экономических показателей, таких как рентабельность чистых активов, экономический рост компании, средневзвешенная стоимость капитала, позволяет определить причины изменения этих показателей. Кроме этого, есть и минусы применения данной модели, так как модель основана на показателях бухгалтерского учета, информация не всегда правильна и при расчетах не включает стоимость капитала.

Заключение. Внедрение и расчет модели Дюпон сможет стать основным конкурентоспособным элементом данного предприятия, так как данная модель помогает выявить факторы, определяющие эффективность функционирования предприятия, оценить степень их влияния и складывающиеся тенденции в их изменении и значимости.

В процессе применения данного метода предоставляется возможность целенаправленно и рационально устранять отрицательные эффекты, а также есть возможность эффективнее распределять ресурсы предприятия.

Список источников:

1. *Сапарова, Б. С. Финансовый менеджмент [Financialmanagement]: учебник / Б. С. Сапарова. - Доп. и перераб. изд. - Алматы : Экономика, 2015. - 462 с.*
2. Сайт «Анализ финансового состояния предприятия» // www.afdanalyse.ru
3. Информационный проект «Финансовый анализ для чайников» // www.finzz.ru
4. Официальный сайт Казахстанской Фондовой биржи // www.kase.kz.
5. Официальный сайт АО «Aitas KZ», управляющего группой компаний, в т.ч. АО «Усть-Каменогорская Птицефабрика» // aitas.kz/founder.html.

Аннотация

В данной статье представлены результаты многофакторного анализа Дюпон акционерного общества «Усть-Каменогорская птицефабрика». Проведен анализ влияния отдельных факторов на рентабельность собственного капитала данной компании. Выявлена необходимость применения данной модели.

Андатпа

Бұл мақалада «Өскемен құс фабрикасы» акционерлік қоғамына Дюпон моделі бойынша көп факторлы талдау ұсынылады. Осы компания капиталының рентабельділігіне әр фактордың әсері талданған. Бұл модельді қолдану қажеттілігі анықталды.

Summary

This article contains multifactorial DuPont analysis of JSC «Ust-Kamenogorsk Poultry Factory» (East Kazakhstan region). The analysis, of the impact of individual factors on the return on equity of this company, is made. The need for the application of this model is identified.

Таракбаева Р.Е.,
т.ғ.к., доцент, «Тұран» университеті

ҚОНАҚЖАЙЛЫЛЫҚ ИНДУСТРИЯСЫНДА ЖОСПАРЛАУ ЕРЕКШЕЛІГІ

Қонақүй кәсіпорынның бизнес-жоспары – кәсіпорын қызметінің сапасын айқындаушы және оны басқарудағы негізгі құралдарының бірі болып табылады. Бизнес-жоспар дегеніміз – бұл құжат, онда кәсіпорынның негізгі жағдайлары талданады және оның кездесетін қиындықтарының шешімдері талқыланады. Бизнес-жоспар арқылы менеджер нарықтық жағдайды бағалайды және кәсіпорынға пайдалы жақтарын таңдайды, кездейсоқ мәселелердің шешімін береді. Бизнес-жоспарды құру кәсіпорынды басқару сапасын жоғарылатып, оның ресурстарын тиімді пайдалануға жол береді. Сондықтан қазіргі нарықтың жағдайында көп қолданатын терминдердің бірі – бизнес-жоспар. Бизнес-жоспар ішкі және сыртқы мақсаттарға байланысты құрылады. Көбінесе, бұл жағдайды біздің елдің кәсіпорындары инвестиция тарту алдында жасайды. Алайда, бұл жұмыстың бір бөлігі ғана, себебі ол тек қана сыртқы мақсатта ғана емес, ішкі мақсатқа орай да құрылады.

Маркетинг саясатында қонақүйдің материалдық мүмкіндігін есептеп, кіріс шығысты жобалап отыратын арнайы ақпараттық құжат – бизнес-жоспар деп аталады.

Бизнес-жоспардың кәсіпкерге беретін мүмкіндіктері:

- өз идеяларын жасап, оның қағаз жүзінде есептеулер жүргізіп, өмір сүру ұзақтылығын тексере алады;
- мұндай қағаздағы вариант ішіндегі идеялар көптеген қате-ліктерден және керегі жоқ шығындардан құтқарып, өз қаражатын және уақытын үнемдеуге көмектеседі;
- кәсіпкерге кәсіпорынның жұмыс істеу механизмін жақсырақ түсіндіріп, нарықтық ортада қателіксіз жұмыс істеуіне көмегін тигізеді;
- бизнес-жоспарды жасап, бітірген кезде ол кәсіпкерге көздеген мақсатына жетуге көмектесетін нақты зерттелген карта немесе схема ретінде қызметін атқарады.

Бизнес-жоспарды жасау барысында көптеген ақпаратты жинау мен өңдеу үшін көп күшті қажет етеді. Ал кейінгі қаржылық жоспарлау оңайырақ түседі, себебі ол уақытылы салымдар, жоспарға өзгертулер мен толықтырулар және нарық жағдайына тез арада әсер етуді ғана талап етеді.

Қонақүй бизнес-жоспар құрылымы мынадай:

1. Резюме (түйіндеме).
2. Қонақүйді дамытудың мақсаты.
3. Қонақүй ісінің бағыттары.
4. Өндіріс сипаттамасы және сұранысты жобалау.
5. Бәсекелестердің өндірістік жағдайы.
6. Қонақүй қонақтарын шақыру.
7. Қаржы жоспары.

Бизнес-жоспар «резюмесінде» нақты, әрі қысқаша қонақүй мүмкіндіктеріне сипаттама беріледі. Резюме инвесторлардың қызығушылығын тудыратын, бизнесте одақтастар табатындай айқын әрі тартымды жазылғаны дұрыс болады [1].

Бизнес-жоспар резюмесінде мына мәселелер қамтылуы тиіс:

Жоба мақсаты. Қандай жобамен шұғылданатыныңызды суреттеңіз. Сіз өз өніміңізбен тұтынушылар сұранысын қалай қанағаттандырасыз. Сіздің өнімізге сұраныс бар ма? Табысқа жету кілтін көрсетіңіз.

1. Қонақүй ісінің бағыты. Қонақүй шығаратын өнім түрі және ол кімдерге арналған екенін көрсету, әсіресе сыртқы нарықта. Осы арқылы қонақүй бағытынан хабардар етесіз. Сапалы өнім шығару үшін қонақүйдің базалық мүмкіндігін де осы тұста қамтисыз.

2. Өндіріс нарығынын талдау және сұранысты жобалау, қысқаша сыртқы өндіріс нарығын суреттеңіз. Негізгі тұтынушыларыңызды нақты анықтаңыз. Қонақ үйдің бір орнының бағасы. Сіздің баға саясатыңыз сондай-ақ ойдағыдай баға мен жоғарғы сапаға қалай қол жеткізетініңізді қысқа әрі нақты сипаттаңыз.

3. Бәсекеге қабілеттілік. Сіздің өніміңіз басқа қонақүй шығарып отырған өнімдерден қандай ерекшелігі бар, тұтынушы сіздің өніміңізді сатып алғанда неден ұтады. Бәсекелестердің осал тұсы. Ол кемшілік сіздің тауарыңызда жоқтығын дәлелдей сипаттама бересіз.

4. Қонақүй тұтынушыларын тарту. Бұл бөлімде сыртқы нарыққа сәйкес өндіріс жүйесін ұйымдастыру принциптерін қарастыру қажет.

Өндірістік жүйе қандай принциптер негізінде ұйымдастырылады. Бұл шараларға қандай ақпараттық және транспорттық қолдау көрсетіледі.

Жобаланытын қаржылық нәтижелер. Қонақүй ісінің экономикалық және қаржылық жақтарын қарастырады[2].

Бизнес-жоспар түзуде жоба мақсаттарын анықтауға мына сауалдар көмектеседі:

1. Қонақүйдің негізгі жалпы мақсаты қандай?
2. Сіздің коммерциялық қонақжайлылық қызметіңіздің негізгі мақсаты қандай?
3. Сіздің жуық 5 жылдағы жоспарыңыз қандай?
4. Келесі жылға қандай жоспарыңыз бар?

Комерциялық мақсатқа жету жолдарын кезең-кезеңге бөліп қарастырып, оған кететін уақытты анықтау қажет. Зерттеушілердің пайымдауынша, ол үшін төмендегі сауалдарды негізге алған жөн.

1. Сіздің жалпы масатыңызға жетуіңізге қандай уақыт аралығындағы нәтижелер көмектеседі?

2. Сіздің жалпы мақсатыңызға жету үшін маңызы және уақыты жағынан нақты қандай шаралар тез арада жүзеге асыру қажет деп ойлайсыз?

3. Қонақүй қызметінің бағыты.

Кәсіпорынның бизнес-жоспары – кәсіпорын қызметінің сапасын айқындаушы және оны басқарудағы негізгі құралдарының бірі болып табылады. Бизнес-жоспарды құру кәсіпорынды басқару сапасын жоғарылатып, оның ресурстарын тиімді пайдалануға жол береді [3].

Нарық шарттарында және қатаң бәсекелік күресте кәсіпорын ішкі және сыртқы өзгерістерді есепке алып, тез арада керекті амалдарды қолдануы тиіс. Бұл бірнеше шарттарды орындағанда ғана жүзеге асады:

- басқарма және оның инвесторлары қазіргі кездегі қаржылық жағдайды дұрыс бағалап, нарықтағы орнын анықтауы керек;

- кәсіпорын жетістікке жетуі үшін өзінің нақты және актуалды мақсаттарына ие болуы тиіс;

- мақсат қою барысында менеджмент қарқынды түрде жоспарлауды қолданады және ол қатаң қадағаланып, жоспардың әр пунктін орындалғанына көзін жеткізуі қажет;

- кәсіпорын басқармасы және инвесторлар нарықтағы жағдайды толық түсініп, ішкі және сыртқы процестерді толық зерттеуге алады.

Бизнес-жоспар ішкі және сыртқы мақсаттарға байланысты құрылады. Көбінесе, бұл жағдайды біздің елдің компаниялары инвестиция тартар алдында жасайды. Алайда, бұл жұмыстың бір бөлігі ғана, себебі ол тек қана сыртқы мақсатта ғана емес, ішкі мақсатқа орай да құрылады.

Бірінші кезекте, бизнес-жоспарлау инвесторға қажет болып табылады, себебі, олардың кәсіпорындарының жағдайы жоспарға тікелей байланысты болады. Осы себептен, бұл бизнес-жоспарлау инвестордың қатысуынсыз жасалынбайды. Егер бизнес-жоспарлау дұрыс жолмен жүріп, өз мақсатына жетсе, онда инвестордың табысы молая түседі.

Қаржылық жоспар ұзақ мерзімді және қысқа мерзімді болып бөлінеді. Қысқа мерзімді жоспарды қонақ үй өз қаржысының негізінде жасайды. Ұзақ мерзімді жоспарда алынатын несиелер мен құрылтайшылар қаржысы қамтылады. Капиталда сұранысты анықтау – ұзақ мерзімді қаржылық жоспар негізі болып табылады. Соның негізінде алынатын несие көлемін, уақытын, қонақ үйдің өз қаржысын жаратудың ретін қарастыруға болады [4.].

Жалпы қорытындылай айтқанда жақсы бизнес-жоспар құру үшін осы бизнес-жоспарды құрушыларға оның мазмұнына, құрамына үлкен көңіл бөлу керек. Осы құрылған бизнес-жоспарға инвесторлардың көзқарасы оң болуы керек, инвесторлардың бұл бизнес-жоспардың құрылған мазмұнына сенуі керек. Сонда ғана құрылып отырған кәсіпорын дамиды. Қонақжайлылық сервисіне әрқашан да сұраныс жоғары болады. Қонақжайлылық индустриясы дұрыс жолға шығу үшін дұрыс жоба құрылу керек, ол үшін дұрыс бизнес-жоспар құрылуы қажет.

Қолданылған әдебиеттер тізімі;

1 Исабеков Б.Н. Кәсіпкерлік құрылымдардың бизнес-жоспарды жасау процесінің методологиялық негізі: Оқулық құрал. – Түркістан, 2004.

– 67 б.

2 Поляков В.Г., Маркова В.Д. Бизнес планирование: Практическое руководства. – Новосибирск: ЭКОР, 2014. – 148 б.

3 Котлер Ф., Боуэн Д., Мейкенз Д. Маркетинг гостеприимство и туризм: Учебник для вузов/Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ, 2014.– 157 б.

4 Орлова Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании. –3-е изд., стер. –М.: Омега-Л, 2015. –152 б.

Тарасевич Ирина Юрьевна
Студентка специальности «Финансы»
Кокшетауского государственного
университета им. Ш. Уалиханова
Научный руководитель: Ахмедьяров Е.А.,
магистр экономики, старший преподаватель

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ БЮДЖЕТНОЙ ПОЛИТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Центральное место в финансовой системе любого государства занимает государственный бюджет. Благоприятное воздействие бюджета на экономику предполагает формирование эффективного механизма образования доходов и расходов государства с учетом рационального налогообложения юридических и физических лиц, необходимого объема и сбалансированной структуры государственных расходов, обеспечивающих условия для экономического роста, стабильности производства, повышения благосостояния населения. Для воздействия на экономику государство использует различные экономические и административные методы, одним из которых является бюджетная политика (далее-БП).

Республика Казахстан (далее-РК) является унитарным государством (как Франция, Япония, Турция, Китай и др.), следовательно, для нее характерна двухуровневая бюджетная система, включающая центральный (общегосударственный, республиканский) бюджет и местные бюджеты. В отличие от бюджетных систем федеративных государств, унитарная бюджетная система РК, казалось бы, должна быть проще, прозрачнее, доступнее для понимания. Однако существуют и требуют осмысления серьезные проблемы в области реализации БП: необходимость дальнейшего совершенствования межбюджетных отношений, законодательной и нормативно-правовой базы, регулирующей вопросы формирования и реализации БП; нужны, наконец, специальные научные исследования в области бюджетных правоотношений, которые станут базой для модернизации бюджетного процесса в республике [1].

Все это толкает на мысль об ограничениях, препятствиях и трудностях, не способствующих эффективному развитию БП на территории РК.

В последние годы в РК опубликовано немало научных работ о путях совершенствования бюджетного процесса, однако указанным проблемам не уделяется должного внимания.

Межбюджетными отношениями являются отношения между уровнями бюджетной системы. Эти отношения, прежде всего, и являются важной проблемой в реализации БП РК.

Согласно принципу самостоятельности бюджетной системы, в нашей стране все уровни бюджета самостоятельно рассматриваются, утверждаются и исполняются соответствующими уполномоченными органами, акиматами, маслихатами, а на республиканском уровне - Правительством и Парламентом. Однако, использование с применением на практике норм, регламентирующих пределы самостоятельности местных бюджетов, свидетельствует об их жесткой ограниченности.

Начнем с того, что основной целью межбюджетных отношений в рамках государственного регулирования является выравнивание бюджетной обеспеченности всех уровней бюджетов и предоставление исполнительной властью одинакового уровня государственных услуг на всей территории Казахстана.

Достижение данной цели возможно только через централизованное, основанное на подчинении интересов отдельно взятых района или области интересам государства, распределение доходов и расходов между уровнями бюджетов. И такой механизм регулирования межбюджетных отношений имеется: законодательно определены виды доходов, зачисляемые в республиканский и местные бюджеты, а также осуществляемые расходы по всем направлениям государственных услуг. При этом передача расходов или видов поступлений из одного уровня бюджета в другой возможна только путем внесения изменений и дополнений в бюджетное законодательство и областной (районный) маслихат не имеет полномочий самостоятельно решать вопросы качественного изменения доходной и расходной частей бюджета на вверенной территории[2].

Если по налоговым и неналоговым поступлениям, а также поступлениям от продажи основного капитала государственное регулирование ограничивается установлением определенного перечня без указания сумм, то объемы бюджетных субвенций и изъятий устанавливаются в абсолютном выражении на трехлетний период. При этом объемы трансфертов между республиканским бюджетом и областным бюджетом утверждаются законом Республики Казахстан, а между областным и районным - решением областного маслихата. Налицо определяющая роль и преобладание вышестоящего уровня бюджета над нижестоящим.

Как следствие, доведение объемов трансфертов районам области находится в прямой зависимости от общего объема трансфертов, установленных в области. Для полноты картины необходимо отметить, что наличие перечня налогов и сборов, налогооблагаемой базы, методики расчетов позволяет определить и по ним прогнозные показатели в абсолютных суммах.

То есть общий объем местных бюджетов, в рамках которого предоставляется стандартный набор государственных услуг, фактически доводится по вертикали: сверху - вниз. И самостоятельность нижестоящих бюджетов, как правило, заключается в том, чтобы на этапе формирования вышеуказанных показателей бюджета максимально увеличить размеры субвенций, соответственно, уменьшив суммы изъятий, а также налоговых и

неналоговых поступлений. А это уже зависит, в первую очередь, от профессиональных качеств руководителей местных бюджетов, их личных взаимоотношений с распорядителями вышестоящих бюджетов, депутатами Парламента, представляющих тот или иной регион[3,4].

Следующим моментом межбюджетных отношений, на который необходимо обратить внимание, - это сроки рассмотрения и утверждения соответствующих бюджетов различными уровнями государственного управления, которые подтверждают определенную ограниченность действий нижестоящих бюджетов.

Так, проект республиканского бюджета представляется на рассмотрение Правительству не позднее 15 августа; Правительство, в свою очередь, в Парламент - не позднее 15 сентября; проект областного бюджета в акимат области - не позднее 1 октября; областной акимат в маслихат области - не позднее 15 октября; проект районного бюджета в акимат района - не позднее 15 октября; акимат района в маслихат - не позднее 1 ноября. Районный бюджет утверждается маслихатом района не позднее двух недель после утверждения областного бюджета, последний - не позднее двух недель после утверждения республиканского бюджета.

Неутверждение областного или районного бюджета, при наличии утвержденного республиканского бюджета, недопустимо и по техническим причинам, так как в этом случае центральный уполномоченный орган по исполнению бюджета и его территориальные подразделения не будут иметь возможности осуществить распределение сумм поступлений и расходов между уровнями бюджетов и, как следствие, своевременно исполнять республиканский бюджет и обслуживать исполнение местных бюджетов.

Таким образом, напрашивается вывод: областные бюджеты всецело зависят от показателей республиканского бюджета, а также от норм и положений нормативных правовых актов, утверждаемых Парламентом и Правительством, районные, соответственно, - от областных. Право, а скорее, обязанность, органов управления местными бюджетами заключается в обеспечении установленного объема поступлений в доход бюджета и качественном предоставлении государственных услуг посредством эффективного и целевого использования выделенных бюджетных средств.

Следовательно, расписанный в Бюджетном кодексе действующий порядок разработки, рассмотрения и утверждения местных бюджетов оторван от реальной действительности и ведет к значительным временным, трудовым и материальным затратам[5].

В таком случае, не декларируя ограниченную самостоятельность и равенство нижестоящих уровней бюджета во взаимоотношениях с вышестоящими, целесообразно упростить бюджетный процесс следующим образом:

1) при акиматах всех уровней уполномоченные органы по бюджетному планированию и уполномоченные органы по экономическому планированию объединить в единый государственный орган с введением его в состав центрального уполномоченного органа по бюджетному планированию со статусом территориального подразделения;

- 2) центральный уполномоченный орган по бюджетному планированию совместно с территориальными подразделениями разрабатывает проекты республиканского и областных (районных) бюджетов и представляет в Правительство;
- 3) Правительство вносит проект закона о республиканском бюджете в Парламент, а также согласовывает проекты областных бюджетов с последующим направлением в соответствующие акиматы;
- 4) областные акиматы проект областного бюджета, одобренный Правительством, вносят на утверждение в областной маслихат и согласовывают проекты районных бюджетов с доведением до районных акиматов для утверждения районными маслихатами.

В конце концов, как показывает практика, фактически разработка, рассмотрение и утверждение бюджетов осуществляются по данной схеме, и другого механизма удовлетворить потребности общества в государственных услугах в условиях переходной экономики, с учетом обозначенных руководством страны приоритетов социально-экономического развития республики и регионов, не имеется. А в качестве примера наличия подобного государственного органа можно привести тот факт, что исполнение республиканского и местных бюджетов осуществляет центральный уполномоченный орган по исполнению бюджета с областными и районными территориальными подразделениями.

Таким образом, предлагаемые административные преобразования, хоть и потребуют внесения изменений в действующие законы, приведут к повышению эффективности государственного управления в области регулирования межбюджетных отношений, соответственно и реализации БП, и, что самое главное, будут соответствовать Конституции страны, по которой Казахстан провозглашен унитарным государством, а области и районы имеют статус административно-территориальной единицы, не являясь при этом самостоятельными субъектами государства.

Список источников:

1. Азылканова Сауле Атабековна «Бюджетная политика унитарного государства» Автореферат, Алматы, 2004 г.
2. Абдешов Д. «Формирование новой системы приоритетов бюджетной политики на современном этапе», Каржы-Каражат №6, 2004 г.
3. Шыныбеков Д. «Совершенствование межбюджетных отношений в регионах Казахстана» Каржы-Каражат №2, 2004 г.
4. <http://economika.akmo.gov.kz> – Управление экономики и бюджетного планирования Акмолинской области.
5. Махмутова М. «Распределение расходных обязательств между уровнями бюджетной системы РК» Автореферат, Алматы, 2003 г.

Аннотация

В данной статье изложен взгляд на одну из проблем реализации бюджетной политики. Она знакомит с исследованием в области межбюджетных отношений и предложена реорганизация данного процесса.

Аннотация

Бұл мақалада бюджеттік саясатты іске асырудың бір мәселесіне назар аударылады. Ол бюджетаралық қатынастар саласындағы зерттеулермен танысып, осы үдерісті қайта ұйымдастыруды ұсынды.

Summary

Annotation

This article outlines a look at one of the problems of implementing budgetary policy. It acquainted with the research in the field of interbudgetrelations and proposed the reorganization of this process.

М.Д. Тинасилов-д.э.н., профессор КРМУ
Уркумбаева А.Р-к.э.н., доцент АТУ

НАУЧНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ В СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ РК

Теоретические основы экономической интеграции были заложены в послевоенные годы в рамках неолиберального направления в экономической мысли. Один из классиков неолиберализма Бела Баласса раскрыл двоякую сущность процесса интеграции как одновременно процесса (что подразумевает под собой меры, предпринятые для устранения дискриминации между хозяйственными единицами интегрирующихся стран) и состояния (состояние отсутствия различных форм дискриминации между национальными хозяйствами).

Б. Баласса в своей работе «Теория экономической интеграции» также обозначил основные направления интеграции (Balassa, 1961). Согласно предложенной им классификации, имеется пять разных типов (этапов) экономической интеграции:

1. зона свободной торговли,
2. таможенный союз,
3. общий рынок,
4. экономический союз,
5. полная экономическая интеграция.

Типология экономиста послужила основой для разработки планов по развитию и углублению интеграционных процессов политическими элитами как ЕС, так и других интеграционных объединений.

На основе классической теории свободной торговли с постулатом о преимуществе свободного рынка, когда источником экономического роста и благосостояния является международное разделение труда, сформировалась распространенная точка зрения, что конвергенция в рамках интеграционной группы должна привести к созданию здоровой конкурентной среды, в перспективе оказывая позитивное влияние на экономики стран-участников. Если рассматривать трансграничное сотрудничество России и Казахстана с этой точки зрения, то необходимо проанализировать, были ли достигнуты цели экономической интеграции в том виде, в котором их определил в 1961 году представитель другого теоретического направления — «дирижизма» — Пол

Стритен (Streeten, 1961): экономический рост, принцип равноправия (в экономической деятельности), более равномерное распределение доходов, большая свобода выбора. Представители данного подхода считали необходимым формирование 22 межгосударственных и особенно наднациональных органов экономического регулирования в создаваемых интеграционных объединениях.

В соответствии с теорией таможенного союза Дж. Вайнера создание таможенного союза приводит к возникновению в экономике двух типов эффектов:

- а) статических эффектов (static effects) — экономических последствий, появляющихся непосредственно после создания таможенного союза;
- б) динамических эффектов (dynamic effects) — последствий, появляющихся на более поздних стадиях, после определенного этапа функционирования таможенного союза (Viner, 1950).

Среди статических эффектов наибольшее значение имеют эффекты создания торговых потоков (trade creation effect) и «потокоотклоняющий эффект» (trade diversion effect).

