

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
ШЫҒЫС ҚАЗАҚСТАН ОБЛЫСЫНЫҢ ӘКІМДІГІ
Д. СЕРІКБАЕВ АТЫНДАҒЫ ШЫҒЫС ҚАЗАҚСТАН МЕМЛЕКЕТТІК ТЕХНИКАЛЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
АКИМАТ ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ
ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА

«ЖАСТАР ШЫҒАРМАШЫЛЫҒЫ – ҚАЗАҚСТАННЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ДАМУЫНА»

Студенттердің, магистранттардың және жас ғалымдардың
V Халықаралық ғылыми-техникалық конференциясының
МАТЕРИАЛДАРЫ

11, 12 сәуір 2019 жыл

VI бөлім

«ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ – ИННОВАЦИОННОМУ РАЗВИТИЮ КАЗАХСТАНА»

МАТЕРИАЛЫ
V Международной научно-технической конференции
студентов, магистрантов и молодых ученых

11, 12 апреля 2019 г.

Часть VI

Өскемен
Усть-Каменогорск
2019 г.

УДК 378
ББК 74.58
Ж 33

Главный редактор: д.б.н., профессор Ж.К. Шаймарданов
Зам. главного редактора: к.г.-м.н. О.Д. Гавриленко

Редакционная коллегия: – к.э.н. Сорокина Л.И., к.э.н., доцент Гранецкий В.Н., к.э.н., доцент Г.И. Джемпеисова.

Жастар шығармашылығы – Қазақстанның инновациялық дамуына:
Ж 33 Студенттердің, магистранттардың және жас ғалымдардың V Халықаралық ғыл.-техн. конф. материалдары, 11, 12 сәуір 2019 ж. = **Творчество молодых – инновационному развитию Казахстана:** Материалы V Междунар. науч.-техн. конф. студентов, магистрантов и молодых ученых, 11, 12 апр. 2019 г. – Өскемен: ШҚМТУ, 2019. – VI б. – 484 б. – қазақша, орысша.
ISBN 978-601-208-664-5 (VI б.)
ISBN 978-601-208-658-4

В сборник вошли материалы докладов, в которых рассмотрены результаты исследований по формированию новых направлений обеспечения роста экономики РК, трансформации региональной экономики: проблемы и пути ее развития, а также вопросы энергосбережения, материаловедения, развития энергетической отрасли.

Сборник рассчитан на студентов, магистрантов и молодых преподавателей вузов.

УДК 378
ББК 74.58

Печатается по разрешению редакционно-издательского совета университета.

ISBN 978-601-208-664-5 (VI б.)
ISBN 978-601-208-658-4

© ВКГТУ им. Д. Серикбаева, 2019

МСФО (IFRS) 16 АРЕНДА: ВЛИЯНИЕ НА СЕКТОР РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ СЕКТОР

Аренда представляет собой важное и широко используемое финансовое решение. Ее применение позволяет компаниям получать доступ к имуществу и оборудованию и использовать его без значительного оттока денежных средств на начальном этапе.

Она также обеспечивает гибкость и позволяет арендаторам решать вопрос устаревания и управления риском ликвидационной стоимости. По сути дела, в некоторых случаях аренда представляет собой единственный способ получения в пользование физического актива, который невозможно купить.

Совет по МСФО опубликовал МСФО (IFRS) 16 «Аренда» в январе 2016 г. Стандарт вступил в силу с 1 января 2019 г. В соответствии с требованиями нового стандарта арендаторы должны признавать практически все договоры аренды в бухгалтерском балансе, чтобы отразить свое право на использование актива в течение определенного периода времени и соответствующее обязательство по платежам.

В новом МСФО 16 расширяются требования к раскрытию информации об аренде. Арендаторы получают право использовать актив, но должны также признать обязательства по нему. Также в стандарте были пересмотрены следующие вопросы:

- определение понятия аренды;
- классификация аренды;
- порядок признания активов;
- оценка и переоценка арендных обязательств;
- требования к формату представления информации.

Многие компании арендуют значительное число дорогостоящих объектов, включая автомобили, офисы, электростанции, розничные магазины, вышки сотовой связи и самолеты. Таким образом, именно арендаторы испытают на себе серьезное воздействие нового стандарта по аренде.

Изменения, которые коснутся арендаторов:

1) новый стандарт повлияет практически на все широко используемые финансовые коэффициенты и показатели эффективности, такие как соотношение собственного и заемного капитала, коэффициент покрытия, оборачиваемость активов, процентное покрытие, EBITDA, EBIT, операционная прибыль, чистый доход, чистая прибыль на акцию, доход на вложенный капитал, доходность капитала и потоки денежных средств от операционной деятельности. Эти изменения могут повлиять на особые условия кредитных соглашений, кредитные рейтинги и затраты по заимствованиям и могут привести к другим изменениям в поведении. Их последствия также могут в дальнейшем подтолкнуть организации к пересмотру некоторых решений при выборе между арендой или покупкой.

2) ожидается увеличение бухгалтерских балансов, рост показателей

соотношения собственного и заемного капитала и снижение коэффициентов достаточности капитала. Также изменятся как характер расходов (арендные расходы будут заменены амортизационными и процентными расходами), так и модель признания (ускорение арендных расходов относительно сегодняшней модели признания для операционной аренды).

3) ожидается, что новый стандарт серьезно затронет организации, арендующие дорогостоящие активы, включая объекты недвижимости, производственное оборудование, самолеты, поезда, суда и технологии. Воздействие на организации с большим числом мелких арендуемых активов, таких как планшеты и персональные компьютеры, мелкие предметы офисной мебели и телефоны, может оказаться меньшим, поскольку Совет по МСФО предлагает освобождение от требований стандарта для малоценных активов.

4) стоимость внедрения и постоянного соблюдения требований нового стандарта по аренде для большинства арендаторов может оказаться значительной. Это особенно касается тех компаний, у которых еще нет собственной информационной системы по учету аренды [1].



Рисунок 1- Влияние на бухгалтерский баланс арендатора

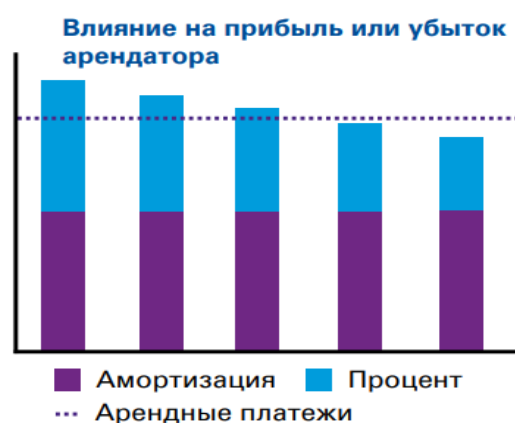


Рисунок 2 - Влияние на прибыль или убыток арендатора

Учет аренды у арендодателей остается по большому счету без изменений по сравнению с МСФО (IAS) 17, однако ожидается, что арендодатели ощутят на себе воздействие нового стандарта в связи с изменением потребностей и поведения клиентов, которое повлияет на их бизнес-модель и продукты аренды.

Основные последствия перехода:

- 1) необходимость выявления всех договоров аренды и извлечения данных об аренде;
- 2) изменения ключевых финансовых показателей;
- 3) новые расчётные оценки и суждения;
- 4) волатильность бухгалтерского баланса;
- 5) изменения условий договоров и практики ведения бизнеса;
- 6) осведомленность заинтересованных лиц и информационное взаимодействие с ними;
- 7) внедрение может быть трудным и дорогостоящим;
- 8) потребность в новых IT-системах и надежных процессах и средствах контроля [2].

Влияние на сектор розничной торговли и потребительский сектор.

Несмотря на то, что практически все отрасли используют аренду как средство получения доступа к активам, виды и объемы арендуемых активов, а также условия и структуры договоров аренды значительно разнятся в зависимости от отрасли.

Одним из секторов, на которые новый стандарт окажет наиболее заметное влияние, скорее всего, будет сектор розничной торговли, в связи с тем, что он активно использует арендованные помещения для размещения магазинов.

Большинство договоров аренды имеют форму среднесрочной аренды (от 3–5 до 9 лет) помещений, расположенных как в престижных местах, так и в торговых центрах или обычных торговых точках. Эти договоры аренды, как правило, предусматривают возможность возобновления аренды и часто предполагают переменные арендные платежи. Исторически такую аренду считали операционной арендой, и она не оказывала никакого воздействия на бухгалтерский баланс. Сумма, отражавшаяся в отчете о прибылях и убытках, обычно рассчитывалась линейным методом и включалась в операционные расходы в полном объеме. Новый стандарт по учету аренды окажет воздействие не только на бухгалтерский баланс, но и на операционные расходы, которые теперь должны подразделяться на операционные и финансовые расходы. Освобождение, предоставляемое для краткосрочной аренды и аренды малоценных активов, по всей вероятности, не сильно облегчит задачу для магазинов розничной торговли [3].

Розничные сети широко используют аренду недвижимости для своих магазинов. Они, скорее всего, будут испытывать серьезное воздействие при применении нового стандарта по учету аренды:

- право на продление срока аренды: аренда недвижимости является важной составляющей деятельности розничных сетей, и определение и пересмотр наличия экономического стимула для продления аренды помещения магазина может потребовать существенного профессионального суждения.

- переменные платежи, привязанные к индексу или ставке: розничным сетям необходимо создать системы для оценки и пересмотра переменных платежей, привязанных к индексу по спот-ставке на каждый отчетный период (например, индексу CPI).

-разделение арендных компонентов и компонентов, не являющихся арендой: розничным сетям нужно будет отделить начисления за обслуживание (например, административные/ коммунальные/ маркетинговые услуги) от арендных элементов в договорах с многочисленными владельцами недвижимости, например, при аренде магазинов внутри магазинов и при использовании крупных центров розничной торговли [4].

Вероятно, что изменение стандартом ряда подходов заставит многие компании также изменить определенные внутренние процессы и переформатировать учетную систему для обеспечения наибольшей продуктивности. Требования стандарта, вне зависимости от времени возникновения соглашения, будут ретроспективно распространяться на любые договоры, которые по своим комбинированным или отдельным характеристикам будут признаны как договора аренды. Арендодатели не должны вносить корректировки в данные прошлых периодов и могут начать применение нового стандарта только для договоров, возникающих после даты вступления стандарта в силу.

Арендаторам следует произвести корректировки по всем договорам аренды с признанием суммарного эффекта от первоначального применения стандарта без пересмотра сопоставимых данных.

Аренда в современном мире – это обширный класс экономических возможностей, позволяющий компаниям не только зарабатывать, используя чужое имущество, но и получать доход от своих активов, которые компания сама использовать не в состоянии. Такая диспозиция на современном рынке является главной предпосылкой для разработки и внедрения нового стандарта МСФО IFRS 16, который позволит компаниям по всему миру наиболее эффективно учитывать свои арендные отношения и отражать их результативность в соответствии с принципами международных стандартов финансовой отчетности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 МСФО 16: Новый стандарт по учету аренды. - URL: [http:// www.pwc.kz](http://www.pwc.kz)
- 2 Коваленко Г.П. Рынок недвижимого имущества в РК. Алматы: 2002 г.
- 3 Алисенов А.С. Международные стандарты финансовой отчетности: Учебник и практикум для академического бакалавриата /А.С.Алисенов-Люберцы: Юрайт, 2016.
- 4 Учет арендных операций в Казахстане. - URL: [http:// online.zakon.kz](http://online.zakon.kz)

ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ ДЛЯ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ

В настоящее время во многих странах широко распространяется услуга дистанционного банкинга. Безналичный расчет посредством Online систем становится популярным и в Казахстане. Все большее количество потребителей выбирает этот способ оплаты благодаря явным преимуществам. Большинство банков, действующих на территории страны, уже предлагают такую услугу, восприняв идеи переноса безналичной оплаты в онлайн-режим и сокращение время ожидания шагом вперед.

Интернет-банкинг - это общее название технологий дистанционного банковского обслуживания, а также доступ к счетам и операциям (по ним), предоставляющийся в любое время и с любого устройства, имеющего доступ в Интернет. Для выполнения операций используется браузер или мобильное приложение, то есть отсутствует необходимость установки клиентской части программного обеспечения системы.

Интернет-банкинг часто доступен по системе банк-клиент, с использованием технологии тонкого клиента.

Как правило, услуги интернет-банкинга включают:

- выписки по счетам;
- предоставление информации по банковским продуктам (депозиты, кредиты, ПИФ и т. д.);
- заявки на открытие депозитов, получение кредитов, банковских карт и т. д.;
- внутренние переводы на карту банка;
- переводы на счета в других банках;
- конвертацию средств;
- личный кабинет для управления услугами [1].

Все казахстанские банки предлагают клиентам достаточно удобные и выгодные условия. При переходе на интернет-банкинг также можно сэкономить на комиссии, которую необходимо платить за некоторые транзакции. Онлайн-операции выходят не только дешевле, но и безопаснее, поскольку клиент не рискует потерять карточку или столкнуться с злоумышленниками лично. Вероятность потери средств при осуществлении платежей и других процедур онлайн крайне мала.

Интернет-банкинг представляет собой систему дистанционного обслуживания клиентов, которая позволяет им самостоятельно посредством такого функционала производить различные финансовые операции. Это включает в себя управление собственным расчетным счетом и переводами денежных средств. Для аутентификации клиента применяется технология SSL, благодаря которой возможно избежать несанкционированного доступа и захвата аккаунта злоумышленниками. С помощью подобного сервиса клиенты могут:

- получать полную банковскую информацию;
- получать данные о действующих услугах, будь то открытый счет или депозит, карточках, о сроках погашения кредитных задолженностей и т.д.;
- блокировать и разблокировать карточки в случае их потери или кражи;
- узнать все о своих денежных переводах, платежах, выполненных внутри сервиса;
- изменить шифр для входа в банковский сервис;
- создавать, редактировать и удалять шаблоны для автоматической оплаты по некоторым платежам.

Преимуществом является то, что каждая операция в современной дистанционной системе обслуживания проводится непосредственно за доли секунды, поэтому ждать продолжительное время проведение транзакции вам не придется. Таким образом, основное достоинство интернет-банкинга – это значительная экономия времени всех клиентов банка, которые подключены к системе. Особенно важна скорость, когда пополняется депозит или платеж по кредиту. Чаще всего при таких операциях клиенты не могут долго ждать [2].

Если говорить о тарифах на операции, то они, как правило, ниже, чем те, которые клиенты банка платят кассирам. Именно поэтому люди в последние годы предпочитают пользоваться интернет-банкингом, чем идти в отделение финансовой организации.

Помимо плюсов, также есть и минусы. Основная проблема, с которой могут столкнуться пользователи при регистрации профиля на сервисе в абсолютно любом банке, это сбой в работе автоматической отсылки SMS с кодом регистрации, необходимым для дальнейшей авторизации на сайте. Это может происходить по ряду причин, главными из которых считаются обыкновенный сбой или временная потеря связи. Зачастую восстановления системы автоматической рассылки производится достаточно быстро. Если не пришла SMS, то можно произвести операцию по ее получению повторно, предварительно сбросив все введенные в терминал данные.

Основными банками, которые предлагают услуги по интернет-банкингу являются Народный банк, Форте банк, АТФбанк, БанкЦентрКредит. В большинстве случаев все банки предлагают одни и те же или относительно равные условия, которые могут подходить для определенных категорий граждан. К примеру, если речь идет о более выгодном курсе для обмена валют или же получения кредитования. Благодаря этому все группы клиентов могут выбрать для себя финансовую организацию, которая подходит больше всего.

Интернет-банкинг для юридических лиц позволяет удаленно управлять всеми операциями, связанными с платежами, ЭЦП, вкладами, банковскими гарантиями, кредитами, кастодиальными услугами, различными выписками, другими карточными операциями, аутентификацией и всем, что так или иначе касается банковского счета клиента, его состояния и дистанционного контроля над каждой функцией, предоставленной обслуживающей организацией согласно с договором. Из-за количества функциональных возможностей юридические лица могут полностью или частично исключить личный визит, тем самым сокращая время на производство платежей и других важных

процедур.

Для обеспечения законности и безопасности транзакций используется электронная цифровая подпись клиента, гарантирующая неизменность процесса. С ее помощью подписываются (подтверждаются) любые действия с финансовыми накоплениями, находящимися на банковских счетах. ЭЦП выписывается на каждого отдельного клиента при обращении в банк. Для каждой такой подписи предусмотрен индивидуальный код, известный только пользователю. Благодаря такому подходу любые операции, производящиеся через сервис, являются надежными и безопасными [3].

Мобильный банкинг представляет собой технологию удаленного предоставления **банковских услуг** с использованием сетей телекоммуникаций (прежде всего, мобильных сетей): просмотр баланса счета, мини-выписка, оплата счетов за услуги мобильной и фиксированной связи, оплата услуг ЖКХ, перевод средств с карты на карту, осуществление регулярных платежей, погашение кредитов, перевод средств на вклад, блокировка платежной карты и т.д.

В большинстве случаев для совершения **банковских операций** требуется интернет-канал (обычный или мобильный - 5G, 4G, 3G, GPRS). Реже транзакции осуществляются с помощью отправки СМС-сообщений. Можно отметить, что ранее, до того как смартфоны получили широкое распространение, именно **СМС-банкинг** считался мобильным-банкингом.

Первые системы мобильного банкинга появились в мире в 1999 году, когда банки Европы предложили своим клиентам пользоваться данной услугой при помощи SMS-сообщений. А еще раньше существовал такой вид банкинга, как управление платежами со своего банковского счета с помощью указаний специалистам call-центра банка. Первые способы реализации мобильного банкинга – SMS-банкинг и первые программы для Java не получили массового признания пользователей. В первую очередь за счет того, что мало кто был готов совершать множество технологических операций для управления своими счетами. И лишь с появлением более поздних разработок, делающих этот процесс относительно комфортным, мобильный банкинг стал приобретать поклонников.

Приложения для мобильного банкинга представляют собой приложения для интернет-банкинга с урезанным функционалом, адаптированные под небольшие экраны смартфонов и под операционные системы, устанавливаемые в мобильных устройствах. В данный момент наиболее оперативно банки выпускают приложения для мобильного банкинга, ориентированные на устройства Apple: смартфоны iPhone и планшетные компьютеры iPad.

На втором месте по значимости для банков стоят мобильные устройства, работающие под управлением операционной системы Android компании Google. Модельный ряд таких устройств очень широк: смартфоны на платформе Android делают большинство известных производителей - HTC, Samsung, LG, Sony Ericsson, Alcatel и другие. Возможно, именно по причине многообразия устройств банки не так громко заявляют о запуске приложений для того или иного нового смартфона на платформе Android. Чаще всего подобные заявления делаются совместно с производителем телефонов.

Смартфоны с предустановленной операционной системой Windows (от Microsoft) также представляют для банков значительный интерес. Тем более что на нее перешла компания Nokia, отказавшаяся от своей собственной разработки – платформы Symbian, под управлением которой работали телефоны Nokia прежних поколений.

Преимущества мобильного банкинга:

- круглосуточный контроль за движением средств по банковским счетам;
- относительно недорогое обслуживание;
- постоянно растущий перечень сервисов и услуг, доступных в мобильном приложении.

Недостатки мобильного банкинга:

- ограниченные возможности мобильного банкинга;
- высокие комиссии по платежам у некоторых банков;
- риск завладения секретными паролями и ключами злоумышленниками.

О популярности использования интернет и мобильного банкинга свидетельствуют данные статистики. За 2017 год через Интернет и мобильный банкинг с использованием карточек казахстанских эмитентов проведено 91,8 млн. транзакций на сумму 1 192,7 млрд. тенге (рост по сумме по сравнению с 2016 годом в 3 раза). Ежедневно через данные дистанционные каналы обслуживания проводится 250 тыс. транзакций на сумму 3 млрд. тенге. На рисунке 1 отражена динамика операций посредством интернет/мобильного банкинга с использованием платежных карточек казахстанских эмитентов.



Рисунок 1 - Динамика операций посредством интернет/мобильного банкинга с использованием платежных карточек казахстанских эмитентов

Доля платежей и переводов денег, проведенных через Интернет и мобильный банкинг, составила 39,5% от общего количества и 39,1% от общей суммы безналичных платежей и переводов денег, проведенных с использованием карточек казахстанских эмитентов.

За 2017 год 43% количества безналичных платежей, проведенных посредством Интернет и мобильного банкинга с использованием платежных

карточек казахстанских эмитентов, приходится на оплату услуг операторов сотовой связи и АО «Казахтелеком», 23% на оплату товаров и услуг.

По объемам проведенных сумм вышеуказанные операции занимают 30% (соответственно 7% и 23%) от общей суммы операций, проведенных через Интернет и мобильный банкинг. Тогда как, переводы между банковскими счетами, несмотря на незначительное количество (8% от общего количества безналичных транзакций в среде Интернет/мобильный банкинг), по объемам операций занимают 37% [4].

По состоянию на 1 января 2018 года количество пользователей интернет/мобильного банкинга составило порядка 9 млн. человек, из которых в среднем 25% (2,5 млн. человек) используют онлайн сервисы банков регулярно.

Согласно статистике за 2017 - 2018 годы рост количества банковских процедур, которые производятся в режиме онлайн, возросли в значительной степени. Даже примерные подсчеты показывают, что рост объема транзакций стал больше в более чем половину раз. Подобное увеличение спроса на операции обуславливаются удобством и практичностью способа, возможностью осуществлять покупки или платить налоги за считанные минуты. Это способствует тому, что финансирование данной области увеличивается, привлекаются новые инвесторы и партнеры, в том числе иностранные организации, желающие начать или усилить сотрудничество.

Совершенно очевидным становится, что уровень доверия к платежным картам, как и к банкингу в целом, заметно повышается.

Популярность подобных платежей растет с каждым кварталом за счет удобства способа и возможности в значительной степени сократить время ожидания на выполнение той или иной операции, будь то оплата коммунальных услуг, обязательных платежей или даже пополнение мобильного счета.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Smartzaim.kz. Интернет-банкинг в Казахстане. - URL: <https://smartzaim.kz/read/internet-banking-v-kazahstane-195/>
- 2 MyBuh.kz. Интернет-банкинг в Казахстане. - URL: <https://mybuh.kz/internet-banking/>
- 3 Мобильный банкинг.- URL: <http://discovered.com.ua/glossary/mobilnyj-banking/>
- 4 Национальный Банк Республики Казахстан - URL: <http://www.nationalbank.kz/>

ПРОБЛЕМЫ И ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Основная идея заключается в расширении туристической деятельности Восточно-Казахстанского региона.

Актуальность проблемы обусловлена тем, что туризм является малозатратной сферой деятельности, позволяющей создавать новые рабочие места и обеспечивать занятость сельского населения. Туризм не истощает природные ресурсы и является постоянным стабильным источником дохода для страны.

Ничто так не способствует укреплению нации, как развитие внутреннего туризма. Увеличение количества туристов положительно влияет и на имидж Казахстана в мировом сообществе, что немаловажно в свете процессов глобализации и интеграции. Туризм стимулирует возрождение и развитие национальных культурных традиций, повышает уровень самосознания народа. Туристская отрасль обладает мультипликативным эффектом и стимулирует развитие смежных отраслей экономики. При сравнительно небольших вложениях в инфраструктуру за счёт использования интереса людей к уникальным природным объектам и историческим памятникам экономика получает значительный выигрыш, эффект от которого намного больше чем от добычи сырья.

Несмотря на очевидные преимущества, отрасль туризма в стране до сих пор находится в упадочном состоянии, не считая предоставления услуг по выездному туризму. Казахстан, можно сказать, не использует свой природный потенциал в полной мере и даже снижает его с каждым годом. У нас природу любят разделить и продавать маленькими кусочками. Пытаются разделить заборами неделимое. Вся инфраструктура сферы обслуживания и туризма остается на том уровне, который был заложен еще во время Советского Союза, и к сожалению, развивается очень медленно частными инвесторами, а не государством. Конечно Государство разрабатывает различные программы по развитию туризма в стране, но за их выполнение мало кто отвечает. Множество объектов, представляющих интерес для туристов, не развиты в достаточной степени. Одной из проблем является труднодоступность объектов, в основном из-за дорог, находящихся в плохом состоянии. Недостаточно изучается и используется международный опыт в сфере туризма, не анализируется и не формируется спрос на туристские услуги, которые может предложить Казахстан. К причинам недостаточного развития туристской отрасли Казахстана можно отнести следующие:

- большинство турагентов работают в сфере выездного туризма, не продвигая туристский рынок Казахстана за рубежом;
- транспортная инфраструктура Казахстана недостаточно развита и

не предоставляет соответствующий уровень услуг;

- нет специальных институтов, которые бы занимались исследованиями в сфере туризма;
- уровень обеспечения безопасности туризма в Казахстане недостаточно высок.
- отсутствует бренд Республики Казахстан как туристского центра.

Чтобы создать такой бренд, необходимо правильно использовать маркетинговые технологии, а именно развивать интегрированные маркетинговые коммуникации. Это не под силу ни одному туристскому предприятию. Только государство сможет эффективно разработать и реализовать политику брендинга страны. Особенно негативную роль в формировании положительного имиджа страны сыграл небезызвестный фильм Саши Барона Коэна, английского комика, о похождениях журналиста из Казахстана Бората Сагдиева. Таким образом, если в течение ближайших лет в мире сформируется положительный во всех отношениях бренд Казахстана, туристская отрасль получит мощный толчок для быстрого и эффективного развития.

В конце концов, это плохо как для самой страны, ее престижа, так и для людей. Для развития туризма конечно первый посыл должен исходить от государства. Но можно постараться своими силами поддержать и развивать туризм в Восточном Казахстане.

Восточный Казахстан - это Алтай и его предгорные лесистые районы; реки Иртыш, Уба и Курчум; озера Зайсан, Маркаколь и Алаколь. Семипалатинский регион - родина великого казахского поэта-просветителя Абая Кунанбаева, выдающегося писателя Мухтара Ауэзова. Восточный Казахстан, обладает уникальными природными ресурсами и самобытной культурой кочевого народа, имеет огромный нереализованный потенциал для развития культурно-исторического и экологического туризма.

Понятие культурного туризма довольно обширно. В него входит многообразие объектов, достопримечательностей и событий, которые стоит посетить в рамках познавательной и увлекательной поездки: памятники старины, архитектура, города с многовековой историей, культурные пространства сельских поселений, технические комплексы, природные объекты, связанные с историей и культурой [1].

Например, довольно интересной историей обладает царица горного Алтая – Белуха, являющаяся «сердцем вселенной». Именно здесь находится невидимый для простых смертных вход в Шамбалу – священную страну богов и мудрецов, мифический источник счастья. Еще одной особенностью Белухи считается то, что она равноудалена от четырех мировых океанов, то есть является центральным вершинным узлом Евразии [2].

В рамках проведения военных туров запланировано посещение месторождений, вблизи которых изготавливали оружие и броню во время Второй мировой войны. Ведь именно здесь, в Казахстане, ковалась броня для орудий и выливалась большая часть пуль для Красной Армии. Цветные металлы добывались на рудниках Джезказгана, Коунрада, Риддера и

Зыряновска. Но имеются и малоизвестные небольшие прииски. Так, туристы, совершающие поход по горам Алтая, под самой вершиной Белухи обнаружили заброшенный поселок с бревенчатыми домами и непонятными механизмами. Позднее выяснилось, что это было Кок-Кульское вольфрамо-молибденовое месторождение. В годы войны были задействованы даже такие мелкие месторождения. Работала в этом селении мобилизованная молодежь, трудившаяся по 12 часов в сутки летом и зимой. Вручную бурились шпуры, закладывалась взрывчатка для отбивания руды. Давно уже нет тех приисков и рудников, лишь заброшенные шахты напоминают о тружениках, внесших свой вклад в великую победу [3].

Богатой историей славится и город Алтай (бывший Зыряновск). В России основание горного дела и металлургии связывают с Петром 1. В 1719 году царь объявил полную свободу организации горных разработок, то есть всякий желающий мог искать полезные ископаемые на любых землях. В это время Никита Демидов построил на Урале самый большой железоделательный завод в России, а его сын Акинфий отправил поисковую экспедицию на Алтай. Так на Алтае возник второй завод. С 1747 года заводы перешли в собственность царского кабинета. Весной 1791 года лодка, отвозившая провиант из Усть-Каменогорска для горняков, разбилась о прибрежные камни. Тогда слесарного ученика Герасима Зырянова отправили за добычей диких птиц и зверей. Охотник обнаружил следы древних рудных разработок. Результаты анализа образцов были ошеломительными. На месторождении было найдено серебро, золото и медь. Рудник дал жизнь посёлку, а в 20 веке уже городу Зыряновску [4].

Один из наиболее известных памятников ламаистского буддизма на территории Евразии – Аблайкит находится возле Сибирских озер Восточно-Казахстанской области. Постройку монастыря застал первый посол России в Китае боярский сын Федор Байков. Из его описаний следует, что город строился на речке Бешке (джунгарское название р. Аблакетки). В печах монастыря плавилы металлы, обжигали глины, изготавливали будистские изображения.

Земли Восточного Казахстана в 19 веке повидали немало знаменитостей. Но особняком стоит имя англичанина Томаса Уильяма Аткинсона. Странствующий художник, авантюрист, искатель приключений объездил верхом на лошади Сибирь вплоть до Дальнего Востока, исходил Алтай, побывали в Китае и Монголии. Книги Аткинсона может, и были снабжены географическими несуразностями, вымыслом, но читались с превеликим удовольствием и интересом. Путешествие художника по казахским степям началось летом 1848 года в Барнауле, откуда по горам он должен был добраться до Зыряновска. Красота восточного края пленяла сердце художника вновь и вновь. Делая зарисовки, Аткинсон забывал о времени, не замечал ни гроз, ни снегопадов. Пройдя по Коксунскому хребту и миновав горные переходы, путешественник добрался до Зыряновского шахтерского поселка. Годом позже Аткинсон побывал у подножия Белухи и даже предпринял попытку покорить гору, добравшись до отметки более чем в 4000 метров. Таким образом, можно сказать, что Аткинсон был одним из первых альпинистов Казахстана [5].

С точки зрения экологического туризма, обязательным объектом

посещения является и невысокая горка близ поселка Новая Бухтарма. Началось всё в 18 веке, когда в горных дебрях Бухтармы появились первые переселенцы – бежавшие с заводов каторжники и приписные рабочие. Одним из беглецов был некий Афанасий Селезнев. Именно он приметил это удивительное место на «ничейной» земле между Китаем и Россией. Беглецы построили собственную маленькую крепость с бревенчатой избой и огородом. Но, в конце концов, крепость была штурмом взята отрядом царских солдат. В 1781 году царская власть установила при устье Бухтармы пограничный форпост. Крепость отличилась посещением очень известных людей, имена которых по сей день славятся в истории и мировой науке. Одним из самых знаменитых путешественников оказался Александр Гумбольдт, положивший начало таким новым областям, как вулканология, география растений и учение о земном магнетизме. 4 дня экспедиция провела в Барнауле, после отправилась на Зыряновский рудник. Гумбольдт отметил отдельно стоящую сопку рядом с Бухтарминской крепостью, его поразила коническая форма гранитного холма. Любимым местом отдыха сопка стала и для М.Муравьева-Апостола, декабриста, отбывавшего ссылку в Усть-Бухтарминске в 1829-1836 годах. Муравьев занимался лечением местных жителей и даже нашел себе жену из народа. Позже он купил дом в версте от Бухтарминска. Давно уже нет Усть-Бухтарминска, но Мохнатая сопка неподвластна времени и все так же возвышается, украшенная мохнатой шапкой березово-осинового леса. На сегодняшний день недалеко от горки располагается зона отдыха «Голубой залив» [6].

Таким образом, развитие культурно-исторического и экологического туризма в ВКО могло бы повысить \ привлекательность национального турпродукта в целом и способствовать вхождению Казахстана в мировой рынок туристических услуг. Для этого надо создавать конкурентоспособную туристскую индустрию как доходный сектор народнохозяйственной экономики, и как важную сферу международного делового сотрудничества в рамках международной торговли услугами.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Исторический туризм в мире: виды культурно исторического туризма. 2018. URL: <https://glonasstravel.com> (дата обращения 28.02.2019).
2. А. Лаптев. Где находится сердце вселенной? // Аргументы и факты. – 2017. - № 46.
3. А. Лухтанов. Рудники-легенды // Аргументы и факты. – 2012. - № 36.
4. А. Лухтанов. Зыряновская охота // Аргументы и факты. – 2012. - № 21.
5. А. Лухтанов. Шпион, художник, авантюрист? // Аргументы и факты. – 2011. - № 6.
6. А. Лухтанов. Были и легенды Бухтарминской сопки // Аргументы и факты. – 2010. - № 12.

ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ ТРУДА ПЕДАГОГИЧЕСКИХ КАДРОВ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ

Для эффективной деятельности современного образовательного учреждения требуются ответственные и инициативные работники, высокоорганизованные и стремящиеся к трудовой самореализации личности. Преподаватель не может заниматься только оказанием «образовательных услуг», но обязательно должен развиваться сам, обеспечивая высокое качество образования [1]. В соответствии с Международной стандартной классификацией занятости, разработанной под эгидой Международной организации труда, основными задачами преподавателей высшей школы являются:

- разработка и модификация учебных программ, подготовка учебных курсов в соответствии с существующими требованиями;
- проведение лекционных занятий, семинаров, лабораторных занятий;
- стимулирование дискуссий и развитие независимости мышления в студенческой среде;
- контроль, где это необходимо, за выполнением студентами экспериментальных и практических работ;
- организация, проведение и оценка экзаменационных работ и тестов;
- руководство исследовательскими работами студентов последипломного обучения или других членов учебного отделения;
- исследование и разработка концепций, теорий и операционных методов для использования их в промышленности и других отраслях;
- подготовка учебников, учебных материалов или статей;
- участие в работе конференций и семинаров;
- участие в принятии решений, касающихся деятельности учебных отделений колледжа или университета, бюджета и других вопросов;
- выполнение родственных задач.

Из этого следует, что преподаватель вуза должен обладать способностями исследователя, организатора, оратора, психолога, владеть логикой учебно-воспитательного процесса, быть высококвалифицированным специалистом как в своей предметной области, так и эрудитом в других областях знаний.

Успех усилий руководства образованием, направленных на его модернизацию, полностью зависит от характера и качества деятельности преподавателей. Нельзя решить проблему перехода на новое качество образования, не думая о качестве кадрового потенциала учреждений высшего образования [2]. Не является секретом то, что человек, травмированный трудностями повседневной жизни, практически всё своё время отдаёт решению задач функционирования и выживания. В таких условиях становится сложно соединять долг и свою собственную выгоду. Поэтому мотивация преподавателей занимает одно из центральных мест в управлении образовательным учреждением. Ориентация работников на достижение целей образовательного учреждения по существу является главной задачей руководителя. Обеспечить необходимые качества

преподавателей невозможно с помощью традиционных форм материального стимулирования и строгого внешнего контроля, зарплаты и наказаний. Только преподаватели, осознающие смысл своей деятельности и стремятся к достижению целей образовательного учреждения, могут рассчитывать на получение высоких результатов. Формирование таких работников возможно путем реализации мотивационного подхода к управлению образовательным учреждением.

Если хорошо понимать, что движет преподавателем, что побуждает его к действиям, и к чему он стремится, выполняя определенную работу, можно, в отличие от принуждения, требующего постоянного воздействия и контроля, построить управление таким образом, что он сам будет стремиться выполнять свой труд наилучшим образом и наиболее результативно с точки зрения достижения образовательным учреждением своих целей [3].

Причинами, которые определяют участие человека в какой-либо определённой работе, являются его желание, возможности и квалификация, и особенно мотивация, которая побуждает заниматься именно этой работой. Как отмечают некоторые авторы, мотивация не является реально наблюдаемым фактом, это сконструированное понятие, то есть мотивацию нельзя непосредственно наблюдать или определить эмпирическим путем. О ней может быть сделано заключение только на основании поведения или высказывании анализируемых индивидуумов.

Виханский О.С., Кибанов А.Я., Пугачев В.П. и др. определяют мотивацию как процесс побуждения человека к деятельности с помощью внутриличностных и внешних факторов. При этом связь между отдельными силами и действиями человека опосредована очень сложной системой взаимодействий, в результате чего отдельные люди могут совершенно по-разному реагировать на одинаковые воздействия со стороны одинаковых сил. Более того, поведение человека и осуществляемые им действия в свою очередь также могут влиять на его реакцию, на воздействия, в результате чего может меняться как степень влияния воздействия, так и направленность повеления, вызываемая этим воздействием.

Таким образом, мы согласны с авторами, определяющими мотивацию как совокупность внутренних и внешних движущих сил, которые побуждают человека к деятельности, задают границы и формы деятельности и придают этой деятельности направленность, ориентированную на достижение определенных целей.

Большинство исследователей в области мотивации труда понимают под мотивацией *процесс побуждения* себя и других к деятельности для достижения личных целей и целей организации. Мотивация трудовой деятельности подразделяется на собственно мотивацию и стимулирование. Мотивация рассматривается не как постоянный процесс, а как ограниченная во времени стратегия и тактика решения проблемы преодоления кризиса труда [4].

Потребности являются исходным пунктом мотивации и выражают объективную необходимость человека в веществе, энергии и информации из окружающей среды как определенных предметах их потребления и во внутренних условиях для поддержания жизни, существования и развития. В сущности потребности определяют объективное отношение, побуждение к деятельности и отражающее это отношение состояние субъекта. Это положение позволяет утверждать, что потребности являются условием возникновения, первопричиной

мотивации субъекта к целенаправленной, продуктивной деятельности.

Благодаря связи с потребностью, мотив выполняет функцию побуждения преподавателя к активности и придаёт смысл отдельным действиям, целям и условиям их достижения.

Аминов А.Н. считает, что есть основания предполагать, что одним из ведущих мотивов педагогической деятельности является мотив власти. Перечисляя основные действия, осуществляемые преподавателем во время профессиональной деятельности (организовать обучаемых, склонить или убедить принять задачу, руководить и управлять процессом учебной работы, регулировать её ход, уговорить, т. е. создать условия для выполнения необходимых заданий, упражнений, вести обучаемых в ходе работ, надзирать, контролировать ход её выполнения, подводить итоги занятия и оценивать работу учащихся), он отмечает, что учителю приходится подчинять, диктовать условия, проявлять власть, вводить нормы, составлять и устанавливать правила, например поведения, выполнения работы и др., оценивать, судить. Осуществляя роль руководителя, ему необходимо в ряде случаев запрещать, ограничивать, наказывать, оказывать сопротивление. Эти действия соответствуют следующим желаниям:

- контролировать своё социальное окружение;
- посредством совета, обольщения, убеждения или приказа воздействовать на поведение других людей и направлять его;
- побуждать других поступать в соответствии со своими потребностями и чувствами;
- добиваться их сотрудничества;
- других в своей правоте [5].

Такие желания, в свою очередь, являются признаками, или эффектами доминирования. Они были выявлены Г.А. Мюрреем, который определил мотив власти как потребность в доминировании.

Среди многообразия мотивов человека в рамках нашей проблемы представляется целесообразным выделить мотивы труда, которые определяют стремление работника удовлетворить свои потребности (получить определенные блага) посредством трудовой деятельности.

Травин В.В. и Дятлов В.А отмечают, что мотивы труда формируются, если:

- в распоряжении общества (или субъекта управления) имеется необходимый набор благ, соответствующий социально обусловленным потребностям человека;
- для получения этих благ необходимы трудовые усилия работника;
- трудовая деятельность позволяет работнику получить эти блага с меньшими материальными и моральными издержками, чем любые другие виды деятельности[6].

Тем самым авторы подчеркивают, что мотив труда формируется только тогда, когда трудовая деятельность является если не единственным, то основным условием получения блага.

Отечественные и зарубежные исследователи к систематизации мотивов эффективной деятельности подходят по-разному. Так, по мнению отечественных исследователей, к добросовестному отношению к деятельности преподавателей могут побуждать следующие мотивы: увлеченность делом; ориентация на получение максимального материального вознаграждения; осознание важности и

необходимости работы.

С точки зрения западных специалистов, мотивами эффективного поведения являются: среда; вознаграждение; безопасность; личное развитие и профессиональный рост; чувство причастности; интерес и вызов.

Мотивы следует отличать от стимулов. Мотив характеризует стремление работника получить определенные блага, волевою сторону поведения, стимул - сами эти блага. Стимул может и не перерасти в мотив в том случае, если он требует от человека невозможных или неприемлемых действий. Например, предложение преподавателю освоить новую технологию обучения или новый учебный курс за дополнительное вознаграждение может не быть для него мотивом действий, если он не обладает для этого достаточной квалификацией.

Интерес к образовательному процессу во многом определяется не только его содержанием, но и его организацией, методами управления и степенью влияния на преподавателей.

Материальная заинтересованность, безусловно, является одним из основных общечеловеческих стимулов активности, однако срабатывает он, к сожалению, далеко не всегда. Социальная значимость труда преподавателя включает в себя понимание общественного значения выполняемой работы. В данном случае важно, как относится к преподавателю руководитель, замечают ли его труд коллеги, ценят ли вообще в образовательном учреждении.

Поскольку большое влияние на активное поведение преподавателей оказывает окружающая среда, то образовательному учреждению следует стремиться к созданию такой обстановки, которая содействовала бы достижению его задач. А для этого необходимы затраты и время. Причем следует помнить, что максимальная отдача со стороны преподавателей вряд ли возможна, если в образовательном учреждении отсутствует атмосфера безопасности. Чувство безопасности связано не только с наличием или отсутствием работы. Преподаватели боятся утратить свое положение или потерять уважение других и т. п.

Одним из наиболее эффективных способов увеличить вклад преподавателей в результаты деятельности образовательного учреждения состоит в оказании помощи их личностному росту. Если сложившаяся в образовательном учреждении ситуация удовлетворяет потребности преподавателя, способствует его самореализации, то он, как правило, бывает удовлетворен своим трудом, следовательно, мотивирован на эффективное трудовое поведение.

Ксенчук Е.В. и Киянова М.К. выделяют следующие факторы, мотивирующие на эффективное трудовое поведение:

- Любые действия должны быть осмысленными.
- Люди хотят, чтобы их действия были важны для кого-то конкретно.
- Каждый стремится выразить себя в труде.
- Практически каждый имеет собственную точку зрения на то, как можно улучшить свою работу, ее организацию.
- Успех без признания приводит к разочарованию (необходимо признание и поощрение - материальное и моральное).
- Люди негативно относятся к тому, чтобы решения об изменениях в их работе принимались без учета их знаний и опыта.
- Каждому требуется информация о качестве собственного труда.
- Каждая работа выигрывает от максимально возможной степени

самоконтроля (контроль со стороны неприятен).

- Повышенные требования, дающие шанс для дальнейшего развития, воспринимаются гораздо охотнее, чем заниженные.

- Сотрудники остро реагируют, если их старания и полученные ими результаты приводят к тому, что их загружают еще больше, особенно если это не компенсируется материально.

- Имеется свободное пространство для инициативы, для индивидуальной ответственности [7].

Стимулирование как метод воздействия на поведение преподавателя опосредовано через его мотивацию. При стимулировании побуждение к труду происходит в форме компенсации за трудовое усилие. Воздействие через стимулы обычно оказывается сильнее прямого воздействия, но по своей организации оно сложнее последнего. Деление стимулов на «материальные» и «моральные» условно, поскольку они взаимосвязаны. Например, премия выступает и как акт признания по отношению к преподавателю, как оценка его заслуг, а не только как материальное вознаграждение результатов труда. Иногда у преподавателей ориентация на общение, принадлежность к определенному сообществу, престиж проявляются сильнее, чем ориентация на денежное вознаграждение.

На основании вышеприведенных утверждений можно заключить, что мотивация преподавательского труда представляет собой совокупность стимулов и вызываемых ими к действию мотивов определенной силы воздействия, которые посредством стимулирования и мотивирования побуждают их к эффективной образовательной деятельности, направленной на удовлетворение субъективных потребностей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Скок Г.Б. Как проанализировать собственную педагогическую деятельность: учебное пособие / Г.Б. Скок. - 2-е изд. - М: Пед. общество России, 2000. - 101 с.

2 Романкова Л.И. Научно-педагогические кадры высшей школы России. Современное состояние и концепция развития / Л.И. Романкова. - М: ИПР ВПО МАЛИ (ГТУ), 2004. - 208-213 с.

3 Лазарев В.С. Когда работа не теряет ценности (как сделать руководство эффективным) // Народное образование. - 1997. - №9. - С. 128-131.

4 Управление персоналом организации. / Под ред. А.Я. Кибанова. -М.: ИНФРА-М, 1997. - С.366-367.

5 Аминов Н.А. Диагностика педагогических способностей / Н.А. Аминов - М., Воронеж, 1997.- 80 с.

6 Травин В.В. Основы кадрового менеджмента: учебное пособие / В.В. Травин, В.А Дятлов. - 2-е изд. - М: Дело, 1997. - 336 с.

7 Ксенчук Е.В. Технология успеха / Е.В. Ксенчук, М.К. Киянова. -М.: Дело, 2000.-117 с

АЗЫҚ-ТҮЛІК ҚАУІПСІЗДІГІН ҚАМТАМАСЫЗ ЕТУДІҢ ӨЛШЕМДЕРІ МЕН ЭКОНОМИКАЛЫҚ КӨРСЕТКІШТЕРІ

Қазақстан Республикасының азық-түлік қауіпсіздігі елдің ұлттық қауіпсіздігін қамтамасыз етудің және қуатты мемлекет қалыптастырудың, оның ұзақ мерзімді табысты дамуы мен экономикалық өсуінің басты шарттарының бірі болып табылады. Ел Президенті Н.Ә.Назарбаевтың «Қазақстанның үшінші жаңғыруы: жаһандық бәсекеге қабілеттілік» атты халыққа Жолдауында: «...Қазақстанның агроөнеркәсіп кешенінің болашағы зор. Көптеген позициялар бойынша біз әлемде ірі аграрлық экспорттық өнім өндірушілердің бірі бола аламыз. Бұл, әсіресе, экологиялық таза тағамдарға қатысты. «Made in Kazakhstan» бренді сондай өнімдердің эталоны болуға тиіс. Сонымен қатар, астық өнімдері бойынша біз Еуразияда «нан кәрзеңкесі» болуымыз керек. Шикізат өндірісінен сапалы өңделген өнім шығаруға көшу қажет. Тек сонда ғана біз халықаралық нарықтарда бәсекеге қабілетті бола аламыз» делінген [1].

Қазақстан Республикасы халқының азық-түлік қауіпсіздігінің жай-күйі өз критерийлеріне ие және экономикалық көрсеткіштердің көп санымен бағаланады.

Халықтың азық-түлік қауіпсіздігінің жай-күйін бағалау:

-азық-түліктің физикалық қол жетімділігі, бұл дегеніміз елдің барлық аумағында әр уақытта және қажетті ассортиментте азық-түліктің болуы;

-азаматтың әлеуметтік мәртебесі мен тұратын жеріне қарамастан табыс деңгейі азық-түлікті ең аз тұтыну деңгейінде сатып алуға мүмкіндік беретіндіктен тұратын азық-түліктің экономикалық қолжетімділігі;

-тұтынушылар үшін азық-түліктің қауіпсіздігі, яғни халықтың денсаулығына зиян келтіретін сапасыз тамақ өнімдерін өндіру, сату және тұтынудың алдын алу мүмкіндігі [2].

А. Э. Михайлов азық-түлік қауіпсіздігі өлшемдеріне төмендегілерді жатқызады:

-агроөнеркәсіптік кешенді (АӨК), балық және орман шаруашылығын дамытудың тұрақтылығы, бұл қорды ұлғайту үшін азық-түлік өндірісін ұлғайтуға және табиғи апаттар немесе соғыс орын алған басқа елдерге азық-түлік көмегін көрсету жағдайына мүмкіндік береді;

-мал шаруашылығы мен өсімдік шаруашылығының гендік қорын уландыратын техникалық және технологиялық жарақтандыруды арттыратын ғылыми жетістіктердің жоғары деңгейі;

-топырақтың құнарлылығын, түсімділігін және т. б. сақтауды және жақсартуды қамтамасыз ететін табиғатты қорғау және табиғатты қалпына келтіру саясаты мен практикасы [3].

Кейбір авторлар азық-түлік қауіпсіздігі өлшемі азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету шарттарына қол жеткізу дәрежесін бағалау бойынша келтірілген белгінің сандық және сапалық шекті мәні болуы тиіс деп санайды [4]. Қазақстан ғалымдары тобы ел халқының азық-түлікпен қамтамасыз етілу

деңгейін бағалау үшін мынадай критерийлерді пайдалану орынды деп санайды:

- отандық тауар өндірушілердің азық-түлік өнімдерінің жалпы көлемінің 80-85% өндірісі;

- халықтың калориялықтың оңтайлы деңгейі бар тамақ өнімдерін тұтынуы (тәулігіне 2353 ккал);

- тамақтанудың рационалды құрылымын қамтамасыз ету және физиологиялық негізделген нормаларға сәйкес халықтың қажеттіліктерін толық қанағаттандыру;

- тамақ өнімдерін тұтынудың жылдық көлемінің 25% деңгейінде өтелетін азық-түліктің сақтандыру қорын құру;

- импорт есебінен ел ішінде шығарылмайтын немесе жеткіліксіз мөлшерде шығарылатын тамақ өнімдеріне қажеттілікті қанағаттандырудың нақты мүмкіндігінің болуы;

- жан басына шаққанда бір тоннадан кем емес астық өндіру [5].

Осылайша, ғалымдар азық-түлік қауіпсіздігі критерийлеріне түрлі анықтамалар береді. Әрбір автор елдің немесе өңірдің азық-түлік қауіпсіздігіне әсер ететін факторларға байланысты өз көзқарастарына ие. Азық-түлік қауіпсіздігі критерийлерін анықтау кезінде кейбір авторлар оның көрсеткіштерінен немесе зерттелетін тақырыпқа байланысты шығады. Мысалы, ФАО сарапшылары халықаралық деңгейде азық-түлікпен қамтамасыз етудің негізгі көрсеткіштері келесі егін жинауға дейін сақтауға қалатын әлемдегі ауыспалы астық қорының көлемі, сондай-ақ халықтың жан басына шаққанда астық өндірісінің деңгейі болып табылады деп санайды.

Сараптай келе, ұлттық азық-түлік қауіпсіздігі критерийлерін белгілеу кезінде олардың халықтың тамақ өнімдеріне деген қажеттіліктерін қанағаттандыру деңгейін, сондай-ақ елдің азық-түлікпен қамтамасыз етілу тұрақтылығы деңгейін сипаттауы тиіс екенін ескеру қажет. Азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз етуге отандық аграрлық нарықтың қазіргі жай-күйі ғана емес, сондай-ақ протекционизм деңгейі және елдегі жалпы экономикалық ахуал әсер етеді деп санайтын авторлармен келіспеуге болмайды. Осылайша, азық-түлік қауіпсіздігінің басты өлшемі тұтынудың физиологиялық нормаларына сәйкес ел халқының негізгі тамақ өнімдерімен қамтамасыз етілу дәрежесі болуы тиіс. Азық-түлік қауіпсіздігінің экономикалық көрсеткіштерін бағалау арқылы бұл мәселенің елімізде қалай шешілуін зерделеуге және талдауға болады. Еліміздің азық-түлік қауіпсіздігін сипаттайтын негізгі экономикалық көрсеткіштермен қорытылған түрде мынадай көрсеткіштерден төмен болуы мүмкін деген барлық дерлік авторлар ортақ пікірде:

- тұтынушылар үшін азық-түлік өнімдерінің физикалық қолжетімділігі, яғни Қазақстанда қажетті көлемде және ассортиментте және төлемге қабілетті сұранысқа сәйкес келетін бірінші қажеттілік өнімдерінің барлық түрлерінің болуы;

- азық-түлік өнімдерінің экономикалық қолжетімділігі, яғни олардың әлеуметтік мәртебесі мен тұрғылықты жеріне қарамастан, азық-түлік өнімдерін ең аз деңгейде сатып алуға мүмкіндік беретін баға бойынша тұтынушыларға қолжетімділігі;

-тамақ өнімдерінің қауіпсіздігі, яғни оларда халықтың денсаулығына зиян келтіретін зиянды заттардың болмауы [6, 7].

Жоғарыда аталған көрсеткіштердің барлығы негізгі өнім топырақ-климаттық жағдайларға және маусымдылыққа ұшырағандығы белгілі ауыл шаруашылығы саласынан келіп түсуіне байланысты үлкен тәуекелдермен қатар жүреді. Азық-түлікке бөлшек сауда бағасы халықтың табыстарымен салыстырғанда күрт артуы мүмкін. Өз аумағынан неғұрлым өтімді ауыл шаруашылығы өнімдерін әкетуге тыйым салу немесе керісінше азық-түлік әкелуге тыйым салу, жосықсыз өңіраралық бәсекелестік және т. б. сияқты сауда кедергілерінің де маңызы зор.

Әлемде азық-түлік қауіпсіздігін бағалау үшін жоғарыда айтылғандай, тәжірибеде кеңінен қолданылатын көптеген көрсеткіштер бар. Мысалы, С. С. Бекенов, егер келесі шарттар орындалса, елде азық-түлік қауіпсіздігіне ішінара қол жеткізіледі деп санайды:

-ел халқы отандық өндірістің азық-түлік өнімдерімен кемінде 85% қамтамасыз етілген және бұл өнімдер экологиялық таза және денсаулық үшін пайдалы болып табылады. Бұл норматив халықаралық азық-түлік ұйымына (ФАО) жақын);

-бұл өнімдердің бағасы еліміздің еңбек тұрғындарының негізгі массасына қол жетімді;

-азық-түліктің стратегиялық қорлары шектеулі және төтенше жағдайлар туындаған жағдайда халықты тұрақты жабдықтауды қамтамасыз етпейді;

-өндірістік қуаттар азық-түлік өндірісін арттыруға мүмкіндік береді;

-ғылыми-техникалық база әлемдік жоғары жетістіктер деңгейінен артта қалса да, даму үстінде.

Еліміздің азық-түлік қауіпсіздігіне қол жеткізілмейді, егер:

-ел халқының 60-80%отандық өндірістің экологиялық таза және пайдалы азық-түлік өнімдерімен қамтамасыз етілмесе;

-азық-түліктің стратегиялық қоры таусылған немесе жоқ болса;

-өндірістік қуаттар азық-түлік өндірісін арттыруға мүмкіндік бермейді.

Елдегі азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету көптеген экономикалық көрсеткіштермен бағаланады. Ғалым-экономистер азық-түлік қауіпсіздігін анықтау үшін қандай көрсеткіштер келтірілмейтінін атап өту керек, олар кез келген мемлекетте ауыл шаруашылығы өндірісін тұрақты дамыту, өнімнің бәсекеге қабілеттілігін арттыру, жалпы елдің, сондай-ақ жекелеген өңірлердің және әрбір адамның азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету жағдайында аграрлық өнімнің тиімді жұмыс істейтін нарығын қалыптастыру үшін барлық жағдай жасалуға тиіс.