Эффект создания торговых потоков (trade creation effect) означает переориентацию предпочтений отечественных потребителей от менее эффективного внутреннего производителя на продукцию более эффективного внешнего производителя из страны — члена таможенного союза, что является следствием устранения импортных пошлин в рамках таможенного союза. В то же время, «потоко-отклоняющий эффект» (trade diversion effect) подразумевает под собой переориентацию потребителей с товара более эффективного производителя из страны, не входящей в таможенный союз, на продукцию менее эффективного производителя из страны-члена таможенного союза, товар которого стал дешевле в результате отмены таможенной пошлины.

До настоящего времени продолжают дискуссии о том, является ли превышение «потоко-отклоняющего эффекта» над эффектом создания торговых потоков негативным фактором для экономического развития участников таможенного союза. В исследованиях Р. Липси (Lipsey, 1957), и позднее Дж. Бхагвати (Bhagwati, 1971) доказано, что в ряде случаев создание таможенных союзов, в которых преобладает «потоко-отклоняющий эффект», приводит к росту благосостояния. В совместной работе М. Кемпа и Х. Ванна (Kemp, Wan, 1976), а также в исследовании М. Охиямы (Ohyama, 1972), было установлено, что если при создании таможенного союза внешний таможенный тариф установлен таким образом, что внешнеторговые потоки были сохранены на исходном уровне, то такое соглашение будет оказывать позитивное воздействие на экономику входящих в него стран. В работе А. Панагария доказана возможность роста благосостояния в случае создания большого таможенного союза с внешним тарифом, оставленным на первоначальном уровне (до образования таможенного союза) (Panagariya, 1999).

Во-первых, динамические эффекты, в отличие от статических, представляют собой достаточно сложное явление, поэтому до сих пор эконометрические оценки их последствий недостаточно разработаны. Это связано, в частности, с тем, что существует несколько причин, по которым возможно появление такого рода эффектов. В исследовании Дж. Брада и Дж.

Мендеса (Brada, Mendez, 1988) они разделены на две группы: во-первых, причины, связанные с ростом объемов выпускаемой продукции, как следствие роста факторов производства.

Во-вторых, обстоятельства, вызывающие рост совокупной производительности факторов 23 производства вследствие ускорения научно-технического прогресса среди стран-членов таможенного союза.

Ввиду специфики самого процесса приграничного сотрудничества его теоретический базис лежит частично в области политологии и теории международных отношений.

По мнению функционалистов (Д. Митрани), государства должны делегировать свою власть надгосударственным структурам, созданным по функциональному принципу (Mitrany, 1975), что является прямым следствием неспособности национального государства в современных условиях самостоятельно решать новые проблемы как экономического, так и социального характера. Политические элиты, начиная процесс сотрудничества с совместных экономических (технических) проектов, постепенно приходят к пониманию необходимости глубокого сотрудничества и на политическом уровне (Цыганков, 2002). При этом координацией действий государств в каждой конкретной сфере должны заниматься «горизонтальные» международные структуры, что способно привести к возникновению своеобразного «эффекта обучения». Другими словами, как общественность, так и политические элиты постепенно приходят к осознанию необходимости еще большего делегирования властных полномочий в пользу таких наднациональных организаций (Mitrany, 1975).

Классическим примером функционального трансграничного регионализма, по мнению Д. Митрани, является сепаратистский фламандский регион Бельгии.

После наделения региона автономией в сфере образования и управления и начала культурного сотрудничества с Голландией исчезла угроза распада страны (Mitrany, 1948).

В рамках неофункционального направления (Э. Хаас, Л. Линдберг) была разработана модель интеграции, основанной на концепции «переливания» (spillover). При анализе трансграничной региональной интеграции данная концепция предполагает, что два автора (в нашем случае в этом качестве могут выступать региональные власти) договариваются об интеграции в определенном секторе экономики, а для достижения большего эффекта и контроля они формируют «надрегиональный» институт власти (Haas, 1958).

Данная модель была реализована в рамках нескольких еврорегионов. В ставшем каноническим еврорегионе «EUREGIO» действует «Собрание ассоциации», в состав которого входят представители местных региональных властей, а также «Совет еврорегиона» («парапарламент»), члены которого избираются из состава

Собрания. Организационная структура другого успешного еврорегиона Орезунд («Oresund») включает в себя «Совет Орезунда» из представителей и глав местных администраций.

Согласно модели, предложенной неофункционалистами, в ходе реализации и осуществления совместного проекта вовлекаются другие секторы экономики,

которые становятся частью интеграционного процесса, что, в свою очередь, усиливает взаимодействие различных акторов интегрирующегося региона.

Результатом становится появление «новых групп интересов», которые начинают активно лоббировать интеграцию, что способствует переходу («переливанию») интеграционных тенденций из экономической сферы в политическую.

Ф. Шмиттер, близкий друг и коллега Э. Хааса, опубликовавший с ним ряд 24 совместных трудов, расширил понятие «переливания» категориями горизонтальной и вертикальной интеграции (Schmitter, 1969).

В рамках неофункционального направления была также разработана система количественных показателей возможности углубления интеграционного сотрудничества, которая позднее стала применяться и для анализа приграничного сотрудничества. Э. Хаас выделил 12 показателей, которые условно можно подразделить на три группы:

1) в качестве начальных были отмечены величина стран-участниц союза; уровень взаимного обмена до устранения ограничений; степень неоднородности общества; степень «взаимодополняемости» национальных элит; уровень осознания элитами взаимозависимости экономик;

2) успех переговорного процесса обусловлен сходством целей участников; степенью внешнего давления, стимулирующего интеграцию; готовностью к передаче суверенитета;

3) на успех уже созданного союза влияют стиль принятия политических решений, масштабы взаимообмена, взаимодополняемость экономик, степень внешнего давления (Haas, 1958; Haas, Schmitter, 1964).

Согласно нелиберальному межправительственному подходу Э. Моравчика, процесс интеграции возможен лишь в той мере, в которой могут быть согласованы стратегические или тактические интересы разных стран, и представляет собой игру на двух уровнях. При этом на уровне формирования национальных интересов действуют социологические закономерности согласования интересов различных политических и социальных групп и взаимодействия государства и общества. В результате формируются определенные предпочтения («спрос на интеграцию»), с которыми государство выходит на второй уровень — торг на межправительственном уровне («предложение интеграционных решений») (Обуховский, 2007). Данная концепция была использована при разработке метода координации, применяемого в ЕС при реализации социальной и экологической политик.

В рамках «новой экономической географии» (Krugman, Venables, 1990) также подчеркивается возрастание роли фактора «экономии на издержках», а именно преимущества местонахождения — доступ к административным и финансовым центрам и источникам квалифицированной рабочей силы. В частности, в рамках регионального объединения это может усилить тенденцию к географической концентрации экономической деятельности и иметь неоднозначные последствия для рынка труда. Считается, что в быстроразвивающиеся регионы будут стремиться высококвалифицированные представители рабочей силы из отстающих регионов.

Теоретики «новой экономической географии» делают акцент на роли «экономии масштаба», несовершенной конкуренции, дифференцированной продукции и инновациях (Helpman, Krugman, 1985). Они также подчеркивают значение стратегической торговой политики со стороны государства по завоеванию постоянно увеличивающейся доли динамичных секторов, спрос в которых растет, что позволяет использовать преимущества «экономии масштаба» и, частично, объясняет неравномерное распределение прибылей и убытков от интеграции для 25 стран с различной структурой экономики (Цукалис, 2001). Неслучайно, что часть работ по исследованию влияния процессов европейской интеграции на региональное развитие базируются на эконометрических моделях, разработанных в рамках «новой экономической географии» (Niebur, 2005).

Список источников:

1. Тинасилов М.Д. Политико-экономические проблемы Центрально-азиатского содружества (учебное пособие) Издательство Университета «Улагат», Алматы 2001г.

2. Тинасилов М.Д. Оценка индустриально-инновационного процесса по обеспечению финансирования в нефтегазовом секторе РК / Новая парадигма экономического развития страны: интеграция, индустриализация, инновация / Международная конференция посвященной 20-летию независимости Республики Казахстан КазНУ им. Аль-Фараби 8.12. 2011 г.

3. Муқанов К.Н. Социально-экономическое развитие Казахстана в условиях инновационной экономики. – Агентство Республики Казахстан по статистике, 2009, июль, с. 70-71.

Аннотация

Статья посвящена исследованию интеграции науки в секторе экономики Республики Казахстан. Авторы, рассматривая теорию развития экономической интеграции стран-участников и их основные направления интеграционных процессов, определяют влияния на процессы европейской интеграции на региональное развитие интеграции науки в Республике Казахстан, которые должны базироваться на эконометрических моделях, разработанных в рамках «новой экономической географии».

Аннотация

Мақалада Қазақстан Республикасында экономика секторында ғылыми интеграциялау қарастырылған Авторлар экономикалық интеграциялық теорияны зерттей отырып, қатысушы-мемлекеттер арасында европалық процестердің аймақтық интерацияны дамытудың әсерлерін Қазақстанда олардың экономикалық модельдерін шоғырландыруды қарастырады.

Summary

The article is devoted to study of science integration in the sector of economy of Kazakhstan. The authors, by considering the theory of development of participant countries' economic integration and their mainstream theories of integration processes, define the influence of European integration processes on the development of regional science integration in Kazakhstan.

Тойлыбек Т.Г.
докторант Р hD,
ст. преп. кафедры «СЭН», Университета
Международного Бизнеса (UIB)

РОЛЬ МАЛОГО БИЗНЕСА В РАЗВИТИИ СРЕДНЕГО КЛАССА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Численность среднего класса является показателем стабильности общества, эффективности социально-экономической системы, действенности экономических, социальных и политических институтов страны. Как свидетельствует мировой опыт, его формированию способствует развитие малого бизнеса.

В связи с этим, поддержка и развитие малого бизнеса является одной из важнейших задач государства. Состояние современного малого бизнеса в Казахстане во многом отражает модификацию системы ценностей и моделей социального и экономического поведения, поскольку его деятельность осуществляется не только под влиянием фактора традиционного предпринимательского риска, но и нестабильности социальной среды. Поскольку малое предпринимательство является одним из важных источников формирования среднего класса, требуется создание благоприятных условий для его поддержания и развития, а в основу поддержки должны быть заложены меры социального управления.

Малые предприниматели образуют обособленную группу с четко выраженными качественными признаками. Представители малого бизнеса заметно обходят другие группы по уровню образования, по всем параметрам материального благосостояния, по основным формам социально-экономической активности. Предприниматели в среднем более квалифицированы, лучше обеспечены материально, более мобильны. Не менее трех четвертей малых предпринимателей, 600-700 тысяч малых предприятий, фактически по всем рассмотренным признакам могут быть отнесены к среднему классу. Итак, основные группы свойств, по которым малый бизнес относят к среднему классу, включают: уровень образования, материального благосостояния, степень и формы социально-экономической активности.

Практика свидетельствует о том, что средний класс как особый социальный субъект служит социальной базой и движущей силой реформ, обеспечивает технологический и технико-экономический прогресс, способствует воспроизводству квалифицированной рабочей силы, создает и распространяет образцы социально-культурных и социально-экономических норм, осваивает и ретранслирует на остальные социальные слои населения многие инновационные практики.

В Казахстане средний класс представлен всеми strатами общества: госслужащими, руководителями предприятий, владельцами малого и среднего бизнеса, персоналом предприятий, работниками культуры, образования, медицины и другими. В современном обществе сосуществуют различные группы

интересов: социальные, экономические, политические, культурные. Одновременно экономические интересы являются отправной точкой для формирования всех других групп интересов, главным системообразующим признаком социальных классов.

На основе анализа научной литературы установлены главные критерии определения среднего класса: образ жизни, духовные ценности, образование, свобода (личная и потребительская), собственность, уровень дохода, величина и структура расходов, самоидентификация. Значительное место в структуре критериев определения среднего класса занимает рыночный подход (он обусловлен функционирующей рыночной социально-экономической системой страны), базирующийся на характеристике материального уровня жизни действующих/потенциальных представителей среднего класса.

Стабильность в государстве сохраняется, если как минимум 50% населения составляет так называемый средний класс, считает президент Казахстана, председатель партии «Нур Отан» Нурсултан Назарбаев.

Он отметил, что человек среднего класса - это тот, который «имеет достаточную работу, имеет дом, семью, средство передвижения, может хорошо отдыхать, хорошо учить детей и так далее».

«То есть человек зажиточный, имеющий собственность, человеку есть что терять, ему хаос не нужен. Вот этот средний класс будет основой государства, которая не даст ему на повороте резко повернуть телегу, чтобы она повернулась. И этот средний класс будет давить на власть, чтобы она демократизировало, сделало либеральной страну», - сказал Назарбаев на форуме молодежи «С Лидером нации - к новым победам».

«Этого среднего класса должно быть как минимум 50%, а у нас пока 25-30%. Вот к чему я стремлюсь, тогда можно быть спокойным за страну. Когда население само наведет порядок, само потребует, что необходимо, захочет спокойствия, само захочет стабильности», - пояснил глава государства Н.А. Назарбаев. [1]

Все эксперты сходятся во мнении в одном: по сравнению с развитыми европейскими странами, где средний класс составляет почти 70-80% населения, доля среднего класса в структуре населения Казахстана ничтожно мала. Однако социальная структура общества – явление динамичное. Его динамика проявляется в том, что наравне с элементами структуры, характеризующими устройство общества в целом, т.е. социальные группы, которые формируются в зависимости от характера производственных отношений, зарождаются новые элементы структуры. Одной из таких динамично развивающихся структур современного казахстанского общества является малый бизнес. Предприниматели как представители среднего класса вносят существенный вклад в развитие казахстанского общества, но при наличии большей поддержки со стороны государства и общества, детерминированной сбалансированной системой социального управления, малый бизнес оказывает более существенное положительное воздействие на социально-экономические процессы.

Вместе с тем, предпринимательство обладает практически всеми необходимыми чертами идеологии как системного мировоззрения, поскольку содержит набор рационализирующих схем, относящихся к индивидуальному

действию и к общественному развитию. Зачастую именно идеология раскрепощенного предпринимательского духа прокламирует право каждого на хозяйственную инициативу, осуществляемую в целях своего материального благосостояния.

В этом заключена ценностно-идеологическая роль малого бизнеса в развитии среднего класса.

Малый бизнес как социальный субъект оказывает определенное влияние на состояние современной структуры казахстанского общества. Во-первых, субъекты малого бизнеса отражают состояние рыночной культуры общества. Во-вторых, для представителей малого бизнеса характерно стремление закрепиться одновременно и в традиционных, и в новых социальных нишах. В-третьих, сфера малого бизнеса – это механизм восходящей социальной мобильности тех групп населения, которые ранее не были включены в процесс взаимодействия с рынком.

Негативной стороной современного состояния казахстанской социально-экономической системы является то, что функционирование многих институтов носит несбалансированный характер. Результатами являются не только видимые на поверхности феномены коррумпированности управленческого аппарата, монополизации экономики, сращивания бюрократической государственной элиты и олигархии, теневизации бизнеса, но и скромное влияние малого бизнеса на развитие рыночных процессов и формирование сбалансированной рыночной структуры общества.

Поскольку главным субъектом трансформации общества становится человек с его интеллектом, профессиональной компетентностью, деловой и общественной активностью, в малом бизнесе сосредоточен потенциал, который позволяет ему приблизиться не только к экономическим показателям среднего класса (уровень дохода), но и к социально-культурным (уровень образования, интеллектуальное развитие, профессиональная компетентность). В этой связи актуальна точка зрения исследователей, которые среди функций среднего класса выделяют его функцию выразителя ценностей национальной культуры.[2] Современный же малый бизнес скорее отражает определенные настроения и ожидания казахстанского общества относительно избрания типа деятельности для получения желаемого уровня дохода.

О функции ретрансляции национальной культуры предпринимателями говорить преждевременно, но это должно стать одним из ориентиров развития казахстанской социально-экономической системы. В изучении роли малого бизнеса в развитии современного среднего класса значимы два блока ценностей, связанных с социально-экономической сферой жизни: особенности индивидуального сознания его субъектов и степень толерантности к конкурентной рыночной экономике современного типа. В этом проявляется ресурсная функция малого бизнеса.

Восприятие конкуренции как позитивного явления выступает индикатором готовности субъектов малого бизнеса к принятию внешних условий, формированию нового образа жизни. Выбор равенства возможностей вместо равенства доходов подтверждает тенденцию смещения акцентов от общих в сторону индивидуализации и повышения личной ответственности за свою жизнь.

Современные представители малого бизнеса больше ориентированы на индивидуальную ответственность и нонконформизм, что свидетельствует об их идеологической и конкурентообразующей функции.

Субъекты малого бизнеса как представители современного развивающегося среднего класса отличаются более продуктивными в условиях рыночной экономики установками, толерантностью к существующим социально-экономическим условиям, что является позитивным показателем, и реализует функцию стабилизации среднего класса.

Эксперты утверждают, что ценностными ориентирами современного среднего класса являются чувство личной ответственности за свою судьбу, решимость обеспечить себе существование собственной трудовой деятельностью и желание самоутвердиться в свободном обществе. Результаты авторского опроса среди предпринимателей доказывают, что эти качества соответствуют жизненным ориентирам современных субъектов малого бизнеса, одновременно они служат источником распространения новых установок и особенностей сознания. Стремление попасть в средний класс, удержаться в нем самому и помочь найти в нем место своим детям является сильным стимулом для настойчивой и высокоэффективной работы. Поэтому малый бизнес выполняет в обществе важнейшую функцию в осуществлении социальной мобильности населения.

Чем более активны предприниматели, тем лучше используются общественные ресурсы, тем интенсивнее социально-экономическое развитие. Тем самым малый бизнес способствует более гармоничному и сбалансированному развитию социально-экономических отношений, благодаря чему растет и развивается средний класс.

По утверждению экспертов в области социального управления, малый бизнес является партнером государства не только в снижении социальной напряженности, минимизации разрывов между различными слоями и группами населения, но и в расширении выбора вариантов социального развития. Социальная среда с развитым средним классом, служащим опорой современной демократической системы, является оптимальной для развития сектора малого бизнеса. Кроме того, субъекты малого в контексте социального позиционирования служат связующим звеном между бедным населением, малообеспеченными слоями и новыми социально-профессиональными группами, демонстрирующими достигнутые мотивации в деятельности и возможности высокого качества жизни.

Современный малый бизнес по большинству черт идентифицируется со средним классом. Итак, современному казахстанскому малому предпринимательству присущи следующие свойства, которые свидетельствуют о его принадлежности к современному среднему классу, и являются функциональными характеристиками малого бизнеса в развитии среднего класса: толерантность к рыночным условиям, адаптированность к рыночной среде, личная ответственности за свою жизнь, положительная оценка своей жизни и деятельности, удовлетворенность существующим материальным положением, оптимизм.

Существенно, что имеет место некоторая противоречивость в оценке субъектами современного малого бизнеса своего социально-экономического положения. С одной стороны, в их взглядах отражена индивидуальная ответственность, нонконформизм, независимость и самостоятельность в действиях и суждениях; с другой - они признают, что в успешном ведении коммерческой деятельности большую роль играют личные связи и знакомства. Последнее напрямую связано с выявленным отсутствием позитива в оценке деятельности государства – оно «все контролирует, но ни за что не отвечает».

Казахстанскому малому бизнесу свойственны положительные качества: оптимизм, творческая ориентация, мобильность и готовность адаптироваться к динамичным рыночным условиям. Но административные барьеры, жесткий налоговый пресс, отсутствие структурированности и прозрачности в системе законодательства не позволяют ему реализовывать свой потенциал в полной мере, развиваться и функционировать на благо общества. В связи с чем, малый бизнес может внести более весомый вклад в развитие среднего класса в Казахстане только при наличии комплексной и системной поддержки со стороны государства. [3]

Итак, основные стратегические модели поведения предпринимателей, положительно влияющие на развитие среднего класса в Казахстане:

- Мобилизационная. Стремление попасть в средний класс, и удержаться в нем является стимулом для настойчивой и высокоэффективной работы (малый бизнес выполняет функцию социальной мобильности населения).

- Позитивистская. Оптимистичная оценка существующего материального положения, адаптированность к рыночной среде относятся к чертам современного малого предпринимательства (малый бизнес выполняет экономическую и политическую функцию).

- Стабилизационная. Предприниматели отличаются более продуктивными в условиях рыночной экономики установками, они толерантны к существующим социально-экономическим условиям (малый бизнес реализует функцию стабилизации среднего класса).

- Ресурсная. Представители современного малого бизнеса рассчитывают, прежде всего, на свои силы (малый бизнес реализует функции поддержания социально-экономической стабильности и ресурсообеспечения в обществе).

- Идеологическая. Предпринимательство обладает практически всеми необходимыми чертами системного мировоззрения, поскольку содержит набор рационализирующих схем, относящихся как к индивидуальному действию, так и к общественному развитию. В этом заключена идеологическая функция малого бизнеса.

- Рыночная. Современные представители малого бизнеса больше ориентированы на индивидуальную ответственность и нонконформизм, что свидетельствует об идеологической (упрочение ценностей личной свободы и независимости) и конкурентообразующей (развитие и повышение качественного уровня конкуренции) функциях.

Таким образом, чем более активны предприниматели, тем лучше используются все виды ресурсов и интенсивнее происходит социально-

экономическое развитие, благодаря чему растет численность и укрепляется положение среднего класса в обществе. Реализуя комплекс стратегических моделей поведения, малый бизнес исполняет роль развития среднего класса.

Список источников :

1. Валентина Фиринова, Марина Пархоменко// Казахстанская Правда 10.04.2015 г.
2. Кангалакова Дана Муратбековна// диссертация «Эффективность малого и среднего бизнеса в условиях инновационного развития экономики Казахстана»
3. Кыдырбаева Э.О.// диссертация «Формирование среднего класса и его влияние на социально-экономическое развитие стран».

Аннотация

В статье рассмотрены главные критерии определения среднего класса и основные стратегические модели поведения предпринимателей, положительно влияющие на развитие среднего класса в Казахстане.

Summary

The article examines the main criteria for determining the middle class and the main strategic models of entrepreneurs' behavior that positively influence the development of the middle class in Kazakhstan.

Аннотация

Мақалада орта тапты анықтаудың негізгі өлшемдері және Қазақстандағы орта таптың дамуына оң әсер ететін кәсіпкерлердің негізгі стратегиялық мінез-құлқы үлгілері қарастырылды.

Төреханқызы Ақтолқын

І.Жансүгіров атындағы ЖМУ, «Экономика» мамандығының 2-курс студенті

Ғылыми жетекші: Г.Б.Тулешова

І.Жансүгіров атындағы ЖМУ, э.ғ.к., доцент

ЖҰМЫССЫЗДЫҚ ҚАЗІРГІ ӘЛЕМНІҢ ЖАҒАНДЫҚ ПРОБЛЕМАЛАРЫНЫҢ БІРІ РЕТІНДЕ

Бүгінгі таңда, жаһандық экономикалық дағдарыс дәуірінде халықты жұмыспен қамту мәселесі өте өткір тақырып болуда. Оған дәлел, жұмыссыздық пен жұмыссыздық деңгейі жаһандық қауіп – қатерлердің TOP-10-да екінші орынға ие екендігі.

Халықаралық еңбек ұйымының 2014 жылғы 21 қаңтардығы «Жұмыспен қамтудың жаһандық тенденциялары» баяндамасына сәйкес, жұмыспен қамтудың өсу қарқыны төмен болып қалуда, жұмыссыздық көбеюде, сондай-ақ әлсіз әлеуетті қызметкерлер еңбек нарығынан тыс қалуда. 2013 жылы әлемде жұмыссыздардың саны 5 миллион адамға артып, 202 миллионнан астам адамға жетті. Осылайша, жұмыссыздық деңгейі 6 пайызды құрады. 2018 жылға қарай

жұмыс іздеп жүрген адамдардың саны 13 миллион адамға өседі. 2009 жылғы дағдарыстың шыңында белгіленген жұмыссыздық деңгейін төмендету тенденциясы ХЕҰ есебінде де айтылған.[1].

Еуропалық Одаққа келер болсақ, өткен жылы жұмыссыздық саны жарты миллион адамға өсті, ал жұмыссыздардың жалпы саны 19 млн. 200 мың адамды құрайды. Бұл туралы Еуропалық Комиссияның ресми хабарламасында айтылған. Статистикалық мәліметтерге сүйенетін болсақ, бүкіл ЕО-да жұмыссыздар 26,5 млн. адамды құрады.