Азық - түлік қауіпсіздігінің жай-күйін бағалау үшін экономист-ғалымдар халықтың, өңірдің, облыстың әлеуметтік тобынан бастап, мемлекетпен аяқталатын барлық деңгейлерде оның сандық өлшемінің объективті өлшемдері мен әдістерінің тұтас жүйесін әзірледі. Азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету әрбір деңгейде өзінің өлшемдері мен экономикалық көрсеткіштерін айқындау қажеттілігін талап етеді. Өлшемдер бастапқы және болжамды жағдайға (проблеманың жай-күйіне) сәйкес белгіленетін нысаналы сапалық бағдарларды, нысаналы бағдарларға жақындаудың сандық шараларының көрсеткіштерін

көрсетуі тиіс. Көптеген ғалымдар азық-түлік қауіпсіздігі үш аспектіден тұрады деп санайды: сандық, сапалық және әлеуметтік-экономикалық. Бірінші аспект азық-түліктің жеткілікті көлемін қамтамасыз етуге бағытталған, екіншісі халықты азық-түлікпен ғана емес, азық-түлікпен қауіпсіз және сапалы қамтамасыз етуді сипаттайды. Үшінші аспект халықтың табысын азық-түлікке нақты (экономикалық) қол жеткізуді қамтамасыз ететін деңгейге дейін арттыруды көздейді. Осы үш аспектінің әрқайсысы өзінің бағалау критерийлеріне ие болуы тиіс [8].

Азық-түліктің экономикалық қолжетімділігін бағалау үшін нақты немесе ұсынылатын рационның өнімдерінің қанша жиынтығын тұтыну шығыстарының сомасына сатып алуға болатынын көрсететін көрсеткішті пайдаланған жөн. Бұл көрсеткіштердегі айырмашылық азық-түліктің экономикалық қолжетімділігі бойынша өңірлердің саралануын анықтауға мүмкіндік береді [9]. Бұл көрсеткіштерді өңірлер бойынша және жалпы республика бойынша есептеуге болады. Мұндай есепті жүргізу республиканың әрбір өңірінің қандай да бір өнімде өзін-өзі қамтамасыз ету дәрежесін анықтауға мүмкіндік береді.

Қазақстан үшін экономикасы өзгертін басқа елдер сияқты, импорт аграрлық саладағы нарықтық қатынастарды қалыптастыруда ішкі азық-түлік нарығындағы бәсекелестікті дамытуға ықпал ете отырып, белгілі бір оң рөл атқарады. Алайда, әлемдік нарықтың конъюнктурасы нашарлаған кезде азық-түлікті едәуір көлемде әкелу ел халқын, әсіресе сүт, ет, өсімдік майы, қант, балық сияқты азық-түліктің маңызды түрлерімен және басқа да кейбір түрлерімен қамтамасыз етуге қауіп төндіруі мүмкін. Қазақстанда азық-түлік қауіпсіздігінің шегі 20-25% - дан аспауы тиіс, бірақ өнімнің жекелеген түрлері бойынша импорт халықтың тұтынуынан 80% - ды құрайды. Қазіргі уақытта ауыл шаруашылығының даму серпініне және Қазақстанның азық-түлік қауіпсіздігіне ДСҰ-ға мүшелік және Кеден одағы базасында Бірыңғай экономикалық кеңістік құру сияқты факторлар әсер етеді. Елдің азық-түлік қауіпсіздігі тамақ өнімдерін өндірумен және оларды әлемдік рыноктарда сатып алу мүмкіндігімен ғана емес, сонымен қатар халықтың өзін қажетті сападағы азық-түлікпен қамтамасыз ету қабілеттілігімен де байланысты. Бұл үшін мемлекеттік деңгейде азық-түлікті тұтынудың медициналық нормалары мен санитарлық бақылау нормалары қарастырылуы тиіс. Осылайша, азық-түлік саласындағы ұлттық қауіпсіздіктің экономикалық негізі ел халқын тамақ өнімдерінің негізгі түрлерімен азық-түлікпен қамтамасыз ету болып табылады. Бұл дегеніміз, егер медициналық нормалар бойынша халықты негізгі азық-түлікпен үздіксіз және жеткілікті жабдықтау жолға қойылса, елдің азық-түлік қауіпсіздігін кепілді деп санауға болады [10].

Қорытындылай келе, ауыл шаруашылығын дамытудың инновациялық жолына көшу, елдің азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету экономиканың осы маңызды секторын дамытудағы мемлекеттің рөлі күшейген жағдайда ғана мүмкін болатынын атап өткен жөн, ал бірінші қадам кепілдендірілген рентабельді бағалар бойынша өндірілетін отандық өнімге мемлекеттік тапсырысты енгізу, сондай-ақ материалдық ынталандыруды, өнімді қайта өңдеуге инвестицияларды қоса алғанда, қажетті өнімдер өндіруді мемлекеттік ынталандыру болуы тиіс.

Елдің ұлттық қауіпсіздігін қамтамасыз етудің және оның мемлекеттілігін сақтаудың екінші, кем дегенде маңызды шарты азық-түлік қауіпсіздігі туралы заңды әзірлеу және қабылдау болып табылады, онда жеке тарау немесе бөлім Қазақстанда азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз етудің өлшемдері мен көрсеткіштері болуы тиіс.

ҚОЛДАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР

1 Қазақстанның үшінші жаңғыруы: жаһандық бәсекеге қабілеттілік. 2017 жылғы 31 қаңтардағы ҚР Президенті Н.Ә.Назарбаевтың Қазақстан халқына жолдауы // <http://www.akorda.kz>

2 Корбут А.В. Продовольственная безопасность населения: краткая история проблемы и основные понятия// Аналитический вестник Совета Федерации РФ. - С. 12.

3 Михайлов А.В. Продовольственная безопасность в системе национальной конкурентоспособности: критерии оценки и риски.// Научный журнал КубГАУ, №92 (08), 2016г. <http://ej.knbagro.i'i/2016/08/pdf788.pdf>

4 Назарматова К., Ермекбаева С. Азық - түлік қауіпсіздігі-экономика дамуының маңызды шарты. International conference on eurasian economies 2015// <http://www.eecon.info/papers/579.pdf>

5 2008 және 2014 жылдардағы тұрмыс деңгейін бағалау бойынша үй шаруашылықтарын зерттеу деректері негізінде Қазақстан Республикасының азық-түлік қауіпсіздігін бағалау. - Алматы: Қазақстан Республикасы Статистика агенттігі, 2015.-21 б.

6 Азық-түлік қауіпсіздігі: (халықаралық және ішкі аспектілер) / В. С. Балабанов, Е. Н. Борисеж/ / Ресей кәсіпкерлік академиясы. - М.: «Экономика» баспасы» ЖАҚ, 2002. - 544 б.

7 Каталог «Вологодчина-сапа дәстүрлерін сақтағаны үшін, 2009 ж.» - Вологда, «ЧереповецЪ» баспа орталығы, 2009. - 102 б.

8 Нарықтық экономиканы мемлекеттік реттеу / А. Р. Ботчаев, Е. М. Климов, А. М. Ходачек,- СПб.- Алматы: АЭЖБИ, Білім-2003. - 238 б.

9 Ғалымдардың азық-түлік қауіпсіздігіне жаңа көзқарас. // Шағын бизнес пен кооперативтерді қолдау Интернет-орталығы. «Ауыл шаруашылығы кооперациясы», selcoop.ru, 2017ж.

10 Гаврилов В. А. Ресейдің азық-түлік қауіпсіздігі туралы мәселеге.// Журнал: «Өмір без опасностей. Денсаулық. Алдын алу. Ұзақ өмір сүру» № 03-2012.

ШЫҒЫС ӨҢІРІНДЕ ҚЫМЫЗ ӨНДІРІСІ БОЙЫНША КӘСІПКЕРЛІКТІ ДАМУДЫҢ МӘСЕЛЕСІ МЕН ПЕРСПЕКТИВАСЫ

Индустриялық даму жолы бүгінгі таңда экономикалық даму саласының негізгі аспектісі болып отыр. Қазіргі таңдағы әлеуеті мол әрі табысты көп әкелетін бағыттардың бірі қымыз өндірісі саласындағы кәсіпкерлік болып табылады.

«Қымыз қазақстандық брендке айналуы тиіс» - деген көзқарас баршамызға мәлім, сондай-ақ болашақты, көкейтесті мәселе. Өңірлік ішкі нарықта қымыз тағамын шығарып қана қоймай, оны танымал ету ісін жолға қою және экспортқа шығатын сапалы өнім деңгейіне жету экономикамыздағы қажетті үрдіс. Әлемдік қор биржаларындағы көш бастап тұрған Ексон, Тотал, Эйпл компанияларын алдағы 40-50 жылда ығыстыратын жаңа компаниялармен корпорациялар болатыны халықаралық трибуналармен симпозиумдарда экономистер мен қаржыгерлер арасында айтылып жүр. Ол ауылшаруашылығы мен тағам өнеркәсібі салаларындағы компаниялар болмақ. Себебі, алдағы 20-30 жылда жер шарындағы адам саны 10 млрд-қа жетіп ауыз су, күнделікті тұтынатын тағамдарға деген сұраныс бүгінгі күнге қарағанда 3-4 есе өседі деп болжамдалуда.

Қазақстан Республикасының мемлекеттік қазынасына келіп түсетін табыстың басым бөлігі тау-кен, мұнай-газ және ауыл шаруашылығы саласы болып табылады. Сондықтан, ауыл шаруашылығын дамыту мақсатында мемлекет жаңа жобалар арқылы саланы қаржыландыруда. Ауыл шаруашылығының бір саласы ретінде бүгінде аса жоғары түрде дамымаған жылқы шаруашылығы оның ішінде бие сүті қымыз өндірісі біздің мақаламыздың негізгі өзегі болып отыр.

Шығыс өңірінің климаттық және географиялық жағдайын ескеретін болсақ, қымыз өндіру арқылы жоғарғы табысқа жетуге үлкен мүмкіндіктер бар десек артық емес. Қымыз өндірісі өзін-өзі қысқа мерзімде ақтайтындығына біз экономикалық талдау жасау арқылы көз жеткізе аламыз.

Нарыққа шығудағы басты мақсат ол – қымызды халықаралық стандартқа сай өндіру болып табылу қажет деп білеміз. Халықаралық стандарт негізінде өндірілген өнімді біз алыс-жақын, шет елге шығара аламыз. Өнімді Батыс Қытай-Батыс Еуропа авто дәлізі арқылы Еуразиялық экономикалық одақ елдеріне сонымен қатар Қытай, Иран, Біріккен Араб Әмірліктері, Еуро Одақ мемлекеттерінің нарығында саудалай алу мүмкіндігі зор.

XIX ғасырдағы ірі ғалымдарға қымыздың емдік қасиеттеріне оң бағасы, дәрігерлер мен науқастардың зор пікірлері біздің елімізде және шет елдерде қымызбен емдеудің дамуына ықпал етті. Бірақ Ресейде қымызбен емдеу революциядан кейін, яғни бүкіл денсаулық сақтау жүйесінің түбегейлі өзгеруі нәтижесінде пайда болды. Атақты қымызтанушылардың көптеген эмпирикалық бақылаулары өзінің эксперименталдық және клиникалық растауын аталған ғалымдардың шығармаларынан тапты: Н.А. Крамов, Н.Ю. Берлин, М.Н.

Карнаухова, У.А.Алексеев, З.Ш.Загидуллин, С.В.Базанова, А.Г.Шамаев, Л.Г.Баимбетов.

Қымыздың сапасы, кез келген сүт өнімі сияқты азықтық базаның сапасымен, шөптердің әртүрлілігімен және емдік өсімдіктердің болуымен анықталады. Жайылымды таңдау өте маңызды және көп еңбекті қажет ететін міндет болып табылады. Әсіресе, Шығыс Қазақстанға тән таулы жерлерде аталған өнімді өндіру кәсіпкерлігін жолға қою болашағы зор. Сондықтан жобада сапалы жайылымды визуалды іздеу үшін арзан ұшу аппараттары – дрон пайдалану арқылы осы саладағы қазіргі заманғы жетістіктерді пайдалану ұсынылады. Аталған өнімнің Қазақстан нарықтарындағы әртүрлі номенклатурасы бар және оны таңдау еш қиындық тудырмайды.

Бие сүтінің шаруашылығы басқа сүт шаруашылығы салаларына қарағанда елеулі экспорттық әлеуетке ие. Батыс Еуропаның бірқатар елдерінде бие сүті шаруашылығы танымалдылыққа ие болып отыр. Мәселен, Германияның 40 мамандандырылған шаруашылықтарында бие сүтін өндіру және германиялық бие сүтін өндірушілер одағы құрылғандығы туралы мәліметтер бар. Сатылымдағы сүттің 1 литрінің бағасы-15 евро, күнделікті 0,25 литр сүт қолданылатын фермалардың бірінде айлық емдеу курсының құны – 120 евро. Германия арқылы бие сүтін өндіру идеясы Австрияға, Голландияға, Италияға және Еуропаның басқа да елдеріне тарап отыр. Шығыс Қазақстан облысы және жалпы Қазақстан үшін Қытайда үлкен нарыққа жол ашылуда.

Зерттеу жұмысының жүзеге асыру орыны: Шығыс Қазақстан облысы, Катон-Қарағай ауданы таңдалды. Жоба мақсаты: қымыз өндіру процесінің сапасын арттыру. Жобаға келесі міндеттер қойылды:

1) жылқы үйіріне пайдалы өнім беретін оңтайлы жайылым таңдау және азықтық базаның сарқылуына қарай квадрокоптерлерді пайдалана отырып технологиялық ауыстыруды енгізу;

2) күн батареялары базасында технологиялық өндірістік процестің энергиямен жабдықтау жүйесін әзірлеу және пайдалану;

3) қымыз араластыратын инновациялық технологиялық ыдыстар мен жабдықтарды қолдануды жоспарлау;

4) қымыздың химиялық құрамын автоматты талдаудың бақылау-өлшеу жүйесін зерттеу, әзірлеу;

5) ХАССП стандарты негізінде сапаны бақылау жүйесінде метрологиялық тәуекелдерді бағалауды математикалық қамтамасыз етуді әзірлеу;

6) қымыз өндірісінің сапасын басқару және бақылау жүйесін бағдарламалық қамтамасыз етуді әзірлеу.

Өңір бойынша қымыз өндіруші ұйымдардың жобаланған қысқаша есебі келесі кестеде келтірілді.

Кесте 1. Жобаның қысқаша мәліметтері

Рекреациялық кешеннің қуаты	144	орын		
Жұмыс істейтін күндер саны	153	күн		
Жалпы орын саны жұмыс істеу уақыты	22032	бөлме-күн		
Жылқылардың қажетті саны		Жылқы құны	Жалпы Құны	
биелер	50	250000	12500000	
айғырлар	3	300000	900000	
Мініс аттары	12	250000	3000000	
Мүмкін болатын төл:	50			
Негізгі үйірдің бір жылға керекті азық мөлшері:			Тонна құны (тг.)	Құны , тг.
шөп	170,67	тонна	2200,00	375466,67
сабан	37,33	тонна	1100,00	41066,67
жем	10,67	тонна	7000,00	74666,67
Мініс аттары үшін бір жылдық азық мөлшері:				
шөп	38,40	тонна	2200,00	84480,00
сабан	8,40	тонна	1100,00	9240,00
жем	2,40	тонна	7000,00	16800,00
Бір жасқа дейінгі құлындарға қажетті азық мөлшері:				
шөп	4,65	тонна	2200,00	10230,00
жем	18,60	тонна	7000,00	130200,00
Жобаны техникалық қамтамасыз ету:			1953575,00	тг.

Үлкен бағалық нарықтық тұрақсыздықты ескере отырып, бұл деректерді ағымдағы уақытқа байланыстырсақ кем дегенде шығындар 2 жыл ішінде ақталмақ. Шығыс Қазақстан облысы тиімді агроөнеркәсіп кешені бар, табиғи-климаттық жағдайлары әртүрлі өңір болып табылады. Қымыз өндірісі бойынша кәсіпкерлікті дамытудың мәселесі еліміздің ауылшаруашылығының серпін алуына орасан зор үлес қосады.

Шығыс өңірінің табиғи жағдайын және де экономикалық әлеуетін ескере отырып, бұл мақсаттағы жоба өз кезегінде экономикалық пайдамен қатар тұрғындардың денсаулығына да пайдалы әлеуметтік жоба болатыны көзделді. Индустриялық дамудың жаңа сатысына көтерілгелі отырған Қазақстан Республикасы үшін осындай ұлттық өнімді дәріптейтін жобалардың қажет екенін айта кеткіміз келеді. Кәсіпкерліктің бұл саласы өзіндік ұлттық, әлеуметтік орны бар, экономикалық тиімділігі жоғары болмақ. Жобалық жұмыс нәтижелері жоғарыда аталған міндеттер бойынша үлкен ізденістер мен зерттеулерді қажет етеді.

ПРОБЛЕМНАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТЬ: ПОНЯТИЕ, ПРИЧИНЫ И МЕРЫ ПОВЫШЕНИЯ ВОЗВРАТА ПРОБЛЕМНЫХ КРЕДИТОВ

Рост проблемной задолженности перед банками является на настоящий момент одним из наиболее обсуждаемых в банковском сообществе вопросов. Независимо от качества кредитного портфеля и методов, которые применяются при управлении кредитным риском, все банки в той или другой степени сталкиваются с проблемами невозвращения кредитов.

Проблемная кредитная задолженность — совокупность просроченной задолженности, а также части пролонгированной и части срочной задолженности, по которым установлены признаки проблемности возврата, связанные с отсутствием или недостаточностью обеспечения по кредиту, наличием признаков финансовой неустойчивости должника либо наличием негативной информации о его способности исполнить свои обязательства [1].

Проблемными кредитами называют такие, по которым своевременно не были проведены один или несколько платежей, значительно снизилась рыночная стоимость обеспечения, возникли обстоятельства, из-за которых в банке появятся сомнения относительно возвращения кредита.

Факторы образования проблемных кредитов, лежащие на стороне заемщика и зависящие от него, чаще всего связаны с плохим руководством предприятия. Неэффективность работы заемщика может быть также вызвана ухудшением качества его продукции. Также проблемные долги могут возникнуть из-за нежелания заемщика погасить кредит, вследствие снижения стоимости залогового имущества.

К факторам, не зависящим от заемщика, относят непредвиденные политические или экономические события, изменение законодательства, общее ухудшение экономической ситуаций, невозможность быстрой перестройки производства продукции в связи с определенным техническим прорывом, стихийные бедствия и т.д.

Причины образования проблемных долгов связаны с нарушениями кредитного процесса:

- 1) предоставление кредита не на основе экономического обоснования, а исходя из дружеских расположений к заемщику;
- 2) слабый и непрофессиональный анализ кредитной заявки;
- 3) плохое структурирование кредита с позиции риска как следствие поверхностного представления о специфических отраслевых особенностях предприятий;
- 4) недостаток обеспечения кредита;
- 5) неправильное документальное оформление кредита, например, отсутствие в кредитном договоре оговорок (условий), защищающих интересы банка-кредитора;
- 6) плохой контроль, за работой заемщика в период пользования ссудой.

Рассмотрим динамику просроченных задолженностей за 2017-2018гг.

Таблица 1 - Просроченная задолженность по кредитам банков (млн. тенге)

Наименование показателей	2016 год	2017 год	2018 год
Кредиты, всего, в том числе:	969 360	1 001 349	876 222
а) в нац. валюте	641 862	716 248	595 704
- долгосрочные	520 475	545 077	524 862
- краткосрочные	121 387	171 171	70 842
б) в иностранной валюте	327 499	285 101	280 518
- долгосрочные	261 657	244 711	267 439
- краткосрочные	65 842	40 391	13 079
<i>Примечание: Таблица составлена по официальным данным Национального Банка РК</i>			

Таблица 1 показывает колебание динамики. Мы видим рост кредитов в период 2016 по 2017 года, но в следующем периоде наблюдается динамика снижения просроченных кредитов с 2017г. по 2018г. (задолженность за данный период уменьшилось на 12,5% (125 127 млн. тенге)). В национальной валюте на 11,5% (74 386 млн. тенге) повысились задолженности, а с 2017 по 2018 года наоборот понизились на 16,8% (120 544 млн. тенге).

Рассмотрим просроченные кредиты в иностранной валюте, наблюдается снижение кредитов с 2016г. по 2017г. на 12,9% (42 398 млн. тенге) и с 2017г. по 2018г. на 1,6% (4 583 млн. тенге). Анализ просроченной задолженности в разрезе отраслей национального хозяйства в период с 2016 по 2018гг. отражен в таблице 2.

Таблица 2 - Просроченная задолженность по кредитам банков в разрезе отраслей экономики (млн. тенге)

Наименование показателей	2016 год	2017 год	2018 год
Кредиты, всего в том числе:	969 360	1 001 349	876 222
Промышленность	117 333	88 107	80 540
Горнодобывающая и разработка карьеров	45 032	22 563	8 627
Обрабатывающая	62 413	64 002	67 990
Прочие отрасли промышленности	9 889	1 541	3 923
Сельское, лесное и рыбное хозяйство	87 263	75 758	81 173
Строительство	112 104	188 675	102 191
Транспорт и складирование	22 168	24 936	34 894
Информация и связь	5 026	4 122	3 853
Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов	203 655	185 919	134 769
Другие (непроизводственная сфера, индивидуальная деятельность)	421 811	433 832	438 802
<i>Примечание: Таблица составлена по официальным данным Национального Банка РК</i>			

Данные таблице 2 свидетельствуют о том, что в отраслях промышленности, информации и связи, оптовой и розничной торговле, ремонта автомобилей и мотоциклов видна динамика снижения проблемных

кредитов, но в транспорте и складировании, непроизводственной сфере желают быть лучше. В таких отраслях как сельское хозяйство и строительство видна нестабильность просроченных кредитов. За весь период больше всего задолженности занимают кредиты в непроизводственной сфере.

Ущерб, связанный с проблемными кредитами, может быть более ощутимым, если учесть, что их возникновение:

- «замораживает» средства банка в непродуктивных активах;
- приводит к подрыву репутации кредитного учреждения, доверия вкладчиков и инвесторов;
- увеличивает административные расходы банка;
- повышает угрозу оттока из банка квалифицированных кадров - последствие снижение их материального стимулирования из-за падения прибыльности кредитных операций.

Ущерб, связанный с проблемными кредитами, может быть более ощутимым, если учесть, что их возникновение:

- «замораживает» средства банка в непродуктивных активах;
- приводит к подрыву репутации кредитного учреждения, доверия вкладчиков и инвесторов;
- увеличивает административные расходы банка;
- повышает угрозу оттока из банка квалифицированных кадров - последствие снижение их материального стимулирования из-за падения прибыльности кредитных операций.

Меры банка по улучшению качества предоставленного кредита:

1 Мероприятия по организационной, финансовой помощи банка проблемному заёмщику:

- разработка программы изменения структуры задолженности;
- работа с руководством заемщика по выявлению проблем и поиску их решений;
- назначение управляющих, консультантов и кураторов для работы с предприятием от имени банка;
- расширение кредита, выдача дополнительных ссуд, перевод долга с «просроченного» на текущий;
- увеличение собственного капитала компании за счет владельцев или других сторон;
- получение дополнительной документации и гарантий и др.

2 Мероприятия, непосредственной целью которых является возврат кредита в кратчайшие возможные сроки:

- реализация обеспечения;
- продажа долга заемщика третьей стороне;
- обращение к гарантам и поручителям;
- принятие мер правового характера;
- оформление документов о банкротстве и др.

В Казахстане действует АО «Фонд проблемных кредитов», который был создан в 2012 году в рамках реализации закона «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты РК по вопросам регулирования банковской деятельности и финансовых организаций в части минимизации

рисков».

Фонд проблемных кредитов - это организация, специализирующаяся на улучшении качества кредитных портфелей банков второго уровня, ее единственным акционером является Национальный банк РК.

Основной целью деятельности Фонда является реализация мер, направленных на улучшение качества кредитных портфелей банков второго уровня.

Основными видами деятельности Фонда являются:

- выкуп проблемных кредитов банков второго уровня;
- управление выкупленными активами банков второго уровня;
- эмиссия долговых ценных бумаг для финансирования своей

деятельности.

Постановлением Правительства Республики Казахстан от 16 ноября 2018 года принято решение о реорганизации АО «Фонд проблемных кредитов» путем присоединения к нему АО «Компания по реабилитации и управлению активами». Решение было принято в целях объединения однородных активов, исключение дублирующих функций, снижение затрат и повышение качества услуг за счет консолидации ресурсов.

В целом, реорганизационные меры позволят оптимизировать подведомственные организации Министерства финансов РК для реализации поставленной Главой государства задачи по снижению до 2020 года доли государственного участия в национальной экономике до уровня стран ОЭСР – 15% от ВВП.

При этом, укрупненный Фонд сохранит свою основную миссию - содействие оздоровлению национальной экономики через выкуп проблемных активов банков, взыскание задолженности по кредитам и комплексный подход к управлению активами. В настоящий момент Фонд работает в двух стратегических направлениях: оздоровление банковского сектора и вовлечение в экономический оборот выкупленных неработающих займов.

В рамках первого направления, Фонд в целях улучшения качества ссудного портфеля в банковской системе осуществил ряд крупных сделок.

В частности, в целях обеспечения стабильного функционирования финансовой системы страны Фонд в июле 2017 года осуществил выкуп активов БТА за покупную цену 2,6 трлн тенге. Данная сделка позволила сохранить рабочие места, депозиты населения, юридических лиц и государственных компаний, предотвратить снижение роста кредитования, поддержать обязательства по выплатам по еврооблигациям [4].

В августе 2018 года Фонд осуществил сделку по уступке Фонду прав требования к заемщикам Банка Астаны с целью погашения долга банка перед ТОО «Астана LRT» для дальнейшей реализации проекта «Новая транспортная система города Астаны. LRT».

Также, для оздоровления агропромышленного комплекса страны было подписано Рамочное соглашение между Правительством РК, Национальным Банком РК, КазАгро, Фондом, Цеснабанком и иными лицами. Реализация Рамочного соглашения осуществляется с целью оздоровления агропромышленного комплекса Республики Казахстан. 25 сентября 2018 года

между Фондом и АО «Цеснабанк» подписан Договор купли-продажи активов на сумму 450 млрд. тенге. Результатом данной сделки достигнуто обеспечение продовольственной безопасности сельскохозяйственной отрасли и сохранение рабочих мест [4].

В рамках второго направления, Фонд ведет активную работу по вовлечению активов в экономический оборот.

В целях улучшения качества выкупленных активов будут проводиться мероприятия по оздоровлению заемщиков и восстановлению их платежеспособности, а для увеличения рыночной стоимости приобретенных активов и земельных участков планируются совместные проекты с инвесторами и местными исполнительными органами.

На сегодняшний день проработаны Правила по управлению активами Фонда, регулирующие процессы управления и реализации активов Фонда, в рамках которых предусмотрена прозрачность в реализации имущества Фонда.

В 2018 году по сравнению с предыдущим годом изменилось количество проблемных кредитов на 12,5%. Казахстан в кредитном рейтинге по оценке **Fitch** (рейтинговое агентство) имеет снижающийся показатель, но более стабильный по сравнению с 2017г. По мнению экспертов, Национальный банк улучшил систему регулирования, механизмы мониторинга и продолжает очистку банковского сектора, к примеру, отзывая лицензии тех банков, которые не соответствуют требованиям по капитализации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Рахжанова А.Ж. Подходы к определению просроченной и проблемной кредиторской задолженности //www.rusnauka.com
- 2 Статистический бюллетень Национального Банка №12 (227), декабрь 2017г.
- 3 Статистический бюллетень Национального Банка №12 (227), декабрь 2018г.
- 4 <https://forbes.kz> Фонд проблемных кредитов реорганизован в Казахстане
- 5 Ш.Д. Каримова «проблемный кредит», факторы возникновения и критерии определения // Баки Казахстана №5, 2012 г.
- 6 А.Ю. Александров Управление портфелем проблемных кредитов коммерческого банка. / автореферат диссертации. СПб, 2010 г.
- 7 Рабец, Н. Меры по предотвращению проблемной задолженности //Финансовый директор. – 2011. – № 5. – С. 54–57.

МЕРДІГЕРЛІК ШАРТТАРДЫ ОРЫНДАУДЫҢ КІРІСТЕРІ МЕН ШЫҒЫСТАРЫНА АУДИТОРЛЫҚ ТЕКСЕРУ ЖҮРГІЗУ ӘДІСТЕМЕСІ

Қазіргі уақытта құрылыс компаниялар жылдам қарқынмен дамып келеді. Инвестициялардың өсуі байқалады, бұл әртүрлі мақсаттағы объектілердің құрылысын, қайта құрылысын және қайта жаңартуды ынталандырады. Осыған байланысты бухгалтерлік есептіліктің сапасына, оның шынайылығына және жұмыс нәтижесі бухгалтерлік есептіліктің шынайылығын растау болып табылатын аудитке қойылатын талаптар артады.

Мердігерлік ұйымның қызметін объективті тәуелсіз бағалау оның тиімді жұмыс істеуі үшін негіз болып табылады, оның менеджментін жетілдірудің негізгі бағыттарын анықтауға көмектеседі. Сонымен қатар, мұндай бағалау бухгалтерлік есептің сыртқы пайдаланушыларын қызықтырады, бірінші кезекте ол мердігерді таңдау кезінде әлеуетті инвесторлар, құрылыс салушылар мен тапсырыс берушілер үшін қажет.

Келісім-шарттарды есепке алуды реттейтін заңнама ерекшелігі, олардың нысандарының алуан түрлілігі, құрылыс жұмыстарымен айналысатын ұйымдардың қызметіне мемлекеттің назарын аудару, келісімшарттық келісімшарттар аудитін жүргізудің тұжырымдамалық тәсілдерін әзірлеуге негізделген арнайы құралдарды әзірлеуді талап етеді.

Аудиттің тиімділігі негізінен, оның әдіснамалық қамтамасыз ету деңгейіне, аудиторлық қызмет көрсетуде аудиттің сапасын жақсарту кезінде аудиторлық жұмыстың еңбегін азайтуға мүмкіндік беретін арнайы әдістердің болуына байланысты.

Мердігерлік шарттарды орындаудың кірістері мен шығыстарына аудиторлық тексеру жүргізу әдістемесі кәсіпорында жүзеге асырылатын мердігерлік шарттардың бухгалтерлік есебін толық талдауды қамтиды.

Құрылыс ұйымының мердігерлік шарттарын аудиторлық тексерудің мақсаты Компанияның қаржылық (бухгалтерлік) есептілігінің дұрыстығы және бухгалтерлік есепті жүргізу тәртібінің заңнамасына сәйкестігі туралы пікір білдіру болып табылады. Көптеген мердігерлік ұйымдар қызметінің негізгі құрамдас бөлігі мердігерлік шарттарды орындау болып табылады, бұл аудит базасы болып табылады. Бірінші кезекте мердігерлік шарттарды орындаумен байланысты кірістер мен шығыстарды есепте дұрыс көрсетуге назар аударылады.

Мердігерлік шарттардың орындалуын аудиторлық тексеру әдістемесі мынадай бағыттардан тұрады: тексеру мақсатын, ақпарат көздерін анықтау, ішкі бақылауды ұйымдастыру; қолданыстағы заңнама тұрғысынан жасалған операцияларды құқықтық бағалау; мердігерлік шарттардың орындалуының бухгалтерлік есебін аудиторлық тексеру; мердігерлік шарттардың орындалуының салықтық есебін аудиторлық тексеру.

Мердігерлік шарттарды орындау аудитіне ерекше назар аудару оның кешенді сипатқа ие болуымен түсіндіріледі. Ұйым қызметінің осы саласын

зерттеу есепте қызмет бойынша, сондай-ақ жеке шарттар бойынша неғұрлым дәл, негізделген деректерді анықтауға мүмкіндік береді және осы есепке алу объектісінің өзара байланысы есепке алудың басқа салаларында туындайтын бұзушылықтарды анықтауға мүмкіндік береді. Аудиттің бұл түрі активтер мен міндеттемелердің жекелеген түрлерінің жекелеген шарттардың құнын қалыптастыруға әсер етуінің, бұл ретте келтірілген шығындардың өзара байланысын белгілеуге және нәтижесінде жалпы қаржылық бухгалтерлік есептіліктің нақтылық дәрежесін және сенімділікке әсер ететін факторларды анықтауға көмектеседі.

Аудиторлық тексеру үш негізгі кезеңді қамтиды: аудиторлық тексеруді жоспарлау, аудиторлық дәлелдемелерді жинау, аудиторлық тексеруді аяқтау.

Тексеру сапасын арттыру, аудиторлық тәуекелдерді азайту және еңбек шығындарын қысқарту мақсатында аудитті жоспарлауға ерекше көңіл бөлінеді. Аудитті жоспарлау кезінде ұйым қызметінің ерекшелігі, ол пайдаланатын бухгалтерлік есеп және ішкі бақылау жүйелері, аудиторлық рәсімдердің тәуекелі мен мәні, сипаты, уақыт шеңбері мен көлемі, жұмысты үйлестіру және бағыт ерекшеліктері, орындалған жұмысты ағымдағы бақылау және тексеру, сондай-ақ ұйымның қаржылық есептілігінің барлық маңызды қатынастарында шынайылық туралы пікір білдіру кезінде ескерілетін өзге де аспектілер назарға алынады және бухгалтерлік есепті жүргізу тәртібінің заңнамасына сәйкестігі қарастырылады.

Мердігерлік шарттарды орындау кезінде кірістер мен шығыстарды аудиторлық тексерудің негізгі мақсаты - бұл мердігерлік шарттарды орындаудан алынған табыстардың және бұл ретте жүргізілген шығыстардың қолданыстағы заңнамаға сәйкестігін және осы операциялардың бухгалтерлік есепте көрсетілуінің дұрыстығын анықтау. Қойылған мақсатқа жету үшін келесі міндеттерді шешу керек.

Ұйым пайдаланатын кірістер мен шығыстарды тану тәртібін, оларды құрылыс мердігерлігі шарттары бойынша анықтау әдісін, қосалқы мердігерлерден жұмыстарды қабылдау және жұмыстарды Тапсырыс берушіге тапсыру бойынша операцияларды есепте көрсету тәртібін, осы Тәртіптің мердігерлік шарт талаптарына және есеп саясатына сәйкестігін анықтау. Осы операциялардың есепте көрсетілуінің негізділігін, мазмұнының жасалған мәмілелердің экономикалық мағынасына және қолданыстағы заңнамаға сәйкестігін, бастапқы құжаттардың ресімделуінің дұрыстығын, жасалған операциялардың алғышарттарға сәйкестігін (тану күні, заңдылығы, есепте көрсетілудің уақтылығы, толықтығы, болуы, құндық бағасы, нақты өлшеу, ашу және ұсыну) тексеру.

Құрылыс ұйымдарында мердігерлік шарттарды аудиторлық тексеру бағдарламасын дайындаудың неғұрлым тиімді әдісі жеке блоктар бойынша аудиторлық тексеру рәсімдерін қарастыру болып табылады: бухгалтерлік есеп жүйесінің қызметін бағалау, ішкі бақылауды бағалау, тұтастай алғанда аудиті, активтер мен міндеттемелердің жекелеген түрлерінің аудиті, аудиттелетін тұлғаның қаржылық (бухгалтерлік) есептілікті жасау кезінде оның қызметінің үздіксіздігі туралы жорамалдарды қолдану заңдылығын тексеру. Аудиторлық рәсімдердің нәтижелерін жоспарлау, орындау және бағалау кезінде, сондай-ақ

аудиторлық қорытындыны дайындау кезінде аудитор теріс пиғылды әрекеттер немесе қателер нәтижесінде туындайтын қаржылық есептіліктің елеулі бұрмалау тәуекелін қарайды, ұйымның Қазақстан Республикасының заңнамасын сақтауын тексереді.

Аудитордың бухгалтерлік есептіліктің дұрыстығы немесе дұрыс еместігі туралы пікірі аудит барысында жиналған қажетті және жеткілікті аудиторлық дәлелдемелерге негізделеді. Әрбір осындай дәлелдеме жалпы бухгалтерлік есептің немесе оның құрамдас бөліктерінің дұрыстығын куәландыруға тиіс.

Мердігерлік шарттарды аудиторлық тексеру бағдарламасы тексеру құрылымын қалыптастыруға және тиісті аудиторлық дәлелдемелерді алу үшін әрекеттерді анықтауға мүмкіндік береді. Топ мүшелері арасында міндеттерді және жекелеген дәлелдемелерді алу үшін әрекет ету алгоритмін, сондай-ақ жұмыс құжаттамасы шеңберінде дайындалуға тиіс жұмыс құжаттамасының түрлерін бөлу. Қаржылық есептілік баптарын аудиторлық тексерудің жалпы жоспарын жасау алдында аудитор ішкі бақылау және бухгалтерлік есеп жүйелеріне алдын ала тестілеу жүргізеді.

Мердігерлік құрылыс ұйымының ішкі бақылау жүйесінің тиімділігін бағалау үшін құрылыс ұйымдары қызметінің ерекшеліктерін ескере отырып жасалған тексеру тестілерін пайдаланған жөн. Бұл ретте тестердегі сұрақтарға жауаптар бухгалтерлік есеп жүйесінің жай-күйін, сондай-ақ бақылау құралдарын бағалауға мүмкіндік беретіні ескерілді.

Бухгалтерлік есеп және ішкі бақылау жүйесін сынай отырып және кәсіпорынның қызметін тұтастай бағалай отырып, аудитор тәуекелдерді анықтайды: есепке алу жүйесінің, бақылау ортасының, бақылау рәсімдерінің тиімсіздігі. Бақылаудың болжамды тәуекелін есептеуден кейін аудитор аудиторлық рәсімдердің мазмұнын, ауқымын және санын анықтайды. Аудиторлық рәсімдерді әзірлеу кезінде барлық элементтерді іріктеуді (жаппай тексеру), ерекше (белгілі бір) элементтерді іріктеуді, аудиторлық іріктеуді қалыптастыру үшін жекелеген элементтерді іріктеуді қоса алғанда, активтер мен міндеттемелердің жекелеген түрлері бойынша тестілеу үшін элементтерді іріктеудің тиісті әдістері айқындалады. Іріктеме элементтерін анықтау үшін алдын ала есептелген мәнділік деңгейі ескеріледі.

Тексеру аяқталғаннан кейін қорытынды рәсімдер жүргізіледі, тексеру барысында анықталған қателер және олардың бухгалтерлік есептіліктің дұрыстығына әсері талданады, жүргізілген аудит бойынша қысқаша қорытындылар тұжырымдалады (осы тексеру объектісінің есебі мен есептілігі бойынша қысқаша мазмұндама), жұмыс құжаты ресімделеді. Кешендегі мердігерлік ұйымдардың есебінде қателерді жою және толықтырулар енгізу жөніндегі ұсынымдарды есепке алу ҚР құрылыс нарығында мердігерлік ұйымның жұмыс істеу тиімділігін арттыруға мүмкіндік береді.

КӘСІПОРЫННЫҢ ДЕБИТОРЛЫҚ БЕРЕК ЕСЕБІН ЖӘНЕ ТАЛДАУЫН ЖЕТІЛДІРУ

Қазіргі таңда нарықтық экономиканың жағдайын дамытуда және басқаруды жетілдіруде, кәсіпорынның дамуының жаңа стратегиясын қалыптастыруда бухгалтерлік есеп жүйесінің рөлі мен маңызы артып отыр.

Нарықтық экономика жағдайында әрбір кәсіпорын өзінің нарықтағы тұрақты орнын сақтап қалу және ондағы үлесін арттыру үшін қаржылық жағдайына, төлемқабілеттілігіне және өзінің клиенттерінің сенімділігіне бағалау жүргізіп отыруы қажет.

Бухгалтерлік есеп және қаржы-шаруашылық қызметі талдауының ақпараттары шаруашылық субъектілерінің және олардың құрылымдық бөлімшелерінің қызметін оперативті басқару, экономикалық болжамдар және ағымдық жоспарлар құру және ел экономикасының даму заңдылықтарын зерттеу үшін қолданылады.

Қазіргі кезде барлық шаруашылық субъектілері алдында тұрған ең маңызды, өзекті мәселе – есеп айырысу операцияларымен тікелей байланысты, яғни тұтастай шаруашылық субъектісінің жұмысын реттеуші – дебиторлық берешек.

Дебиторлық берешек шаруашылық субъектілерінің активтерінің маңызды бөлігі және нарықтық экономикада оның ең өзекті мәселелерінің бірі болып табылады.

Сатып алушылармен есеп айырысу қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді дебиторлық берешектердің туындауларына алып келеді. Бұл берешек төлемінің келіп түсуінің тауардың жөнелтілу, қызметтің көрсетілу және жұмыстың атқарылу уақытына сәйкес келмеуімен байланысты.

Дебиторлық берешек – кәсіпорынға тиесілі, бірақ әлі алынбаған ақша қаражаттары немесе ұсынылған тауарлар және қызметтер үшін ақша төлеу бойынша кәсіпорын алдындағы клиенттердің (дебиторлардың) міндеттемелері.

Кәсіпорындарда дебиторлық берешектің бар болуы айналымнан ақша қаражаттарының алынғандығын көрсетеді. Осы ретте берешек сомасының төмендеуі барлық жағдайларда кәсіпорын үшін жағымды бола бермейді, себебі бұл ақша қаражаттары есеп айырысуға емес, өткізілмей қоймаларда жатқан дайын өнімдер үшін айналымнан алынғандығын көрсетеді. Дебиторлық берешектің уақытылы келіп түсуі кәсіпорынның тиімді қаржылық жағдайын қамтамасыз ету үшін қажет [1].

Дебиторлық берешектердің дұрыс ашылуы және жіктелуі кәсіпорынның қаржылық жағдайын дәл бағалау үшін қажет.

Бұл үшін кәсіпорынның бухгалтерлік есеп шоттарында дебиторлық берешек уақытылы және дәл көрініс табу керек.

Есеп айырысу қарым-қатынастарының көпжақтылығы кәсіпорында есеп айырысуды басқару бойынша түрлі шараларды жүргізуге алып келеді. Кәсіпорынның қаржылық жағдайын жақсарту мақсатымен сатып алушылардың

міндеттемелерінің уақытылы және дәл есебі жолымен есеп айырысу жағдайын жақсарту әрбір шаруашылық субъектісі үшін қажет болып табылады.

Қазіргі таңда кез-келген шаруашылық қызметпен айналысу әр түрлі қиын мәселелерді шешумен қатар жүреді. Барлық ұйымдар және жеке кәсіпкерлер ниеті адал емес клиенттер тарапынан қарыздарды қайтармау мәселелерімен ұшырасады. Осы ретте пайда екі тарап арасында пайда болатын шиеліністі жағдайлар қоғам өмірінің ажырамас бөлігіне айналды.

Өз кезегінде, дебиторлық берешек жоғары тәуекелге ие кәсіпорынның жоғары өтімді активтеріне жатады. Мерзімі өткен және үмітсіз дебиторлық берешектердің үлкен көлемі нақты табыстың азаюына, айналым активтерінің пайдалылығы мен өтімділігінің төмендеуіне алып келетін кәсіпорынның шығындарын арттырады, қарыздық капиталға қызмет ететін шығындарды маңызды түрде арттырады, және бұл қаржылық тұрақтылыққа айтарлықтай теріс әсер етеді, кәсіпорынның қаржылық жоғалтулар тәуекелін арттырады. Коммерциялық несиені тиімді түрде пайдалану сатылымның өсуіне, нарықтағы үлесінің артуына себепкер болады, және кәсіпорынның қаржылық нәтижесіне жағымды әсер етеді.

Дебиторлық берешекті зерттеу және оған талдау жүргізу кәсіпорын үшін оның қарыз алушыларының шеңберін және олармен жұмыс істеу, сондай-ақ мерзімі өткен дебиторлық берешекті қайтару бойынша шараларды қабылдау, берешек көлеміне бақылау жасау және оның қаржылық тұрақтылыққа әсер ету дәрежесін анықтау болып табылады.

Дебиторлық берешекті талдаудың негізгі мақсаты болып есептесуді жылдамдатуға және төлемеушілік тәуекелін төмендетуге бағытталған сатып алушыларды несиелендіру саясатын қалыптастыру және негіздеу табылады.

Дебиторлық берешекті басқарудың қазіргі жүйесі дебиторлық берешекті бағалау, басқару және талдаудың әдістерінің барлық жиынтығынан тұру керек. Сонымен қатар, дебиторлық берешекті басқару – кәсіпорынның несиелік саясатын қалыптастыру және келісімдік жұмыстарды ұйымдастырумен қатар, сондай-ақ қарыздық міндеттемелерді басқарудан тұратын клиенттермен тұрақты жұмыс.

Кәсіпорындарда дебиторлық берешектер есебін жүргізу, оларды басқару және талдау мәселесін зерттеу өзектілігі болып келесілер табылады:

- біріншіден, дебиторлық берешек кәсіпорынның ең өтімді активтерінің бөлігі және оның қозғалысын кәсіпорын әрдайым өз бақылауында ұстай алмайды, соған байланысты егер оның көлемі артып кеткен жағдайда, онда ол кәсіпорынның қаржылық жағдайына теріс әсер етеді;

- екіншіден, дебиторлық берешек сомасы тікелей кәсіпорын клиенттеріне байланысты, сондықтан олардың жағдайына үнемі бақылау және талдау жүргізіп отыру қажет;

- үшіншіден, дебиторлық берешек сомасы уақытылы төленбесе, кәсіпорынның кредиторлар алдындағы міндеттемелерін өтеуге ақша қаражаттары жеткіліксіз болып қарыздық капиталға жүгінуіне тура келеді.

Дебиторлардың төлем тәртібіне бақылау жүргізу үшін әр түрлі есеп берулер қолданылады. Дебиторлармен есеп айырысу бойынша есеп келісімдік

шарттарға сәйкес берешекті уақытылы өтеуді бақылауға мүмкіндік береді. Есеп берудің бұл түрі айына бір рет жасалына алады. Ол қойылған шоттар шегінде барлық клиенттердің төлемдік тәртіп динамикасын бейнелейді (кесте 1).

Кесте 1

Дебиторлармен есеп айырысу бойынша есеп

№	Клиент атаулары	шот	Қызмет көрсетілген уақыт	Төлеуге сома	Төлеуді жүргізудің нормативті күні	Мерзімін өткізу кезеңі	Нақты төлем жүргізу күні
1							
2							

Сонымен қатар, дебиторлық берешек сомасын, соның ішінде мерзімі өткен дебиторлық берешек сомаларын анықтау үшін кәсіпорындар аз дегенде жылына бір рет дебиторлық берешекке түгендеу жүргізіп отыру қажет.

Кәсіпорын бухгалтериясы дебиторлық берешек жағдайын қадағалап отырады. Бухгалтердің міндеті болып берілген берешекті өтеу мерзімін және мерзімінде төленбеген дебиторлық берешек сомаларын анықтау, дебиторлық берешек бойынша талап ету мерзімінің аяқталып келе жатқандығы жөнінде басшылықты ескерту табылады. Осының барлығы берешекке түгендеу жүргізу нәтижесінде анықталынады. Сондықтан кәсіпорын өзінің есеп саясатында дебиторлыққа берешекке түгендеу жүргізу уақытын көрсету қажет (жылына бір реттен аз емес).

Түгендеу жүргізу үшін басшылық бекіткен арнайы комиссия құрылуы қажет. Дебиторлық берешек жағдайын тексеру қарызды төлеуді нақты кімнен талап ету керектігін білу үшін әрбір сатып алушылар және тапсырысшылар бойынша жүргізілуі тиіс. Түгендеу жүргізгеннен кейін дебиторлық берешекті қайтармаудың қанша пайызы бір немесе бірнеше басты дебиторларға тиесілі екендігін анықтау қажет; бір немесе бірнеше басты дебиторлардың дебиторлық берешекті уақытылы төлемеуі кәсіпорынның қаржылық жағдайына әсер ететіндігін немесе етпейтіндігін анықтау керек, сондай-ақ берешектің пайда болу мерзімдері және оларды мүмкін өтеу мерзімдері бойынша бағалау жүргізу қажет [2].

Алайда, мерзімі өткен дебиторлық берешекті жылына бір рет анықтау жеткіліксіз. Басшылық сатып алушылар тарапынан өздерінің міндеттемелерін атқармауларына жол бермеу мүмкіндігіне ие болу үшін сатып алушылар берешегінің жағдайы жөнінде үнемі ақпараттандырылып отыруы қажет. Бұл үшін бухгалтерия дебиторлық берешек және оның қозғалысы жөніндегі есепті ай сайын басшылыққа ұсынып отыруы қажет. 2-ші кестеде берілген есептіліктің мүмкін нысаны ұсынылған.

Кесте 2

Дебиторлық берешек жөніндегі есеп

№	Сатып алушының аты-жөні	Берешектің сомасы	Берешек түрі	Сатып алушыға көрсетілген қызметі	Берешектің пайда болу уақыты	Берешек мерзімінің бітуіне дейінгі күндер саны
1						
2						

Есептің берілген нысанында дебиторлық берешекті бақылау үшін барлық қажетті ақпарат көрсетілген.

Кәсіпорынның дебиторлық берешекке түгендеу жүргізіп, төлеу мерзімі өтіп бара жатқан дебиторлық берешектерді анықтағаннан кейін нақты сатып алушылар және тапсырысшылармен жұмыс бойынша шаралар жоспарын қалыптастыру қажет. Мұндай шараларға келесілер жатқызылады:

- телефонмен келіссөздер;
- ресми деңгейде жазбалық ескертулер. Хатта бекітілген мерзімге берешекті өтеудің келісілген қажеттілігін көрсету қажет;
- контрагенттерге шығу;
- дебитордың қаржылық жағдайын талдау. Мұнда дебитордың қаржылық нәтижелер туралы есеп және балансты талдау негізінде берешекті өтеу мүмкіндігі бағаланады [3].

Сатып алушылармен жұмыстар бойынша берілген шаралар төлемдер мерзімдерінің кешіктірілуінің алдын алады, сондай-ақ алдын ала сатып алушы өзінің міндеттемелерін өтеуге жағдайы бар немесе жоқтығын анықтайды.

Сонымен қатар, қарыздардың қайтуын қамтамасыз ететін және олар қайтпаған жағдайдағы жоғалтуларды азайтатын дебиторлық берешектің ақталмаған өсімінің алдын алатын тәсілдер мен әдістердің қатарын қолдану қажет.

- дебиторлық берешектің рұқсат етілмейтін түрлерін (мерзімі өткен (ақталмаған)) уақытылы анықтау;
- мерзімі өткен берешектер бойынша сатып алушылармен есеп айырысулар жағдайын бақылау;
- бір немесе бірнеше ірі сатып алушылардың төлемеу тәуекелін төмендету мақсатында мүмкіндігінше сатып алушылардың көп санына бағытталу.
- дебиторлық және кредиторлық берешектер арақатынасын қадағалау: дебиторлық берешектің маңызды түрде артуы агенттіктің қаржылық жағдайын қауіп төндіреді және қаржыландырудың қосымша көздерін тартуды қажет етеді;
- төлемеу тәуекелі жоғары дебиторлардан аулақ болу, мысалы, маңызды қаржылық қиындықты басынан кешіріп жүрген сатып алушылар;
- тәуекел дәрежесі жоғары дебиторлардан көрсетілетін қызмет үшін алдын ала төлем алу;
- шоттарды алдын ала төлеуге ынталандыру – дебиторлық берешекті басқару тәсілдерінің бірі болып табылады [4].

Сонымен қатар, кәсіпорынға несиелік саясатты қалыптастырумен қоса дебиторлық берешекті басқару тиімділігін жоғарылату үшін қарапайым ережелер қатарын ұстану қажет:

–дебиторлық берешекті қайтарып алу есебінің жүйесін автоматтандыру, себебі дебиторларға хабарласу, клиенттің неселік тарихы, төлемдік тәртібі бойынша мәліметтерді және басқа да мәліметтерді қолмен жүргізу осы қызметке жауапты қызметкерлердің көп уақытын алады. Барлық агенттік бойынша мәліметтердің бірыңғай компьютерлік базасын қолдану қызметкерлер жұмысының тиімділігін арттырады және клиенттердің несиелік тарихын зерттеу және несиелік саясатты қалыптастыру үрдістерін жеңілдетеді.

–ертерек төлеп қалуы мүмкін деген үмітте дебиторларға шоттарды бекітілген мерзімнен ертерек қою қажет немесе аралық шоттарды жіберіп отыру қажет;

–клиенттерді қолма-қол төлем жүргізу үшін ынталандыру, бұл дебиторлық берешек айналымдылығын жеделдетуге мүмкіндік береді және төлемге қызмет көрсету шығындарын қысқартады;

–дебиторға ескертуді төлеу мерзімі өткен күннің ертесіне жасау. Және бұл хат тиісті тұлғаға жіберілу қажет. Егер клиентте төлемді тез арада жүргізуге кедергі келтіретін маңызды себеп бар болса, онда ол жөнінде хабарлауын сұрау қажет;

–егер ескерту жасалғаннан кейін жақын аралықта төлем жүргізілмесе, онда төлемді жүргізуге жауапты тұлғаға хабарласып, төлемді жүргізулерін табанды түрде талап ету қажет, себебі уақыт өткен сайын дебиторлық берешектің өтелу ықтималдығы төмендей береді.

Дебиторлық берешекті тиімді басқаратын болса, мерзімі өткен дебиторлық берешек сомасын азайтып, айналымдылығын арттыруға болады.

ҚОЛДАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР

1 Радостовец В.К., Т.Ғ.Ғабдуллин, В.В. Радостовец, О.И. Шмидт. Кәсіпорындағы бухгалтерлік есеп: Оқу құралы –Алматы: Қазақстан, 2002 ж. – 620 б.

2 Нурсеитов Э.О. Бухгалтерский учет в организациях/ Учебное пособие. 2006 г. – 472-474 с.

3 Бабаев Ю.А. «Бухгалтерский учет и контроль дебиторской и кредиторской задолженности». Учебно - практическое пособие - М.: Проспект, 2006 г.– 526-530 с.

4 Войко А. В. Оценка влияния дебиторской задолженности на формирование финансовых результатов предприятия // Финансовый менеджмент, 2005 г., № 4, 56-57с.

КЕПІЛ МІНДЕТТЕМЕЛЕРДІҢ ОРЫНДАЛУЫН ҚАМТАМАСЫЗ ЕТУ ТӘСІЛІ

Кепіл - кепілге салынған мүліктің құнымен қанағаттандырылуға тиіс мүлікке кепілдік берген адамның басқа кредиторларына міндеттемелерді қамтамасыз етудің тәсілі, егер кепілдік ант қабылдау міндеттемесін орындамаса. Берілген қатынастар Қазақстан Республикасының, «Кепіл туралы», «(жылжымайтын мүлік кепілі)» туралы заңымен реттеледі.