Ең ауыр жағдай Грецияда, онда жұмыс күшінің 27,4% -ы жұмыссыз, ал Испанияда жұмыссыздар саны 26,7% -ды құрайды. Сонымен қатар, Австрияда ресми жұмыссыздық деңгейі 4,8%, ал Германияда 5,2%.

Ресейде әлемдік үрдістерді көрсететін жұмыссыздық мәселесі арта түсуде. 2013 жылдың қыркүйек айында «Роскомстатом» АҚ-да жұмыспен қамту мәселелері бойынша тұрғындармен жүргізілген сауалнама нәтижелері бойынша 15-72 жастағы экономикалық белсенді халық 75,8 млн. адам немесе жалпы халықтың 53% қамтыған.

Экономикалық тұрғыдан белсенді халықта 71,8 миллион адам ХЕҰ критерийлері бойынша экономикалық қызметте жұмыс істейтін, ал 4,0 миллион адам жұмыссыз ретінде жіктелді (яғни, оларда жұмыс немесе пайдалы жұмыс жоқ).

2013 жылғы қыркүйекте Ресейдегі жұмыссыздық деңгейі 5,3% -ды құрады (маусымдық факторды қоспағанда). Жұмыссыздардың орташа жасы 35,3 жасты құрады. Сонымен бірге, ХЕҰ критерийлеріне сәйкес келетін ең төменгі жұмыссыздық деңгейі Орталық Федеральдық округте байқалады. Жоғарыда келтірілген статистикадан көріп отырғанымыздай, тұтастай алғанда Ресейдегі жағдай Еуроодақ үшін орташадан әлдеқайда жақсы. 2014 жылы Экономикалық даму министрлігінің ресми болжамы бойынша жұмыссыздық деңгейі 5,7 пайызды құрайды. Дегенмен, Ресей Федерациясының Экономикалық даму және сауда министрлігінің басшысының орынбасары Андрей Клепачтың айтуынша, 2014 жылы жұмыссыздық осы шекті деңгейден асуы мүмкін. Оның сөздерін жанама растау - ресейліктердің жұмыссыздыққа дайындалуын ұсынған Сочи инвестициялық форумындағы премьер-министр Дмитрий Медведевтің сөйлеген сөзі және іс жүзінде мемлекеттің тиімсіз кәсіпорындарға қолдау көрсетуден бас тартқандығы туралы жариялады. [2].

Көптеген сарапшылар нақты жұмыссыздық деңгейі жарияланғаннан айтарлықтай ерекшеленеді деп санайды. Мәселен, Жаһандану проблемалары институтының директоры Михаил Делягин Ресейде осындай төмен жұмыссыздық деңгейін «Ресейде тіркелген жұмыссыздық тек еңбек биржасына келіп, тіркелгендер ғана саналады», - деп түсіндірген. «Қалыпты жұмысқа орналасу ықтималдылығы өте аз, тіркеуде көп қиындықтар бар, әрине, адамдар онда жүрмейді. Сондықтан нақты жұмыссыздық пен тіркелу арасындағы айырмашылық айтарлықтай болып табылады және біз үй шаруашылығында біздің еуропалықтарға қарағанда әлдеқайда жоғары екенін сеніммен айта аламыз». Екінші себеп, біздің жұмыспен қамту жағдайының Батысқа қарағанда жақсы көрінуі өте қарапайым: Еуропада жұмыссыз болу Ресейге қарағанда әлдеқайда

тиімді. «Біздің жұмыссыздық бойынша жәрдемақыларымыз теңдесі жоқ», - дейді Михаил Делягин. Шынында да, Мәскеу қаласының халықты еңбекпен қамту және жұмыспен қамту Департаментінің мәліметтері бойынша, 2013 жылдың ақпан айында есептелген сыйақының орташа мөлшері 2 мың 929 рубль болды. Салыстыратын болсақ, Францияда табалдырық 6 мың 161 евро, төлемдер мөлшері жұмыстан босатылғанға дейін орташа жалақының 57,4% -на тең. Германияда орташа жалақының 60% -ы, бірақ 2 мың 215 еуродан көп емес, ал Швейцарияда соңғы түсімнің 80% -ы (айына 6 мың 986 мың еуро).[3].

Ресейдегі төмен жұмыссыздықты қолдау, сонымен қатар, жұмыс берушілердің бастамасымен ұйымдастырылған «ерекшеліктерге» және жалпы экономикалық құрылымдағы айырмашылықтарға мүмкіндік береді. «Бізде жұмыс беруші жұмыскерлерді жалдамауға емес, жалақыны төмендетуге тырысады», - дейді Дүниежүзілік экономика және халықаралық қатынастар институтының директорының орынбасары Евгений Гонтмакер. Ол жұмыс орындарын сақтайды, ынталандыруды төмендетеді және экономиканың тиімсіз дамуының себептерінің бірі болып табылады. Еуропада керісінше: олар қажетсіз жұмыс орындарынан құтылып, оңтайландырылған жұмыс орындарын ашады. Осының арқасында олар жылдам еңбек айналымына ие, адамдар қысқа уақыт жұмыссыз. Босатылған адам жаңа біліктілікке ие болады және бірнеше есе жоғары еңбекақы алады. Соңғы шығарылымда бұрынғы қаржы министрі Алексей Кудрин «Еңбек өнімділігінің төмендігі - Ресей экономикасының басты проблемасы», - деді. «Біз жұмыссыздық деңгейі төмен екенін айтқан кезде, бұл жылдам экономикалық дамудың еңбегі емес, ал еңбекке жарамды халықты жыл сайын 200-300 мың адамға дейін қысқарту мәселесі екенін түсінуіміз керек».

Нәтижесінде ресейлік жұмыссыздықтың ресми көрсеткіштері елдегі саяси және экономикалық жағдайға тән көптеген басқа факторларға байланысты болады. [4].

Өзіміздің елімізге тоқталатын болсақ, Ұлттық экономика министрлігінің Статистика комитеті келтірген деректер бойынша, 2017 жылы Қазақстандағы жұмыссыздық деңгейі 4,9%-ға тең болған. Ал 2016 жылы жұмыссыздық деңгейі 5,1%-ды құраған. Бұл жерден еліміздің бір жыл ішінде жұмыссыздық деңгейінің төмендегенін көре аламыз.

Статистика комитетінің мәліметтері бойынша, 2017 жылы жұмыссыз ер адамдардың үлесі 45,8% (200,9 мың адам) болса, әйелдер 54,2% (238,3 мың адам) болған. Қазақстанда жұмысшы күшінің жалпы саны 8,9 миллион адамға тең, жұмыссыздар саны 439,2 мың адам, ал өнімсіз жұмыспен қамтылғандар саны 296,9 мың адам. Яғни, елдегі жұмыссыздардың шынайы саны (өнімсіз жұмыспен қамтылғандарды қосқанда) 736,1 мың адамға тең делінген. [5].

Дегенмен, жұмыссыздық проблемалары бүкіл әлемдегі елдерге әсер етті. Әлемдегі еңбек нарығының жай-күйі туралы болжамдары көңілге қонымсыз, көптеген елдер осы саладағы жағдайды жақсартуға бағытталған арнайы бағдарламаларды қабылдауға мәжбүр. Мысалы, Еуропалық Парламент келісілген кезде Еуропалық Кеңес және Еуропалық Комиссия ЕО бюджетіне 2014 жылға келісті. 135,5 млрд еуро көлемінде, қаржыландырудың басым бағыттары, даму, инновация және гуманитарлық көмек сияқты, жұмыссыздық болды. [6].

Үкімет қажетті еңбек нарығын құруда негізгі рөл атқаруы керек. Ең алдымен, жаңа технологияларды инвестициялау үшін қолайлы климат пен жағдай жасау қажет, ол жоғары ақылы орындарды құруға мүмкіндік береді. Бұдан басқа, шағын және орта бизнесті қолдау үшін қызметкерлерді, оның ішінде шет елдерде де қайта даярлау бағдарламаларын енгізу, жаңа, перспективалы жұмыспен қамту жағдайына отбасыларды көшіру бағдарламаларын құру қажет.

Ресей үкіметі жұмыссыздықты төмендету бойынша шаралар қабылдады. Осылайша, РФ Үкіметінің 2012 жылғы 22 қарашадағы №2149-Р Ресей Федерациясының «Халықты жұмыспен қамтуға жәрдемдесу» мемлекеттік бағдарламасының 2013 жылға және 2014 және 2015 жылдарға арналған жоспарын іске асыру жоспарын бекітті.

Үкімет сайтында материалдарда айтылғандай, мемлекеттік бағдарламаны іске асыру жоспары мыналарға бағытталған іс-шараларды көздейді:

- жұмысқа орналасуға жәрдемдесуді, Ресейде шетелдік жұмыс күшін тартуды және пайдалануды, кәсіби стандарттарды дамытуды, жалақы жүйесін жаңғыртуды және жұмыс орнында еңбек жағдайларын жақсартуды реттейтін заңнамалық және нормативтік базаны жетілдіру;

- еңбек нарығының болжамдық көрсеткіштерін әзірлеу және пайдалану (еңбек ресурстарының балансын болжау), халықты, оның ішінде шетелдік азаматтарды жұмысқа орналастыру мүмкіндіктері туралы ақпараттандыру жүйесін жетілдіру;

- еңбек заңнамасының сақталуына мемлекеттік бақылау мен қадағалауды жүзеге асыру, еңбек қорғау заңнамасын бұзғаны үшін жұмыс берушілердің жауапкершілігін күшейту, сондай-ақ шетелдік жұмыс күшін заңсыз еңбек қызметі үшін жауапкершілік.

ХЕҰ Бас директоры Гай Райдердің айтуынша, қазір әлем өткен ғасырдың 30-жылдарынан бері ең ауыр экономикалық дағдарысты бастан кешуде деген болатын. [7].

Қорыта келгенде, қазіргі әлемнің жаһандық проблемаларының бірі жұмыссыздық мәселесі екені анық. Осыған байланысты көптеген мемлекеттерде жұмыссыздық деңгейін төмендету үшін аянбай еңбек етіп, іс-шаралар мен бағдарламалар іске асырылуда. Оған еліміз Қазақстанды да жатқызсақ болады. Бұл мәселе оң нәтижесін бергенімен, әлі күнге дейін толық жауабын табар емес.

Дереккөздер тізімі:

1. Жастар арасында жұмыссыздық ауқымы төмендетіледі // Ресейлік газета: желілік журнал. 17 шілде. URL: <http://www.rg.ru/2013/07/17/bezrobotiza-site.html> (айналым мерзімі - 30/01/2014).
2. 2014 жылғы ЕО бюджетінде жұмыссыздыққа қарсы күрес басымдыққа айналды. Дүние жүзілік желі жаңалықтары: желілік журнал. 12 қараша. URL: <http://news-w.com/63139-15441/n/63138-57673/> (айналыс мерзімі 2014 жылғы 31 қаңтар).
3. ХЕҰ Бас директоры Ресей кәсіподақтарының басшыларымен кездесті // 11 желтоқсан. <http://www.unionstoday.ru/news/ktr/2012/12/11/17568> (айналым мерзімі 2014 жылғы 30 қаңтар).

4. 2014 жылы жұмыспен қамтудың жаһандық үрдістері. Экономиканы қалпына келтірудің төмен қарқыны еңбек жағдайын жақсартуға мүмкіндік бермейді. [Электронды ресурс] // Халықаралық еңбек ұйымы. 22 қаңтар. URL: <http://www.ilo.org/public/russian/region/eurpro/moscow/news/2014/0121.htm> (айналыс мерзімі 30.01.1014).
5. Малышева Е. Кешенді шешімдердің уақыты. Мәскеу жаңалықтары. 1 қазан.
6. 2013 жылы жұмыспен қамтуға жәрдемдесу және 2014 және 2015 жылдардағы жоспарлау кезеңін іске асыру бойынша жоспар бекітілді. [Электронды ресурс] // Кепілгер. 24 маусым. URL: <http://www.garant.ru/news/480301/#ixzz2ryhSi1I7>. (31.01.2014 ж. айналым мерзімі).
7. Мира Алим. Статистика комитеті: Қазақстанда жұмыссыздық деңгейі. 5 маусым. <https://factcheck.kz/kaz/basty-bet/manipulyaciya-statistika-komiteti-kazakstanda-zhumyssyzdyk-dengeji-49/>

Аннотация

Бүгінгі таңның өзекті мәселесіне айналған жұмыссыздық - шешуі қиын мәселе болуда. Көптеген мемлекеттер бұл проблеманы шешу үшін бірнеше бағдарламалар қолға алынуда. Бұл мәселе осы бағдарламалардың арқасында оң нәтиже бергенімен, жақсы көрсеткішке қол жеткізе алмай отырмыз.

Аннотация

Проблема безработицы, ставшая сегодня актуальной проблемой, представляет собой сложную проблему. Многие государства реализуют различные программы для решения этой проблемы. В статье рассмотрены некоторые аспекты проблемы безработицы.

Summary

The problem of unemployment, which has become an urgent problem today, is a complex problem. Many states implement various programs to solve this problem. In the article some aspects of the unemployment problem are considered.

Турысбекова Райхан Кундашовна
Жетысуский государственный университет им.И.Жансугурова
Старший преподаватель, магистр экономических наук
Жайбосынов Амиркул
Студент 4-го курса специальности Учет и аудит
Жетысуского государственного университета им.И.Жансугурова

ПРИМЕНЕНИЕ МСФО НА ПРЕДПРИЯТИЯХ И ЕЕ ИНТЕГРАЦИЯ В МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ

Международные стандарты представляются документом, который просто и органично вольется в нашу жизнь. Это заблуждение характерно для тех, кто не знаком с реальными обстоятельствами действия законодательства РК.

После принятия МСФО перед нами возникла новая задача -корректировка гражданского и налогового законодательства. Переход на Международные стандарты финансовой отчетности представляет собой акцию государственного масштаба, которая затронет многие сферы экономики. Известно, что на основе данных финансовой и статистической отчетности предприятий формируются макроэкономические показатели экономики государства.

Интеграция в мировую экономику, а также предстоящее вступление Казахстана во Всемирную торговую организацию невозможны без современных систем учета, отчетности и качественного аудита, обеспечивающих открытость и транспарентность деятельности организации всех форм собственности.

В Казахстане продолжается последовательная реформа системы бухгалтерского учета и финансовой отчетности по переходу на МСФО.[1] Переход на МСФО сопряжен у нас с рядом обстоятельств, которые необходимо было решать до того, как был обозначен срок перехода на Международные стандарты. Для этого необходима сопоставимость с налоговым, а в некоторых случаях и с гражданским законодательством.

На сегодняшний день Департаментом бухгалтерского учета и аудита разрабатываются методические рекомендации по применению МСФО в РК с привлечением ведущих аудиторских компаний страны и международных консультантов. При этом надо отметить, что необходимость разработки методических рекомендаций по применению МСФО определяется тем, что МСФО устанавливают рамочные условия, в пределах которых организации дается право маневра. Однако, "бухгалтерский учет определяется средой, в которой он функционирует.[2]

Сложность восприятия МСФО заключается в том, что у нас кодифицированное законодательство. Гражданский кодекс регулирует товарно-денежные отношения, которые в финансовой отчетности могут раскрываться по правилам раскрытия и на основе профессионального суждения бухгалтера, предусмотренными МСФО. Это может соответствовать так называемому прецедентному праву, применяемому, например, в США.

Переход на Международные стандарты финансовой отчетности представляет собой акцию государственного масштаба, которая затронет многие сферы экономики. Известно, что на основе данных финансовой и статистической отчетности предприятий формируются макроэкономические показатели экономики государства. Данные бухгалтерского учета во многом являются базой для исчисления налоговых обязательств налогоплательщиков и служат основой для бюджетного планирования. Все эти обстоятельства предполагают предварительную и масштабную подготовку к переходу на МСФО, с участием заинтересованных государственных органов.[3]

Международные стандарты финансовой отчетности, которые разработаны Комитетом по международным стандартам финансовой отчетности (КМСФО), признаны во всем мире как эффективный инструмент для предоставления прозрачной и понятной информации о деятельности компании. Именно в качестве управления и прозрачности информации станут теми критериями, на которые

будут ориентироваться инвесторы и кредиторы, выбирая объекты для вложения средств.

Первыми в Казахстане на МСФО перешли финансовые организации, являющиеся мобильной частью мирового рынка. На основании проделанной работы можно выделить основные проблемы, возникающие в процессе перехода и применения МСФО.

Во-первых, МСФО сегодня претерпевают серьезные, в отдельных случаях концептуальные изменения. С одной стороны, необходимо решить непростую задачу перевода МСФО на государственный и русский языки. С другой стороны, неясно, ориентироваться ли при этом на старые, пока действующие стандарты, которые в недалекой перспективе будут заменены новыми, либо на более современные, но пока не утвержденные Комитетом по МСФО и которые в дальнейшем могут значительно измениться.[4]

Казахстанские стандарты бухгалтерского учета разработаны на основе МСФО, однако в МСФО имеются нормы, которые являются абсолютно новыми для отечественных. Так, в казахстанских стандартах не существует аналогов таким МСФО, как «Сегментная отчетность», «Информация, отражающая влияние изменения цен», «Учет государственных субсидий и раскрытия информации и государственной помощи», «Объединение бизнеса», «Затраты по займам», «Финансовая отчетность в условиях гиперинфляции», «Прибыль на акцию», «Обесценивание активов», «Резервы, условные обязательства и условные активы» и др. Вместе с тем, в МСФО отсутствуют стандарт, учитывающие специфику отдельных отраслей экономики - «Учет и отчетность нефтегазовой деятельности», «Учет и отчетность брокерских и дилерских организаций».

Мировой опыт показывает, что такие качественные характеристики как понятность, уместность, надежность и сопоставимость, определяющие полезность информации, достигаются непосредственным использованием международных стандартов или применением их в качестве основы построения национальной системы бухгалтерского учета и финансовой отчетности. Экономическая перспектива применения МСФО и МСА заключается в более эффективном распределении капитала, более широком выборе капиталовложений и росте их рентабельности, упрощается выход на мировой рынок, появляется возможность снижения затрат на привлечение капитала. Что в следствие приведет к развитию новых бизнес структур, появлению новых рабочих мест, снижению безработицы, повышению конкурентоспособности казахстанских организаций на международных рынках, к экономическому росту страны в целом.[5]

В то же время форсирование изменений в бухгалтерском учете вне связи с изменениями в экономике и реальным функционированием рыночных институтов может привести к снижению качества финансовой информации, дискредитации МСФО, а также ослаблению финансовой дисциплины. Так, согласно действующему законодательству переход на МСФО затрагивает все организации, но при этом необходим более взвешенный подход. В силу комплексности и методологической сложности, МСФО практически не применимы для субъектов малого и среднего предпринимательства. Более того, как известно, последнее время идет активный процесс совершенствования самих стандартов, который еще

не закончен - в МСФО регулярно вносятся существенные изменения, отслеживать которые мелкие компании просто не в состоянии. В этой связи финансовую отчетность в соответствии с МСФО целесообразно составлять только субъектам крупного предпринимательства и акционерным обществам.

В соответствии с задачами, поставленными главой государства, по поддержке малого и среднего бизнеса необходимо полностью освободить от обязательного ведения бухгалтерского учета индивидуальных предпринимателей и установить градацию остальных субъектов предпринимательства по категориям в целях применения ими различного порядка ведения бухгалтерского учета и составления финансовой отчетности.

Проблему сложности применения МСФО для малого бизнеса понимает и ФКМСБУ, который уже не первый год занимается разработкой специализированного стандарта для малого-среднего бизнеса. Разработать универсальный стандарт - это очень сложная работа, так как политика в отношении малого бизнеса и, соответственно, требования к ним существенно различаются в разных странах. Между тем по принятии данного стандарта ФКМСБУ можно будет максимально инкорпорировать его положения в национальную систему бухгалтерского учета и финансовой отчетности.

Таким образом, предполагаются следующие мероприятия по дальнейшему развитию бухгалтерского учета и аудита в Казахстане:

- обеспечение принятия проектов законов Республики Казахстан "О бухгалтерском учете и финансовой отчетности" и "О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам бухгалтерского учета и финансовой отчетности";
- разработка упрощенных стандартов финансовой отчетности для субъектов малого и среднего предпринимательства;
- активизация участия профессиональных общественных объединений в развитии и регулировании бухгалтерской и аудиторской профессиях;
- совершенствование системы подготовки и повышения квалификации кадров бухгалтерского учета и аудита, а также пользователей финансовой отчетности в соответствии с международными стандартами;
- развитие международного сотрудничества в области бухгалтерского учета и аудиторской деятельности;
- расширение сферы контроля на качество финансовой отчетности, подготовленной по МСФО;
- совершенствование бухгалтерского учета и отчетности в государственном секторе и переход на стандарты, соответствующие международным требованиям [6].

Так, проблемы перехода на МСФО связаны не только с техническими вопросами (внедрение программного обеспечения, подготовка специалистов), но и с изменением финансовых показателей, которые могут отличаться как в лучшую, так и в худшую сторону.

Таким образом, внедрение МСФО обусловлено интеграцией Казахстана в мировую экономику и вступлением в ВТО, направлено на усиление казахстанских организаций на международных рынках. В процессе трансформации

бухгалтерского учета при переходе на МСФО, предприятию необходимо пересмотреть учетную политику и график документооборота, отражающий движение первичных документов, поскольку информация о фактах финансово-хозяйственной деятельности предприятия, которые могли иметь существенное влияние на мнение пользователей финансовой отчетности, в соответствии с МСФО должна быть надежной, нейтральной, осмотрительной, полной и отражать экономическое содержание событий и операций.

Список источников

1. Трансформация финансовой отчетности из КСБУ (Local GAAP) в МСФО (IFRS), msfo.buh-nauka.com.
2. Алексеева, Г.И. Бухгалтерский Финансовый Учет. Отдельные Виды Обязательств: Учебное пособие / Г.И. Алексеева. - Люберцы: Юрайт, 2015. - 268 с.
3. Анциферова, И.В. Бухгалтерский финансовый учет: Учебник / И.В. Анциферова. - М.: Дашков и К, 2015. - 556 с.
4. Д. Калиева Ситуация с МСФО в Республике Казахстан. МСФО №2 (38), 2015, с. 5-7.
5. Агеева, О.А. Бухгалтерский учет и анализ: Учебник для академического бакалавриата / О.А. Агеева, Л.С. Шахматова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 509 с.
6. Бархатов, А.П. Бухгалтерский учет внешнеэкономической деятельности: Учебное пособие для бакалавров, 9-е изд / А.П. Бархатов. - М.: Дашков и К, 2016. - 268 с.

Аннотация

В Казахстане продолжается последовательная реформа системы бухгалтерского учета и финансовой отчетности по переходу на МСФО.

Таким образом, внедрение МСФО обусловлено интеграцией Казахстана в мировую экономику и вступлением в ВТО, направлено на усиление казахстанских организаций на международных рынках.

Аннотация

Қазақстанда ХҚЕС-қа өту үшін бухгалтерлік есеп пен қаржылық есеп беру жүйесін үздіксіз реформалау жалғасуда.

Осылайша, Халықаралық қаржы есептілігінің стандарттарын енгізу Қазақстанның әлемдік экономикаға интеграциялануына және халықаралық нарықта қазақстандық ұйымдарды нығайтуға бағытталған ДСҰ-ға кіруіне байланысты.

Summary

Continuous reform of the accounting and financial reporting system for the transition to IFRS continues in Kazakhstan.

Thus, the introduction of IFRS is due to Kazakhstan's integration into the world economy and accession to the WTO, aimed at strengthening Kazakhstan's organizations in international markets.

АЙМАҚТЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК-ЭКОНОМИКАЛЫҚ МАҢЫЗДЫЛЫҒЫ: Өңірлік дамуды реттеу саясаты

Өңірлік дамуды реттеу – бұл халықтың өмір сүру деңгейін және сапасын жақсартудың мақсатты бағыты болып табылатын аймақтық жүйелердің тұрақты қызмет етуін қамтамасыз ету бойынша арнайы ұйымдастырылған жүйелік әрекеттер. Мұндай әрекеттер локальді, өзін өзі басқару формасында жергілікті қоғамдастықтармен, аймақтық ұйымдармен жүзеге асуы мүмкін. Сәйкесінше, экономикалық реттеудің нысаны мен тұлғасы өзгереді, алайда идеологиялық доминанттар барлық деңгейде бұрынғыдай болып қалады: әлеуметтік бағыт, тұрақтылық пен теңгерімділік [1].