Тараптар:

- кепіл беруші - мүлікті кепілге берген тұлға (қарыз алушының немесе үшінші тұлғаның болуы мүмкін);
- кепіл ұстаушы - кепілге ие тұлға (негізгі міндеттеме бойынша қарыз алушы).

Қазіргі таңда мемлекетіміздің банктері 50 млн. тенге көлемінде несие бере алады, бірақ егер бұл сома бағаланған құнның 70% -ын құраса ғана. Ал кепілдікке пәтердің, үйдің немесе жердің кепілдікке қоя аласыз. Кепілсіз банк тек 3 млн. тенге көлемінде ғана несие бере алады. Кепілсіз кредиттер бойынша ставка орташа алғанда 1-5% -ға жоғары. Ипотекалық несие алуға өтінімді қарастыру мерзімі 2-3 күннен басталады, ал банктерде жедел кредит бір сағат ішінде шығарылады.

Қазіргі таңда Қазақстанда несие беруші екінші деңгейлі банктер: Halik Банк FortBank, Narbank Банк Р.Б., АТФ Банк, банк, Альфа Банк, Орталық Азия Кредит Банк, Esberbank, Алтын Астана Банк Alamat, Attirao, Octave), Банк Casa Nova.

Еуразиялық банкте, «Капитал Банк Қазақстан», «Банк ВТБ» АҚ-да ипотекалық кредит беру бағдарламаларының жоқтығы туралы айтылған. Цеснабанк тек тұрғын үй сатып алуға ипотекалық несие береді.

Көптеген банктер клиенттерге өз несиелері бойынша пайыздық мөлшерлеменің 3% -ын ұсынады, атап айтқанда, жалақы карточкаларын ұстаушылар немесе салымшылар. «Төлемдер мен төлемдер жүйесі туралы» Заңға түзетулерге сәйкес, қаржы институттары клиентке ақылар туралы ақпараттандырады. Банктердің өнімдер желісінде несиелер комиссиялық сыйақылар ретінде де, бірақ жоғары пайызбен де ұсынылады.

Кредиттік кепілдік қарыз бойынша пайыздық мөлшерлемені 0,5-1% -ға ұлғайтты.

Кепілдік ретінде банктер қандай жылжымайтын мүлікті қабылдайды?

Негізінен кепілдікте мынадай талаптар қойылады:

- 1) тұрғын үй 50-60 жастан асқан шұғыл жағдайларда болмауы керек және қала ішіндегі немесе оның сейсмикалық қауіпсіз аймағынан 250 км қашықтықта орналаспауы керек;
- 2) қабырға материалы - кірпіш, монолитті, темірбетон;
- 3) ғимараттың қасбеті, шпангоут қабырғалары бар ғимараттың кепілі ретінде қабылданбаған;
- 4) пәтердің бірінші және соңғы қабаттарда болмағаны жөн;

5) қайта құру заңдастырылуы керек;
6) мемлекеттік қызмет бойынша қарыз болмауы тиіс;
7) үй толығымен аяқталуы, техникалық тұрғыдан түгендеуі және мемлекеттік органдарда тіркелуі керек;

8) үй орналасқан жер ұзақ мерзімді жалдауға және арнайы мәртебеге ие болмауы тиіс (көлік, байланыс, ұлттық қауіпсіздік және т.б.).

Кепілдікке берілетін мүлікке құқық беретін құжаттардың түпнұсқалары кепілдік келісімінің аяқталуына дейін банкке қалады. Жылжымайтын мүлікті кепілдікке ие бола алатын өзіңіздің де, үшінші тұлғаның да кепілі болуы мүмкін. қамтамасыз етудің және оның соттан тыс іске асыру қамтамасыз ету үшін - Сондай-ақ, Банктің ішкі саясаты мен Қазақстан Республикасының заңнамасында әрекеттері қажет болған жағдайда, нотариалды куәландырылған барлық кәмелетке толған отбасы мүшелерінің және басқа да меншіктенушілердің келісімін (қамқоршылық органдарының келісімі және кәмелетке толмағандар үшін) талап етеді. Тұтынушының талаптары.

Несиені 21 жасқа толған азамат береді. Несие толық төленген кезде клиент зейнетке шықпауы керек. Сіз үш несие алушыға дейін тарта аласыз. Табысты растау маңызды. Ресми табыс пен несиенің көлемі жоғары және ұзақ. Сіз табыс тексеру жоқ ақша алуға болады, бірақ бұл жағдайда сыйақы мөлшерлемесі жоғары болады. Бұл жағдайда қандай да бір жанама табыс көрсетілуі керек.

Сонымен қатар кепілдік объектілердің осы жіктелісі оларды екі топқа біріктіру арқылы жеңілдетілуі мүмкін:

- 1) кепіл берушінің кепілі;
- 2) кепілге берілген кепілдіктер.

Ең кең таралған бірінші кепілдік түрі. Кепіл берушімен мүлікті кепілге қалдыру кезінде кепілдік затына оның мақсатына сәйкес иелік ету және оны пайдалану құқығы беріледі. Сонымен бірге кепіл беруші өз есебінен кепілдік берілген заттың толық құны бойынша сақтандыруға, оны сақтауға шаралар қабылдауға, кепіл ұстаушыны кепілге қойылған объектіні жалдау туралы хабардар етуге міндетті. Кепілдің екінші түрі - кепіл затының кепілі ұстаушымен (кепілмен) қалдырылған кепілі. Мүлікті банктің иелігіне тапсырған кезде, ол осы мүліктің жай-күйіне барынша тиімді бақылау жүргізе алады, сонымен қатар, банктің қарыз алушыға берілген қарызды өтеу мүмкіндігіне қатысты кепілдігі бар.

Біз бұл форманы басқалармен бөлуге мүмкіндік беретін қауіпсіздік депозитінің кемшіліктері мен артықшылықтарын атап өтеміз.

Артықшылықтары:

1) қарыз алушы кредиторға алынған несие үшін төлеуге тура келген кезде жылжымайтын мүліктің болуын және қауіпсіздігін қамтамасыз етуге мүмкіндік береді;

2) кепілге заем беруші кепілге салынған баптың есебінен өз талаптарын қанағаттандыруға мүмкіндік береді;

3) мүлікті жоғалтудың нақты қауіпі (кепілдіктің мәні әдетте бағалы, өтімді мүлік болып табылады) борышқордың өз міндеттемелерін дұрыс орындауы үшін жақсы ынталандыру болып табылады;

4) қарыз алушының дефолт мерзімі кепілге салынған мүліктің құнына әсер етпейді, бұл кредитордың оны жүзеге асыруға және оның шығындарын жабуға мүмкіндік береді;

5) бағалы және жоғары өтімді активтердің болуы қарыз алушыға кейбір жағдайларда несиені алу мүмкіндігін береді, тіпті теріс несиенің тарихы бар.

Дегенмен, несиені өтеуді қамтамасыз етудің нысаны ретінде қамтамасыз етудің кемшіліктерін атап өтуге болады:

- қарыз алушының міндеттемелерін орындамағаннан кейін кепілдікті дереу жүзеге асыруға болмайды, өйткені кепілдікті өндіріп алу сот шешімімен ғана жүзеге асырылады. Тек осыдан кейін іске асыру тәртібі айтарлықтай уақыт пен ақшаны талап етеді;

- несиелердің дефолттары әдетте бюджетке және бюджеттен тыс қорларға ие ұйымдар болып табылатындықтан, әдетте, олар, әдетте, кредитор банктерді емес, сатылған, оның ішінде кепілге салынған мүлікті өтеуді алады;

- мүлікті бірнеше рет кепілге қоюға болады және әрбір кейінгі кредитор-қарыз алушы өзінің міндеттемесі кепілмен қамтамасыз ету шартымен кепілге салынған мүліктің кепілімен қамтамасыз етілгенін білмейді, бұл банк алдындағы берешекті өтеуге кері әсерін тигізеді (кейіннен кейінгі кепілдік берушілерге);

- кепілдікке алынған заттар нарық жағдайындағы өзгерістерге байланысты олардың өтімділігін жоғалтуы мүмкін;

- кепілге салынған мүлік банктерге заемшының кепілдік құнының ұлғаюын талап ететін белгілі бір оқиғалар туындаған кезде нарықтық құнды жоғалтуы мүмкін. Жиі қарыз алушылар мұны жасай алмайды, нәтижесінде банк қарызды өтеуді талап етеді, ол қарыз алушыға да мүмкін емес.

Жоғарыда айтылғандай, кепіл кепілдік міндеттемесін қамтамасыз етудің сүйікті тәсілдерінің бірі болып табылатынын айтуға мүмкіндік береді, өйткені кепіл беруші ипотекалық мүліктен қанағаттануды негізінен басқа кредиторларға алады.

Кепіл келісімшарттың негізінде туындайды. Заң мүлікті көздейді және кепіл болуы табылған міндеттемелерді орындауды қамтамасыз ету үшін, егер Қауіпсіздік депозиттік, сондай-ақ, онда көрсетілген мән-жайлар туындаған кезде заң негізінде жүреді. Борышкер де, үшінші тарап да кепілі болуы мүмкін.

Кепіл нысанасы заттар мен мүліктік құқықтарды (талаптарды), оның ішінде кез келген мүлікті, айналымнан алынған мүлікті қоспағанда, талаптар тығыз кредитордың тұлғамен байланысты болуы мүмкін, алимент бойынша, атап айтқанда, өнертабыс формуласы, зиянды өтеу өміріне немесе денсаулығына келтірілген, және басқа адамға басқа адамға беру заңмен тыйым салынған.

Егер шартта өзгеше көзделмесе, депозиттік ол қанағаттандыру, атап айтқанда, қызығушылық, жаза, орындау кешіктіру нәтижесінде туындаған шығындарды өтеу, сондай-ақ кепіл мүлкін ұстауға арналған Кепіл ұстаушының қажетті шығындарын өтеу сәтінде және шығындарды қалпына келтіру үшін бар дәрежеде талапты қамтамасыз етеді.

Кепіл шарты көрсетілуі тиіс: кепіл мен оны бағалау, жаратылыстың, кепілмен қамтамасыз етілген міндеттемені орындау өлшемін және мерзімін. Ол сондай-ақ, бір жағы кепілге меншігі болып табылады, онда нұсқау, қамтуы тиіс.

Кепіл туралы шарт жазбаша түрде жасалуы тиіс. нотариалды расталған болу керек келісім-шарт, бойынша міндеттемелерді қамтамасыз ету үшін мүлікке жылжымалы мүлікті немесе құқығын кепілге салу туралы шарт, нотариалды куәландырылған болуы тиіс.

Ипотекалық шарт тиісті мүлікпен мәмілелерді тіркеу үшін белгіленген тәртіппен тіркелуге тиіс.

Кепіл туралы келісім негіздеме бойынша тоқтатылады. Бұл:

- 1) борышқордың өз міндеттемелерін толық орындауы;
- 2) ауыртпалық фактісін білмейтін сенімді сатып алушы кепілге салынған мүлікті сатып алу;
- 3) егер кепіл ұстаушы белгіленген құқықтарды пайдаланбаса, ол өлімнің жоғалуы;
- 4) шартты жарамсыз деп тану;
- 5) мемлекеттік немесе коммуналдық мұқтаждарға мүлікті қайтарып алу;
- 6) бұрынғы кепіл ұстаушының мүдделерін қанағаттандыруға кепілдік беру және т.б.

Тізім жабылмайды, мұндай негіздер Қазақстан Республикасының басқа баптарында, нормативтік актілерде немесе келісімшартта болуы мүмкін.

Мысалы, кепіл ұстаушының құқықтарын беруіне байланысты кредитордың құқықтарын бір мезгілде беру мүмкін болады. Егер бұл шарт орындалмаса, кепіл келісімшарты тоқтатылады.

Осылайша, міндеттемелерді орындаудың кепілі ретінде кепілдік берудің артықшылықтары мен кемшіліктері бар. Біріншісі, кепілге салынған аумақтың аумағында сақталуы мүмкін материалдық, сұйық зат бар екеніне және қажет болған жағдайда оған айыппұл төлеуіне байланысты. Екіншісі - кепіл затының нарықтық бағасының өзгеру ықтималдығы, оны жүзеге асыру нәтижесінде кредитордың шығындарын төлемеу қаупі.

ҚОЛДАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР

1 Ракова Н. Оценщик и банк: проблемы оценки залога / Банковское дело, 2011.-№3 – с.21-23

2 Хамитов Н.Н. Банковское дело. Учебное пособие. — Алматы: Изд-во «Экономика», 2005.

3 Вострецова А.И. «Мир науки», 2017 - 92с.

ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ НА ПРИНЦИПАХ МАРКЕТИНГА

Маркетинг представляет всю совокупность действий, прокладывающих мост между производителями и потребителями в целях ускорения и облегчения движения товаров от производителей к потребителям и лучшего удовлетворения запросов потребителей. В то же время маркетинг не есть собственно торговля, купля – продажа, обмен товаров на деньги. Он представляет способ активизации торговли, способствующий, с одной стороны, реализации произведённых товаров, и с другой – удовлетворению нужд потребителей.

В настоящее время предприятиям гораздо больше времени нужно уделять таким сферам, как реализация и сбыт продукции, увеличению доходов и улучшению своего финансового состояния. А для этого они должны отчетливо представлять себе, в чём состоят недостатки и преимущества – и свои, и конкурирующих предприятий. Сделать это возможно, только опираясь на изучение рынка. Маркетинг способен подсказать огромное количество идей, которые касаются самых различных сфер деятельности предприятия: товарная политика, исследование потребностей и намерений потребителей, рыночная ценовая политика, сбыт и продвижение товара, реклама, сервис и т.д. Он позволяет хозяйственным звеньям получить стратегическое обоснование своих действий, т.е. выяснить и оценить перспективы своей работы на определённый и длительный период. Значительна роль маркетинга в системе планирования производственной деятельности предприятия, т.к. изменяются требования, предъявленные к производству, усложняются условия хозяйствования.

В практике предприятий план маркетинга выглядит так:



Рисунок 1. План маркетинга

План мероприятий по маркетингу фирмы должен иметь соответствующее финансовое обеспечение – бюджеты для реализации конкретных программ. Суть бюджета – прогноз прибылей и убытков. Совокупный бюджет маркетинга обязательно утверждается руководством предприятия. Особое значение в плане маркетинга уделяется контролю за ходом выполнения всего намеченного.

Контроль призван помочь руководству оценить результаты, достигнутые в той или иной сфере рыночной деятельности фирмы за определённый отрезок времени, выявить те подразделения, которые не сумели добиться поставленных перед ними целей. Систематический контроль выполнения планов необходим для того, чтобы быть уверенным в эффективности деятельности фирмы в целом и её подразделений.

Для разработки и принятия стратегических и маркетинговых планов нужен анализ общей конъюнктуры компании и прогноз её деятельности. Нестабильность экономического развития, постоянно меняющиеся условия воспроизводства затрудняют прогнозируемость многих процессов в «окружающей среде».

Принципиальное отличие современного маркетинга как политики, как стратегии предприятия от непригодной сегодня стратегии наращивания объёмов производства, его специфических видов продукции, проиллюстрировано в таблице 1.

Таблица 1
Концепция современного маркетинга

Основной объект внимания предприятия	Средства достижения цели	Конечная цель
Концепция интенсификации сбыта		
Массовое производство товаров	Усилия по сбыту, стимулирование сбыта	Получение прибыли за счет продаж
Концепция современного маркетинга		
Нужды, предпочтения и вкусы потребителей	Интегрированный маркетинг	Получение прибыли за счет удовлетворения потребителей

Согласно традиционной концепции сбыта, инженеры проектируют продукт, производственные подразделения изготавливают его, а персонал, занимающийся сбытом, должен его продать. Согласно современной концепции маркетинга, весь процесс деятельности фирмы начинается с рыночных исследований и прогноза продаж, которые призваны обеспечить надежный базис для дальнейшего планирования всех деловых операций. Если сбыт – всего лишь одна из функций предприятия, то маркетинг – основа всей хозяйственной деятельности. Сущность маркетинга состоит в том, чтобы производить только то, что будет безусловно продано, но не пытаться продать то, что предприятие смогло произвести.

Основной целью маркетинга является привлечение и сохранение лояльной группы потребителей посредством уникального сочетания товара, сбыта, продвижения и цены.

Выделяют функции маркетинга: аналитическую, производственную, сбытовую, управления и контроля. Совершенно очевидно, что для выполнения этих функций нужна соответствующая организационная структура, которая представлена на рисунке 2.

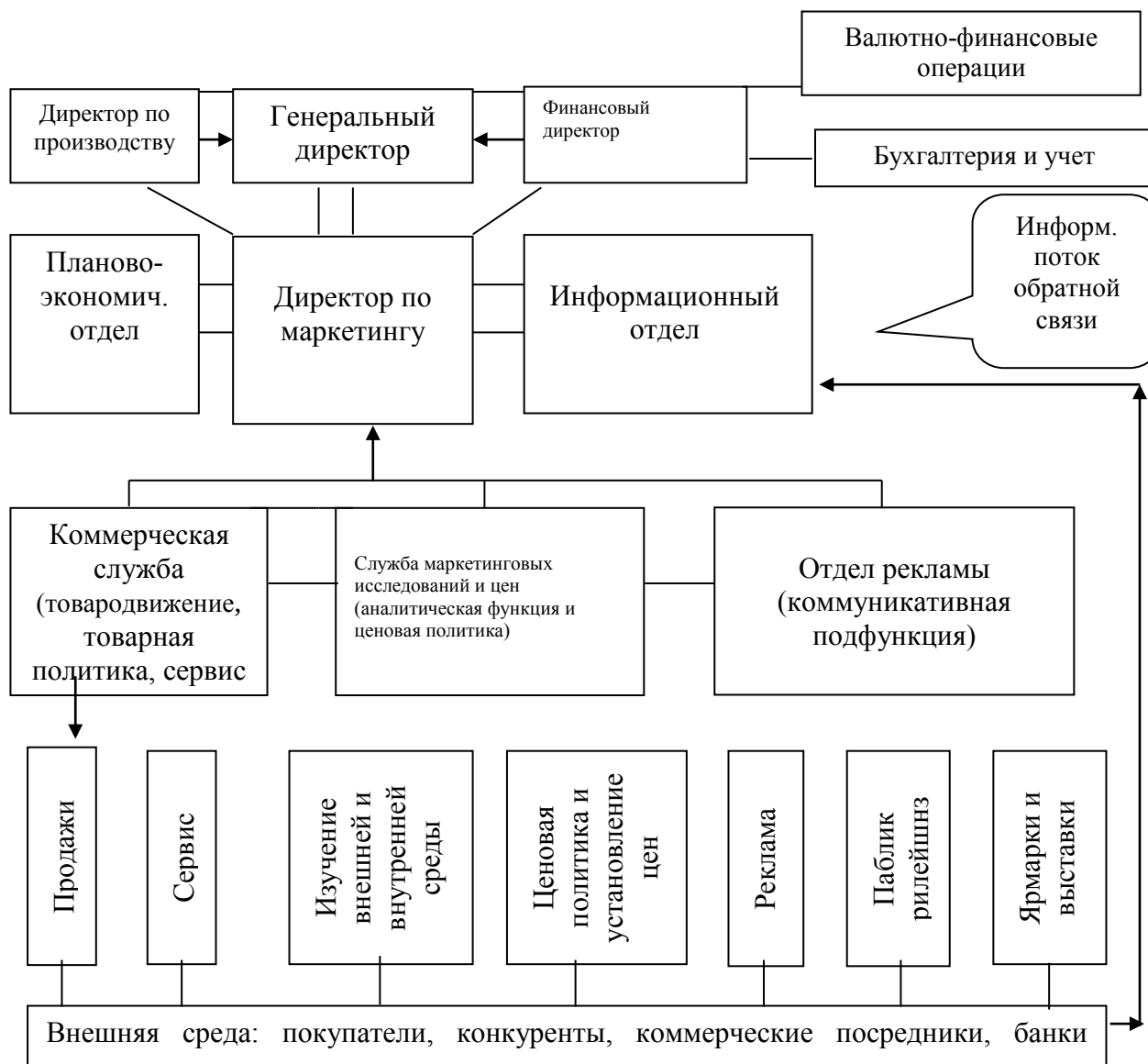


Рисунок 2. Организационная структура предприятия, ориентированного на маркетинг

Функции службы маркетинга предприятия вытекают из последовательности и содержания самого маркетинга:

- полное и ответственное исполнение аналитических функций;
- оказание активного воздействия на производственно-сбытовую функцию, в частности, на разработку, освоение и пробные продажи новых товаров (пробный маркетинг);
- оказание активного воздействия на управляемые факторы внешней и внутренней среды: формирование спроса и стимулирование сбыта, сервис, товарная и ценовая политика.

ЗНАЧЕНИЕ КОНКУРСОВ МОЛОДЫХ ДИЗАЙНЕРОВ И МОДЕЛЬЕРОВ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ СТАНОВЛЕНИИ ХУДОЖНИКА-СТИЛИСТА

Изучение многих профессиональных вопросов в области художественного проектирования костюма требует поиска новых форм в творческой самореализации.

К одной из эффективных форм профессионального становления будущего художника-стилиста следует отнести участие в различных международных, общероссийских и региональных конкурсах молодых дизайнеров и модельеров.

Знания, полученные в процессе обучения студентов по направлению «Искусство костюма и текстиля» ФГБОУ ВО Алтайского государственного университета в области мирового искусства, национальных особенностей культуры различных стран позволяют эффективно использовать традиционные и инновационные методы проектирования в современных коллекциях костюмов.

Так опытом участия студентов стали следующие конкурсы.

1. Региональный профессиональный конкурс дизайнеров одежды «Сибирская капель», г.Барнаул:

2011г.

- коллекция «Межгалактические жемчужины», автор Краузе Анна, лауреат III степени, номинация «Обострение чувств».

За основу в коллекции принят холодный металлический цвет, в котором оптимально отражена фактура космических кораблей, изображенных космонавтом А.Леоновым. Декором является трансформация солнечных батарей спутников, которые выполнены как резанное квадратами зеркало. Шары разных размеров являются главным элементом декорирования коллекции, внесших смысловую нагрузку в название. Каждая модель подобна жемчужине, благодаря ее форме, гладкой фактуре и блеску.

2013г.

- коллекция «Гренада», автор Олюх Анна, лауреат I степени, номинация «Городские джунгли».

В коллекции представлены мужские комплекты, разработанные в стиле эклектики строго мужского костюма и удобной спортивной одежды.

- коллекция «Белое безмолвие Джека Лондона», автор Голованова Кристина, спецдиплом, номинация «Метаморфозы».

В моделях коллекции представлена интерпретация литературного произведения. Легкие шифоновые платья и вязаные крупные изделия, декорированные элементами, повязки с декоративными элементами, пояса, напоминающие упряжки собак. Использование контрастных и нюансных сочетаний, в которых композиция построена на тончайших переходах одной фактуры в другую, позволяет передать «северный» образ.

2. Краевой фестиваль студенческого творчества «Феста», г. Барнаул:

2012г.

- коллекция «Цветная перевить», театр моды «Арт-силуэт», лауреат I степени, номинация «Оригинальный жанр».

Коллекция состоит из комплектов, отражающих этническую принадлежность – длинные, прямые юбки в пол, рукава-фонарики, сарафаны на широких лямках. Покрой костюмов в русском стиле прост и лаконичен – прямые, ниспадающие ткани, завышенная линия талии, веревочный пояс, вышивка и кружевная отделка.

2016г.

- коллекция «Confluence», театр моды «Арт-силуэт», лауреат I степени, номинация «Оригинальный жанр».

Яркий проект, где органично соединились современные технологии и творческий подход - коллекция моделей одежды с элементами традиционной росписи «Гжель» с неоновым эффектом. Научно-технический и инновационный подход к решению коллекции представили студенты и преподаватели физико-технического факультета АлтГУ. Синтез стиля и современного научного прогресса еще раз доказал, что «физики и лирики» гармонично дополняют друг друга. в костюмах достигли физики

Формула успеха проекта заключалась в следующем:

«110 ДЕЦИБЕЛОВ ЗВУКА И 1000200 СЫГРАННЫХ НОТ + 55 М ТКАНИ И 1,5 КГ АКРИЛОВОЙ КРАСКИ + 5000 СВЕТОДИОДОВ = «CONFLUENS»».

2017г.

- коллекция «Рапсодия», театр моды «Арт-силуэт», автор Саглаева Елизавета, лауреат II степени, номинация «Оригинальный жанр».

В коллекции представлена загадочная, намекающая полупрозрачность, которую, оказывается, можно создать не только с помощью шифона, фатина или кружевного полотна, а используя различные фактуры и толщину ниток способом «макраме».

2018г.

- коллекция «Лики Востока», театр моды «Арт-силуэт», автор Баева Виктория, лауреат II степени, номинация «Оригинальный жанр».

В основе коллекции идея создания гармоничного образа современного женского костюма с использованием этнических мотивов монгольского костюмного комплекса.

3. I Открытый конкурс «Империя талантов» в рамках II открытого фестиваля детских и молодежных достижений «Молодежные Ритмы», г.Барнаул:

2012г.

- коллекция «Цветная перевить», театр моды «Арт-силуэт», победитель,

номинация «NEW SHOW».

4. Международный конкурс «Декоративно-прикладное творчество», г.Актобе, Казахстан:

2013г.

- коллекция «Сны старого города», авторы Можеева Ксения, Хабарова Елена, лауреат II степени.

В коллекции использовались мотивы и элементы домовой резьбы Барнаула и Алтайского края - традиционные народные промыслы.

5. Региональный молодежный конкурс творческих работ, посвященный 75-летию АГАО, проводимый в рамках Года культуры, г.Бийск:

2014г.

- коллекция «Белое безмолвие Джека Лондона», автор Голованова Кристина, 2 место, номинация «Художественная фотография».

6. Международный конкурс в области дизайна одежды и декоративно-прикладного искусства «Территория стиля», ФГБОУ ВПО «Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева» (Россия) и ФГБОУ ВПО «Актюбинский региональный государственный университет им. К. Жубанова» (Республика Казахстан):

2014г.

- коллекция «Белое безмолвие Джека Лондона», автор Голованова Кристина, диплом I степени, номинация «Вне времени»;

- коллекция «Оазис магриба», автор Высоких Антонина, диплом II степени, номинация «Оберег».

Архитектура Марокко вдохновила художника-стилиста Высоких Антонину на создание молодежных ансамблей, объединенных в коллекцию.

2016г.

- коллекция «Confluence», авторы Голованова Кристина, Шипкова Ольга, диплом II степени, номинация «Дизайн одежды/студенты»

7. Международный конкурс декоративно-прикладного искусства, г. Новосибирск:

2016г.

- коллекция «Морозная гжель», автор Бацына Оксана Александровна, лауреат II степени, номинация «Профи».

Современный крой и насыщенные кобальтовые оттенки яркой майолики традиционной росписи «Гжель» - таковы отличия моделей из коллекции.

- коллекция «Фарфоровая нежность», автор Кошелева Анастасия, лауреат I степени, номинация «Студенты».

В представленной коллекции реализованы модели, в которых прослеживается эстетика традиционной росписи Гжель.

- коллекция «Хохлома», автор Вотякова Анна, лауреат II степени, номинация «Студенты».

Модель «Хохлома» - это летящая органза и золотой орнамент в сочетании с сочными насыщенными цветами и витиеватой технологией росписи представлены в эффектной коллекции «Калина красная».