Аймақтық дамуды мемлекеттік реттеу кезінде пайда болатын қатынастар біркелкі емес. Олардың географиялық полюстерін белгілей отырып, қарастырып отырған қатынастар төмендегідей ұйым арқылы ұсынылады:

- өз мүдделерін жоғарғы заңнама ұйымдармен жүзеге асыратын облыстар, аудандар, қалалар, ауылдар;

- ҚР Президентінің шығарған Жарғылары;

- ҚР Үкіметі және оның министрліктері, олар ҚР Парламентімен және ҚР Президентімен қабылданатын нормативтік актілерді жүзеге асыратын белгілі бір қаржылық ресурстармен бекітеді және сәйкесінше шешімдер қабылдайды.

Аймақтық дамуды мемлекеттік реттеудің әр түрлі нысандары белгілі. Аймақтық дамуды мемлекеттік реттеу әдістеріне «қалыптастыру», «ресурстар», «жүзеге асыру» және «бақылау» блоктарын кіріктіреді. «Қалыптастырушы» блоктың қызмет етуі нәтижесінде аумақтық дамуды мемлекеттік реттеудің идеологиясы пайда болады, бұл реттеудің нормативтік-құқықтық қамтамасыз ету құрылымы қалыптасады, аумақтық даму саласындағы мемлекеттің басымдықтары мен мүмкіндіктерін ақпараттық-аналитикалық бағалау пайда болады. Бұл блоктың міндеті – көрсетілген әрекеттердің логикасын көрсету және оған заңдық күш беру.

«Ресурстық» блок сәйкесінше міндеттерді мақсатты шешуге бөлінген мемлекеттің қаржылық, мүліктік, табиғи және басқа да ресурстар бөлігі құрайды, сонымен қатар көрсетілген мақсаттар үшін бағытталған заңды негіздегі мемлекеттік емес ресурстар бөлігі [2].

Аумақтық дамуды мемлекеттік реттеудің «жүзеге асырушы» блогы анағұрлым әр түрлі, құрылымды бірдей емес және белгілі бір деңгейдегі «ресурстық» блокпен қамтамасыз етілген және «қалыптастырушы» блокпен санкцияланған он шақты нақты әрекеттерді, механизмдерді, рәсімдерді кіріктіреді. Мұнда саяси шешім, жекелеген аумақтарда ерекше ұйымдастырушылық-құқықтық режимдерді орнату, арнайы ұйымдастырушылық-шаруашылық акциялар жүргізу, әлеуметтік сипаттағы акцияларды жүргізу, жекелеген халықтардың дәстүрі мен мәдениетін ұйымдастырушылық-

экономикалық қолдау, перспективті өсуде аумақты қолдаудың федералды бағдарламалары, жекелеген аумақтарда орналасқан шаруашылық субъектілеріне салықтық жеңілдіктер беру, оларға мемлекеттік тапсырыстарды басымдық түрінде беру немесе жоғарылатыған бағалар бойынша өнімдерді мемлекеттік сатып алу мүмкіндіктерін ұсыну және т.с.с. Бұл блокта жекелеген аймақтарды мемлекеттік селективті қолдаудың нақты әрекеттері жинақталған. Алайда бұл барлық әрекеттерді қолданудың жүйелі емес мәселесі, олардың мемлекеттік реттеудің бірыңғай құрылымына орнатылмауы мәселелері туындап отыр.

Өңірлердің әрбір типіне базалық жеңілдіктер мен ынталандырулардың өзіндік жиыны сәйкес келеді, олар жеңілдетудің арнайы формаларымен толықтырылады, олар нақты міндеттерді (мәселен, көліктік инфрақұрылымды жеделдетілген жасақтау) шешуге немесе қызметтің жекелеген түрлерін (банктік қызметтер және т.б.) ынталандыруға, арнайы типтегі (шағын немесе ірі) инвесторларды өңірге тартуға бағытталған [3].

Жеңілдіктердің төрт тобын бөлуге болады:

- сыртқы саудалық жеңілдіктер, арнайы кедендік-тарифтік режимді (экспортты-импортты баждарды төмендету немесе алып тастау) енгізуді және сыртқы саудалық операцияларды және сыртқы саудалық операцияларды жүргізудің тәртібін жеңілдетуді көздейді;

- фискалды жеңілдіктер, қызметтің нақты түрін немесе кәсіпкерлердің әрекетін салықтық ынталандырумен байланысты нормаларды құрайды. Бұл жеңілдіктер салықтық базаны (пайда, табыс, мүліктің құны), оның жекелеген компоненттерін (амортизациялық шегерімдер, еңбекақыға шығындар, НИОКР, көлік), салықтық мөлшерлемелердің деңгейі, салық салудан толығымен немесе уақытша босатуды құруы мүмкін;

- қаржылық жеңілдіктер, субсидияның әр түрлі формаларын құрайды, олар коммуналды қызметтерге төмен баға, жер учаскілері мен өндірістік мекемелерді пайдаланған үшін жалдау ақысын төмендету, сонымен қатар преференциалды мемлекеттік несиелер мен бюджеттік қаражаттар есебінен болуы мүмкін;

- әкімшілік жеңілдіктер, яғни әкімшілікпен ұсынылатын өңірлер, кәсіпорындарды тіркеудің рәсімдерін жеңілдету және шетел азаматтарының келу-кету режимін, сонымен қатар әр түрлі қызметтер көрсету.

Жеңілдіктер әр түрлі құрамдарда қолданылуы мүмкін. Тәжірибе көрсеткендей, қатысты түрдегі ірі өндірістік өңірлерде аумақтық емес, функционалды бағыт қолданған дұрыс.

Аймақтарды қабылданған жіктеуге сүйенетін болсақ, еркін экономикалық өңірлер табиғаты бойынша бағдарламалық аймақтар болып табылады, олардың шекаралары қатысты түрде әкімшілік шекаралармен сәйкес келеді. Аумақтағы арнайы режимді қамтамасыз ету әкімшілік басқару негізінде жүзеге асуы тиіс.

Еркін экономикалық өңір ерекше мәртебесі бар аумақ болып табылады, сондықтан өңірді әкімшілік-шаруашылық басқару моделін таңдау аумақтың типі мен көлеміне, елдің мемлекеттік құрылымының ерекшелігіне, жеке меншік секторының дамуына және т.б. сүйенуі тиіс [4].

Өңірді басқарудың мұндай ерекшелігі жанжалдарға негіз болып табылады, олар ведомствоаралық деңгейде, сонымен қатар өңір мен әр түрлі мемлекеттік

инстанциялар арасында пайда болуы мүмкін. Өңір қызметін тиімді басқару мен жанжалдардың алдын алу үшін:

- әкімшілікпен бірге өңірді басқарудың функционалдық құрылымын жасау, ол делегирленген түрлі ведомстволармен бірге мәнді өкілеттіліктерге ие;

- елдегі өңірді дамытуды бақылау мен бағыттау бойынша мемлекеттік органның болуы, ол соңғылардың мүдделерін қорғау үшін жеткілікті билікке ие болуы тиіс, ол ведомстводан тәуелсіз мәртебеге ие болғаны дұрыс;

- барлық аралық әкімшілік-аумақтық билік инстанцияларынан өтіп, өңір әкімшілігінің уәкілетті мемлекеттік органға тікелей бағынуы.

Жоғарыда көрсетілген еркін экономикалық өңірлердің ерекшеліктерге сәйкес өңірді басқару механизмі функцияның екі типін жүзеге асыруы тиіс: арнайы шаруашылық режимді қамтамасыз етумен байланысты әкімшілік функциялар және өңір аумағын дамытумен және агломерациялық эсерлерді жүзеге асыруды қамтамасыз етумен байланысты экономикалық функциялар.

Қазақстан сияқты үлкен территориясы бар, географиялық, табиғи-климаттық және өндірістің экономикалық шарттары мен адамдардың өмір сүру жағдайлары үшін аймақтардың әлеуметтік-экономикалық дамуы аса зор мәнге ие. Елдегі саяси және экономикалық өзгерістер экономикалық өмірдің барлық аймақтарының өсу роліне әкелді [5].

Қазіргі кезде, Қазақстан облыстары экономикалық шешімдерді қабылдауды өздігінен жүзеге асыра алатын болды, өз территориясында белгіленген экономикалық саясатты жүргізе алатын, өзінің экономикалық байланыстарын федералды орталықтармен, басқа да аймақтармен және муниципалды құрылымдармен орнықтыра алатын болды. Сонымен қатар, экономикалық процесстерді реттеудегі мемлекет рөлінің күрт төмендеуі, орталық пен аймақтардың қызметтерінің толыққанды бекітілмегендігі, аймақаралық экономикалық байланыстардың әлсіреуі елдің бірқатар аймақтарының экономикасына әсер еткені байқалды.

Территориялық әлеуметтік-экономикалық дамудың нәтижелерінің әртүрлілігі өсуде. Өзіне тән тарихи, табиғи-экономикалық, ұлттық ерекшеліктері бар аймақтар экономикасын басқару жүйесінің мұндай жағдайларды жүзеге асырылуы терең, ерекше мән беруді қажет етеді.

Дереккөздер тізімі

1. Алимбаева А.А., Утешев С.Б., Ахметов С.Н., Таубаев А.А. Региональная социально-экономическая система. –Караганда: Санат, 2002, Том 2.409 с.
2. Архангельский В. «Региональная экономическая политика и механизмы ее реализации» // Аль –Пари – 2015, №3. - С. 17-21
3. Мейірбеков Б.Қ. Шағын кәсіпкерлік пен бизнесті қолдау жолдары мен дамыту әдістері (Қазақстан Республикасының мысалында), Алматы.- Экономика баспасы.-2012.
4. Мырзағарина Г.А., Исламғалиева Г. Ж., Мустафина Г.Қ. Кәсіпкерлікті мемлекеттік реттеу және қолдаудың кейбір мәселелері . АқМУ ХАБАРШЫСЫ, заң ғылымдар сериясы, 2011 №4 (49).

5. Текежанов М.Ж. Қазақстан республикасындағы кәсіпкерлік іс-әрекетті мемлекеттік реттеу // Экономика и жизнь. Экономика сериясы. – 2015. – №6 (40). – Б. 69 – 72.

Аннотация

Особенность регионального развития в том, что она не основывается на доверии оперативных результатов. Меры государственного регулирования по развитию региона связаны с использованием государственных ресурсов, а также, рассматривается как комплексный интерес всех регионов государства.

Summary

Feature of regional progress that it is not based on confidence of operative results. Measures of state regulation on progress of region are connected with use of the state resources, as well as, is considered as complex interest of all regions of the state.

Укасова Нурсулу Нурлановна
Евразийский национальный университет,
магистрант

ОПТИМИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ РЕСУРСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЗОНЫ ОТДЫХА В БОРОВОМ.

На сегодняшний день сфера гостиничного хозяйства имеет довольно много конкурентов, от крупных игроков до маленьких. И каждая компания старается завоевать свою нишу на рынке и получать прибыль от своей деятельности.

Управление ресурсами – одна из главных подсистем управления проектом. Включает процессы планирования, закупок, поставок, распределения, учета и контроля ресурсов, обычно трудовых и материально-технических. Управление финансовыми ресурсами осуществляется в рамках управления стоимостью.

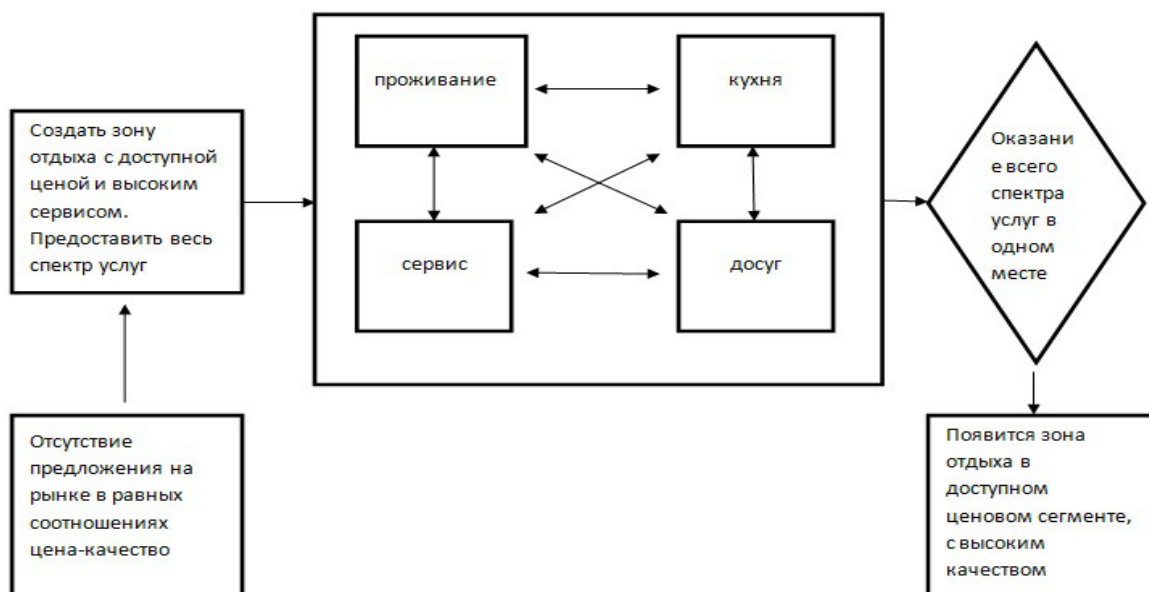


Рис.1. Системная модель управления в зоне отдыха

Для грамотного распределения своих сил и точного попадания в цель, в первую очередь, необходимо определить, на что делать «ставки». То есть определить проблему в Вашей области и как именно Ваш проект станет решением данной проблемы. Для нашего проекта определена следующая проблема: Отсутствие предложения на рынке в равных соотношениях цена-качество. В процессе решения проблемы появится зона отдыха в доступном ценовом сегменте с высоким качеством сервиса. Работа произведена по четырем направлениям. Для более детального исследования проблемы была использована декомпозиция проблемы с помощью диаграммы Исикавы.



Рис. 2. Декомпозиция проблемы на базе диаграммы К. Исикавы.

Диаграмма была составлена для выявления причин отсутствия достойного предложения на рынке. Согласно диаграмме можно увидеть причины первого уровня и поработать с каждой отдельной функциональной составляющей:

1. Недостаток в профессиональных кадрах;
2. Низкий спрос в несезонный период, слабый ассортимент;
3. Отсутствие конкурентов, что в свою очередь влияет на качество предоставляемых услуг;
4. Дороговизна расходных материалов влияет на цену оказываемых услуг.

В процессе анализа проблемы были выявлены 5 заинтересованных сторон. Также определены их ключевые интересы и бизнес потребности.

Таблица 1. Анализ заинтересованных сторон их ключевых интересов и бизнес потребностей.

Заинтересованная сторона	Ключевые интересы(мотивы)	Бизнес потребности
клиент	<ul style="list-style-type: none"> • получить услуги размещения и высокий сервис за приемлемые деньги • иметь выбор места для отдыха • получить весь спектр услуг в одном месте 	<ul style="list-style-type: none"> • корпоративные размещения на выгодных условиях • совмещение отдыха и площадки для переговоров
государство	<ul style="list-style-type: none"> • развитие в стране малого и среднего бизнеса • дополнительные рабочие места • развитие инфраструктуры 	<ul style="list-style-type: none"> • доход от оплаты налогов

	Борового	
сотрудники	<ul style="list-style-type: none"> • трудоустройство • опыт работы • конкурентоспособная заработная плата 	<ul style="list-style-type: none"> • карьерный рост • премиальные • повышение квалификации в сфере гостиничного бизнеса
банк	<ul style="list-style-type: none"> • получение дохода от комиссии за банковские операции (оплата услуг по безналичному расчету, карточкой, перечисление заработной платы сотрудникам) 	<ul style="list-style-type: none"> • расширение клиентской базы • распространение дебетовых карточек
поставщики дополнительных услуг	<ul style="list-style-type: none"> • получение дохода от продаж товара • надежный партнер 	<ul style="list-style-type: none"> • узнаваемость на рынке • репутация среди потенциальных клиентов

Таблица 2. Определение требования к результатам решения проблемы

№	Требования	Категория требований (функциональные/ не функциональные)	
1	Корпоративные размещения на выгодных условиях	ф	
2	Совмещение отдыха и площадки для переговоров	ф	
3	Доход от оплаты налогов	ф	
1.	Карьерный рост		нф
2.	Премиальные	ф	
3.	Повышение квалификации в сфере гостиничного бизнеса		нф
4.	Расширение клиентской базы	ф	
5.	Распространение дебетовых карточек		нф
6.	Узнаваемость на рынке		нф
7.	Заработать репутацию у потенциальных клиентов		нф
8.	Получение дохода от продаж товара	ф	

Аннотация

В рамках исследования были декомпозированы проблемы в диаграмме Исикавы, разработана системная модель управления зоной отдыха, предоставлены таблицы требования к результатам решения проблемы и определены мотивы заинтересованных сторон.

Аннотация

Зертеу шеңберінде демалыс орнын басқару жүйсінің моделі құрылды. Исикава диаграммасында мәселелер ыдыратылып, олардың шешіміне қойылатын талаптар анықталды және мүдделі тараптардың негізі себептері көрсетілді.

Summary

In the framework of the study, the problems in the Ishikawa diagram were decomposed, the development of a system model for management of the recreation zone, the tables provided for the results of solving the problems and constraints of the motivations of the stakeholders.

Үркумбаева Ә.Р.- э.ғ.к., доцент
Алматы технологиялық университеті

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ЭЛЕКТРЭНЕРГЕТИКАСЫН ЖАҒАНДАНДЫРУДЫҢ ЭКОНОМИКАДЫҒЫ ТИІМДІЛІГІ

Төртінші өнеркәсіптік революция жағдайындағы дамудың жаңа мүмкіндіктері бойынша 2018 жылғы 10 қаңтар Қазақстан халқына Жолдауында Елбасы, ҚР-ның Президенті Н.Ә.Назарбаев, «Бүгінде әлем Төртінші өнеркәсіптік революция дәуіріне, технологиялық, экономикалық және әлеуметтік салалардағы терең және қарқынды өзгерістер кезеңіне қадам басып келеді – деп бастады, осыған орай Жаңа технологиялық қалып біздің қалай жұмыс істейтінімізді, азаматтық құқықтарымызды қалай іске асыратынымызды, балаларымызды қалай тәрбиелейтінімізді түбегейлі өзгертуде [1].

Сол себепті Қазақстан индустриясы жаңа технологияларды енгізудің көшбасшысына айналуы тиіс. Яғни біздің өнеркәсібімізге еңбек өнімділігінің деңгейін өндірістік процестерді цифрландыру және замануи бизнес моделдерді меңгеру арқылы арттыру керек.

Осыған орай, мемлекетімізде энергетика саласын жағандандыру арқылы жалпы экономиканы инновациялау мәселесі жолға қойылуда. Халық шаруашылық өндірістерінде тұжырымдаманы әзірлеу және қабылдаудың түйінді мақсаты экономикалық өсуді одан әрі қамтамасыз ету, халықтың тіршілік ету сапасын арттыру және елдің энергетикалық қауіпсіздігін нығайту қажеттіліктерін ескеруі тиіс, мемлекеттің стратегиялық мүдделерін ескере отырып, Қазақстан Республикасының электр энергетикасы саласының теңгерімді және орнықты дамуын қамтамасыз ету болып табылады.

Электр энергиясы саласының теңгерімді және орнықты дамуы салаға қатысушылар үшін тиімділікті арттыруға әлсіз ынталандыруларды қалыптастырумен күрделенген. Тиімділікті арттырудың неғұрлым дербес жолы Қазақстан Республикасының экономикалық және мәдени ақиқатын ескере отырып, үздік басқару тәжірибесі мен қазіргі заманғы технологияларды қолдану болып табылады. Ол үшін алдыңғы қатарлы әлемдік энергетикалық компаниялар мен қаржылық институттарды инвесторлар ретінде тарту, сондай-ақ электр энергетикасындағы бәсекені ынталандыруларды құру және оларды қолдау талап етіледі [5].

Қазақстан Республикасының электр энергетикасы саласын табысты дамыту үшін мынадай бірқатар экономикалық мәселелерді қажет етеді [2]:

1. тұтынудың өсуі кезінде электр энергиясына сұраныс пен ұсыныс теңгерімін сақтау. Соңғы жылдары Қазақстанның электр энергетикасын

дамытудың ажырамас факторы экономиканың серпінді дамуына байланысты электр энергиясына сұраныстың өсуі болып табылады. Электр энергиясына сұраныстың өсуі электр энергиясын өндіру, беру және таратудағы активтердің талап етілетін құрамына және жай-күйіне әсер етеді;

2. жабдықтардың тозу деңгейін төмендету, электр қуаты мен энергия беруші жабдықтардың қуаты резервтерін ұлғайту арқылы оның рентабельділігін жетілдіру. Экономика саласында электр энергиясына сұраныстың өсуі Қазақстанның бірыңғай энергетикалық жүйесі (БЭЖ) бойынша орташа алғанда 60-80 % деңгейге жететін активтердің жоғары тозу жағдайында орын алады. Сондай-ақ энергияны үнемдеу мен энергия тиімділігін арттыру жөніндегі іс-шараларды іске асыру әлеуетін ескерумен де электр қуаты мен энергия беруші жабдықтар қуаты резервінің қоры шектеулі екенін атап өткен жөн;

3. жаңартылатын энергия көздерін (ЖЭК) дамыту және олардың Қазақстан Республикасының энергия жүйесіне экономикалық интеграциялану жағдайы. Қазақстан Республикасы парниктік газдардың атмосфераға шығарылған мөлшерін төмендетуге, «жасыл экономикаға» өту, энергия тиімділігін арттыру мен энергия үнемдеуге бағытталған жолды таңдады. Қазақстан Республикасы ЖЭК дамытудың белгілі бір әлеуетіне ие болатындықтан, осы мүмкіндіктерді қойылған мақсаттарға қол жеткізу үшін пайдалану қажет;

4. Солтүстік және Оңтүстік энергия аймақтары арасындағы экономикалық байланысты күшейту, сондай-ақ Батыс энергия аймағының бірыңғай энергия жүйесіне қосу. Ұлттық электр энергетикалық қауіпсіздікті қамтамасыз ету үшін электр энергиясын өндіру және тұтыну орталықтары арасындағы байланыстарды күшейту қажет. Атап айтқанда, Солтүстік және Оңтүстік энергия аймақтары арасында электр беру желісін өткізу қабілетін арттыру, Батысты Қазақстанның БЭЖ-мен қосатын қосымша электр беру желілерін салу қажет;

5. Оңтүстік және Солтүстік энергия аймақтарына қуат беруді қамтамасыз ету және Солтүстік пен Оңтүстіктің шыңдық қуаттарға қажеттілігін жабу (реттеу қуатын шектес энергия жүйелерінен сатып алуға тәуелділікті төмендету) үшін, Батыс энергия аймағында оңтайлы газ генерациясын дамыту;

6. Энергетика саласына ауқымды инвестицияларды тарту. Электр энергетикасының түйінді мақсатына қол жеткізу - әлемдік стандарттарға сәйкес сенімді және сапалы энергиямен жабдықтауды қамтамасыз ету үшін сұраныстың өсуі, жабдықтар тозуының жоғарылауы және қуат резервтерінің шектелген қоры жағдайында 2016 жылдан бастап 2030 жылға дейін (2011 жылғы бағамен) шамамен 7,5⁷ трлн. теңге күрделі салымдардың едәуір көлемі талап етіледі. Соңғы тұтынушылар үшін тарифтің өсу қарқынына салынатын шектеулерді ескере отырып, инвестициялардың қажетті көлемі тарифке салынған қаражат есебінен толық қаржыландырыла алмайды. Тарифтің өсу қарқынына көрсетілген шектеулерді ескере отырып, күрделі салымдарды қаржыландыру тәсілдерінің бірі жеке инвестицияларды тарту болып табылады. Қазіргі сәтте олардың көлемі саланың мынадай негізгі проблемаларының болуына байланысты жеткіліксіз болып табылады [5]:

- мемлекеттік басқару электр энергетикасын дамытуды ынталандырудың

орташа тиімділігімен, әкімшілік ету рәсімдерінің ашық болмауымен және қолайсыздығымен сипатталады;

- мемлекеттік меншік үлесінің жоғары болуына және меншікті генерациялау қуаттары бар қаржылық-өнеркәсіптік холдингтерді дамыту ерекшеліктеріне байланысты электр энергиясын өндіру нарығында толық бәсекенің жоқтығы

7. экспорттық әлеуетті арттыру - іргелес елдерге, бірінші кезекте Ресейге және Ресей транзиті арқылы Беларусь Республикасына электр энергиясын экспорттау үшін жағдай жасау. Қазақстан Республикасы энергияны өндіретін ұйымдарының БЭК ішіндегі қолданыстағы келісімдер мен Еуразиялық Экономикалық Одақ туралы шарт шеңберінде іргелес елдер нарығына тең қол жеткізу мәселесін шешу;

8. Қазақстан Республикасында экономика сферасында энергия тиімділігін арттыру. Электр энергиясына өсіп келе жатқан сұранысты қанағаттандыру өндіру көлемін ұлғайту есебінен ғана емес, электр энергиясын тұтыну өсімін ұстау есебінен де мүмкін. Қазақстан Республикасында 90-жылдардың басында қалыптасқан өндіруші қауттардың профициті энергия тиімділігі мен энергиямен жабдықтау жөніндегі іс-шаралардың маңыздылығын төмендетті. Алайда электр энергиясын тұтынуды арттыру және бағалардың өсуі энергия тиімділігі мен энергия үнемдеу шараларын өзекті етті. Қазақстан Республикасында энергия тиімділігі мен энергия үнемдеуді сипаттайтын барынша төмен көрсеткіштер осы саладағы көптеген жобалар мен бағдарламаларды экономикалық негізделген етеді;

9. ЖЭО-да жылу және электр энергиясын өндіру кезінде тоғыспалы субсидиялауға жол бермеу. Тоғыспалы субсидиялау ЖЭО-да өндірілетін электр энергиясы құнының артуы нәтижесінде ЖЭО салу жобаларының инвестициялық тартымдылығын төмендетеді, осының салдарынан электр энергиясы көтерме нарықта бәсекеге қабілетсіз болады. Бұл ретте, жылу және электр энергиясының құрамдастырылып өндірілуі бүгінгі күні барынша тиімді технология болып табылады [4].