2017г.

- коллекция «Нубийский лазурит», автор Ведмицкая Полина, лауреат I степени, номинация «Профи».

Древнеегипетский костюм, его символика, культура, стали идеей для создания коллекции сценических образов.

- коллекция «Сагаалкан», автор Зыкова Галина, лауреат I степени, номинация «Профи».

Интерпретация элементов бурятского национального костюма и его головного убора позволило отразить специфику художественных традиций в современном костюме.

Таким образом, стоит отметить важное значение участия студентов факультета искусств и дизайна Алтайского государственного университета в конкурсах различных уровней, тем самым позволяя выявлять и поддерживать творческие способности студентов и подготавливать конкурентоспособных профессионалов в сфере художественного проектирования костюма.

БИЗНЕСТІ МЕМЛЕКЕТ ТАРАПЫНАН ҚОЛДАУ – ТҰРАҚТЫ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ДАМУДЫҢ КӨРІНІСІ

Болашақ Қазақстан экономикасының ілгері басуына шағын бизнестің қосар үлесі орасан. Дамыған елдерде экономиканың қомақты бөлігін осы шағын кәсіпкерлік қамтиды. Сондықтан біздің елімізде де шағын бизнестің қанат жаюына жағдай жасап, табысты саланың өркендеуіне айрықша көңіл аудару қажет.

Қазақстан Республикасы Президентінің 2018 жылғы 5 қазан айындағы «Қазақстан-2050» стратегиясы – қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты атты Қазақстан халқына Жолдауында атап өтілгендей шағын және орта бизнеске қолдау көрсетудің жүйелі іс-қимылдары баяндала отырып, кәсіпкерлік ортаны одан әрі нығайтуға айрықша көңіл бөлінген [1].

Сондай-ақ, Қазақстан Республикасы Президентінің «Жаңа әлемдегі жаңа Қазақстан» атты жолдауында 30 негізгі ішкі және сыртқы саясатымыздың бағыттарының бірі – шағын және орта бизнесті қолдау жөніндегі дәйекті іс-қимыл деп аталған.

Бизнес бастаманы қолдау және жеке бизнесті дамытуды ынталандыру мақсатында мемлекет тарапынан әр түрлі қолайлы экономикалық және құқықтық жағдайлар жасалуы тиіс. Қазақстан Республикасының «Жеке кәсіпкерлік туралы» Заңында елімізде жеке бизнесті қолдауға арнайы тарау белгіленген. Аталған заңда төмендегідей бағыттар мен жолдарды атап көрсетуге болады.

Жеке бизнесті мемлекеттік қолдау мынадай негізгі бағыттар бойынша жүзеге асырылады: жеке бизнес мәселелері жөніндегі заңнаманы жетілдіру; бизнесті қолдау орталықтарын, бизнес-инкубаторларды, технопарктерді, индустриялық аймақтарды және жеке бизнес инфрақұрлымының басқа да объектілерін құру және дамыту. Бюджет қаражаты есебінен жеке бизнес субъектілерінің қызметін оқу-әдіснамалық, ғылыми-әдістемелік және ақпараттық қамтамасыз ету.

Бизнесті мемлекеттік қолдау және дамытуды жүзеге асыру жолдары ретінде келесілерді атауға болады: мемлекеттік органдар жанынан жеке кәсіпкерлік проблемеларын зерделеу және оны дамыту ұсыныстарын әзірлейтін ғылыми-зерттеу институттарын құру; орталық мемлекеттік және жергілікті атқарушы органдардың жанындағы сарапшылық орталықтарды ұйымдастыру; бизнесті дамытудың қаржы институттарын құру.

Шағын бизнес субъектілерінің мемлекеттік, қаржылық, статистикалық, материалдық-техникалық және ақпараттық ресурстарды, сондай-ақ ғылыми-техникалық әзірлемелер мен технологиялады пайдалану үшін жағдай жасау; Шағын бизнес субъектілерін мемлекеттік тіркеудің және таратудың оңайлатылған тәртібін белгілеу; бизнесті дамытудың мемлекеттік, салалық және өңірлік бағдарламаларын әзірлеу; оңтайлы салық режимін белгілеу және

несие берудің бағдарламаларын қабылдау, сондай-ақ бюджет қаражаты есебінен гранттар мен займдар беру.

Бүгінгі экономикалық жүйенің кәсіпкерлік түрі кәсіпкерді ең маңызды тұлға санына экономикалық процесс субъектісіне айналдырды. Өз қызығушылығымен әрекет ете отырып, кәсіпкер біздің қажеттілігімізді қанағаттандырады, біздің өмірімізді гүлдендіреді, оны қолайлы жасайды.

«Кәсіпкерлер – ойдың емес, істің адамы», - деп Дональд Куратконың «Кәсіпкерлік: теория, процесс, практика» еңбегінде келтірілген [6]. Бұл тұжырыммен келісе отырып, біздің ойымызша, кәсіпкерлер іс-әрекетке бейім, ұшқыр ойлы және әр қадамын үнемі мұқият ойластырып жоспарлайтын өте тиянақты адамдар.

Кәсіпкерлікті мемлекеттік қолдау деп Қазақстан Республикасында кәсіпкерлік бастамашылықты іске асыру үшін құқықтық, экономикалық қолайлы жағдайлар жасау, кәсіпкерлікті дамытуды ынталандыру бойынша мемлекеттік кешенді шаралар деп түсіндіріледі. Кәсіпкерлікті қолдау мен дамыту саласындағы мемлекеттік саясаттың негізгі бағыттарын Қазақстан Республикасының Үкіметі әзірлейді. Біздің ойымызша, қазіргі кезде шағын бизнеспен айналысуға айрықша мүмкіндіктер жасалған және әрбір заңды, жеке тұлғалардың құқықтары қорғалған.

Шағын және орта кәсіпкерлікті өркендету әр елдің тұрақты экономикалық даму көрінісі. Дамыған елдердің тәжірибелері көрсетіп отырғандай, шағын және орта бизнесті қалыптастыру мен дамыту экономиканы нығайту үшін қолайлы алғышарттар жасайды:

- 1) салалық және өңірлік монополизм жойылады;
- 2) нарықта тауарлар мен қызметтер молаяды;
- 3) жаңа жұмыс орындары ашылады;
- 4) ғылыми-техникалық прогрестің жетістіктері өндіріске енгізіледі;
- 5) экономика тұрақтылығы беки түседі.

Қазақстан Республикасындағы шағын және орта кәсіпкерлікті қаржылық қолдау бойынша мемлекеттік бағдарламаларды іске асыру шеңберіндегі Стресті активтер қоры «БТА Банк» АҚ, «Самұрық-Қазына» Ұлттық әл-ауқат қоры, «Даму» Кәсіпкерлікті дамыту қоры бизнесті дамытуға несиелер ұсынады.

Кәсіпкерлерге мемлекеттік қолдау көрсетудің бұл құралдары бюджет заңнамасын жетілдіру шеңберінде өзгерістер мен толықтырулар енгізілген «Жеке кәсіпкерлік туралы» Қазақстан Республикасының Заңында көзделген.

Президент 2019 жылдың 1 қаңтарынан бастап, шағын және орта бизнеске салықтық амнистия жариялауды ұсынды. Егер кәсіпкер негізі салықты төлейтін болса, оған бұған дейінгі салынған айыппұлдары мен үстемақылар жойылатын болады.

Қазіргі уақытта шағын кәсіпорындар жұмыс істеп тұрған барлық шаруашылық жүргізуші субъектілердің 80 пайызын құрайды. Республикада шағын бизнеспен үш миллионнан аса адам айналысуда екенін айта кеткен жөн.

Бизнесті дамыту үшін үш факторлық жағдайды ескеру қажет. Олар:

- 1) рұқсат беруші құжаттардың санын азайту.
- 2) кәсіпкерлердің құқығын қорғайтын жүйе жасау;

3) тексеруші органдардың санын азайту.

Қазіргі таңда, кәсіпкерлердің банк тарапынан несиелік ресурстарды алу қиындыққа соқпайды. Себебі:

1) пайыздық өсімнің қол жетімділігі

2) банк туралы ақпараттың жоғарғы деңгейде болуы

3) АҚ мен инвесторлардың, Кәсіпкерлікті дамыту қорлары, Ұлттық әл-ауқат қорларының қолдауын атап өтуге болады.

"Атамекен" Ұлттық Кәсіпкерлер палатасы жүргізген сауалнама талдауы мәліметтеріне сүйене отырып, елімізде кәсіпкерлікке бейімді өңірлік көшбасшылар мен аутсайдерлерді, сондай-ақ орта буынды топтарды айта кетуге болады: Астана қаласы (0,997 балл), Ақтөбе облысы (0,805 балл), Алматы қаласы (0,751 балл), Оңтүстік Қазақстан облысы (0,746 балл), Қызылорда облысы (0,7335 балл); өңірлер - "аутсайдерлер": Маңғыстау облысы (0,3075 балл) және Солтүстік Қазақстан облысы 90,154 балл).

Қазақстан Республикасының барлық қалған облыстарын "орта буын" өңірлеріне жатқызуға болады, онда халықтың кәсіпкерлікке бейімділік көрсеткіші 0,668-ден 0,502 баллға дейін болған. Еліміздің түрлі өңірлеріндегі кәсіпкерлердің гендерлік талдауы мынаны көрсетті:

- көшбасшы өңірлер - кәсіпкерлер арасында 54% ерлердің басым болуымен, сондай-ақ 35-44 жас аралығындағы кәсіпкерлердің көп үлесімен сипатталады;

- орта буын өңірлерінің ерекшелігі әйелдер мен ерлер арасында кәсіпкерліктердің тең санының болуымен ерекшеленді. Бұл өңірлерде 45-54 жастағы кәсіпкерлер санаты басым екендігі анықталған;

- аутсайдерлер өңірлерінде әйел-кәсіпкерлер (59%) басымдықта, 18-34 жастағы кәсіпкерлердің үлкен үлесі бар екендігі анықталған.

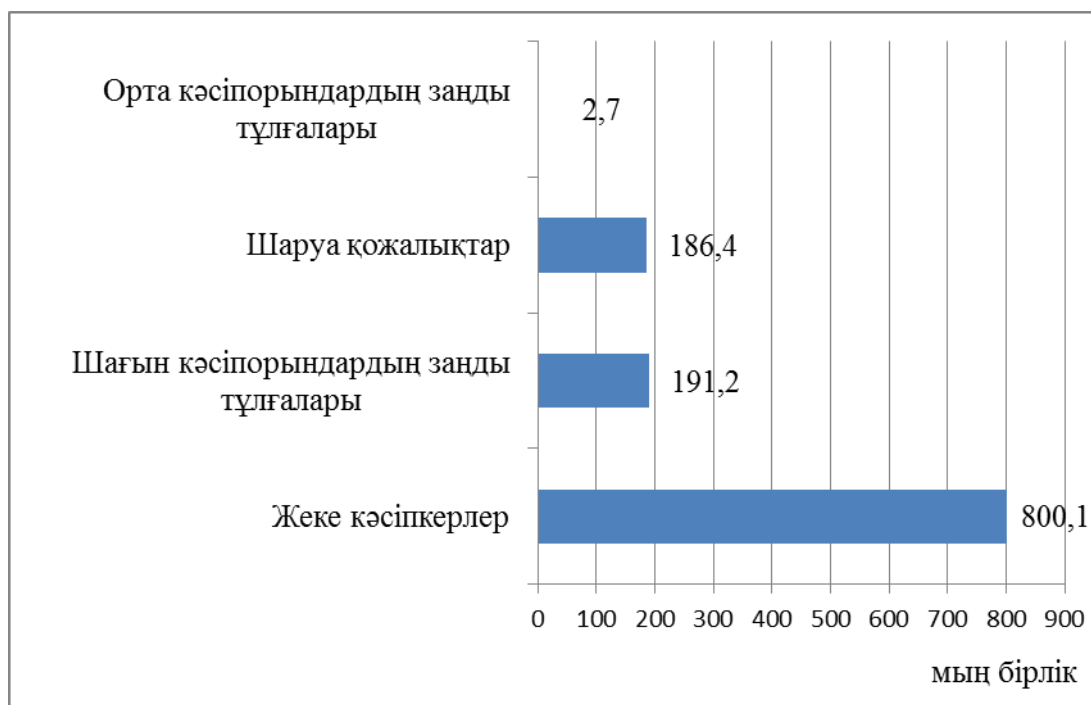
Жоғарыдағы мәліметтерді зерделей келе, Қазақстанда ең ұшқыр, кәсіби құзыреттілік деңгейі жеткілікті, әлеуметтік байланыстары бар орта ол – 35-44 жастағы өкілдеріміз іріктеледі, екінші орынды 45-54 жас санатындағы кәсіпкерлер алады, көшбасшымен салыстырғанда шамамен үштен біріне аз, олар 25-34 жас аралығындағы кәсіпкерлер тобын құрайды.

Жалпы алғанда, бұл деректер Қазақстан экономикасында кәсіпкерліктің бекем әлеуметтік-демографиялық көрсеткіштерін куәландырады.

Отандық кәсіпкерлікті өркендету жолындағы бүкіл кедергілер толық жойылды деп айта алмаймыз. Бірақ, қазір бизнесті жылдам дамытуға және оның тиімділігін арттыруға әсер ететін, механизмдер белсенді жасалуда.

Шағын кәсіпорындар саны жыл ішінде 8% артып, 191 мың бірлікті құрады. Үлкен үлесі сауда секторына - 30% және құрылыс - 16% шоғырланған.

2015 жылдан бастап бүгінге шейін ШОБ несиелеу белсенді артып келеді. Банктерден берілген несие санына келсек, ол 2014 жылға қарағанда 2,3 есе артқан. Өткен жылдың қаңтар айымен салыстырғанда несиелеу көлемі 29% өсіп, 3 трлн тенгені құраған [2].



Сурет 1 – 2017 жылғы шағын және орта бизнес бойынша саны

Айтылғандарды жинақтай келе, қазіргі таңда әрбір адамның бизнеспен айналысуына көптеген мүмкіндіктер жасалынған және қолжетімді. Аталған шаралар өз деңгейінде жүзеге асырылған жағдайда, халық шаруашылығы дамып, әлеуметтік мәселелер ұтымды шешіледі және де, жұмыспен қамтылған қызметкерлер саны ұлғаятын болады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР

1. Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә. Назарбаевтың 2018 жылғы 5 қазандағы Қазақстан Халқына Жолдауы: <http://www.akorda.kz>.
2. ҚР Ұлттық экономика министрлігінің Статистика комитеті: <http://www.stat.gov.kz>.
3. Қазақстан Республикасындағы кәсіпкерлік. Нормативтік актілер жинағы. - Алматы: заңгер, 2017 ж.
4. А. Н. Тоқсанова Кәсіпкерлік қызмет негіздері. Астана, 2017. – 480с.
- 5 [Куратко, Д. Ф.](#) Кәсіпкерлік: теория, процесс, практика: оқулық / Д. Ф. Астана : Ұлттық аударма бюросы, 2018. - 480 б. : ил. - (Рухани жаңғыру. Жаңа гуманитарлық білім. Қазақ тіліндегі 100 жаңа оқулық).

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА В КАЗАХСТАНСКИХ ФИРМАХ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

На сегодняшний день отсутствует комплексное понимание сути диверсификации производства, существующие методы разработки и обоснования проектов диверсификации не обеспечивают получение достаточно точной информации для принятых долгосрочных решений. Это обуславливает необходимость их совершенствования. Практика показывает, что в настоящий момент отсутствуют реально используемые на практике отечественные методики оценки эффективности проектов диверсификации, адаптированные зарубежные аналоги не всегда соответствуют особенностям деятельности отечественных предприятий.

Современное состояние экономики характеризуется нестабильностью и экономическим спадом производства. Современный кризис – это структурный кризис, вызванный разрывом логической преемственности развития финансовых, демократических, институциональных основ глобальной экономической системы. Влияние мирового финансово-экономического кризиса отражается в сокращении объемов производства, экспорта, импорта, росте безработицы и может вынудить страны обращаться к непопулярным мерам. Внешнеторговый протекционизм, демпинг, барьеры на пути движения капитала не решают проблем выхода мировой экономической системы из рецессии, а могут привести к углублению кризиса. В этой ситуации для всех казахстанских предприятий концентрация на единственном виде деятельности и сосредоточении финансовых ресурсов является большим риском. Возможны и другие причины, например, быстрое моральное устаревание технологии производства.

Только развитие диверсификации производства, ориентированное на внутренний рынок, может снизить зависимость казахстанской экономики и бюджета от мировой конъюнктуры. И тогда стране не придется переживать острейший шок всякий раз, когда падает цена на нефть.

В этой связи предприятиям необходимо пересматривать свои стратегии развития деятельности, выходить на новые рынки, расширять ассортимент и номенклатуру продукции, пользующейся спросом на рынке, проводить диверсификацию деятельности, проводить диверсификацию рисков.

Ориентация на новые рынки – наиболее рискованная и дорогая стратегия, но именно она может обеспечить устойчивость предприятия в нестабильном внешнем окружении [1]. Диверсификация не означает, что фирма воспользуется любой возможностью, как бы она далеко ни была от ее нынешних интересов. Предприятие стремится выявить ту сферу деятельности, в которой можно эффективно использовать свои конкурентные преимущества. Эта стратегия – распространенное явление среди большинства крупных компаний, а в последние годы и предприятия малого и среднего бизнеса прибегают к подобной стратегии, чувствуя опасность узкой специализации.

Предлагая комплекс товаров и услуг, предприятие может повысить свою конкурентоспособность, уменьшить возможные риски за счет диверсификации. В производственной сфере предприятия приобретают контроль над каналами сбыта продукции и над источниками сырья, вкладывают средства в рекламный бизнес, работают на финансовом рынке и так далее.

С одной стороны, динамика развития экономики настоятельно требует поиска новых подходов к управлению деятельностью основных субъектов производственной сферы, которыми являются промышленные предприятия. С другой стороны, огромные различия регионов, областей обрекают на неудачу унифицированные подходы к проведению каких-либо изменений [2].

В Казахстане как практический, так и теоретический опыт в данной сфере еще не накоплен. Существуют лишь единичные примеры проявлений некоторых форм диверсификации, об успешности которых судить сложно и рано. Однако сложно определить, насколько зарубежные теоретические разработки применимы к нашим условиям. Несмотря на достаточно широкое освещение в зарубежной литературе вопросов, затрагивающих различные аспекты диверсификации, существует объективная сложность в определении сущности данного понятия в связи с ее многогранностью, а также их неадаптированностью к отечественным условиям. В связи с этим, обязательным критерием является их преломление через призму наших экономических условий и их дальнейшая адаптация.

Для раскрытия сущности понятия «диверсификация» необходимо разграничить диверсификацию деятельности предприятия и диверсификацию производства. Диверсификация деятельности понятие более широкое, предполагающее ведение различных видов хозяйственной деятельности. Диверсификация деятельности предприятия может, как включать, так и не включать в себя диверсификацию производства.

Проанализировав понятия диверсификации, можно предложить следующее определение диверсификации как «процесса производства или расширения номенклатуры выпускаемой продукции, как с использованием существующего рыночного потенциала, так и с освоением новых рынков, направленной на освоение новых видов и сфер деятельности под действием факторов внутренней и внешней среды».

Суть стратегии диверсификации производства заключается в обеспечении стратегической стабильности деятельности предприятия и уменьшении ее зависимости от меняющихся внешних условий.

Можно рассматривать диверсификацию как один из факторов, способствующих достижению цели государства – достижение устойчивого развития страны, вхождением страны в число 50 наиболее конкурентоспособных стран мира [3].

Масштабы диверсификации в разных странах различны, а развитие ее происходит неравномерно, скачкообразно, что связано с неравномерностью экономического и политического развития, историческими и культурными особенностями.

Мировой опыт свидетельствует о том, что во всех странах (включая Францию, Германию, Южную Корею и Японию) адресатами промышленной

политики выступали скорее компании, а не отрасли. Так, например, во Франции, в каждой отрасли, были созданы одна или две крупные компании, которые должны были объединить вокруг себя мелкий бизнес и конкурировать с зарубежными фирмами на мировых рынках. Для современной промышленной политики экономически развитых стран характерно отсутствие жестких отраслевых приоритетов, что стало следствием, прежде всего, высоко-диверсифицированной структуры бизнеса. Поэтому, в качестве главного адресата промышленной политики все чаще выступают сформировавшиеся в той или иной стране корпоративные структуры, отвечающие интересам страны. Именно здесь во все возрастающей степени концентрируются ресурсы общенационального развития: профессиональные кадры, управленческая компетенция, передовые технологии и финансовые ресурсы.

Зарубежный опыт развития процессов диверсификации свидетельствует, что был использован достаточно широкий арсенал средств, направленных на изменение структуры национальной экономики. Однако прямого перенесения опыта рассмотренных стран является невозможным, так как существуют определенные различия в масштабе, структуре и национальных особенностях каждой из экономик.

Таким образом, можно утверждать, что на сегодняшний день во всех странах наблюдается общая тенденция развития диверсификации, поднимающей на более высокую ступень процесс регулирования пропорций воспроизводства. Диверсификация открывает дополнительные возможности маневра ресурсами, являясь средством приспособления к новым объективным условиям накопления капитала, обеспечивает устойчивость функционирования фирм.

Рассмотрение особенностей развития процессов диверсификации в разных странах, позволяет нам сделать вывод, что Казахстану с его доминированием крупных компаний в экономике и разнородными и немногочисленными прорывными проектами в разных отраслях, необходимо продуктивно использовать опыт именно развивающихся стран. В Казахстан в недобывающий сектор необходимо привлечь компании с мировым именем, популярными брендами, создать условия для привлечения известных транснациональных и крупных иностранных компаний в несырьевые сектора экономики и проработать вопрос о стимулировании развития 5-7 крупных экономических центров в стране [4].

Практически только на республиканском уровне, можно говорить о формировании действительной поддержки диверсификации производства на промышленных предприятиях.

Государственная поддержка и управление процессом диверсификации заключается в формировании и выработке решения и его реализации. На первом этапе необходимо сформировать банк данных, провести систематизацию и анализ исходной информации. Решение должно быть конкретизировано посредством планирования, программирования и проектирования с целью выработки конкретных управленческих решений.

Впоследствии осуществляется выработка механизмов реализации принятых решений, организация их деятельности, контроль, сбор и обработка информации о полученных результатах, которая в дальнейшем послужит

почвой для принятия новых управленческих решений.

Диверсификация экономики возможна за счет привлечения финансовых ресурсов. С учетом того, что в структуре местных бюджетов средства на данные программы не заложены, выходом из данной ситуации может стать использование потенциала отечественной кредитной системы, а именно, банков второго уровня и небанковских кредитных организаций.

К числу наиболее эффективных решений по привлечению инвестиций в сферу производства можно отнести создание конгломерата и реализацию совместных инвестиционных проектов посредством формирования финансово-промышленных групп.

Многие авторы предполагают, что эффективное стимулирование инвестиционного процесса возможно только при участии иностранного капитала. Однако практика показывает, что ориентация на иностранного инвестора не всегда оправдывает себя.

Одним из важнейших внутренних источников инвестиций выступают денежные средства населения. Однако, эти сбережения недостаточно вовлечены в инвестиционный процесс.

Одним из важнейших способов трансформации сбережений населения в инвестиции является фондовый рынок, однако, он на сегодняшний день не достаточно развит.

Таким образом, основой регулирования диверсификации производства и его исходной составляющей в Казахстане должны выступать приоритеты развития территорий, промышленная политика, диверсификационные программы, проекты, а также система финансирования подобных проектов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Кылбаев Е. Влияние внешнеторговой политики на диверсификацию промышленности // Промышленность Казахстана. – 2009. – № 6– С. 25–29.

2 Мустапаев Р.Т. Инновационная составляющая повышения конкурентоспособности регионов // Материалы Международной научно-практической конференции «Казахстан: конкурентоспособность и модернизация». – Алматы: КазЭУ, 2009.

3 Кошанов А.К. Глобализация и система региональных экономических интересов РК // Реформа. – 2011. – №1 – С. 4–8.

4 Киселева Ю.М. Оценка финансового инновационного потенциала промышленных предприятий. // ЭКО. – 2001. – № 3. – С. 42–48.

ПОНЯТИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ДОХОДНОСТИ И БЕЗУБЫТОЧНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Особое место среди существующих и практических проблем банковской деятельности занимает проблема управления банковской доходностью и безубыточностью. Способность кредитной организации вести безубыточную деятельность называется доходностью. Доходность является не только желательной для инвесторов характеристикой деятельности банка, но и обязательным условием долгосрочного продолжения такой деятельности.

Тема данной статьи актуальна, т.к. последние годы возросла роль в грамотном управлении доходностью банка, влияющая на развитие банка в целом.

Понятие доходности коммерческого банка отражает положительный совокупный результат деятельности банка во всех сферах его хозяйственно-финансовой и коммерческой деятельности. За счет доходов банка покрываются все его операционные расходы, включая административно-управленческие, формируется прибыль банка, размер которой определяет уровень дивидендов, увеличение собственных средств и развитие пассивных и активных операций[1].

Доходность банка является результатом оптимальной структуры его баланса как в части активов, так и пассивов, целевой направленности в деятельности банковского персонала в этом направлении. Другими важными условиями обеспечения доходности банка является рационализация структуры расходов и доходов, расчеты процентной маржи и выявление тенденций в доходности ссудных операций, планирование минимальной доходной маржи для прогнозирования ориентировочного уровня процентов по активным и пассивным операциям. Условием доходности банковской деятельности безусловно является поддержание ликвидности, управление банковскими рисками, их минимизация, а также отношения с клиентами и конкурентоспособность.

Соответственно источниками доходов банка является его основная и побочная деятельности. Основной деятельностью банка считается совершение банковских операций и оказание банковских услуг клиентам. Вся прочая деятельности банка, приносящая доход, считается побочной.

Источники доходов можно разделить на стабильные и нестабильные. Относительно стабильными источниками доходов является оказание различных услуг клиентам. Нестабильными являются, как правило, доходы от операций на финансовых рынках, а также доходы от побочной деятельности банка и случайные доходы.

Получаемые банком доходы должны покрывать его расходы и создавать прибыль. Часть доходов банка направляется на создание резервов для покрытия потенциальных рисков. Банк должен обеспечить не только достаточность объема доходов для покрытия своих расходов, но и ритмичность их

поступления. Иными словами, поток доходов должен быть распределен во времени в соответствии с периодичностью произведения банком расходов. В таком планировании стабильность источника имеет решающее значение [2].

Рассмотрим состав и структуру доходов коммерческого банка.

Валовые доходы банка принято разделять на процентные и непроцентные:

К процентным доходам относятся:

1) начисленные и полученные проценты по ссудам в рублевом выражении;

2) начисленные и полученные проценты по ссудам в иностранной валюте.

Структура процентных доходов банка может быть представлена в таком виде:

1) процентные доходы, полученные по межбанковским ссудам;

2) процентные доходы, поступившие по коммерческим ссудам;

Непроцентные доходы составляют:

1) доходы от инвестиционной деятельности (дивиденды по ценным бумагам, доходы от участия в совместной деятельности предприятий и организаций и пр.);

2) доходы от валютных операций;

3) доходы от полученных комиссий и штрафов;

4) прочие доходы.

Доход коммерческих банков зависит от нормы прибыли по ссудным инвестиционным операциям, размера комиссионных платежей, взимаемых банком за услуги, а также от суммы и структуры активов.

Далее автор рассматривает причины, вызывающие изменение факторов, влияющих на уровень доходов банка.