2030 жылға дейінгі ҚР экономика саласында электр энергетика жүйесін дамытудың шебер-жоспары, ол "Энергетиканы дамытудың жалпы параметрлері» Қазақстан Республикасының электр энергетикасын жетілдірудің мыналарды ескеруі тиіс [1]:

1) электр энергиясын тұтынудың өсу үдерісін сақтау (Электр энергиясын өндіру бөлімінде келтірілген).

2) электр энергиясына тарифтің (бағанын) бірқалыпты өсуі.

3) Қазақстан Республикасының «жасыл экономикаға» көшуі шеңберінде энергияның баламалы және жаңартылатын көздерінде электр энергиясын өндіру үлесін 2030 жылға қарай 30 %-ға және 2050 жылға қарай 50 %-ға дейін арттыру.

4) Қазақстан Республикасының 2020 жылға дейінгі Стратегиялық даму жоспары мен Қазақстан Республикасының «жасыл экономикаға» көшуі шеңберінде Қазақстанның ЖІӨ энергия сыйымдылығын төмендету жөнінде нысаналы көрсеткіштердің 2008 жылғы деңгеймен салыстырғанда 2015 жылға қарай кемінде 10 %-ға және 2020 жылға қарай кемінде 25%-ға жеткізу.

5) электр энергиясының жиынтық өндірісінде көмір электр станцияларында электр энергиясын өндірудің маңызды үлесін сақтау.

6) электр энергетика саласының қоршаған ортаға теріс әсерін төмендету.

7) электр энергетикасында алдыңғы қатарлы технологияларды енгізу.

Мақсаттары, міндеттері және күтілетін нәтижелері Тұжырымдаманы іске асыру шеңберінде мынадай негізгі төрт мақсатқа қол жеткізу болжанып отыр:

1) 2030 жылға қарай Қазақстан Республикасында электр энергетикасы жабдықтары тозуының орташа деңгейін біршама төмендету;

2) 2016 жылдан бастап 2030 жылға дейін электр энергетикасы саласына 7,5 трлн. теңгеге жуық инвестициялар тарту;

3) 2030 жылға дейін соңғы тұтынушылар үшін электр энергиясына тарифтердің ұстамды өсуін қамтамасыз ету;

4) 2030 жылға қарай Қазақстанның БЭЖ жұмысының тәуелсіздігін және өзін-өзі қамтуын қамтамасыз ету.

Дереккөздер тізімі:

1. Төртінші өнеркәсіптік революция жағдайындағы дамудың жаңа мүмкіндіктері бойынша 2018 жылғы 10 қаңтар Қазақстан Республикасының Президенті Н. Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауы.

2. М.Д. Тинасилов. Научная модернизация инновационного развития электроэнергетики Казахстана. /Сб. трудов Международная научно-практическая конференция «Стратегия Казахстан - 2050»: Образование-наука-инновации, Сатпаевских чтений – 2013 посвященных Дню работников науки. Алматы 10-13 апреля 2013.

3. Тинасилов М.Д., Муканов К.Н. /В Казахстане развиваются новые технологии в электроснабжении населения. Сб. трудов «II Межд-ой межвузовской научно-практ-ой конф. МУИТ при МОиН КР, г. Бишкек 15-17 мая 2014., т 2, с. 14-20.

4. Тинасилов М.Д., Муканов К.Н., Уркумбаева А.Р. /О развитии электроэнергетической отрасли Казахстана в контексте энергетической безопасности Сб. трудов «II Межд-ой межвузовской научно-практ-ой конф. МУИТ при МОиН КР, г. Бишкек 15-17 мая 2014., т 2, с. 20-26.

5. Тинасилов М.Д., Муканов К.Н., Уркумбаева А.Р. Стратегия развития науки внешне экономической трансформации Казахстана Сб. трудов «II Межд-ой межвузовской научно-практ-ой конф. МУИТ при МОиН КР, г. Бишкек 15-17 мая 2014, т 2, с. 26-33.

Аннотация

Мақалада автор, Қазақстан Республикасында Төртінші өнеркәсіптік революция жағдайындағы дамудың жаңа мүмкіндіктеріне қарай энергетика саласына жаңаша технологияларды енгізу арқылы «жасыл экономикаға» өту мәселелері қарастырылады және де электр энергетикасын дамытудың ажырамас факторы экономиканың серпінді дамуына байланысты электр энергиясына сұраныстың өсуі болып табылатынын анықтайды.

Аннотация

В статье автор рассматривая в условиях Четвертой промышленной революции, проблемы внедрение новой технологии производства электроэнергии и перехода в «зеленой экономики», определяет связи резкого развития экономики через роста на спроса производства электроэнергии.

Summary

In the article the author considering the conditions of the Fourth Industrial Revolution, the problems of introducing a new technology of electric power production and transition to a "green economy", determines the connections of the sharp development of the economy through growth in electricity consumption.

Усенова А.С.

PhD студент

Университет Международного Бизнеса (UIB)

г.Алматы

e-mail:anel_ussenova@mail.ru

АНАЛИЗ ЭКСПОРТА И ИМПОРТА ПРОДУКТОВ ХИМИЧЕСКОЙ И НЕФТЕХИМИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ РК

Нефтехимия Казахстана способна дать «прибавку» к ВВП более чем в два-три процента. Для этого в цепочке «разведка-добыча-транспортировка-переработка-нефтехимия-сбыт» за несколько лет предстоит создать недостающие звенья. Миллиардные вложения дадут и миллиардную прибыль. Новая отрасль стнает для национальной экономики «подушкой безопасности», которая сработает в случае падения цен на нефть и уберезет государство от резкого сокращения доходов. По сути найдена та точка опоры, с помощью которой можно перестроить хозяйство и постепенно уйти от нефтяной зависимости [1].

Для отечественного химического комплекса характерна ситуация когда из страны вывозится продукция сырьевого назначения, которая за рубежом перерабатывается и в качестве товаров с высокой добавленной стоимостью возвращается на казахстанский рынок. Так рассмотрим следующую таблицу-1- импорт продуктов химической и нефтехимической промышленности РК за 2012-2016 годы.

Таблица 1-Импорт продуктов химической и нефтехимической промышленности за 2012-2016 годы

Наименование продукции	2012	2013	2014	2015	2016
фосфор тонн	0,8	-	-	1,0	0,0
азотные удобрения тонн	319192,7	328678,6	206112,1	186275,8	210576,4
краски, лаки на основе полимеров тонн	46839,0	52356,2	47483,7	43874,2	46442,0

карбиды определенного и неопределенного химического состава тонн	701,1	909,2	750,4	73,0	12,4
парфюмерия и средств туалетных тонн	51104,4	54444,5	56184,2	48962,3	54519,0
использование мыла и органически-поверхностных веществ, используемых в качестве мыла тонн	41835,5	41585,8	48796,3	50673,3	40768,3
моющие средства тонн	111833,5	113200,4	110773,7	107260,2	101372,0
шины для легковых автомобилей тыс.штук	3270,8	4163,4	4061,8	3260,4	3087,7
шины для грузовых автомобилей штук	977945	970554	998868	951208	867146
шины для сельскохозяйственных машин штук	301153	317186	212923	236963	192801
трубы, трубки, рукава, шланги из резины (кроме эбонита) штук	8839,2	8681,2	8531,0	11093,1	9026,7
Примечание-источник-балансы ресурсов и использования важнейших видов сырья, продукции производственно-технического назначения и потребительских товаров по РК за 2012-2016гг. С.46-53					

Проанализировав данную таблицу можно заметить, что для импорта характерна ситуация когда готовые изделия ввозятся в нашу страну, такие как краски, лаки на основе полимеров, парфюмерия, моющие средства, шины для легковых машин, шины для грузовых машин, шины для сельскохозяйственных машин. В то время как вывозится в основном сырьевые продукты, такие как фосфор и другие химические сырьевые продукты.

Рассмотрим следующую таблицу-2

Таблица 2 –Экспорт продуктов химической и нефтехимической промышленности РК за 2012-2016 гг.

Наименование продукции	2012	2013	2014	2015	2016
фосфор тонн	63140,3	74453,4	77427,8	70596,6	50887,1
азотные удобрения тонн	93689,4	117365,0	138442,0	76473,5	72809,7
краски, лаки на основе полимеров тонн	2321,5	3256,8	3652,7	3114,2	2023,8
карбиды определенного и неопределенного химического состава тонн	21622,9	14979,5	16236,7	20813,1	24424,3
парфюмерия и средств туалетных тонн	3075,6	3645,7	3375,0	2190,9	2621,4
использование мыла и органически-поверхностных веществ,	11003,7	6594,7	5518,3	7286,7	6586,0

используемых в качестве мыла тонн					
моющие средства тонн	11219,3	11717,8	11875,6	5765,1	6754,7
шины для легковых автомобилей штук тыс. штук	15,4	4,7	3,5	3,1	27,6
шины для грузовых автомобилей штук	3710	1471	451	2726	6079
шины для сельскохозяйственных машин штук	217	418	358	6356	2367
трубы, трубки, рукава, шланги из резины (кроме эбонита) тонн	87,8	97,8	55,3	107,5	232,4
Примечание-источник-балансы ресурсов и использования важнейших видов сырья, продукции производственно-технического назначения и потребительских товаров по РК за 2012-2016гг. С.46-53					

Из данной таблицы можно увидеть, что самыми экспортируемыми товарами были фосфор, азотные удобрения, моющие средства, мыла и других органических средств. Экспорт фосфора превышает импорт фосфора на 50887,1 тонн. Импорт азотных удобрений превышает экспорт в 3 раза. Импорт красок, лаков на основе полимеров превышает экспорт в 23 раза.

Экспорт карбидов определенного и неопределенного химического состава превышает импорт в 1970 раз. Импорт парфюмерии и средств туалетных превышает экспорт парфюмерии и средств туалетных в 21 раз. Импорт мыла и органически-поверхностных веществ, используемых в качестве мыла превышает экспорт мыла и органически-поверхностных веществ в 6 раз. Импорт моющих средств превышает экспорт моющих средств в 15 раз. Что касается экспорта готовых изделий таких как например- шины для легковых автомобилей: импорт превышает экспорт в 112 раз, для грузовых автомобилей: импорт превышает экспорт в 143 раза, для сельскохозяйственных машин: импорт превышает экспорт в 81 раз. Импорт готовых труб и трубок, рукава, шланги из резины превышает экспорт в 39 раз.

Отметим, что в целом доминирование сырьевых товаров в экспорте ставит платежный баланс страны в более тяжелую зависимость от циклических колебаний, чем в экономике диверсифицированной.

Несмотря на наличие определенных положительных результатов характеризующих нефтехимическую промышленность, необходимо отметить, что товарная номенклатура химических и нефтехимических предприятий практически не претерпевает никаких изменений и представлена прежде всего, продукцией низкой и средней степени технологического передела сырья. Оценка перспектив развития отечественного нефтехимического комплекса позволяет определить ряд факторов, оказывающих влияние на его конкурентную позицию: низкая конкурентоспособность отечественной продукции; технологическая отсталость.

Направления решения данных проблем:

1) Формирование собственной нефтеперерабатывающей базы. В Казахстане известны 3 нефтеперерабатывающих завода это Атырауский нефтеперерабатывающий завод [2]. Формирование отечественной промышленности, основанной на переработке углеводородных ресурсов, относится к середине 40-х годов XX в., когда был введен в эксплуатацию первый в республике нефтеперерабатывающий завод в городе Атырау (ныне Гурьев). Завод был построен американской фирмой и по составу технологического оборудования имел классическую схему топливного направления. Технологическая схема завода включает процессы электрообессоливания поступающего сырья, первичной обработки нефти, газофракционирования и алкаирования, каталического риформинга позволяющего улучшать качественные характеристики прямогонного бензина, вакуумной перегонки мазута с целью получения вакуумного дистиллянта и гудрона для установки замедленного коксования. Воплне понятно, что столь продолжительная эксплуатация технологических установок завода требовала проведения плановых ремонтов различного характера. Такие мероприятия, хотя и позволяли эксплуатировать завод в устойчивом режиме, все же не достигали главной цели-улучшения качества вырабатываемой продукции, в частности автомобильных бензинов и дизельног топлива. В этой связи назрела необходимость коренной модернизации предприятия. Реконструкция АНПЗ связывается с периодом 1998-1999гг., когда между НК «Казахойл» (ныне НК «Казмунайгаз» и группой японских компаний, представителем которых выступила «марубени Корпорейшн», была проведена серия встреч. Результатом этого явилось подписание рамочного соглашения «О реконструкции Атырауского нефтеперерабатывающего завода», стоимость которого оценивалась в 300-308 млн. долларов США без учета пошлин и налогов. В основу проекта было положено решение о снабжении завода легкой тенгизской нефтью, что позволило увеличить глубину переработки до 85% и освоить выработку высококачественного, отвечающего европейским стандартам безина АИ-95 и дизельного топлива без добавления присадок.

Павлодарский нефтеперерабатывающий завод [2]. Начало ввода в эксплуатацию первой очереди мощности в 1978г., когда одновременно с перерабатывающим комплексом установок был запущен нефтепровод, по которому поставлялась западносибирская нефть. Павлодарский НПЗ (ныне ЗАО «Павлодарский нефтехимический завод»ПНХЗ) представляет собой предприятие топливного профиля со схемой глубокой переработки нефти, основанной на применении двух параллельно работающих комбинированных блоков по первичной переработке нефти и каталическому облагораживанию дистиллятов (АК-6у), комбинированных установок по перераблтке нефтяных остатков, включающих процессы каталического крекинга, гидрокрекинга и коксования. Данная технологическая схема, согласно проектным разработкам настроенная на поступление самотлорской нефти, способна была обеспечивать выход 72,3% светлых нефтепродуктов. Размещение завода в г.Павлодаре было обусловлено рядом предпосылок, связанных с его географическим расположением. Прежде всего решалась важнейшаяпроблема обеспечения нефтепродуктами крупного региона страны. Затем принималась в расчет близость источников сырьья-

месторождения Западной Сибири и наличие мощной нефтепроводной системы. Немаловажное значение в процессе разработки технико-экономического обоснования строительства завода в этой зоне имело и то обстоятельство, что вблизи нее расположена крупная водная магистраль- р.Иртыш ,позволяющая обеспечивать завод водой, а навигационный период осуществлять транспортировку различных материалов, необходимых для поддержания работы предприятия и вывоз нефтепродуктов. К сказанному следует добавить, что близость крупного Экибастузского месторождения углей и строительство на их базе мощных электрстанций (ГРЭС) способствовало обеспечению потребностей нефтепереработки и нефтехимии энергоносителями. Следует отметить, что, синтетический этиловый спирт после преобразований в соответствующих процессах воплощается в широкий ассортимент иных продуктов-лаки, фармацевтическое сырье, кино-фотопродукцию, мономеры для промышленности синтетического каучука. Несмотря на осуществленную столь глубокую переработку основных аспектов рационального и комплексного использования углеводородного сырья, заложенную в проектной документации на строительство завода, обосновывавшей высокую эффективность перерабатывающего производства, завод был пущен в эксплуатацию в усеченной форме- в технологическом цикле присутствовало только топливное направление.

Шымкентский нефтеперерабатывающий завод [2]. Предприятие было введено в 1985г. с запуском комбинированной установки ЛК-6- У, в состав которой вошли секции: ЭЛОУТ-АТ-мощностью 7 млн. тонн в год- установки атмосферной перегонки; каталический риформинг с предварительной гидроочисткой сырья мощностью 1 млн. тонн в год; гидропарафинизация дизельного топлива мощностью 1 млн. тонн в год; гидроочистка керосина, мощностью 600 тыс. тонн в год; газодифракционная установка мощностью 450 тыс.тонн в год. Первоначально завод был спроектирован под переработку западно-сибирской нефти. В связи с тем, что с 1992г. и в настоящее время завод перерабатывает нефть с Кумкольского месторождения, которая имеет более высокое содержание парафина, но более низкое содержание серы, чем западно-сибирская нефть, завод осуществил реконструкцию процессов переработки с переориентацией на парафинистую нефть. В этой связи была произведена замена катализатора процесса риформинга, а установка гидроочистки дизельного топлива была реконструирована под процесс гидропарафинизации в октябре 1998 года. Шымкентский НПЗ в течение ряда лет прошел несколько стадий реорганизации. В результате осуществленного процесса акционирования он был преобразован в ОАО «Шымкентнефтеоргсинтез» (ШНОС). В связи с прекратившимися поставками сырья с тюменских месторождений технологические мощности стали загружаться нефтью кумкольского месторождения, принадлежавшей канадской компании «Харрикейн хайдрокарбонз». Создавшаяся ситуация с дефицитом исходных ресурсов постепенно привела к тому, что эта компания стала фактически контролировать деятельности завода. Естественным итогом этого стал процесс слияния ОАО «Шымкентнефтеоргсинтез» с канадской компанией, что было зафиксировано в соответствующих документах.

2) Создание профессиональных стандартов [3]. У Казахстана есть все необходимое для развития отечественной нефтехимической и химической промышленности, особенно если учесть растущий спрос на продукты химии и нефтехимии внутри страны и за рубежом, обилие природных ресурсов и близость к существенным рынкам сбыта. Однако нехватка квалифицированных кадров сдерживает рост этой формирующейся отрасли экономики. Профессиональное образование играет важную роль в нефтехимической и химической промышленности, где применяются сложные производственные технологии, современное оборудование и передовые методы работы, обуславливая необходимость в высококвалифицированных технических специалистах [3]. Разработка отраслевых профессиональных стандартов является первым шагом на пути к согласованию требований работодателей и содержания обучения. Данный процесс позволит наладить взаимодействие между властью, бизнесом и учебными заведениями и унифицировать определение отраслевых профессий. Помимо этого, предприятиям будет проще прогнозировать свои кадровые потребности, а образовательные программы станут в большей мере учитывать пожелания работодателей [3]. В конечном счете, профессиональные стандарты помогут повысить конкурентоспособность нефтехимической и химической промышленности страны.

Профессионально-техническое образование имеет большое значение для роста нефтехимической и химической промышленности, где применяются сложные производственные технологии, оборудование и рабочие процессы, обуславливая потребность в высококвалифицированных технических специалистах [3]. В системе ПТО профессиональные стандарты являются важным связующим звеном между требованиями работодателей и развитием человеческого капитала (т. е. образовательными программами), влияя, таким образом, на людей на протяжении всей трудовой жизни. Среднеквалифицированные и квалифицированные кадры (технические специалисты) составляют значительную часть рабочей силы в рассматриваемой отрасли: они работают операторами-технологами, специалистами по техническому обслуживанию, лаборантами и специалистами по проведению механических испытаний. Профессиональные стандарты (ПС) (иногда также именуемые «стандарты компетентности») - это нормы, определяющие трудовые функции, которые должны выполнять работники, а также необходимые для этого знания и навыки [3].

Профессиональные стандарты являются центральным элементом эффективной системы ПТО - (профессионально-технического образования) (Рисунок 1). Унифицируя терминологию по различным видам трудовой деятельности, они способствуют развитию диалога между государственным и частным сектором, а также позволяют укрепить взаимодействие и усилить прозрачность отношений между всеми заинтересованными сторонами [3]. Благодаря единой терминологии упрощается анализ спроса и предложения, а также ведение статистики. Помимо этого, при наличии профессиональных стандартов образовательные программы в большей мере учитывают потребности предприятий. Профессиональные стандарты связывают с ускорением развития

человеческого капитала и повышением производительности. Профессиональные стандарты предлагают дополнительные преимущества частному сектору и учебным заведениям [3]. Они помогают работодателям находить пробелы в знаниях и навыках сотрудников, чтобы соответствующим образом оптимизировать корпоративное обучение, разрабатывать должностные инструкции, определять уровень компетентности и квалификации, перенимать иностранные технологии и организовывать рабочий процесс. Разработка профессиональных стандартов зачастую проводится наряду с другими, смежными видами деятельности, в частности с функциональным анализом, позволяющим установить оптимальный состав специалистов, которые могут потребоваться в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе [3].



Рисунок 1-Профессиональные стандарты составная часть ПТО – профессионально-технического образования .Примечание-составлено согласно источника 3

В химической и нефтехимической промышленности Казахстана существуют проблемы: экспорт низкой и средней степени технологического передела сырья, технологическая отсталость предприятий нефтеперерабатывающих предприятий, нехватка квалифицированных кадров в отрасли. Предложенные меры - дальнейшее развитие нефтеперерабатывающих заводов, создание системы профессиональных стандартов в системе технического профессионального образования химической и нефтехимической промышленности выведут Казахстан на новый виток развития и возможности

создания экспортоориентированных производств, которые будут выпускать продукцию с высоким технологическим переделом сырья!

Список источников

- 1.Вадим Васильченко Архимедов рычаг для экономики // Казахстанская Правда 16.09.2005 с.8
- 2.Аманиязова Гулимай Демегеновна Проблемы эффективного использования нефтегазового потенциала Казахстана в условиях интеграции в мировую экономическую систему: монография. Алматы. Экономика.2012.310 с.
- 3.Отчет ОЭСР Разработка профстандартов в нефтехимической отрасли Казахстана 2015(2) с.9-14.

Аннотация

В статье показаны тенденции экспорта и импорта химической и нефтехимической промышленности. На данном этапе для страны характерны - экспорт товаров химической и нефтехимической промышленности низкой и средней степени технологического передела сырья и импорт товаров химической и нефтехимической промышленности высокого передела сырья. В статье предложены направления решения проблем технической отсталости предприятий химической и нефтехимической промышленности. В частности предложены: дальнейшее развитие нефтеперерабатывающих заводов страны, создание системы профессиональных стандартов как один из главных элементов повышения качества системы профессионально-технического образования и подготовки квалифицированных кадров для данной отрасли в Республике Казахстан.

Summary

Tendencies of export and import of the chemical and petrochemical industry are shown in the article. At this stage for the country are such tendencies- export of goods of the chemical and petrochemical industry of low and average extent of technological processing of raw materials and import of goods of the chemical and petrochemical industry of advanced processing of raw materials. The directions of the solution of problems of technical backwardness of the enterprises of the chemical and petrochemical industry in the article are proposed. In particular such directions are offered: further development of petro- refineries plants of the country, creation of system of professional standards as one main element of improvement of quality of system of professional-technical education and training for qualified cadres for this branch in the Republic of Kazakhstan.

Аннотация

Мақалада химия және мұнай-химия салаларының экспорты мен импортының үрдістері көрсетілген. Бұл кезеңде ел шикізатты технологиялық қайта бөлудің төмен және орташа деңгейін химиялық және мұнай-химия өнімдерін экспорттаумен және шикізатты жоғары қайта өңдеудің химиялық және мұнай-химия салаларынан тауарлар импортымен сипатталады. Бапта ұсынылды бағыттағы проблемаларды шешу техникалық артта кәсіпорындары химиялық және мұнай-химия өнеркәсібі. Атап айтқанда, ұсынылған: одан әрі дамыту, мұнай өңдеу зауыттары елдің жүйесін құру, кәсіби стандарттар ретінде бір басты

элементтерінің сапасын арттыру, кәсіби-техникалық білім беру және білікті кадрлар даярлау үшін Қазақстан Республикасында аталмыш саланы.

**Магистрант, Фиськова Виктория Олеговна
Кыргызско - Российский лицей №28, бухгалтер - кассир**

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ ЖКХ НА ПРИМЕРЕ МЕЖРАЙОННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Эффективность использования тепловой энергии зависит от вида тепловой энергии, коэффициентов полезного действия, технологического оборудования, транспортировка, передачи и распределения. Достаточный резерв повышения эффективности использования тепла заложен в сокращении потерь и не допуска тепловой энергии при производстве, транспортировке и распределении. По нашему мнению также усугубляет техническая изношенность оборудования.[1] В настоящее время системы теплоснабжения (централизованные) жилищно-коммунального комплекса находятся на балансе предприятий, муниципальных предприятий или жилищно-коммунального хозяйства. В любом случае имеет место дефицит средств местных бюджетов на восстановление и эффективное функционирование. Снижение расходов на ремонт и восстановление систем теплоснабжения, особенно на участках с высоким износом и (или) низким конечным потреблением абонентов, привело в последние годы к многочисленным случаям полного отключения тепла в многоквартирных домах. Тепловые сети являются наиболее уязвимым элементом систем централизованного теплоснабжения. В связи с физическим износом трубопроводов и арматуры возрастают тепловые потери и аварийность на магистральных и распределительных тепловых сетях. Это снижает надежность теплоснабжения и увеличивает вероятность возникновения чрезвычайных ситуаций в селах. Практика аварийной замены отдельных узлов или участков тепловых сетей является вынужденной и не всегда эффективной системой расходования. Накопившиеся проблемы теплоэнергетики существенным образом влияют на экономическую эффективность теплоснабжения и производства. Несмотря на увеличение уровня платежей населения за тепловую энергию, техническое состояние котельного оборудования и тепловых сетей неудовлетворительное. Поэтому теплоэнергетическому предприятию присущи следующие проблемы:

- Существенный износ всего котельного оборудования, низкий КПД котлов от 50 до 55 процентов;
- Подпитка котлов и тепловых сетей в нарушение действующих норм производится неподготовленной водопроводной водой повышенной жесткости, что приводит к значительным отложениям накипи, в первую очередь, на поверхностях нагрева котлов, их перегреву и, как следствие, к снижению коэффициента полезного действия и преждевременному выходу из строя котельного оборудования;

- Предельный износ тепловых сетей и сетей горячего водоснабжения, завышенные, как минимум, вдвое потери тепла и воды в тепловых сетях.

В большинстве котельных жилищно-коммунального комплекса в качестве топлива используется уголь.

Теплоснабжение - самый энергоемкий, но и самый энергорасточительный сегмент национальной экономики-сегодня находится в критическом состоянии на всех этапах: от производства до потребления тепла.

Остается добавить следующие:

Совершенно ясно, что коммунальное хозяйство требует больших финансовых затрат на ремонт и эксплуатацию изношенного оборудования. Таким образом, для улучшения деятельности предприятия нужно: увеличить коэффициент полезного действия (КПД) работы котлов, таким образом уменьшится потеря на тепловых сетях; обеспечить повышение эффективности работы оборудования котельной; перейти к эффективным энергосберегающим архитектурно-строительным системам и инженерному оборудованию в жилищно-коммунальном строительстве; внедрить приборный учет и регулирование потребления[2] тепловой энергии и воды, организовать взаиморасчеты за потребление ресурсов по показаниям приборов. Основной целью предприятия является перечень услуг: обеспечение тепловой энергией, питьевой водой, очистка сточных вод. Управление персоналом и производством на межрайонном предприятии осуществляется в соответствии с Уставом.

В то же время мною отмечено, что на предприятии необходимо:

- Разработать механизм стимулирования экономии энергоресурсов, за счет применения энергосберегающих технологий;
- В связи с этим, в работе также предложены технические мероприятия по организации производства продукции с использованием новых сооружений и оборудования.

В целом на основе приведенного анализа финансового состояния межрайонного предприятия устойчивое, предприятию необходимо повышать свою рентабельность за счет увеличения прибыли и выручки. В свою очередь размер выручки сократился за счет увеличения себестоимости, поэтому необходимо уменьшение себестоимости.



Диаграмма.1. Динамика теплоснабжения на примере межрайонного предприятия (составлен по данным отчета межрайонного предприятия)

Как показано на Диаграмме.1. Предприятие обеспечивает централизованным отоплением. В целом по предприятию за 2014 год, 4067 абонентов получающих теплоэнергию, из них 783 абонента получающих ГВС - горячее водоснабжение. Всего за 2014 год в целом по предприятию отпущено теплоэнергии 23678 из них:

- Республиканский бюджет – 2258,013 Гкал
- Местный бюджет – 5444,137 Гкал
- Население – 15292,0097 Гкал
- Прочие – 643,374 Гкал

Питьевой водой также обеспечивает межрайонное предприятие. В целом по предприятию 8764 абонентов. Всего за 2014 год отпущено 1588,2 м/куб питьевой воды, из них:

- Республиканский бюджет – 57,9 м/куб
- Местный бюджет – 58,2 м/куб
- Население – 1414,7 м/куб
- Прочие – 57,4 м/куб

За 2015 год по предприятию всего отпущено теплоэнергии 30508 Гкал, из них:

- Республиканский бюджет – 2063,012 Гкал
- Местный бюджет – 6532,015 Гкал
- Население – 14292,010 Гкал
- Прочие – 7620,963 Гкал

В целом по предприятию отпущено воды 1540 м/куб, из них:

Республиканский бюджет – 57,3 м/куб

Местный бюджет – 55,5 м/куб

Население – 1384,7 м/куб

Прочие – 42,5 м /куб

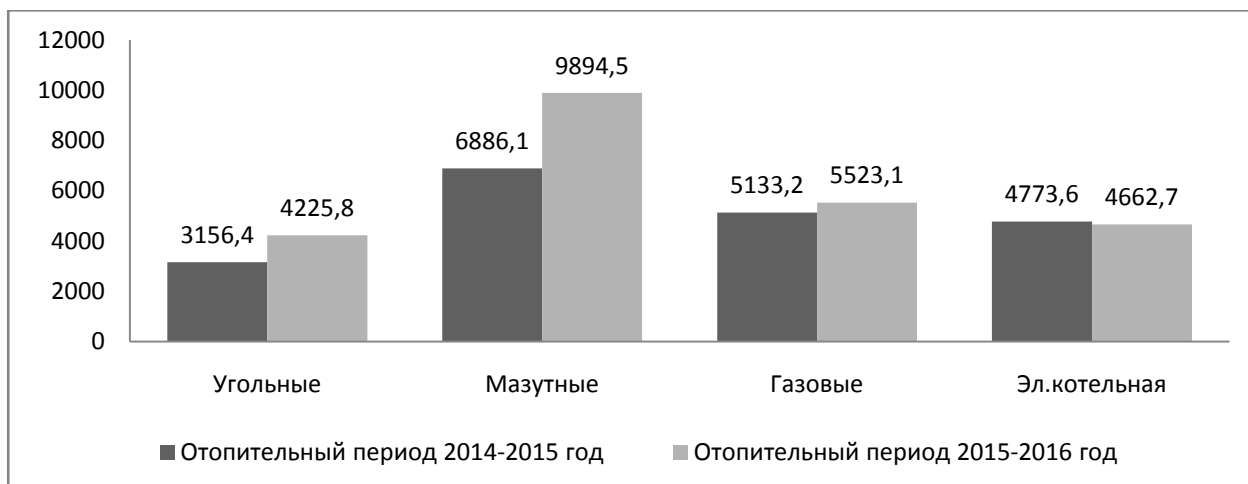


Диаграмма.2. Сравнительная диаграмма по изменению стоимости 1 Гкал т/энергии на примере межрайонного предприятия (составлен по данным отчета межрайонного предприятия)

За 2016 год по предприятию всего отпущено теплоэнергии 31657,18 Гкал, из них:

Республиканский бюджет – 2375,54 Гкал

Местный бюджет – 7113,01 Гкал

Население – 20675,43 Гкал

Прочие – 1493,2Гкал

Всего за 2016 год на предприятии отпущено воды 1513 м/куб, из них:

Республиканский бюджет –41,3 м/куб

Местный бюджет – 38,9 м/куб

Население – 1378,5 м/куб

Прочие –54,3 м/куб

Как показано на Диаграмма 2. при проведении анализа тарифов за 1 Гкал тепловой энергии утвержденным на отопительный период 2014-2015 года и предлагаемым тарифом 1 Гкал на отопительный период 2015-2016 год в разрезе статей затрат установлено следующее:

- 1) В связи с тем, что из-за низкой температуры отопительный сезон 2014-2015 года длился не 140 дней, а 152 дня, а также средняя температура воздуха составляла не -1С, а -33С, котельными было разработано 167,1 Гкал, что на 6304,8 Гкал больше плана;
- 2) При продолжительности отопительного периода 140 дней и температуры окружающего воздуха -1С план выработки тепловой энергии[8] котельными межрайонным предприятие составит 435462,5 Гкал. Рост стоимости 1 Гкал тепловой энергии в основном связан с увеличением расходов по статье «Топливо»
 - 1 тонна угля на 134,6%
 - 1 тонна мазута на 139,7%

Финансовая устойчивость предприятия – способность наращивания достигнутого уровня её деловой активности и эффективности бизнеса, гарантирующая постоянную платежеспособность и повышающая инвестиционную привлекательность в границах допустимого уровня риска.

Анализ финансовой устойчивости проводится для того чтобы узнать на сколько правильно управляет предприятие своими и заемными средствами. Главное, чтобы структура заемных и собственных средств по всем параметрам отвечали целям развития предприятия, так как не достаточная финансовая устойчивость может привести к нехватке денежных средств, то есть предприятие не будет платежеспособным и не сможет рассчитаться со своими партнерами.

Проведя анализ можно сказать, что коэффициент автономии в 2014 году составил 0,50, а в 2016 году –0,30, т.е уменьшился на 0,20, это значит что предприятие пользуется заемными средствами.

Коэффициент финансовой устойчивости или соотношение заемных и собственных средств, в 2014году составил 0,58, а в 2016 году – 0,49, то есть уменьшился на 0,09. Говоря иначе, на 1 сом вложенных в активы собственных средств предприятие к концу года привело 9 сомам заемных средств. Коэффициент финансовой устойчивости не вышел за рамки установленного диапазона.

Финансовый леверидж показывает соотношение заемного капитала к собственному. Нормативное значение находится в диапазоне от 0,5 до 0,8. Таким образом этот коэффициент в течении трех лет был ниже заданного диапазона, это говорит о том, что предприятие не имеет стабильное поступление денежных

средств за свои услуги. Таким образом, можно сделать вывод о том, что финансовое состояние данного предприятия является достаточно устойчивым. Для сохранения текущего финансового состояния предприятия следует запланировать конкретные мероприятия, которые позволят улучшить его финансовое состояние[5]. Прежде всего, это мероприятия направленные на увеличение производства и реализации услуг, повышение ее качества и конкурентоспособности и более полное и эффективное использование производственного потенциала предприятия. Прогнозируемое развитие теплоснабжения потребует осуществления ряда таких мер, как формирование и совершенствование конкурентного рынка тепловой энергии, поддержка создания прогрессивного оборудования для системы теплоснабжения, совершенствование управления этими системами, и поддержка государством и региональными органами власти формирования необходимых инвестиций в сферу теплоснабжения.

Список источников

1. Либерман И.А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности. Учебное пособие. Пятое издание М. РИОР.2014.
2. Жарылгасова. Б.Т, Суглобов А.Е. «Анализ финансовой отчетности» М.,2009.
3. Мельник М.В., Муравицкая Н.К., Герасимова Е.В. Бухгалтерский учет и анализ. Учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению «Экономика» квалификация бакалавр) КНОРУС. М.2015 .
4. Пласкова Н.С. Экономический анализ. Учебник М.Эксмо. 2009.
5. А.Д.Ларионова, Н.Н. Карзаева, А.И. Нечитайло. Бухгалтерская финансовая отчетность. М.,2005.
6. Шербекова А.А., Налобина Л.И., Асанова Г.Ш. Основы бухгалтерского учета., Бишкек -2012.
7. Палий В. Ф. Международные стандарты учета и финансовой отчетности : учебник / В. Ф. Палий. – 3-е изд., доп. и испр. – М. : Инфра-М, 2009.
8. Правила пользования системами коммунального водоснабжения и канализации в КР. А.З.Зарипов, Ю.Ф.Залялов, Н.Г.Мудраченко. (Государственный союз предприятия, жилищно-коммунального хозяйства) – Кыргызская Республика от 13 июля 1992 года.
9. Приказ по министерству коммунального хозяйства КР.от 13 ноября 1997 года № 662.
10. Положение о порядке определение цен (тарифов) на товары (работы, услуги) субъектов естественных и разрешенных монополий. Утверждено Правительством КР от 13 февраля 2014 года. (В редакции постановления Правительства КР от 16 марта 2015 года № 124, 19 мая 2016 года № 267, 20 января 2017 года № 36).
11. Методика по расчету потребности в тепловой и электрической энергии зданий. (Утверждена постановлением Исполнительного Совета Госагентства по энергетике при Правительстве Кыргызской Республики от 18 августа 2000 года № 60-п).
12. Отчет о деятельности «Межрайонного предприятия теплоснабжения»

Аннотация

В этой статье рассмотрены современное состояние и особенности формирования финансовой политики в сфере ЖКХ.

Фуад Джаббаров,
Азербайджанский Университет Туризма и Менеджмента,
fuadjabbarov@gmail.com
Эльмаддин Гаджиев,
Азербайджанский Университет Туризма и Менеджмента,
elmeddin.haciyev@atmu.edu.az

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ УСТОЙЧИВОГО ТУРИЗМА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Государственные программы по развитию альтернативных сфер экономики призваны реализовать поэтапный переход экономического развития и снизить зависимость страны от экспорта энергетических ресурсов. Поэтапная реализация государственной программы заложена в «дорожную карту» документ, являющийся стратегией развития страны в течение десяти лет. В данном документе предусмотрено развитие различных отраслей экономики в том числе и туризма.

Туризм является одной из приоритетных направлений вложения государственных инвестиций. За последние десять лет количество туристических предприятий возросло в несколько раз. Так по сравнению с 2010 годом количество туристических предприятий в общем составило 243 туристических агентств и операторов, а также 536 гостиничных предприятий[2]. Следует отметить тот факт, что увеличение гостиниц наблюдалось не только в количественном, но в качественных аспектах. Значительное увеличение рыночного спроса вынудило предпринимателей создавать как пятизвездочные, так и четырех, трех звездочные отели. Кроме перечисленного также в эксплуатацию вводились пансионаты и дома отдыха. Сегментный ряд туристической направленности по лечебно-курортному спросу был частично удовлетворен. Несмотря на удовлетворение рыночного спроса качественное обеспечение сервиса остается неудовлетворительным. Причинами данного фактора являются отсутствие обеспечением кадров способных выполнять разнообразные задания и специалистов по лечебно-курортному бизнесу.

Увеличение туристического потока из арабских стран способствовало формированию нового конъюнктурного ряда на рынке. Для удовлетворения потребностей потребителей, большинству отелей пришлось менять интерьер гостиницы. В целях обеспечения туристического потока на рынке произошло изменение посредством активации бизнес структур предложивший различные варианты организации отдыха и ночлега. Сами туристы стали активно пользоваться созданной возможностью выбора и размещения. Туристические

агентства и операторы стали спешно формировать туристические пакеты. Туристические пакеты формировались на основе тематического подхода к различным группам туристической направленности. Активность туристических агентств в увеличивающемся потоке дало толчок к появлению новых фирм на рынке. Конкуренция на данном рыночном сегменте приобрела новый формат взаимоотношений. Плотность конкуренции вынуждало традиционные фирмы данного сегментного ряда изменять стратегии и формировали новые туристические продукты. Изменился не только количественный состав, но и заметно изменилось качество предоставляемого сервиса. Так формирование туристических пакетов предоставляется с учетом конкуренции как сопутствующих субъектов и объектов экономических взаимоотношений, так и гостиничных предприятий.

Динамика экономического роста в туристическом секторе и увеличивающийся спрос послужило барометром определения изменяющейся стратегии локальных отделений сетевых представительств. Между тем анализ статических данных по продаже туристических пакетов частным лицам намного превзошел количество групповых пакетов. Данная ситуация демонстрирует предоставление неправильных статистических данных в структуре распределения туристических пакетов. Так в пункте 1.9 распределения уровня продаж между частными лицами и группами количество проданных пакетов группам составило 3739 а, индивидуальным лицам 40 876. Существующая погрешность между данными настолько высока, что вызывает определенные сомнения в фиксирование проданных пакетов¹. Доход туристических агентств и операторов составил 36 482,2 тыс. манат к затратам 30 811,6. С точки зрения анализа данных такой минимальный уровень прибыли, точнее маржа интерпретируется как убыточное с учетом налоговых отчислений и расходы связанные с туристической деятельностью в размере 29 480[2]. В целом увеличение занятости населения и штатных единиц в компаниях не привело к существенным качественным изменениям.

Статистическая динамика функционирования отелей

Увеличение количества отелей и загруженности номеров при тенденции количественного увеличения туристического потока изменило баланс в финансовой структуре и в количестве номерного фонда. Общее количество отелей приведено выше, а по отношению данного показателя к 2011 году динамика увеличения составила на 26 единиц[3]. Увеличились показатели номерного фонда с 14158 в 2010 году до 17953 в 2015 году. Кроме приведенных статистических данных следует отметить, что количество размещенных в гостиницах туристов составило 438479 в 2010 году и 838145 в 2015 году соответственно. Доходная часть отелей составила 105888,8 тыс. манат к расходам 87879,9 в 2010 и соответственно 183055,1 к 171730,8 тыс. манат. Налоговые отчисления составили 15130,6 и соответственно 28098,5 тыс. манат[2]. Заложенные в программу государственного развития туристического сектора экономики показатели планируется увеличить количество загруженности номеров с 0,8 млн. до 3,65 млн.

человек к 2020 году. В «дорожной карте» государственной стратегии по развитию предусмотрены механизмы увеличения туристического потока с соответствующей информационной поддержкой, что естественно увеличит количество ночевки в гостиничных комплексах(4). В дополнение следует отметить фактическое развитие туристических дестинаций по всей стране, не считая территорий, находящихся под армянской оккупацией. Приток иностранных туристов показал рост примерно в 60% процентов по сравнению с предыдущими годами, в частности с 2010 годом. Заметное место в распределении по странам занимают Россия, Турция, Иран и Грузия[3].

В системе функционирования отелей наблюдается реорганизация. Причиной данных структурных изменений являются увеличившийся туристический поток из стран Персидского залива. Кросс культурные различия побудили некоторые отели к заметным изменениям как в интерьере, так и в меню. Теперь доминирующим в предоставляемых меню оказалось не традиционная европейская кухня так как в большинстве случаев сетевые отели и их представительства были ориентированы на данный рыночный сегмент, а кухня в которой присутствует разделение по определенным религиозным критериям. Данный подход вовсе не означает исключение европейской кухни из меню гостиничных комплексов и ориентированность только на мусульманских постояльцев. Удовлетворение потребительского спроса данной категории туристов является очевидным фактором для компаний, ориентированных на удовлетворение различного потребительского спроса.

Важной особенностью в удовлетворение рыночных тенденций является адекватное управление всеми структурными подразделениями.

Управление туристическими организациями

Созданные экономические возможности, а также циклические изменения в волатильности спроса и предложения требовали от компаний совершенствования управленческой структуры. Управленческая структура, а также функциональное распределение прав и обязанностей персонала в действующих фирмах остается неудовлетворительным. Наиболее перспективные компании, закрепившиеся на данном рыночном сегменте услуг, стала реформировать структурные подразделения. Однако следует заметить, что сама система функционирования подразделений, а также концентрация и сосредоточения власти в одних руках создавало пробельные зоны для общего эффективного функционирования. Делегирование полномочий и распределение данных функций между департаментами не осуществлялось. На деле произошло дублирование отделов и увеличение количества штатных единиц. Такое количественное изменение никак не отразилось на качестве предоставляемых услуг. Лишь минимальная часть компаний в целях эффективного управления и удовлетворения потребительского спроса туристического продукта создало функциональные подразделения с долей определенной ответственности, делегированной им со стороны высшего звена управления. Высшее звено управления должно имплементировать изменяющиеся тенденции рынка на сопутствующие структурные изменения в управлении. В этой связи актуальным становится внедрение принципов корпоративного управления в

управленческую систему гостиничных комплексов как наиболее подходящего и оптимального механизма.

В системе корпоративного управления предусмотрены различные сферы взаимодействия. Авторы данной статьи рассмотрели области эффективных механизмов взаимодействия между НПО, принципов корпоративной социальной ответственности и социальными аспектами [1.ст.230-236]. Слабость и неготовность большинства туристических предприятий к сотрудничеству создает определенные проблемы в функционирование самих компаний. Использование корпоративных механизмов, либо части технологии корпоративного управления, которые авторы статьи обозначили и дали соответствующие рекомендации по его функциональному осуществлению будут способствовать не только созданию коммуникаций, но и сулят определенную экономическую выгоду.

Экономические приоритеты сотрудничества отелей с различными структурами дает возможность получения дополнительной прибыли посредством роста репутации, которые тесно взаимосвязаны с формированием косвенной выгоды не связанные с основным видом деятельности. Активность компаний в социальной области приводит к увеличению количества лояльных потребителей.

Эффективные механизмы, базирующиеся на корпоративных принципах управления нацелены на ряд преимуществ, дающих возможность компаниям сохранять рыночную позицию и быть устойчивыми к различным циклическим изменениям спроса и предложения.

Выводы и рекомендации

Статистические данные несмотря на позитивную динамику и рост доходности данного сектора все еще подвержены фактору риска и уязвимы. В самой структуре экономических показателей наблюдается тенденция количественного роста. Ожидание клиентов по степени удовлетворенности оценивается как крайне низкая. Реализация государственной программы по стратегическому развитию еще не дало ощутимых результатов. Изменение финансовых показателей, связанных с ростом туристического потока в отелях носит краткосрочный характер и подвержено рыночной волатильности. Без реорганизации и инжиниринга управленческих структур реализация государственной стратегии «дорожная карта» будет невозможным. Позитивные тенденции по количественному туристическому потоку необходимо превратить качественную устойчивую характеристику.

В этой связи авторами рекомендуется осуществить ряд мер, направленных на устойчивое развитие туристической отрасли:

- Анализ и выявление факторов риска в управленческих структурах
- Структурная реорганизация управленческих структур
- Адаптация корпоративных структур в управление компаниями
- Вовлечение заинтересованных сторон в управление компаниями
- Прозрачность публикуемой отчетности
- Внедрение принципов КСО
- Формирование устойчивого развития и стратегии, нацеленной на долгосрочную перспективу.

Список источников:

1. С.М.Сəфəров, İ.İ.İsgəndəров, S.İ.Əliyev, A.N.Eminov, Ə.M. Nuriyev: Korporativ sosial məsuliyyət, Bakı 2015,
2. <http://www.stat.gov.az/source/tourism/#> 15.08.2017
3. <http://www.azpromo.az/uploads/azpromo-tourism-in-azerbaijan-2016-for-web.pdf> 21.08.2017
4. http://azertag.az/store/files/Strateji_yol_xeritesi/Turizm_s%C9%99nayesinin_inki%C5%9Faf%C4%B1na_dair_strateji_yol_xeritesi.pdf 29.08.2017
5. <https://corporate.homedepot.com/ourcompany/history/pages/default.aspx> 09.09.2017
6. <http://www.handsonnetwork.org/> 27.09.2017
7. <http://www.gsk.com/about-us/what-we-do.html> 04.10.2017
8. <http://www.heinz.ru/> 16.10.2017

Аннотация

В статье анализируется актуальность развития туризма в Азербайджане в современную эпоху и подчеркивается важность ее для экономики страны. В то же время в статье описывается динамика развития статистики гостиничной сети, такие вопросы, как управление туристскими организациями и их важность в устойчивом развитии туризма. В статье отмечается важность и важность корпоративной социальной ответственности в устойчивом развитии туризма и рекомендации практических рекомендаций для туристических организаций.