Наиболее важным источником валового дохода коммерческих банков является предоставление ссуд.

Все банки при разработке кредитной политики учитывают такой фактор, как прибыль. Банки, испытывающие острую потребность в прибыли, будут придерживаться более агрессивной кредитной политики по сравнению с банками, для которых финансовые ресурсы их деятельности не имеют решающего значения. Такая политика может проявляться в относительно высокой доле срочных и потребительских ссуд, которые обычно приносят банку более высокий доход по сравнению с краткосрочными ссудами промышленным предприятиям [3].

В процентных ставках по ссудам отражаются как специфика каждой отдельно выданной банком ссуды, так и отношение спроса и предложения на ссуды на рынках ссудных капиталов. На уровень процентной ставки по ссудам влияет степень риска, присущего данной ссуде, ее размер, срок, способ погашения и т.д. Кроме того, процентные ставки зависят от уровня конкуренции между банками и другими источниками средств, а также от установленного законом максимального размера процентной ставки и оценки банками и заемщиками перспектив экономического развития (эффект ожидания).

Для анализа процентных доходов банка целесообразно произвести классификацию предоставленных ссуд, например, по группам заемщиков: частные лица, промышленные и сельскохозяйственные предприятия, торговые организации, финансово-кредитные учреждения и т.д. По каждой группе заемщиков банк анализирует данные о суммах предоставленных ссуд, наличии и качестве обеспечения, погашении задолженности, процентных платежах, уровне процентной ставе и т.д. Такой подход позволяет оценить целесообразность предоставления ссуд заемщику с позиций определения соотношения «риск - доходность» [4].

При анализе процентных доходов банка используются также относительные показатели, которые позволяют оценить средний уровень доходности ссудных операций в целом и каждой группы ссуд в отдельности. Такими показателями являются:

- 1) отношение валовых процентных доходов к средним остаткам по всем ссудным счетам;
- 2) отношение полученных процентов по краткосрочным ссудам к средним остаткам по краткосрочным ссудам;
- 3) отношение полученных процентов по долгосрочным ссудам к средним остаткам по долгосрочным ссудам;
- 4) отношение полученных процентов по отдельным группам ссуд к средним остаткам по исследуемой группе и т.д.

Динамика этих показателей дает возможность оценить, за счет каких ссудных операций вырастут процентные доходы.

При анализе доходной части важно выявить, какой удельный вес в ней занимают операционные доходы. Их доля должна стремиться к 100%, а темпы прироста быть равномерными. При уменьшении прироста этих доходов, общее увеличение последних может быть обеспечено за счет других видов доходов банка [5].

При ритмичном темпе прироста прибыли банка особое внимание следует обратить на изменение удельных весов различных групп доходов, полученных от побочной деятельности и не заработанных банком в истекшем году. Такое положение свидетельствует об ухудшении управления активными операциями банка, а также о неспособности руководства банка найти более правильное решение в связи с изменением конъюнктуры. Сопоставление этих данных с положением аналогичных банков даст возможность выявить, является ли сложившееся положение с доходами особенностью данного банка или оно характерно для всей банковской системы (или отдельного региона). Наличие побочных доходов при условии сохранения темпов роста операционных доходов может свидетельствовать о доиспользовании иммобилизованных активов. Банк может поправить свою доходную позицию за счет полного или частичного поступления средств в возмещение списанных резервов, что будет рассматриваться как положительное явление.

С точки зрения экономической теории безубыточность есть нормальное состояние коммерческой организации на современном конкурентном рынке, находящемся в состоянии долгосрочного равновесия. При этом принимаем в рассмотрение экономическую прибыль, то есть то определение прибыли, при

котором в расходы фирмы включается среднерыночная ставка дохода на инвестированный капитал, а также нормальный доход предприятия.

Точка безубыточности – это такой объем продаж, при котором выручка от продаж полностью покрывает все расходы, в том числе среднерыночный процент на собственный капитал и нормальный предпринимательский доход.

Для того, чтобы коммерческий банк функционировал оптимальным образом необходимо максимизация прибыли. Процесс максимизации прибыли эквивалентен процессу поиска точки безубыточности в экономическом смысле.

Начиная с некоторого момента (с некоторого объема продаж) кривая переменных издержек будет являться возрастающей, а кривая предельного дохода – убывающей. Для целей максимизации прибыли основным является соотношение между предельным доходом и предельными издержками.

Цель анализа безубыточности состоит в том, чтобы установить, что произойдет с финансовыми результатами при изменении уровня производственной деятельности (деловой активности) организации. Анализ безубыточности основан на зависимости между доходами от продаж, издержками и прибылью в течение краткосрочного периода. По существу анализ сводится к определению точки безубыточности этической точки, точки равновесия такого объема производства, который обеспечивает организации нулевой финансовый результат, т.е. предприятие уже не несет убытков, но еще не имеет и прибылей.

Таким образом, понятие точки безубыточности является одновременно и неким критерием эффективности деятельности коммерческого банка. Банк, не достигающий точки безубыточности, действует неэффективно с точки зрения сложившейся рыночной конъюнктуры. Однако, этот факт сам по себе не служит однозначной причиной для прекращения существования коммерческого банка. Наличие у банка достаточных свободных резервов, которые позволяют ему выравнивать в определенные периоды темпы прироста прибыли или поддерживать ее на стабильном уровне, являются положительным результатом управления финансовым состоянием банка.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аргунов И. А. Прибыльность и ликвидность: анализ финансового состояния банка - М.: Банковский журнал, № 3, 2017 г.
2. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: Учебник. – 3-е изд., перераб., М.: Финансы и статистика, 2015. – 288с.
3. Банковское дело. Учебник. / Под ред. Г.С. Сейткасимова. – Алматы: Каржы-каражат, 2013.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ДОХОДНОСТИ И БЕЗУБЫТОЧНОСТИ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Банк как специфическое предприятие производит продукт, существенно отличающийся от продукта сферы материального производства, он производит не просто товар, а товар особого рода в виде денег, платежных средств. Банк скорее торговое, посредническое, нежели промышленное предприятие. Схожесть банка с торговлей не случайна. Банк действительно как бы покупает ресурсы, продает их, функционирует в сфере перераспределения, содействует обмену товарами. Он имеет продавцов, хранилища, особый товарный запас, его деятельность во многом зависит от оборачиваемости.

Оценку доходности и безубыточности банковской деятельности чаще всего приводят, используя первое положение, согласно которому эффективность банка или банковской системы рассчитывается исходя из близости значений показателей деятельности каждого банка (например издержек, прибыли и т.д.) к некой, заранее определенной границе эффективности [1].

Под методикой определения любого анализа следует понимать совокупность способов, правил и мероприятий по наиболее целесообразному выполнению какой-либо работы. В анализе банковской деятельности методика представляет собой совокупность аналитических способов и правил изучения деятельности банка, направленных на исследование различных объектов анализа и помогающих получить наиболее полную оценку финансовой устойчивости и прибыльности банка, которая учитывается его руководством в процессе принятия управленческих решений по выработке дальнейшей стратегии развития банка.

Для проведения анализа доходности и безубыточности банковской деятельности используют следующие методы:

1. Метод сравнения. Предполагает сопоставление неизвестного (изучаемого) явления, предметов с известными, изученными ранее, с целью определения их общих черт либо различий. С помощью данного метода определяются общее и специфическое в экономических явлениях, изучаются изменения исследуемых объектов, тенденции и закономерности их развития. [2].

В анализе банковской деятельности сравнение (как основной и вспомогательный метод) используют для решения всех его задач. Можно выделить такие наиболее типичные ситуации, когда используется сравнение, и цели, которые при этом достигают:

- сопоставление плановых и фактических показателей для оценки степени выполнения плана;
- сопоставление фактических показателей с нормативными, которые позволяют проконтролировать соблюдение банком различных нормативов, установленных НБУ;
- сравнение фактических показателей с показателями прошлых лет

(отчетных периодов) для определения тенденций развития как банка, так и экономических процессов, влияющих на его деятельность;

- сопоставление показателей анализируемого банка с показателями других банков – конкурентов для определения позиций банка на финансовом рынке по различным показателям финансовой деятельности;

- сопоставление параллельных и динамических рядов для изучения взаимосвязей исследуемых показателей; например при параллельном анализе динамики доходов и расходов, весьма существенно, чтобы доходы превышали расходы, что положительно влияет на выводы о прибыльности банка;

- сопоставление различных вариантов управленческих решений с целью выбора наиболее оптимального из них; например, при установлении процентной ставки по депозитам населения выбирают такой ее уровень, который обеспечил бы требуемый объем данного вида банковского ресурса с учетом наличия достаточных площадей для обслуживания вкладчиков;

- сопоставление результатов деятельности до и после внедрения какого – либо новшества; например, затраты средств на приобретение (строительство) офиса банка в центре города могут компенсироваться привлечением солидных клиентов, что обеспечит банку увеличение остатков на текущих счетах [3].

2. Метод приведения показателей в сопоставимый вид. Этот метод используется при сравнении фактических показателей с показателями предыдущих периодов. В условиях инфляции сложно проанализировать динамику показателей без приведения их в сопоставимый вид.

3. Метод использования абсолютных и относительных показателей. Абсолютные показатели характеризуют количественные размеры выданных кредитов, привлеченных вкладов, капитала банка и т.д., а относительные отражают соотношение каких – либо абсолютных показателей путем их деления один на другой. Относительные показатели выражаются в форме коэффициентов (при базе 1) или процентов (при базе 100). К ним относятся показатели выполнения плана, динамики структуры (удельный вес), эффективности и др. Данный метод является одним из ключевых в анализе банковской деятельности. С его помощью (через различные коэффициенты) оценивают показатели ликвидности, платежеспособности, прибыльности банка.

4. Метод группировок. Позволяет систематизации данных баланса разобраться в сущности анализируемых явлений и процессов. В ходе анализа банковской деятельности применяются группировки счетов баланса с точки зрения выделения собственных и привлеченных средств, долго- и краткосрочных кредитов, сроков активно – пассивных операций (для расчета показателей ликвидности), видов доходов, расходов и прибыли. Статьи могут быть сгруппированы также по степени ликвидности, экономической сущности банковских операций, уровню доходности (по активу) и стоимости (по пассиву) [4].

5. Балансовый метод служит главным образом для отражения соотношений, пропорций двух групп взаимосвязанных и уравновешенных экономических показателей, итоги которых должны быть тождественны. Этот метод помогает понять экономический смысл функционирования банка.

6. Графический метод. Графики представляют собой масштабное

изображение показателей с помощью геометрических знаков (линий, прямоугольников, кругов) или условно художественных фигур и имеют большое иллюстративное значение. Благодаря им изучаемый материал становится более понятным.

7. Метод табличного отражения аналитических данных. Результаты обычно подаются в таблицы. Это наиболее рациональная и удобная для восприятия форма представления аналитической информации об изучаемых явлениях с помощью цифр, расположенных в определенном порядке. Аналитическая таблица представляет собой систему суждений, выраженных на языке цифр. Табличный материал позволяет охватить аналитические данные в целом как единую систему. С помощью таблиц легче прослеживаются связи между изучаемыми показателями.

Для получения объективных результатов, способствующих повышению доходности и безубыточности функционирования банка, в анализе банковской деятельности целесообразно выделить следующие этапы его проведения:

- на первом этапе уточняются объекты, цель и задачи анализа, составляется план аналитической работы;
- на втором разрабатывается система различных показателей, с помощью которых характеризуется объект анализа;
- на третьем собирается и подготавливается к анализу необходимая информация (проверяется ее точность, проводится сопоставимый вид и т.д.);
- на четвертом фактические результаты сравниваются с показателями плана отчетного периода, фактическими данными прошлых лет (периодов), основными показателями банков-конкурентов и т.д.;
- на пятом собранная информация детально анализируется различными методами экономического анализа банковской деятельности;
- на шестом выявляются отклонения фактически полученных результатов от плановых или нормативных, а также причины этих отклонений и возможности их устранения;
- на седьмом на основании результатов анализа предлагаются рекомендации по совершенствованию управления активно – пассивными операциями (изменение структуры активов и пассивов с минимальным уровнем различных банковских рисков).

Задачи обоснования управленческих решений, разработки стратегии развития, оценки результатов деятельности и контроля за эффективностью использования финансово-кредитных ресурсов.

Системный подход как методологическое направление в науке позволяет провести глубокий анализ всех сторон деятельности банка с точки зрения их подчиненности стратегии развития банковского бизнеса, интересам акционеров, менеджеров и других связанных групп, а также соответствия полученных результатов (как финансовых, так и нефинансовых) поставленным целям и задачам, имеющемуся потенциалу развития, то есть оценить эффективность деятельности коммерческого банка.

Принцип системного подхода к оценке эффективности деятельности коммерческого банка состоит в том, чтобы рассмотреть этот объект как сложную, относительно самостоятельную целостную систему в совокупности

взаимосвязанных и взаимообусловленных подсистем, между которыми существуют жестко детерминированные горизонтальные и вертикальные взаимосвязи, характеризующие финансово-хозяйственное состояние банка и динамику его развития, эффективность управленческих решений, место и роль в банковской системе страны.

Принцип целостности находит выражение в том, что оценка эффективности деятельности банка осуществляется с позиции оценки исходного экономического потенциала коммерческого банка – источника образования конечных результатов деятельности.

Проблема оценки доходности и безубыточности деятельности коммерческого банка на основе системного подхода состоит том, чтобы разработать такую методику анализа, которая позволяла бы, с одной стороны, дать интегральную оценку результатам деятельности банка с учетом множественности внешних и внутренних факторов, на них воздействующих, а с другой стороны, способствовала бы формированию экономически обоснованной программы развития по различным направлениям банковского бизнеса для достижения стратегических целей банковской организации.

Системную оценку доходности и безубыточности деятельности коммерческого банка можно проводить по этапам:

- постановка задачи анализа; формулирование общей цели функционирования системы; разработка критериев оценки достижения цели системы;

- определение границ исследуемой системы, ее содержания, места и роли в системах более высокого уровня; анализ структуры системы;

- отбор показателей, характеризующих развитие системы; определение основных взаимосвязей и факторов, оказывающих воздействие на показатели системы; моделирование показателей; разработка информационного и организационного обеспечения проведения анализа; проведение расчетно-аналитических этапов системного анализа. Содержание этапов системной оценки следующее:

- 1) Постановка задачи анализа – выявляется и формулируется задача исследования, оценивается ее содержание и логическая структура. Роль банка в экономике, выработанные его руководством приоритеты определяют стратегию его развития, а, следовательно, и систему ключевых параметров оценки эффективности деятельности

- 2) Формулирование общей цели функционирования системы – формулируется общая цель системы, отражающая цели деятельности объекта исследования (коммерческого банка), и на основании уточненной цели определяется круг задач, подлежащих исследованию, и их приоритетность.

Следует отметить, что этот этап является одним из самых важных, так как от него зависит весь ход проведения исследования, выбор приоритетных задач и в конечном итоге структура системы анализа.

Цель функционирования данной системы состоит в том, чтобы обосновать целостную совокупность управленческих решений, направленных на повышение эффективности деятельности банка, реализацию стратегических задач и миссии кредитной организации, оценить механизм воздействия на

результаты деятельности банка и эффективность их использования [5].

Таким образом, системная концепция анализа эффективности деятельности коммерческого банка предполагает: представление объекта исследования и совокупности процедур оценки как целостных систем; учет всей совокупности факторов, под воздействием которых формируются результаты деятельности банка; решение задач анализа посредством комплексного проектирования системы результатов деятельности банка на основе выбранных качественных и количественных целей функционирования самого объекта исследования; многофакторное моделирование системы показателей результатов деятельности банка; приоритет оценок достижения стратегических задач и целей, миссии банка над общепринятыми показателями оценки результативности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

4. Баканов М.И., Мельник М.В., Шерemet А.Д. Теория экономического анализа: Учебник / Под ред. М.И. Баканова. 5-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2016. 536 с.
5. Барнольц С.Б., Мельник М.В. Методология экономического анализа деятельности хозяйствующего субъекта: учебное пособие. М.: Финансы и статистика, 2016. 240 с.
6. Ендовицкий Д.А. Комплексный анализ и контроль инвестиционной деятельности: методология и практика / Под ред. проф. Л.Т. Гиляровской. М.: Финансы и статистика, 2011. 400 с.
7. Ковалев В.В., Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. М.: ПБОЮЛ Гриженко Е.М., 2010.
8. Любушин Н.П. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учеб. пособие для вузов. 3-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.

ИНОВАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС КАК СПОСОБ РАЗВИТИЯ ПОТЕНЦИАЛА СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

Внедрение инноваций в науку является сложным процессом и перспективы данного процесса не всегда прозрачны и ясны, но ни естественные, ни гуманитарные науки невозможны без новшеств и развития. Не смотря на то, что инвестиции в гуманитарное образование зачастую не считают необходимыми, а данный фактор в большинстве своем связан с информацией о том, что результаты гуманитарных наук нельзя применить на практике, в отличие от результатов естественных наук, данная точка зрения подвергается явной критики со стороны «гуманитарий». Так как, не смотря на наличие у «естественников» хорошо развитых мыслительных, логических, теоретико-аналитических способностей, у них возникают другие проблемы, связанные с вопросами обобщающего характера. Поэтому можно предположить, что инновации в гуманитарных науках – это база для формирования нового мышления, с помощью которых образуются перспективные социальные практики.

Можно предположить, что склонности инновационного мышления у студентов гуманитарных и естественных наук различаются и эти различия лежат в результатах их умственной деятельности. Если математики или физики, решая уравнения, должны прийти к одинаково правильному ответу, то студенты - философы или же социологи на один и тот же вопрос могут ответить десятками разных вариантов. Среди этих вариантов не найдется неверного, а может быть лишь только оспоримый. Данный факт показывает, что в одинаково равных условиях одинаковый ответ гуманитариев возможен, но не обязан быть, а возможность оригинального ответа лишь приветствуется в научной среде. Так, например, в ораторском состязании правильность вариантов и доводов еще не гарантирует победу, в свое время оригинальность решения и аргументации, а также стиль выступления зачастую являются залогом успеха и поддержки. Поэтому можно сказать, что гуманитарные науки могут позиционировать себя как некие катализаторы развития инновационного мышления, потому как являются «науками без единственного верного ответа».

Сам инновационный процесс порождает борьбу традиций и инноваций, борьбу интересов старого и нового, противостояние мышления консерватизма инновационному мышлению, в случае, когда инновации одерживают победу, они становятся традициями. Говоря об инновациях, можно подчеркнуть и то, что эти вещи могли уже существовать, а инновационными они считаются в местах отдаленных от технического прогресса, например для провинций или сельской местности.

Гуманитарные науки на сегодняшний день требуют особого внимания, так как имеют огромный потенциал и явные положительные изменения в сторону принятия и важности изучения в научном сообществе. Но улучшение качества гуманитарных знаний требует инновационного привлечения. Автор

перечисляет, на его взгляд, наиболее важные инновации, которых требует гуманитарное сообщество. Во-первых, совершенствование иностранного языка, что будет способствовать развитию гуманитарной науки в мировом сообществе. Во-вторых, развитие тенденций в пользу приращения знаний, получаемых самостоятельно и отмены дублирования научного материала.

В-третьих, финансовая поддержка научных школ высшего образования для улучшения исследовательской деятельности и привлечения талантливой молодежи в научную сферу. В-четвертых, преподавание научной грамотности студентам, обучение написанию научных статей. В-пятых, совершенствование преподавания гуманитарных дисциплин по практике обмена за счет государственного бюджета.

Также следует определить приоритетные направления гуманитарных наук в соответствии с особенностями национальной политики страны и её культуры. Так как именно культура и политика требуют большого внимания со стороны инновационного процесса, ведь не все новшества могут быть одинаково восприняты, если в них имеются противоречия основным культурными и политическим традициям. Безусловно, стоит не забывать про сохранение собственного культурного наследия, не стремясь к полному заимствованию и не изолируясь от всего научного дискурса, а значит стремиться отыскать «золотую середину» в научной области.

Итак, на данный момент, научное гуманитарное общество требует внедрения инноваций в систему социально-гуманитарного знания. Это возможно за счет поддержки молодого поколения и его научного потенциала, который на данный момент поддерживается еще достаточно слабо. В свою очередь, наука обогатится работами на стыке различных дисциплин нестандартностью научных ходов и мышления.

ЛИТЕРАТУРА

1. Галушкина А.Ю. Инновационные процессы в гуманитарных науках: Проблемы и перспективы // Международный студенческий научный вестник. - 2018. - №2;

2. Сиволап Т. Проблема внедрения инновационных технологий в процессе преподавания гуманитарных дисциплин / Т. Сиволап // Труды Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств, том 200, 2013

3. Соломин В. Гуманитарные технологии как инновация в образовании / В. Соломин // Вестник Томского государственного педагогического университета № 4, 2011.

4. URL: <http://eduherald.ru/ru/article/view?id=18093> (дата обращения: 30.03.2019).

ИННОВАЦИОННАЯ ИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКОЙ КАЗАХСТАНА

Определяя направления вхождения страны в новый этап развития, Президент Республики Казахстан неоднократно в своих Посланиях ставил задачу всесторонней ускоренной модернизации во всех сферах экономики Казахстана, в том числе и в развитии индустриально-инновационной экономики. Так как целями любого государства для развития становится стимулирование инновационной активности и развитие научно-технического потенциала страны. Одним из факторов, способствующих реализации этих целей является осуществление индустриально-инновационной деятельности как на макро-, так и на микроуровне.

Республика Казахстан все это время шла путем использования и продажи своих природных ресурсов и закономерно стала экспортоориентированной страной, реализующей сырье на мировых рынках. Изменение структуры казахстанской экономики – переход от превалирования сырьевой составляющей к производству высокотехнологичной продукции – является одной из главных национальных задач на современном этапе и рассматривается правительством РК в качестве стратегического направления социально-экономического развития страны. Такая трансформация позволит расширить конкурентный потенциал казахстанской экономики благодаря увеличению ее сравнительных преимуществ в науке, образовании и высоких технологиях, что, без сомнения, будет являться новым источником экономического роста страны.

Динамичное развитие производственной деятельности предприятий невозможно без внедрения инновационных технологий, проектов и освоения конкурентоспособной продукции. В настоящее время основными проблемами развития многих предприятий различных отраслей экономики являются неустойчивость, медленное улучшение структуры промышленного производства и экспорта, достаточно высокий физический и моральный износ основных производственных фондов, высокий уровень затрат и ресурсов. Основным же фактором, сдерживающим рост промышленного производства и позитивные структурные сдвиги, является низкая конкурентоспособность отечественной продукции. Это обусловлено, в первую очередь, невысокой инвестиционной и инновационной активностью многих отраслей экономики. Решение этих задач требует проведения новой политики, направленной на активизацию инвестиционной и индустриально-инновационной деятельности, модернизацию оборудования, внедрение новых и новейших технологий, повышение эффективности производства и конкурентоспособности казахстанской продукции на основе перехода на инновационный путь развития.

Государство стимулирует развитие инновационной деятельности путем создания необходимых нормативно-правовых, экономических, организационных, финансовых и прочих условий.

К нормативно-правовым условиям относятся:

– установление правовых основ взаимоотношений субъектов инновационной деятельности;

– гарантирование охраны прав и интересов субъектов инновационной деятельности, в том числе прав интеллектуальной собственности.

1) Закон РК от 28 декабря 2015 года №153-р «О коммерциализации результатов научной и (или) научно-технической деятельности» [1];

2) Закон РК от 8 января 2003 года № 373-ІІ «Об инвестициях» [2];

3) Закон РК от 18 февраля 2011 г. №407-ІV «О науке» [3];

4) Стратегия «Казахстан-2050» [4];

5) Государственная программа индустриально-инновационного развития РК на 2015-2019 годы от 01 мая 2014 года №874 [5];

6) Стратегический план развития Республики Казахстан до 2020 года утвержден Указом Президента Республики Казахстан № 922 [6].

К экономическим условиям, создаваемым государством, относятся:

– проведение налоговой политики и политики ценообразования, способствующих росту предложения на рынке инноваций;

– обеспечение эффективной занятости в инновационной сфере;

– активизация инновационного предпринимательства;

– развитие внешнеэкономических связей в инновационной сфере.

К организационным условиям, создаваемым государством в качестве стимула для развития инновационной деятельности, относятся:

– формирование и реализация государственных, отраслевых и региональных инновационных программ;

– развитие инновационной инфраструктуры;

– защита интересов отечественных субъектов инновационной деятельности в международных организациях.

К финансовым условиям относится:

– проведение бюджетной политики, обеспечивающей финансирование инновационной деятельности;

– создание благоприятного инвестиционного климата в инновационной сфере;

– предоставление дотаций, льготных преференций, гарантий отечественным и иностранным инвесторам, принимающим участие в инновационной деятельности.

В 2011 году в стране были начаты четыре пилотные комплексные программы поддержки бизнеса («Инвестиции 2020», «Производительность 2020», «Экспорт 2020», Дорожная карта «Бизнес-2020»). С 1 января 2015 года вступила в силу [«Программа развития регионов до 2020 года»](#), включила в себя ныне действующие программы: «Доступное жилье-2020», «Программа модернизации ЖКХ на 2011-2020 годы», «Ак булак», «Программу развития моногородов на 2012-2020 годы» и «Программу развития регионов».

В ходе исследования получены следующие практические результаты, которые позволяют активизировать индустриально-инновационное развитие страны как важного фактора управления экономикой Казахстана:

1) в Казахстане должна быть создана такая экономическая среда

функционирования предприятий, которая не только сделала бы их более восприимчивыми к нововведениям, но и стимулировала бы стать активными участниками инновационного процесса, заинтересованными в поиске, разработке и освоении прогрессивных научно-технических решений;

2) целью казахстанской инновационной политики должно стать создание механизмов использования отечественного инновационного потенциала, привлечение современных иностранных технологий, которые в сочетании с нашими природными богатствами, человеческим и научным потенциалом способны повысить общую конкурентоспособность страны;

3) в Республике Казахстан существует объективная потребность перехода к экономическому росту и в стратегическом плане поэтапного перевода хозяйственных систем на инновационный тип развития на основе существенной активизации инвестиционной деятельности в условиях рыночной экономики, что возможно посредством нового научного осмысления экономической природы инвестиций и формирования результативного механизма эффективного их использования в технологическом обновлении производственной сферы в период структурной переориентации экономики РК от сырьевой к сервисно-технологической;

4) учитывая современное состояние производственного аппарата экономики, его физический и моральный износ, для обеспечения высокого и устойчивого экономического роста в долгосрочной перспективе необходимо кардинальное преобразование всей материально-технической базы, внедрение новых поколений техники и технологий, освоение производства принципиально новых видов продукции, конкурентоспособной на внутреннем и внешнем рынках.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Закон РК от 28 декабря 2015 года №153-р «О коммерциализации результатов научной и (или) научно-технической деятельности».
2. Закон РК от 8 января 2003 года № 373-ІІ «Об инвестициях»
3. Закон РК от 18 февраля 2011 г. №407-ІV «О науке»
4. Послание Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева народу Казахстана «Стратегия «Казахстан- 2050». Новый политический курс состоявшегося государства от 14.12.2012 года.
5. Государственная программа индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2015-2019 годы. Указ Президента Республики Казахстан от 1 августа 2014 года № 874.
6. Стратегический план развития Республики Казахстан до 2020 года. Указ Президента Республики Казахстан № 922 от 1 февраля 2010 года.

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ПОСТМОДЕРНА

Постмодерн — это состояние общества, когда проект модерна достиг конечного результата: модернизация (эмансипация экономики от всего ценностного контекста традиционного общества) оказалась в основном завершенной.