Abstract

The actuality of sustainable development of tourism are analyzed in Azerbaijan in the modern epoch and is valued for the importance of the economy in the article,.At the same time in article describes dynamics of the statistics of the hotel network, such as the issue of the management of tourist organizations and their importance in the development of the sustainable development tourism. The principles and the importance of the corporate social responsibility in sustainable development are explaining and has been offered practical recommendations to the tourism-oriented institutions in article.

Key words: tourism, sustainable development , corporate social responsibility.

Annotasiya

Məqalədə müasir dövrdə Azərbaycanada turizmin dayanıqlı inkişafı aktuallığı məsələləri təhlil edilir, bunun ölkə iqtisadiyyatı üçün əhəmiyyəti xüsusi vurğulanır. Eyni zamanda məqalədə otel şəbəkəsinin statistik inkişaf dinamikası şərh edilir, turizm təşkilatlarının idarə olunması kimi problemlər araşdırılır və bunların turizmin dayanıqlı inkişafında əhəmiyyəti müddüəaları sıralanır, Məqalədə turizmin dayanıqlı inkişafında korporativ sosial məsuliyyətin vaciblik prinsipləri və üstünlükləri şərh edilərək turizm yönümlü təşkilatlara praktiki tövsiyələr təklif olunmuşdur.

Хамитова Эльвира
І.Жансүгіров атындағы ЖМУ, «Экономика» мамандығының 2-курс
студенті
Ғылыми жетекші: Биготанов Қ.С.
І.Жансүгіров атындағы ЖМУ, аға оқытушы

ЗАМАНАУИ ЭКОНОМИКАДАҒЫ ОТБАСЫЛЫҚ БИЗНЕСТІ ДАМУ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Шағын кәсіпкерліктің даму деңгейі халықтың әл-ауқатын, тұтастай алғанда ұлттық экономиканың даму деңгейін анықтайды.

Мемлекет басшысы Нұрсұлтан Назарбаев «Қазақстан жолы-2050: бір мақсат, бір мүдде, бір болашақ» атты Қазақстан халқына Жолдауында шағын бизнестің әлеуетін дамытудың жаңа бағыттарын айқындады: «Оны дамыту үшін жеке меншік институтын заңнамалық тұрғыда нығайтатын кешенді шешімдер қажет. Бизнесті дамытуға кедергі келтіретін барлық енжар құқықтық нормалардың күшін жою керек. Шағын бизнес ұрпақтан-ұрпаққа берілетін отбасы дәстүріне айналуға тиіс.»[1].

Шағын бизнес көбінесе отбасылық бизнес болып табылады, өйткені ол отбасы мүшелерінің қолдауына сүйенеді. Бұл бизнестің ерекшелігі, ең алдымен, бизнесті жүргізу үшін өте шыдамды және жауапты тәсіл дәстүрлерінде көрініс табады. Бұл отбасылық компаниялардың өз капиталымен жұмыс жасайтындығына, жақын туыстарына ұзақ мерзімді жұмыс орындарын құруға және жергілікті халықпен, кәсіпкерлік субъектілерімен және қауымдастықтармен тығыз қарым-қатынас орнатуға бағытталған.[2].

Қазақстанда отбасылық кәсіпорындардың саны, олардағы жұмыскерлердің саны, т.б. туралы арнайы статистикалық мәліметтер жоқ. Қиындығы сол, «кәсіпорын» мен «отбасылық кәсіпорын» ұғымдарының аражігін статистика ажыратпайды [3, С.14-16]. Тіптен, аталмыш тақырып бойынша отандық әдебиеттер тапшылығы сезіледі.

Біздің елімізде бұл термин кең көлемде қолданылмағанымен, дүние жүзінің көптеген елдерінің экономикасында шешуші рөл атқаратындығы айқындалды. Сондықтан да «отбасылық бизнес» ұғымына теориялық тұрғыда отандық және шетелдік ғылыми әдебиеттерге талдау жасау, дамыған елдердің тәжірибесін, қазіргі даму үрдістерін зерттеу, зерделеу аса маңызды.

Қазіргі күні Америка, Азия және Еуропа елдерінің тәжірибесі көрсетіп отырғандай, кез келген мемлекеттің әл-ауқатының негізі - шағын және орта бизнес саласы қарқынды дамып отыр.

Жаңа фирмаларды бір-біріне етене таныс, жақсы қарым-қатынастағы адамдар құра алады және серіктестердің үлесі арқылы құрылған кәсіпорын пайда болады. Бірақ көбінесе жаңа істі бір отбасына жататын жақын немесе алыс туыстар ұйымдастырады. Бұндай фирмалар халықаралық терминологияда «отбасылық фирмалар» немесе «отбасылық бизнес» деп аталады [4]. Және отбасылық фирма болып қалуы компанияның өзі және компанияның меншік капиталы отбасының қолында болуы тиіс және мұраға қалдырылуы тиіс.

Тек біздің елімізде ғана емес, дамыған елдердің көбісінде соңғы бес жылда жаңа отбасылық компанияларды ашу үрдісі сақталып отыр. Капиталдың құрылымы мен шоғырлануы, мекемелерді басқару, компаниялардың көлемдері бойынша отбасылық бизнестің барлық жиынтығын екі топқа бөлуге болады.

Біріншісі - тар мағынада отбасылық бизнес, яғни отбасы мүшелері мен олардың жақын туыстары жұмыс істейтін фирма. Әдетте бұл 10 адамнан аспайтын персоналдан тұратын шағын компаниялар. Және бұлжерде тек жақын туыстар - күйеуі, зайыбы, ұлы, ағасы, әкесі бірігіп ортақ істі жүргізетін бір отбасының бизнесі сияқты ішкі топқа бөлуге де болады.

Мұндай фирмаларды бірқатар елдерде мысалы, Канада немесе Америкада және біздің елімізде отбасылық компаниялар құрайды. Бұл ең алдымен, күні кешеге дейін «заңды тұлға құрмайтын кәсіпкерлер» деп түсіндіріліп келген жеке кәсіпорындар (ЖК). Бұндай компанияларда өкілеттілік нақты қызметтік бөлінбеген, бағыну құрылымы, иерархиялық саты болмаған. Жетекшілік отбасының отағасына тиелі, ал қалғандары өздерінің түсінігі бойынша өз жұмыстарын орындайды.

Мұндай принцип бойынша әдетте шағын дүкендер құрылады, онда қызы - сатушы, әйелі бухгалтер және жабдықтаушы, ал әкесі – басшы және жүргізуші. Осы принцип бойынша консалтингтік фирмалар, кадрлар агенттігі, шағын отбасылық баспалар құрылады және мұнда нақты әзірленген қызметтік нұсқаулық болмайды, функционалдық өзара ауыстырымдылық болады, отбасының барлық мүшелері олардың шағын отбасылық істерінің гүлденуін қалайды.

Екінші ішкі топ- бірнеше туыс отбасылардың бизнесі. Бұл әдетте нақты бағыну құрылымы мен нақты ұйымдастырылған отбасылық компаниялар, онда отбасылық қатынастар іскерлік қатынастарға ұласқан, туыс адамдардың бір бөлігі басқарушылар, бір бөлігі бағыныштылар болатынымен санасады.

Компаниялардың отбасылық фирмалардан отбасыаралық бірлестікке өту кезеңінде фирманың жинақтаған капиталы мен билікті бөлуге қатысты күрделі мәселелерге ұшырауы мүмкін. Біреуінің қызметін өсіріп, екіншісін төмендетуге байланысты отбасылық келіспеушіліктер, дау-дамайлар істі жабуға әкеп соқтыруы мүмкін. Сондықтан бұл кезеңде барлық туындаған ішкі келіспеушіліктерді жойып, барлық мәселелерді шеше отырып, ортақ бизнестің міндеттері мен мақсаттарын жалпы түсіндіру, фирманың барлық жұмысшыларының жауапкершілігі мен функцияларын нақты бөлу қажет.

Отбасылық бизнестің екінші ірі тобы – иелері тұтас әулеттер болып абылатын, ұрпақта нұрпаққа мұраға қалдырылатын фирмалар. Осы топқа көптеген еншілес құрылымдары бар халықаралық корпорациялар типіндегі ірі және өте ірі компанияларды жатқызады. Бұл жағдайда отбасына отбасылық акциялар пакеті арқылы компанияны бақылау тиесілі болады. Әрбір елде отбасына отбасылық фирма атану үшін акциялардың әртүрлі пайызын сақтауы тиіс.

Егер компанияның меншігінде барлық акциялардың ең жоғары пакеті болып, қалған акциялар шағын иелерінің арасында бөлінетін жағдайда Финляндияда бір отбасында акцияның 50%-ын, Америка және Германияда 25%-ын сақтау жеткілікті болады [5].

Шағын кәсіпорынның басты ерекшелігі – кірістерге қатысу мен және жұмыспен қамтылғандықты сақтап қалуға ынталы болу мен шартталған, жұмыстың ең жоғарғы нәтижелілігіне деген жалпақ біріккен күштарлық, коллективтік түрде еңбек етуге және бригада болып жұмыс істеуге деген ұмтылыс. Қазіргі уақытта әлемнің көптеген елдерінде шағын кәсіпорын қайтадан өз мәні мен маңыздылығына ие болды. Шағын кәсіпорын шағын және орташа қалалардың жұмыс істеу негізі болып, ол жердің тұрғындарына тұратын жерлерінің қасынан жұмыс табуға жол ашады.

Кез-келген отбасылық бизнес – бұл отбасы мен бизнестің симбиозы. Оның әрқайсысының өз мақсаты болады. Бизнестің мақсаты – өндіріс жолымен немесе тауар сатып, қызмет көрсетіп пайда табу. Отбасылық бизнестің басты артықшылығы – кез-келген қиыншылықтарға қарамастан бизнесті жүргізуге көмектесетін туыстық байланыстың беріктігі. Отбасы мүшелері бизнесті ағымдағы қажеттіліктері үшін өздерінің еңбек ақылары мен дивиденттерін құрбан етеді. Жұмысқа берілгенді, жоғары әдептік нормалар, тұтынушылар үшін тікелей жауапкершілік – отбасылық бизнестің негізгі критериялары екендігі белгілі.

Отбасылық бизнес кәсіпорындарды көлемдері бойынша, ұсынатын өнімдері мен қызмет түрлері бойынша әр-алуан болуымен ерекшеленеді. Отбасының бизнеске қатысу деңгейі бойынша былай айыруға болады:

Толығымен отбасы басқаратын және бақылайтын бизнес.

Отбасы бақылайтын, бірақ маман менеджерлер басқаратын бизнес.

Отбасы тарапынан басқармайтын бизнес.

Қазақстандағы бизнес негізін отбасылық. Бұл қазақ отбасыларындағы ұлттық туыстық байланыстардың дәстүрлі түрде терең болуымен түсіндіріледі.

Кәсіпорын қызметінің табыс критерийіне болып кәсіпорынның жеткілікті пайда және табыс табу қабылеті жатады, яғни тек өзінің шығындарын жауып қана қоймай өндірісті кеңейту мүмкіндігінің болуы керек. Кері жағдайда кәсіпкер өзін жұмыс істеуге қажетті қаражатпен әрең қамтамасыз етіп, өмір сүру үшін күресуіне тура келеді. Әлемдік тәжірибеде көрсетіп отырғандай, кәсіпорынның көбісі мұндай жағымсыз жағдайдан сәтті құтылуда, бірақ банкротқа ұшырау құбылысы кәсіпорын әлемінде сирек кездеседі деуге болмайды. Зерттеулер бойынша алғашқы жылдар ағымында 23,7% алғашқы 4 жылы шінде 51,7%, алғашқы 6 жылы шінде 62,7% банкротқа ұшырағандығын көрсетіп отыр. Банкротқа ұшыраудың негізгі себептері мыналар:

- Экономикалық факторлар – 47,4%,
- Қаржылық қиыншылықтар – 38,4%,
- Кәсіпкерлік тәжірибенің болмауы – 7,1%,
- Кәсіпкерлік ниеттің жаман болуы – 3,4%,
- Басқалар – 3,7%.

Банкротқа ұшырау себептері сыртқы және ішкі де сиптақа ие болуы мүмкін. Сыртқы факторларға жалпы экономикалық құлдырау, процент ставкасының өзгеруі, мемлекеттік саясаттағы өзгеріс, инфляция, жаңа бәсекелестіктің япайда болуы, саладағы өзгеріс, анағұрлым жетілген құрылыс материалдары мен құрылыс өндірісі технологиясының пайда болуын жатқызуға болады. іс жүзінде бұл сыртқы әсерлер барлық фирмаларға бірдей, бірақ кейбіреулері оларға төтеп бер

іп, қызметін одан әрі қарай тиімді жүргізе алуда, ал басқалары сәтсіздікке ұшырауда. Фирманы банкрот болуға алып келетін көптеген себептер тиімсіз менеджментпен байланысты және оларды үш бағытта топтауға болады:

- Стратегиялық сипаттағы қателіктер
- Жалпы менеджмент проблемалары
- Қаржы есептік жүйе мен тәжірибедегі кемшіліктер.

Қазіргі зерттеулерде бизнес сәтсіздігінің не екендігі дәл түсіндіретін бір мән ді түсінік жоқ. Біреулер бұл түсінікті банкротқа ұшырауымен байланыстырады, басқалар банкротқа ұшырауымен қатар кәсіпорынның бірігіуі, басқа компания тарапынан сатып алынуы сияқты әр түрлі себептерден кәсіпорын қызметінің тоқтатылуын да қосады.[6].

Қазақстанда қандай бизнес ашқан тиімді?

Білім беру жүйесі – Қазақстандағы ең тиімді бизнестің бірі. Бірақ оны халыққа жаны ашыған адамдар ғана ашқаны дұрыс. Қазіргі уақытта әсіресе ағылшын тілі трендте екені көпшілікке белгілі. Оның аудиториясы кез келген орында көптеп табылады.

Менің ойымша, біздің елде отбасылық бизнесті ашқан қолайлы. Себебі халық жанға жақын дүниелерді ұнатады. Еуропада бизнестің бұл түрін ашу бұрыннан дамыған. Егер бір дәмханада барлық жұмысты отағасы үйлестіріп жүрсе, отанасы тәтті, дәмділерді даярласа, қызмет көрсетушілер сол отбасының мүшелері болса, ол мекеменің ішінде міндетті түрде сол іске деген махаббат көрініп тұрады. Көп ададар мұны қонақтар байқамайды деп ойлауы мүмкін. Жоқ, адам білмесе де, жанына жаққан бір аураны сезінеді.

Қорыта айтсақ, осылайша отбасылық компаниялар ұлттық экономиканың мүдделі, мақсатты және өмірлік маңызды сегменті болып табылады және олар тиісті уақытта тиісті қолдауды алса, тұрақты өсу мен бәсекеге қабілеттілікті қамтамасыз етуге қосымша үлес қоса алады.

Дереккөздер тізімі:

1. Мемлекет басшысы Нұрсұлтан Назарбаевтың «Қазақстан жолы-2050: бір мақсат, бір мүдде, бір болашақ» атты Қазақстан халқына Жолдауы. 2014 жылғы 17 қаңтар. akorda.kz
2. Частный и семейный бизнес: надежная модель XXI века. Исследование частного и семейного бизнеса – 2012, PwC. – С.4 <http://www.pwc.ru/ru/private-companies/family-business/index.jhtml>
3. Розенблатт П., Де Мик Л., Андерсон Р., Джонсон П. Семейный бизнес в США // Пер. с англ. – М.: NOTA BENE, 2011. - С. 14-16.
4. Камаев В.Д. Экономика и бизнес: теория и практика предпринимательства. -М., 1983. - С. 462.
5. Алкорн П.Б. Успех и выживание в семейных предприятиях.- Нью Йорк, Манграу-Хилл, 1982.
6. Я.Ә. Әубәкіров. Экономикалық теория. А – 1999ж.

Аннотация

Мақалада қоғамның тұрақты дамуын қамтамасыз етудегі маңызды факторы ретінде халықтың әл-ауқатының деңгейін, әсіресе ұрпақтан ұрпаққа берілетін отбасылық бизнестің ерекше сипатын анықтайтын және бизнесті жүргізуде өте шыдамды, әрі жауапты тәсілмен сипатталатын шағын отбасылық бизнестің рөлі қарастырылған.

Аннотация

В статье рассмотрены роль малого семейного бизнеса в обеспечении стабильного развития общества как важнейшего фактора, который прямо определяет уровень благосостояния населения, особенности малого семейного бизнеса, который чаще всего возникает как семейный бизнес, что и определяет особый характер малого семейного бизнеса как бизнеса, передаваемого от поколения к поколению и характеризующегося очень терпеливым и ответственным подходом к ведению бизнеса.

Summary

The role of small family business in ensuring stable development of society as the most important factor directly determines the level of the well-being of the population, especially the small family business, which most often arises as a family business, which determines the special nature of small family business as a business transferred from generation to the generation and characterized by a very patient and responsible approach to doing business.

**Шакенова М.Б. ассистент КазНАУ.,
Джангарашева Н.В д.э.н., профессор ЦАУ**

РАЗВИТИЕ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

На этапе реформирования казахстанского общества, развития рыночной экономики в нашей стране возникает много новых проблем, которые требуют глубокого теоретического осмысления и практической проработки. К ним относится проблема создания и развития одного из важнейших элементов общей системы рынка - рынка ценных бумаг. Его значимость заключена в том, что без современной, развитой, гибкой по сравнению с банковской, структурой финансово-кредитной системы невозможна концентрация капитала для развития производства и реализации нужных населению товаров, и в конечном итоге, удовлетворения их потребностей. Рынок ценных бумаг выступает в качестве механизма размещения долгосрочных и среднесрочных капитальных ресурсов: через фондовый рынок они движутся от сберегателей (инвесторов) к субъектам их производственного применения.

Однако, до сих пор роль рынка ценных бумаг в экономике Казахстана остаётся малозначимой, ликвидность акций низка, нет депозитарной системы. Объёмы продажи ценных бумаг на фондовом рынке незначительны, при существенной доле в них сделок спекулятивного характера, а инвестиции в народное хозяйство и объёмы производства продолжают снижаться.

В связи с этим экономический анализ тенденций развития рынка ценных бумаг, исследование факторов, оказывающих влияние на его функционирование, является актуальным.

Ценные бумаги как права на ресурсы. Почти все, что окружает в жизни людей, и сама их деятельность могут рассматриваться как ресурсы и являться объектом собственности, использования и т.п. Имущественные права на эти ресурсы могут отделяться от них и существовать в самостоятельной вещной форме - в виде ценных бумаг. Каждому виду ресурсов соответствуют свои ценные бумаги, которые, в свою очередь, могут являться предметом собственности, покупаться и продаваться, быть переданными в залог и т.п.

Вид ресурсов	Соответствующие ценные бумаги
Земля	- Закладная, ипотечная облигация
Недвижимость	- Закладная, ипотечная облигация, приватизационный чек, жилищный сертификат
Имущественный комплекс	-Акция
Продукция	- Коносамент, складское свидетельство
Деньги	- Облигация, нота, вексель, депозитный сертификат, чек, коммерческие бумаги и т.п.
Составлено автором на основе исследования	

Нет основания считать ценными бумагами такие «права на ресурсы», как контракт на покупку-продажу дома, поставку товаров, договор аренды оборудования и т.п. Условия этих сделок носят индивидуальный и разовый характер, а передача прав, возникающих из них, может быть обеспечена только составлением нового договора или переводом прав требования, а не продажей уже заключенного контракта.

Рыночные экономики демонстрируют различные модели рынка ценных бумаг. Чем более дробной, розничной является собственность, тем ближе мы к англо-американской модели, к рисковому финансированию экономического роста через акции, к подавленной роли долговых обязательств, к крайней диверсификации финансовых инструментов и институтов, к вытеснению банков как собственников и операторов фондового рынка. И, наоборот, чем более оптовой, состоящей из крупных кусков и контрольных пакетов является структура акционерных капиталов, тем большую роль, как собственники предприятий, играют банки, тем более «долговой характер» носит экономика и тем менее значимы рынок акций и небанковские финансовые посредники. Анализ влияния структуры собственности на фондовые рынки содержится в таблице 1.

Таблица 1. Расширенная характеристика связи структуры собственности с параметрами фондового рынка

	США	Великобритания	Япония	Франция	Германия
Структура акционеров (доли акционерных капиталов, находящиеся в собственности), %, конец 1995 г.					

Государство	-	0.2	0.5	3.4	4.3
Население	36.4	29.6	22.2	19.4	14.6
Институциональные инвесторы, связанные с населением (в т.ч. инвестфонды, пенсионные фонды и страховые компании)	44.3	50.1	22.5	3.9	20.0
Корпоративные инвесторы, в т.ч. банки	19.3	20.1	54.8	73.3	61.1
	0.2	2.3	13.3	4.0	10.3
Параметры фондовых рынков, конец 1996 г.					
Капитализация биржевых рынков акций /ВВП,%	117.2	151.0	60.0	38.5	28.4
Премия за голос, % (оценка 1998 г.)**	10.47	13.30	н/д	51.35	28.15
Внутренний кредит /Капитализация биржевых рынков акций, %	67.2	86.4	198.5	266.0	479.0
Рыночная стоимость непогашенных облигаций внутренних эмитентов на биржевых рынках	33.1	44.4	122.8	148.8	285.6
Капитализация биржевых рынков акций, %					
Рыночная стоимость непогашенных долговых ценных бумаг внутренних эмитентов по данным BIS / Капитализация биржевых рынков акций, %	137.0	41.7	153.7	210.0	279.7
Количество компаний-внутренних эмитентов, чьи акции прошли листинг на фондовой бирже (1998)	2278	1957	1838	914	741
Доля банков в финансовых активах страны, %***	26.0	53.0	н / д	70.0	76.0
Составлено автором на основе исследования					

Очевидно, что англо-американская модель финансирования хозяйства, основанная на раздробленных акционерных капиталах («shareholdercapitalism»), массовости розничных инвесторов в акции и преобладании рыночных акций над долговыми обязательствами в структуре финансирования во многом противоположна долговому экономикам Японии, Франции и Германии, основанном на так называемом «stakeholdercapitalism» (капитализме «держателей крупных пакетов акций») и рынках долговых обязательств.

В 2017г. В Республике Казахстан рынок ценных бумаг характеризовался низкой ликвидностью, обусловленной недостатком качественных финансовых

инструментов, а также общей устойчивой тенденцией к сокращению объемов внутреннего организованного рынка ценных бумаг. Эмитентами в качестве источников фондирования чаще используются банковские кредиты, а населением в качестве инструментов инвестирования – банковские депозиты.

В Настоящее время в Республике Казахстан действуют 35 Эмитентов
Таблица

В четвертом квартале 2016 года общее количество действующих выпусков негосударственных ценных бумаг уменьшилось на 2,8% и по состоянию на 01 января 2017 года составило 1730 единиц

Таблица 2. Выпуск эмитентами Республики Казахстан акций, облигаций и паев единиц

	4 кв. 2015	1 кв. 2016	2 кв. 2016	3 кв. 2016	4 кв. 2016
Количество действующих выпусков акций	1533	1485	1415	1388	1337
Количество действующих выпусков облигаций	1931	1872	1807	1779	1730
Комитет по статистике Министерства национальной экономики					

В период с 01 октября 2016 года по 01 января 2017 года было зарегистрированных акций и облигаций и паев соответственно 7, 10 паев -0 единиц.

Таблица 3. Количество Зарегистрированных акций и облигаций и паев единиц

	4 кв. 2015	1 кв. 2016	2 кв. 2016	3 кв. 2016	4 кв. 2016
Количество зарегистрированных выпусков акций	6	5	6	7	7
Количество зарегистрированных выпусков облигаций	12	6	18	8	10
Количество зарегистрированных выпусков паев	1	0	0	0	0
Итого	19	11	24	15	17
Комитет по статистике Министерства национальной экономики					

Таблица 4. Аннулированных выпусков акций и облигаций. Погашение выпусков облигаций и паев

	4 кв. 2015	1 кв. 2016	2 кв. 2016	3 кв. 2016	4 кв. 2016
--	------------	------------	------------	------------	------------

Количество аннулированных выпусков акций	19	53	75	32	58
Количество аннулированных выпусков облигаций	4	3	4	0	5
Количество погашенных выпусков акций	6	9	10	7	3
Количество погашенных выпусков паев	3	3	4	0	1
Комитет по статистике Министерства национальной экономики					

Всего по состоянию на 01 января 2017 года количество действующих облигаций составило 393 шт с суммарной номинальной стоимостью 10 341 572,97 млн. тенге

По состоянию на 01 января 2017 года действуют 83 лицензии на осуществление деятельности на рынке ценных бумаг Республики Казахстан. Вместе с тем, в соответствии с Законом Республики Казахстан «О рынке ценных бумаг» без лицензии осуществляют деятельность АО «Единый регистратор ценных бумаг» и АО «Центральный депозитарий ценных бумаг».

В четвертом квартале 2016 года прекращено действие 1 лицензии, ранее выданной АО «KazInvestBank» на осуществление брокерской и (или) дилерской деятельности на рынке ценных бумаг, в связи с принудительной ликвидацией банка.

Выданы 2 лицензии АО «VisorCapital» на осуществление брокерской и (или) дилерской деятельности и деятельности по управлению инвестиционным портфелем на рынке ценных бумаг.

Таблица 5. Профессиональные участники рынка ценных бумаг

	01.01.2016	01.04.2016	01.07.2016	01.10.2016	01.01.2017
Всего брокеры и дилеры, в том числе	47	48	48	46	46
Банки	24	25	25	24	23
Из них 1 категории	21	21	21	20	19
Небанковские организации	23	23	23	22	23
Из них 1 категории	22	22	22	22	23
Кастодианы	10	10	10	10	10
Управляющие инвестиционным портфелем	23	23	23	22	23
Трансфер агенты	2	2	2	2	2

Организатор торгов ценными бумагами	1	1	1	1	1
Клиринговая деятельность по сделкам с финансовыми институтами на РЦБ	1	1	1	1	1
Единый регистратор ценных бумаг	1	1	1	1	1
Центральный депозитарий ценных бумаг	1	1	1	1	1
Итого	86	87	87	84	85
Комитет по статистике Министерства национальной экономики					

За четвертый квартал 2016 года в целом наблюдается рост совокупных активов профессиональных участников рынка ценных бумаг. Так, совокупные активы за октябрь-декабрь 2016 года увеличились на 3,0% и составили 122,8 млрд. тенге. Вместе с тем, обязательства увеличились на 0,3% и составили 33,03 млрд. тенге, капитал увеличился на 4,6% и составил 89,7 млрд. тенге.

Таблица 6. Совокупные активы Эмитентов и финансовых институтов млн. тенге

	01.10.2016	01.01.2017	Изменение в %
Совокупные активы, в том числе	191168	122750	3,0
Брокеры-дилеры	1572	1785	13,5
УИП	116642	120026	2,9
регистратор	954	939	-1,6
Обязательства, в том числе	32923	33034	0,3
Брокеры-дилеры	615	971	57,9
УИП	32264	32024	-0,7
регистратор	44	39	-11,4
Капитал, в том числе	85789	89715	4,6
Брокеры-дилеры	957	814	-14,9
УИП	84378	88001	4,3
регистратор	454	900	98,2
Уставной капитал, в том числе	95861	97242	1,4
Брокеры-дилеры	846	846	0,0
УИП	93432	94819	1,5
регистратор	1583	1583	0,0
Комитет по статистике Министерства национальной экономики			

Общая сумма инвестированных на рынке ценных бумаг активов АО «Единый накопительный пенсионный фонд» в абсолютном выражении равняется 6 689 658 млн. тенге. При этом 43,5 % от общей суммы инвестированных на рынке ценных бумаг активов ЕНПФ занимают государственные ценные бумаги Республики Казахстан, 38,3% - негосударственные ценные бумаги эмитентов Республики Казахстан, что эквивалентно 2 910 822 млн. тенге и 2 561 850 млн. тенге, соответственно.

Активы банков второго уровня (далее – БВУ), инвестированные в ценные бумаги составили 3 217 295 млн. тенге. Более 76% от общей суммы инвестированных на рынке ценных бумаг активов БВУ составили инвестиции в государственные ценные бумаги Республики Казахстан, более 18% инвестиции в негосударственные ценные бумаги эмитентов Республики Казахстан, что соответственно равно 2 468 877 млн. тенге и 590 945 млн. тенге.

Активы страховых (перестраховочных) организаций, инвестированные в ценные бумаги составили 395 367 млн. тенге. При этом 43,1% инвестированных на рынке ценных бумаг активов страховых (перестраховочных) организаций инвестировано в государственные ценные бумаги Республики Казахстан, более 40% в негосударственные ценные бумаги Республики Казахстан, что в абсолютном выражении равняется 170 288 млн.тенге и 158 638 млн.тенге, соответственно.

Активы инвестиционных фондов и профессиональных участников рынка ценных бумаг (далее – ПУРЦБ), инвестированные в ценные бумаги, составили 272 540 млн. тенге и 92 946 млн. тенге, соответственно. При этом большую часть инвестированных на рынке ценных бумаг активов инвестиционных фондов составили инвестиции в негосударственные ценные бумаги иностранных эмитентов – 79,4% или 216 404 млн. тенге. В структуре инвестированных на рынке ценных бумаг активов ПУРЦБ преобладают инвестиции в негосударственные ценные бумаги эмитентов Республики Казахстан – 63,1%, что эквивалентно 57 507 млн. тенге.

В современной экономической науке проблема развития рынков ценных бумаг как механизмов привлечения денежных ресурсов на цели инвестиций, модернизации экономики, стимулирования роста производства является одной из ключевых. Вместе с тем мировой экономической практикой доказано, что рынки ценных бумаг могут служить источником масштабной финансовой нестабильности, макроэкономических рисков и социальных потрясений.

В работе были рассмотрены основные принципы формирования портфеля ценных бумаг и показаны наиболее эффективные, с нашей точки зрения, методы технического анализа при управлении портфелем ценных бумаг.

Под управлением портфелем ценных бумаг понимается применение совокупности различных методов и технологических возможностей, которые позволяют:

- 1) сохранить первоначальные инвестированные средства;
- 2) достигнуть максимального уровня дохода;
- 3) обеспечить инвестиционную направленность портфеля.

Для эффективного управления портфелем ценных бумаг необходимым условием является формирование портфеля из ликвидных ценных бумаг, что позволяет без существенных потерь перевести их в денежные средства.

Список источников:

1. Маулен Утегулов. О программе развития рынка ценных бумаг Республики Казахстан 2005-2007 годы // Рынок ценных бумаг Казахстана. -2005. - №3. - С.18
2. Мендыгалиев К. Проблемы формирования и развития рынка ценных бумаг в Казахстане// - Астана, 2007. - С.33-34
3. Досмухамбетова Г.Б. Влияние развития институциональной инфраструктуры фондового рынка Казахстана на его информационную эффективность // Банки Казахстана. -2011. - №2. - С.44-46
4. Калимуллина Р.И. Проблемы развития рынка ценных бумаг в Республике Казахстан в процессе функционирования финансового рынка // Аль-Пари. - 2010. - №1. - С.86-87
5. Козлов Н.Б. Формирование рынка ценных бумаг в постсоциалистических странах// -М. -2002
6. Динара Кембаева. Обзор рынка ГЦБ: сохранится ли спрос? // Рынок ценных бумаг Казахстана. - 2011 год. -№ 4-5. - С.24-25

Аннотация

Заманауи экономикалық ғылымда бағалы қағаздар рыногын дамыту мәселесін вестициялар үшін ақша ресурстарын тарту тетіктері, экономиканы модернизациялау, өндірістің өсуін ынталандыру басты факторлардың бірі болып табылады. Сонымен бірге, әлемдік экономикалық тәжірибе бағалы қағаздар нарығы ауқымды қаржылық тұрақсыздық, макро экономикалық тәуекелдер және әлеуметтік шиеленістердің көзі бола алатынын дәлелдейді.

Summary

In modern economic science, the problem of development of securities markets as mechanisms for attracting monetary resources for investment, modernization of the economy, stimulation of production growth is one of the key. At the same time, the world economic practice proves that the securities markets can serve as a source of large-scale financial instability, macroeconomic risks and social upheavals.

Шиганбаева Н.Б.

Алматы экономика және статистика академиясы

Тубекбаева Алина

Экономика мамандығы 1 курс студенті

МЕНЕДЖМЕНТТІК ҚЫЗМЕТКЕРДІҢ ТҰЖЫРЫМДАМАСЫ

Басқару мәселесі, кәсіпорындар мен ұйымдардың қызметкерлерін пайдалану маңызы сол кәсіпорындардың деңгейінде, нарықтық экономикаға көшумен,

жағдайы түбегейлі өзгерді. Жұмыс істеп тұрған бүкіл ұйымдар үшін, басқарудың маңызы зор.

Кез-келген табысты компанияның басшысы біледі, бизнестің пайдасы, олардың қызметкерлерінің жұмысты ұйымдастыруына байланысты болады, сондықтан қызметкерді басқару жүйесін дамыту, кәсіпорынды тұрақты жоғары өсуіне әкеледі. Мекеме оған тиімді жұмыс, жоғары бәсекеге қабілеттілік және нарықта тұрақты жағдай жасайтын басқаратын жүйе құруы тиіс.

Кәсіпорындар тұрақты жұмыс істеуі, бәсекеге қабілеттілік арттыруы мен тұрақтылық тікелей адамдарға байланысты, сондықтан, көптеген функционалдық салалар қызметі, қызметкерлерді басқару бойынша бөлек кәсіпорын бөлінеді. Ұйым алдында алға қойылған мақсаттарға жету үшін, адамдар – бастаманың, шығармашылықтың қайнар көзі. Әрине, қызметкерлерді басқару, сондай-ақ басқару практикасы ең маңызды теориялық көрінісінің бірі болып табылады.[1].

Ең алдымен, кәсіпорында қызметкерлерді басқарудың тұтас жүйесін қалыптастыру, ішкі процесін дамыту және қызметкерлерді басқару жүйесінде мұқтаж. Теориялық талаптарға сүйене отырып, жүйе шетелдік, сондай-ақ отандық басқарушылық білімді біріктіреді және мынадай құрамдас бөліктерден тұрады: жүйенің элементі, байланыс жүйесі, оның кіші жүйелері мен жүйенің құрылымы. Жүйе құраушы факторлар құрылуына себепші болатын және жұмыс істеу жүйесі, бірақ бұл жүйе сыртқы және ішкі болып бөлінеді. Ол қазіргі кешенің мүдделерін көрсетеді, қызметкердің қажеттіліктері мен құндылықтарын, олардың белсенділігін анықтайды. Бұл жүйе бағдарламаны табады және шығарады, іріктеу, даярлау және қайта даярлау, орналастыру, қызметкерді ұйымдастыру, бірақ бұнымен ғана шектелмейді.

Қызметкерлерді басқару жүйесін жетілдіру жүргізу кезінде талдау жүргізу, қалыптасқан жағдайда ұйымның ажырамас бөлігі болып табылады. Бұл үшін кадрлық құрамды мұқият зерделеп, оның өзгерістері және пысықтау мүмкін қажеттілігін анықтау. Мынадай көріністерді жүргізу және зерттеу: штаттық кестесін, төлем жүйесін жалақыны мүддесіз тұлғаға сеніп, ол ұйымның толық жағдайын көрсететін есеп береді.

Бұл қызметкерлерді басқаруды жетілдіру жүйесін сәтті үшін қажет.

Ұзақ уақыт бойы, білімді деңгейде тұлға, қызметкерлер таңдау кезінде басты орын алған. Бұл белгі әрине маңызды, бірақ шешуші болып табылмайды, өйткені жоғары білім болуы кепілдік бермейді, яғни қызметкер өзінің кәсіби міндеттемелерін толық көлемде орындауға қабілетті. Әдетте, қызыл дипломы бар адамдар тиянақтылығы, шыдамдылығы бар, бірақ бұл қызметкер өнімді қажетті салты түрде сатуына, жаңа клиенттерді табуға және қиын жағдайда дұрыс шешім қабылдауына кепілдік бермейді. Сондықтан да әрбір кәсіпорынға қызметкерлерді басқару жүйесіне байланысты ішкі ерекшеліктерін жетілдіру бойынша іс-шаралар жүргізу қажет. Мұндай шараларға мыналарды жатқызуға болады:

1. Байқаулық іріктеу. Ірі компаниялар, өз қызметшілердің жұмыс істеуге, шығармашылық, дәстүрлі емес міндеттерді шешу және ұтқырлықты бағалайды, сондықтан «таныс арқылы» жұмысқа жүгіну қажет емес, бұл ең кең таралған қателік болып табылады, ол ерте ме, кеш пе ұсталасыз барлық тараптар: жұмыс беруші, қызметкер мен қатар оны кім кеңес етті.

2. Ынталандыру. Өндірістің тиімділігін арттыру үшін ынталандыру қызметкерлердің шығармашылық, орындаушылық және бастамалық қажет. Ең тиімді нұсқа ынталандыру шараларын қолдану болып табылады. Мысалы, "Қызметкерлер өз банкін сенімді деп санайды, егер тұрақты жоғары жалақы кепілдік берілген мен банктің таратылуына байланысты төлеуге қауіптену қажеті жоқ". [2].

3. Санкциялық кіріспе. Әдетте, жазалау ажырамас жүйе болып табылады ұжымда тәртіп үшін қолдану. Яғни, кешігіп келу, себепсіз жұмыстан қалу, тұтынушыға өрескел жүгіну, өз міндеттерін баяу орындау үшін жауапкершілікте болуы керек. Бірақ, осы әдісті тек қана аса қажеттілік кезінде жүгіну керек, өйткені ол компанияның жалпы жай-күйіне, сондай-ақ оны одан әрі дамытуына кері әсерін тигізуі мүмкін.

4. Оқыту. Көптеген мемлекеттік және мемлекеттік емес ұйымдар өз қызметкерлеріне жетекші оқу орындарында оқу мүмкіндігін ұсынады, кейбір шетелге сапар ұйымдастырады өз қызметінің негіздерін оқыту үшін, үшінші кәсіпорынның ішінде қуатты оқыту базасын ұйымдастырады.

5. Аттестаттау. Қызметкер, әсіресе ірі коммерциялық компанияның ең қиын жағдайларды шешуге, қалыптасқан жағдайларда шығудың әр түрлі жолдарын іздеп, логикалық ойлау; белгілі бір заңдар, нормалар мен нормативтерді білуі қажет. Сондықтан да қызметкерлерді аттестациялау жүреді.

6. Тәжірибе алмасу. Соңғы уақытта әр түрлі семинарлар, симпозиумдар мен форумдар жиі жүргізіледі мұнда әр түрлі саладағы адамдар тәжірибесімен алмасады. Алмасу саладағы нақты міндеттерді орындау, іс-әрекетімен қызметкерлерін ынталандыру, олардың демалу және қоғамдық өмір арқылы алмасу жүреді.

7. Қоғамдық өмірі. Оң болған жағдайда қызметкердің қолайлы атмосферада және эмоционалдық жай-күйі деңгейі тілегі мен қабілеттілігі артады және керісінше: негізгі көрсеткішке шиеленіс қарым-қатынас теріс әсер етуі мүмкін.

Кез келген жетілдіру жүйесі қызметкерді басқару мақсаты еңбек ресурстарын жандандыру, қызметкерлерді қызықтыру, олардың қызығушылығын ояту. Қызметкерлерді басқару жүйесі, түрлендіру қабілетін қолдауға мүмкіндігі бар жаңа мәдениетті қажет етеді. Еңбек өнімділігін арттыру үшін, экономикалық тиімділікке қол жеткізу, сондай-ақ ұйымның қажетті мақсаттары мен міндеттерінің толық ынталандыру, және қызметкерлерді дамыту. Ынталандыратын шараларды әзірлеу мен енгізуді кадр бөлімінің қызметкерлерінің мойнында. Бүгінгі таңда жедел жұмыс жасайтын қызметкерлер қажет, кәсіби шеберлікке, ұжымдық жұмысқа, өз бетінше шешім қабылдай алуы, және өз міндетін сапалы орындауы қажет. Оған қоса еңбек тәртібін уақытпен жетілдіру, оның төлеу тәсілдері, ұжымда салауатты бәсекелестікті сақтау маңызды. [3].

Кадрлармен бірге мұқият құрастырылған жұмыс, басшысына пайданы ұлғайтуға және жоғары білікті мамандар алуға көмектеседі.

Осылайша, қызметкер – бәсекелестік байлығы, ол басқа да ресурстармен бірге тұрақты дамуды қажет етеді, кәсіпорынның стратегиялық мақсаттарға қол жеткізу

және оның нарықтық экономикада тиімді жұмыс істеуі. Қызметкер да стратегиялық маңызды ресурс болып қарастырылады. [4].

Дереккөздер тізімі:

1. Базаров Т.Ю., Еремина Б.Л. УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ : учеб.пособие. М., 2009. 554 с.
2. Годжаева Э.С. ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ КАТЕГОРИИ «НАДЕЖНОСТЬ БАНКА» И СУЩЕСТВУЮЩИЕ ПРОБЛЕМЫ ПО ЕЕ ОЦЕНКЕ // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 3, Экон. Экол. 2011. № 2 (19) – С.168.
3. Электронный ресурс: <http://cyberleninka.ru/>
4. Электронный ресурс: <http://center-yf.ru/data/ip/Upravlenie-personalom.php>

Аннотация:

Мақалада қызметкерлерді басқару бойынша тәсілдер жүйесін жетілдіру, сондай-ақ олардың қызметін табысты ұйымдастыру маңыздылығы дәлелденеді.

Аннотация

В статье рассматриваются способы совершенствования системы управления персоналом, а также доказывається их значимость в успешной деятельности организации.

Summary

The article discusses ways of improving the system of personnel management, as well as proved their importance in the success of the organization.

Shiganbaeva N.B

**She is a lecturer at the Almaty Academy of Economics
and Statistics**

Zhandaraly Z.E

first-year student in Finance

LOGISTICAL MANAGEMENT IN THE CONDITIONS OF THE KAZAKHSTAN ECONOMY

The notion of "logistics management" has recently appeared in economic science. Until recently, the concept of "logistics", its functions, goals, methods and tasks was mainly considered. Now there is a need to study and apply logistics management in the enterprise, and now there are different definitions and evaluation of the importance of logistics management. So in foreign literature it is rarely possible to see a clear separation of logistics management as a separate direction in logistics. Often, a logistics manager is considered as a separate function for managing logical processes. In the domestic literature, on the contrary, there is not only a theoretical justification, but also the practical importance of logistical management for the enterprise is highlighted. However, there is also a difference here. Let us consider some definitions of logistics management.

First, it should be noted that management in translation from English means "management", as a result, it refers to the logistics management or management of logistics processes in the enterprise. In most economic studies, management and management are equivalent concepts. However, there are various definitions This concept. Let's consider some of them.

Author	Determination "logistics menegement"	Goal	Attitude to logistics
D.Waters	Logistics is dependinf on time lpcationresources.or strategic management of all sypply Chain(institute of Logistics and Transport.UK)	1)Move materials in their the organization,through not from it,the pursuit of a more high efficiency.2) To promote preservation efficiency flow throwhout chain(goal managers). 3 Software balance provide services and reasonable cost	Equivalent
P.Faucet	Management physical distribution and material the oficce has created the concept of shared	Monitoring of the deliveries movement and food storage and materials chain supplies	Logistics management wider the concept of the concept logistics
John.Shapiro	Chain management supply	Minimization common logistics costs in satisfaction fixed demand:profit maximization	As a functionof logistics
John.Djonson	Sustainable control and coordination activities suppliers	Software coordination of all logistics processes	

According to Donald Waters the function and logistics is a supply chain management (supply chain management)ones.This case ,logistic management acts as a separate logistic function.If we look at the definition the Institute of logistics and transport UK,in this case identificeret logistics with the logistics management,so some foreign economists there is no need to even consider the logistics management as a separate direction of activity of the enterprise.D.Waters suggest that logistics management along with other managerial processes should be considered carefully the term can only refer to some supply chains or in some extent to other types of activities.

Managers need to design logistics so that it was enough flexible and able to meet a fairly wide queries.

Foreign economists contribute to the concept of logistics and logistics management the practical meaning of those.Consider how they will work in the enterprise.

If we talk about Russian economist here Opinions differ. For example, (the concept of logistics management) as follows:

- 1) A set of management functions is a set of forms and means supply management, manufacturing and marketing to achieve strategic, tactical and operational goals and objectives of the consumers of the company.
- 2) Management staff company tool management relationships with in personnel of the company with external business partners and consumers of products (services).
- 3) A set of business activities aimed at implementing a logistics approach.
- 4) Exertion on the state of financial, economic and legal provision of forms of borrowing in market conditions.
- 5) The ability to achieve this goal, using work, intelligence, motivational the behavior of the firm.
- 6) The activity aimed at receiving profit by creation and sale of certain products or services.

The purpose of logistics management - adaptation of industrial or commercial firms to the demands of consumers. Logistics serves as a theoretical base logistics management.

Often considered tools of management of logistics processes but does not highlight the concept of logistics management. Those there are logistics its purposes and methods of their implementation. Great attention is paid to this concept as a criterion security. Among the many purposes one chief, security and information resources of logistics. Logistics management in the enterprise activities with the aims and objectives of the logistics system and maintenance the relationship between the enterprise and the external environment.

B.A. Anikin considers the organization of logistics management as three activities - centralization, decentralization and hybrid control. And the most used activity in a market economy mixed. What has been said about the complexity of the organization process management the enterprise and the necessity of professional approach to this issue.

As a result, we can conclude the following. The need to study logistics management as separate concepts due to several reasons among which are the following.

- 1 Shared access to information resources at all stages of works businesses that requires a certain orderliness and control.
- 2 Mixed type of organization and management of most enterprises the Russian economy. For example, an entity may be the manufacturer as a consumer and as a trading organization. All the fields are the main it can be a subsidiary.
- 3 Great attention to safety. the so-called "safety criterion".
- 4 Lack of state support and management of logistics processes. Which leads to the need to organize its own management system.
- 5 The presence of a huge intermediary link in the supply chain, which performs logistics functions, but does not coordinate the work between the links of the supply chain.

As a result, under the conditions of a modern market economy, logistics management is needed, that is, the activity that is aimed at managing all the logistics processes in the supply chain, which correlates these processes and unites the entire

chain of supply chains into a single chain. Logistical management or management of logistics processes is necessary to reduce logistics costs on all links of the supply chain and at their tie points. In turn, reducing logistics costs creates a foundation for building a strategy for generating additional profits, and this in turn contributes to creating additional opportunities in the study new methods, models and technologies in enterprise management. As a result, the scientific substantiation of the need for the application of logistics management to the pre and its professional implementation can help reduce logistics costs

References

1. Logistic management: VA Kozlovsky, E. A. Kozlovskaya, N. T. Savrukov - St. Petersburg, Lan, 2002 - 272 p.
2. Management. Workshop: E. L. Dracheva, L. I. Yulikov - St. Petersburg, Academy, 2012-304
3. Management: E.E. Vershigora - St. Petersburg, Infra-M, 2008- 288 p.
4. Fundamentals of management and personnel management. Logistic concept: LB Mirotin, AK Pokrovsky, VM Belyaev - Moscow, Hot Line - Telecom, 2010 - 240 p.
5. Management and management. Theoretical and methodological analysis: MI Khalikov - Moscow, Flint, Science, 2013 - 104 p.
6. Personnel management of the organization. Textbook: A. V. Deineka - Moscow, Dashkov and Co., 2014 - 288 p.

**2018 жылдың 26 қаңтарында Алматы қаласында өткен
«Экономика, басқару және маркетингтік дамудың инновациялық
жолдары»
атты сырттай халықаралық ғылыми-практикалық конференциясының
материалдары**

**Материалы международной научно-практической заочной конференция
«Инновационные подходы развития экономики, управления и маркетинга»
26 января 2018 г.**

**Materials of the international scientific and practical extra-mural conference
"Innovative approaches to the development of the economy, management and
marketing"
January 26, 2018**

Ответственный за формирование сборника Шиганбаева Н.Б.

Подписано в печать 02.02.2018 г. Формат 60x80 1/8
Усл.печь.л. 32.43
Издано Алматинской академией экономики и статистики
050035, г. Алматы, ул. Жандосова, 59
Тел. 8 (727) 309 58 20 вн. 128