Постмодерн — это аномальная стадия социально-экономической эволюции, завершение и девиация модерна и, одновременно, ситуация переходности, в условиях которой возможно появление и взаимодействие нескольких альтернатив дальнейшего развития.

Идейные основания постмодерна даны как:

- отрицание ценностей модерна (поступательность развития, направленного к лучшему будущему, прогресс науки и техники, экономический рост).
- упразднение смысла и положительного содержания истории, отрицание социально-экономических возможностей развития, деонтологизация бытия и истины.
- доведенный до предела принцип номинализма в познании, когда полностью отрицаются значение понятий и систем понятий.
- внеморальность: отсутствие этических ограничений и скрытая апология аморальных экономических практик.
- наделение статусом сущего не реальности, а знака, оторванного от обозначаемого

Постэкономика. Хозяйственное устройство общества постмодерна мы определяем как постэкономiku. Постэкономика возникла в результате завершения модернизации — окончательной эмансипации экономики от этических ограничений. В своем предельном выражении постэкономика представляет единый универсальный тип хозяйствования (глобальный рынок), позволяющий осуществлять системные операции в мировом экономическом пространстве: осуществлять контроль над распределением ресурсов, получать финансовые ренты и оптимизировать хозяйственно-сбытовые операции.

Формирование глобальной экономики упразднило одно из главных системных условий поступательного развития капитализма: наличие некапиталистического сектора как объекта экспансии капитала.

В постэкономике преобладает, по определению А.С. Панарина, «декадентская вырожденческая личность, утратившая способность к настоящей внутренней мобилизованности и сосредоточенности. Она больше не желает заниматься организацией материального производства и другими требующими усилий занятиями» [1]. На смену трудоголику индустриальной эпохи приходит гедонист-потребитель постмодерна, «человек потребляющий», чуждый внутренней мобилизованности и трудовой аскезы своих предков. На языке философов эта метаморфоза личности обозначается как «превращение Эдипа в

Нарцисса» — переход от эпохи запретов и обязанностей к эпохе гедонистической расслабленности и потребительского самолюбования.

Мир вступает в новую парадигму, парадигму постмодерна, в которой функционирование всех сфер социальной жизни не может быть описано исходя из классики модерна. Экономические связи все больше смещаются в сторону виртуализации товара и капитала, а структура товарных отношений уступает место Сети. Место материальных объектов в экономических отношениях занимает то, что Ж. Бодрийяр назвал «симулякр» (копия, не имеющая оригинала).

Повсеместное распространение информационных технологий, сети Интернет привело к возникновению новой реальности, которая не обладает субстанциональной основой и воспринимается как текст. Для ее характеристики более подходит понятие «субстинентность», которое описывает нечто «как бы существующее, но как бы и не существующее, но вероятное». Симулякры имеют отношение к субстинентной реальности. Они существуют в топосе искусственно созданной среды, совершая смешение подлинного и мнимого бытия.

В состоянии постмодерна симулякры активно входят в экономическую сферу бытия. Это проникновение симулятивного вызвано новыми формами капитала, которых не существовало в модернистском обществе. От приобретения товаров и услуг индивиды, благодаря активному порождению потребностей средствами рекламы, обращаются к приобретению знаков, которые выступают в качестве символического блага.

Товар, который обладает низкой себестоимостью, получив ярлык с упоминанием известного бренда, становится в десятки и даже сотни раз дороже. Обладание товаром с престижным лейблом значительно повышает статус владельца, свидетельствует о его успешности, благополучии, материальном достатке.

Если в модернистском обществе богатство было связано с количеством материальных ценностей, то в постмодерне оно связано со знаковой системой, которая не обладает реальной стоимостью. Механизм замещения товара симулякром осуществляется по алгоритму, описанному у постструктуралистов, которые предлагают рассматривать текстовую реальность как единственно данную.

Перемещение товара из мира материального бытия в текст наделяет его свойствами знака, что ведет к изменениям стоимостных характеристик товара-знака. Естественно, завоевание теми или иными брендами популярности произошло не внезапно, на их превращение в симулякры (знаки, которые ценны сами по себе, без материального воплощения) затрачены силы и средства.

Зачастую бренды обладают и реальными преимуществами перед товарами «ширпотреба». На этом отличии и строится рынок постмодерна, который ряд ученых называют «рынок симулякров». Сегодня на этом рынке можно обнаружить следующий ассортимент симулякров: «товары-бренды», информационные симулякры (предлагаемые через СМИ, Интернет, новостные и развлекательные программы), предметы и услуги виртуального потребления.

Скачок в развитии информационных технологий постсовременного мира

позволил осуществлять массовое производство симулякров через активно появляющиеся рекламные агентства. Параллельно в постмодерне возникает попытка популяризации производства, которое ориентировано на немассового, индивидуального потребителя, но и этот процесс превратился в симулякр индивидуальности, получивший омассовление в рекламе.

XX век поставил перед экономикой серьезную проблему предела накопления капитала, для разрешения которой было найдено два способа: перераспределение прибыли в пользу общества или осуществление тотального контроля государства за всеми сферами социальной жизни. Оба решения потерпели неудачу в конце XX в., что привело к необходимости мировой капиталистической системы выходить на глобальный уровень по пути создания рынка симулякров. В этот же период потребность в симулякрах сложилась и у потребителя.

Ограничение в потреблении необходимых товаров длительного пользования и невозможность выйти за границу своих доходов позволило создавать симулятивное потребление. По мнению Ж. Бодрийера, симулякры вытекают из обмена, существовавшего еще в традиционном обществе премодерна. Однако такое видение естественного эволюционирования симулякров не находит поддержки в экономике. Так, А. Бузгалин, опираясь на диалектическую методологию, показывает, что система производства и потребления симулякров возникает на определенной стадии развития капитализма как превратная форма товара. Потребительская стоимость симулякра определяется его возможностью удовлетворять искусственно вызванные потребности. Эти потребности создаются рекламой симулякров, которая акцентирует внимание не на функциях товара, а на престижности брэнда. [2]

Сама по себе полезность товара или услуги (татуажа, фиш-пиллинга, фитнеса, йоги и т. д.) существует лишь в виде знака. В любом случае потребительская стоимость товара-симулякра создается не на производстве, а в процессе маркетинговой деятельности капитала по искусственному формированию потребности. Формирование симуляционной потребности как сознательная деятельность корпоративного капитала происходит в объективных условиях тотальности рыночного хозяйства, которое проникает практически во все сферы социальной жизни, включая частную, интимную и нравственную.

Пропагандируемый капиталом образ жизни, при котором все рассматривается как товар, если способен приносить прибыль, создает объективные условия для возникновения симуляционных потребностей. Содержательно рынок товаров (услуг) – симулякров позволяет повысить прибыль, когда объективные условия того или иного сектора экономики делают это невозможным.

Что касается меновой стоимости симулякра, то она не может быть основана на ничтожно маленьком труде по производству материального носителя. В случае товара-симулякра меновую стоимость будет формировать комплекс мероприятий, включающий его «раскрутку», информационное продвижение, создание его аудиально-визуальной формы – то есть знака.

«Однако подобный труд не является производительным, что позволяет утверждать, что у симулякра нет стоимости» [2]. Цена симулякра представляет собой форму иллюзии высокой стоимости предмета (виртуального объекта), которая умалчивает о своем содержании.

Процесс выделения формы и сокрытия содержания осуществляется искусственно, тем самым создавая симулятивную среду. Некоторые авторы, исследующие феномен создания симулятивной среды, употребляют метафору «социальный гипноз», что, на наш взгляд, не совсем корректно, так как гипноз подразумевает воздействие на подсознание человека.

Современный человек же делает выбор в пользу симулякра вполне осознанно, желая повысить или укрепить свой социальный статус, произвести впечатление, пробудить зависть.

Конечно, индивид тратит силы на приобретение не того, что нужно именно ему, а знака, но сознательно выбирая его, так как наличие этого знака свидетельствует о том, что индивид принял и усвоил правила игры и может быть ее участником.

В своем предельном выражении постэкономика представляет единый универсальный тип хозяйствования (глобальный рынок), позволяющий осуществлять системные операции в мировом экономическом пространстве: осуществлять контроль над распределением ресурсов, получать финансовые ренты и оптимизировать хозяйственно-сбытовые операции.

Формирование глобальной экономики упразднило одно из главных системных условий поступательного развития капитализма: наличие некапиталистического сектора как объекта экспансии капитала.

Таким образом, можно утверждать, что сегодня, в ситуации постмодерна, происходит отказ рынков от производства товарных отношений, упраздняется трудовая составляющая стоимостей. При этом и сами рыночные отношения превращаются в симулякр, иллюзию конкурентной борьбы, в чем заинтересованы корпоративные капиталы, которые используют стратегию иллюзорной новизны своего товара (услуги) для захвата новых рынков и имитирования конкуренции.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Румянцев М.А. Экономика общества постмодерна: критический анализ // Христианское чтение. - М., - 2012, с. 26-33.

2 Шляков А.В. Экономика постмодерна: от товаров к симулякрам // Общество: политика, экономика, право. - М., - 2016, с. 84-89.

КОНФЛИКТЫ, ИХ СУЩНОСТЬ, ПРИРОДА, ВИДЫ, СПОСОБЫ РАЗРЕШЕНИЯ И ВИДЫ КОНФЛИКТОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Конфликт — наиболее острый способ разрешения противоречий в интересах, целях, взглядах, возникающих в процессе социального взаимодействия, заключающийся в противодействии участников этого взаимодействия и обычно сопровождающийся негативными эмоциями, выходящий за рамки правил и норм.

В случае межличностного конфликта под сторонами понимаются лица или группы, а в случае внутриличностного — установки, ценности, идеи одного субъекта. Враждебные действия не обязательно должны быть намеренными — конфликты нередко начинают с конфликтогенов, которые люди допускают без всякого злого умысла.

Существует обыденное представление, что конфликт — это всегда негативное явление, вызывающее угрозы, враждебность, обиды, непонимание, то есть это нечто такое, чего по возможности следует избегать. Практика разрешения конфликтов между руководителем и подчинёнными разрушает так называемый «синдром покорности» — страх открыто высказывать своё мнение, отличное от мнения старших по должности.

Представление об оппоненте, как о «враге», его позиции — только как об отрицательной, а о своей позиции — как об исключительно положительной. Внутриличностный конфликт имеет место тогда, когда отсутствует согласие между различными психологическими факторами внутреннего мира личности: потребностями, мотивами, ценностями, чувствами и т. д.

Некоторые специалисты-психологи считают, что существуют конфликтные типы личности. Установление общих целей и формирование общих ценностей, то есть информирование всех работников о политике, стратегии и перспективах организации, а также о состоянии дел в различных подразделениях. Способность к компромиссу в управленческих ситуациях высоко ценится, так как уменьшает недоброжелательность и позволяет относительно быстро разрешить конфликт.

В таблице 1 представлены стратегии поведения в конфликтных ситуациях.

Сотрудничество, когда участники признают право друг друга на собственное мнение и готовы его понять, что даёт им возможность проанализировать причины разногласий и найти приемлемый для всех выход.

Как считает Г.М. Андреева, должна происходить замена одних — деструктивных — другими, более конструктивными.

Итак, конфликт это ситуация между двумя или более людьми, в которой каждый человек пытается отстоять свою точку зрения, но также могут и отступить.

Таблица 1. Стратегии поведения в конфликтных ситуациях

Стратегии поведения в конфликтных ситуациях				
Борьба	Уход	Приспособление	Компромисс	Сотрудничество
когда участник конфликта пытается заставить принять свою точку зрения во что бы то ни стало, его не интересуют мнения и интересы других	когда человек стремится уйти от конфликта	когда человек отказывается от собственных интересов, готов принести их в жертву другому, пойти ему навстречу	когда одна сторона принимает точку зрения другой, но лишь до определённой степени	когда участники признают право друг друга на собственное мнение и готовы его понять, что даёт им возможность проанализировать причины разногласий и найти приемлемый для всех выход

Конфликт – столкновение противоречивых или несовместимых сил, противоречие, возникающее между людьми, коллективами в процессе их совместной трудовой деятельности из-за непонимания или противоположности интересов, отсутствия согласия между сторонами. Каждый человек имеет свои цели, планы и интересы, которые могут расходиться с другими. Конфликт, возникающий в организации, называют организационным.

Конфликт – это развивающийся процесс, состоящий из нескольких этапов (см. таблицу 2).

Таблица 2. Этапы конфликта

Этапы конфликтов			
1 этап	2 этап	3 этап	4 этап
возникновение конфликтной ситуации	развитие конфликта	кризис и разрыв отношений между оппонентами	завершение конфликта различными способами и методами
В основе любого конфликта лежит ситуация, включающая либо противоположные позиции сторон по какому-либо вопросу, либо противоположные цели или средства их достижения, либо несовпадение интересов, оппонентов. Таким образом, конфликтная ситуация включает субъектов и объекты конфликта.	Объектив но возникающая конфликтная ситуация может закончиться путем устранения объекта, обусловившего ее появление.	Этот этап в свою очередь состоит из двух фаз: конструктивной и деструктивной.	

Безусловно, трудно предвидеть все многообразие конфликтных ситуаций, которые создает нам жизнь. Каждый организатор должен уметь максимально сгладить течение и результаты конфликта, чтобы ситуация решилась в пользу компании. Объект конфликтологии — гораздо более консервативное образование по сравнению с предметом.

В теории управления слово "конфликт" имеет множество толкований и

определений. Это слово в довольно близком, но не тождественном значении применяется в социальной психологии. Рассмотрены основные этапы конфликтной ситуации, влияние каждого этапа конфликта как на самих его участников, так и на функционирование организации в целом.

В таблице 3 представлены характерные черты конфликта.

Таблица 3. Характерные черты конфликта

Характерные черты конфликта		
противоречивые позиции сторон по тому или иному вопросу	противоположные цели, интересы, желания, влечения	различие в средствах достижения целей

Конфликт - это факт человеческого существования. Конфликт в организации - организационный конфликт - может принимать различные формы. Исследования показывают, что всех работников по приверженности к конфликтам можно разделить на три группы: устойчивые к конфликтам, удерживающиеся от конфликта и конфликтные. По данным английского исследователя менеджмента Роберта Брамса, только 10% работников являются трудными субъектами. Следует иметь в виду, что возникновение конфликта внутри организации не всегда следует рассматривать как негативное явление. В жизни не бывает бесконфликтных организаций. Важно, чтобы конфликт не был разрушительным. Однако следует иметь в виду и то обстоятельство, что отдельные, чаще всего межличностные конфликты носят разрушительный характер. Чтобы эффективно управлять конфликтом, необходимо знать не только природу, но и типы конфликтов, причины их возникновения.

Результат конфликта в основном зависит от того, насколько эффективно им управляет менеджер. Поэтому нужно знать не только природу, но типы конфликтов. И потому даже самая последовательная политика гуманизации на предприятиях и в учреждениях и лучшие методы управления не защитят от необходимости жить в условиях конфликтов.

В современной литературе существует множество классификаций конфликтов по различным основаниям. Каждый день у нас то и дело возникают конфликтные ситуации - на улице с прохожими, сбивающими нас с ног, в общественном транспорте с невежливым подростком, не уступившим место, на работе с завистливым коллегой или грубым начальником, дома, с неугомонными детьми и т.д. Они происходят как в больших компаниях, так и в маленьких фирмах.

В таблице 4 представлены виды конфликтов.

Таблица 4. Виды конфликтов

Виды конфликтов			
Межличностный конфликт	Внутриличностный конфликт	Межгрупповой	Между личностью и группой

Внутренний конфликт. Наиболее распространенной формой внутреннего конфликта является ролевой конфликт. Причиной такого конфликта может

являться перегрузка или недогрузка на работе. Межличностный конфликт. Самый распространенный вид конфликта. Обычно взгляды таких людей полностью различны. Конфликт между личностью и группой. Все общество делится на группы. Межгрупповой конфликт. Данный вид конфликта схож с предыдущим, однако отличие в том, что в этом случае конфликтует не один человек с группой людей, а группа против группы. Несомненно, конфликты поджидают нас везде, но не смотря на это, желаем вам всегда сохранять самообладание и с гордостью выходить с любой конфликтной ситуации!

С практической точки зрения проблема регулирования отношений формируется как задача изменения стереотипов поведения. Кроме того, один и тот же конфликт может быть и межличностным, и межгрупповым. Стратегия выхода из конфликта представляет собой основную линию поведения оппонента во время решения конфликта. Бесконфликтные отношения являются признаком отсутствия отношений как таковых, а не показателем хороших взаимоотношений.

В таблице 5 представлены пять способов поведения в конфликте (К.Томас).

Таблица 5. Способы поведения в конфликте (К.Томас)

5 способов поведения в конфликте (К.Томас)				
Подавление	Подчинение	Избегание	Компромисс	Сотрудничество
реализация своих интересов за счёт интересов других	одна из сторон жертвует своими интересами	уход от конфликта	стиль частичных уступок	решение полностью устраивающее обе стороны; требует умения сдерживать эмоции, выслушивать другую сторону, правильно излагать суть своих интересов

Пять основных способов разрешения межличностных конфликтов: 1) избегание, уклонение. 2) принуждение — в этом случае высокая напористость сочетается с низкой кооперативностью; 3) сглаживание — слабая напористость сочетается с высокой кооперативностью; 4) компромисс, сотрудничество — высокая напористость сочетается с высокой кооперативностью. Встречаются и другие способы разрешения межличностных конфликтов; 5) координация — согласование тактических подцелей и поведения в интересах главной цели или решения общей задачи. Однако подход к конфликту по принципу решения проблемы часто очень трудно соблюдать; 6) конфронтация как путь решения конфликта — вынесение проблемы на всеобщее обозрение. Сочетание стратегий определяет способ устранения противоречий, что лежит в основе конфликта. Важно взять инициативу на себя и попытаться поговорить с оппонентом. Если конфликт связан с целями, ценностями или интересами, не затрагивающими основ существования групп, то он является позитивным.

По отношению к отдельному субъекту конфликты бывают внутренними и внешними. Однако между сотрудниками нередко возникают противоречия, которые могут привести к возникновению конфликта. Конфликты на предприятии — это конфликты специфические, происходящие в условиях трудовой деятельности. Руководителю следует создать неофициальную,

дружескую обстановку для разрешения проблем своего работника, высказать свое мнение о сложившейся ситуации и убедить работника принять решение самостоятельно, если это его личные проблемы.

В зависимости от организационных уровней, к которым принадлежат стороны, конфликты делятся на горизонтальные – между отдельными направлениями деятельности в организации, между формальными и неформальными коллективами и т. п.; вертикальные – между различными уровнями иерархии, их большинство, около 70–80 %; смешанные, содержащие элементы как вертикальных, так и горизонтальных конфликтов.

Подводя итог можно сделать следующий вывод: главное не блокировать развитие противоречия, а пытаться устранить его мирными способами, тем самым решить его; при активном вмешательстве в конфликт он может иметь положительные последствия. Считается, что благодаря этому они лучше понимают работу друг друга. Интриги, как правило, тщательно продумываются и планируются, имеют свою сюжетную линию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анцупов А.Я. Конфликтология в схемах и комментариях: учебное пособие/ Анцупов А.Я., Баклановский С.В. -2-е изд., перераб. – СПб.; Питер, 2009. – 304 с.
2. Емельянов С.М. Практикум по конфликтологии. СПб: Питер, 2009 – 384 с.
3. Кабашов С.Ю. Урегулирование конфликтов интересов и противодействия коррупции на гражданской и муниципальной службе. – М.: «Инфра-М», 2012. - 192 с.
4. Конфликтология: Учебник / Под ред. Кибанова А.Я. –М.:Инфра-М, 2010.-301 с.
5. Конфликтология: Учебник / Под ред. В.П.Ратникова.-2-е изд./ перераб. и доп.-М.:ЮНИТИ, 2009.-511 с.
6. Решетникова К.В. Организационная конфликтология: учебное пособие. – М.: ИНФРА – М, 2010 – 175 с.
7. Сорокина Е.Г. Конфликтология в социальной работе; учебное пособие. - М.: Академия, 2009. – 208 с.

ПОКАЗАТЕЛИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

Экономическая эффективность – результативность экономической системы, которая выражается в отношении полезных конечных результатов ее функционирования к затраченным ресурсам. Складывается как интегральный показатель эффективности на различных уровнях экономической системы, которая в свою очередь является итоговой характеристикой функционирования национальной экономики [1].

В соответствии со стандартными определениями, экономическая эффективность характеризует ситуацию, когда имеет место достижение цели при использовании минимального количества средств или минимизация затрат при получении наилучшего результата, или получение наибольшей чистой выгоды. Цели и средства, а также, соответственно, выгоды и затраты – субъективные явления, у каждого индивида они специфичны. При стандартном определении «понятие эффективности не имеет смысла вне контекста преследования специфических целей» [2].

В современной политической экономике предлагается различать технико-экономическую и социально-экономическую эффективность.

Технико-экономическая эффективность определяется как соотношение эффекта и затрат, которые могут быть измерены, а социально-экономическая эффективность – как соотношение цели и средств ее достижения. Данное различие является примером применения диалектики и не проводится в данной работе.

Эффективность деятельности организации высшего образования является одним из показателей конкурентоспособности организации. В настоящее время образовательные организации все больше приобретают характеристики коммерческих организаций, предоставляя образовательные услуги, которые могут служить источниками дополнительного финансирования для образовательного учреждения, при осуществлении финансово-хозяйственной деятельности на рынке образовательных услуг.

В экономической литературе предпринималось довольно много попыток оценить эффективность результата деятельности образовательных учреждений – образования. Вопросам формирования сущности экономической эффективности в высших учебных заведениях посвящено большое количество трудов как отечественных, так и зарубежных ученых.

Среди ученых, занимавшихся данной темой, замечены такие авторы, как: Саяпина Н.Н., Заббарова О.А., Колосков С.С., Самочадин А.В., Григораш О.В., Салихова С. Ф и другие.

Предложенные авторами показатели эффективности вузов представлены в таблице 1.

Таблица 1. Показатели эффективности вузов, предложенные авторами научных работ

Авторы	Предложенные показатели эффективности вузов
Саяпина Н.Н.	- общие годовые доходы вуза от образовательного процесса; - показатель общей экономической эффективности; - показатель доходности работы; - ограничение безубыточной работы; - показатель эффективности затрат качества инновационного процесса; - экономическая эффективность внедрения инноваций; - время окупаемости инвестиционных затрат [3].
Гриненко С.В.	- показатели, которые описывают контингент учащихся в целом (общая численность студентов, численность по формам обучения, количество отчисленных студентов на конец отчетного периода в целом и по формам обучения, а также общее количество предоставленных академических отпусков и их распределение по формам обучения); - показатели нагрузки (нагрузка на преподавателей); - экономические показатели (среднегодовая заработная плата сотрудников, среднегодовая стоимость основных средств производства, коэффициент фондоотдачи, среднегодовая стоимость оборотных средств, коэффициенты оборачиваемости и общей рентабельности) [4].
Колосков С.С., Бабашенко В.Н., Самочадин А.В.	- скорость и производительность сервисов (авторизации и проч.), обеспечение высокого уровня доступности и устойчивости при управлении непредсказуемым трафиком, задержки установления сессий и обрывы связи, качество обслуживания пользователей ИТ-подразделением; - снижение затрат на масштабирование университетской сети посредством использования существующих средств контроля доступа для реализации политик безопасности на новых сетевых устройствах уровня доступа; - снижение затрат на организацию сетей передачи данных для вспомогательных систем (например, систем видеосвязи), для чего необходимо подключение компонентов указанных систем в общую сеть передачи данных; - снижение издержек при реализации угроз информационной безопасности по отношению к объектам корпоративной сети путем повышения оперативности принятия управленческих решений администраторами информационной безопасности за счет централизации механизмов управления политиками безопасности сети, а также консолидации сведений о субъектах и событиях доступа [5].
Григораш О.В.	Показатели первого этапа оценки эффективности вузов: - научно-педагогические кадры; - материально-техническая база; - учебно-методическое обеспечение; - научно-исследовательская деятельность; Показатели оценки эффективности вузов второго этапа: - Качество подготовки студентов; - Профессиональная подготовка ППС; - Активность студентов (воспитательная работа); - Трудоустройство выпускников [6].

Как видно из таблицы 1, в статье Саяпиной Н.Н. [3] приводится алгоритм экономического исследования образовательного процесса. Важнейшим преимуществом описанного в статье алгоритма является то, что на его основе можно оценивать не только экономическую эффективность реально существующих образовательных процессов, но и перспективность организационных, управленческих, педагогических и иных инноваций на стадий их разработки.

Автор Заббарова О.А. [7] в своей статье предлагает классификацию критериев эффективности деятельности бюджетных учреждений и организаций, в которой рассмотрена модель построения показателей комплексного анализа эффективности, основанная на системном подходе к деятельности организации, финансируемой из бюджета. В научной статье автор предлагает ввести в показатели эффективности индикаторы, которые отражают требования собственника (государства), связывающие с рыночными альтернативами на текущий момент и эффективностью использования бюджетных средств.

Гриненко С.В. [4] отмечает, что в систему оценки эффективности деятельности вузов должны быть включены показатели, которые бы описывали уровень организации образовательного процесса (количество студентов на 1 преподавателя определенного ученого звания, качественные оценки и др.). Автор предлагает модель SPACE для вузов, которая предполагает оценку положения предприятия в соответствии с 4-мя группами факторов – каждая группа факторов оценивается в балльной оценке, на основании которой строится график, характеризующий стратегическое положение компании.

В статье Григораша О.В. [6] раскрываются недостатки принятых показателей оценки эффективности деятельности вузов и предлагаются научно обоснованные показатели, с помощью которых можно оценить способность вуза организовывать качественную подготовку выпускников. Автор делает попытку пояснить, что принятие решения о понижении статуса вуза или о его сокращении, при несоответствии трем показателям оценки эффективности может привести к непоправимой ошибке, где из образовательного процесса страны могут быть вычеркнуты научно-педагогические коллективы с многолетними традициями и выдающимися результатами работы.

В статье авторов Салиховой С. Ф., Мутракова О. С. и Губайдуллина А.М. [8] рассмотрены различные взгляды ученых-экономистов, исследователей, научные труды которых посвящены развитию сферы услуг, оценке эффективности деятельности предприятий сферы услуг. Авторами изучены различные подходы к группировке показателей эффективности сферы услуг, позволяющие выстроить грамотную политику анализа эффективности предприятий. Авторы обосновали необходимость использования как наиболее применимого для оценки эффективности сферы услуг критерия - показателя «качества обслуживания».

В данной работе предполагается, что упомянутые исследователи имеют в виду институциональную эффективность, или эффективность способов общественного взаимодействия. На сегодняшний момент, важно отметить, что термин «эффективность» - многоаспектное понятие, и оценка эффективности

деятельности любой организации зависит от степени познания сущности этого явления.

Проанализировав статьи авторов про экономическую эффективность высшего учебного заведения, стоит отметить, что сложно, практически невозможно, определить единую систему показателей эффективности вуза, так как все авторы предлагают свою методику, разработанную для разных вузов.

Подходы к возможности применения для исследования эффективности вузов, выделенные в данной работе, значительно различаются между собой, и не все из них одинаково применимы в исследовании эффективности вузов.

В современных условиях в оценке экономической эффективности необходимо учитывать значение инноваций и изменения доступного количества ресурсов. На сегодняшний момент, наиболее актуальными становятся те концепции эффективности, которые уделяют большое внимание экономическим изменениям, институциональной динамике и адаптации институтов.

Применительно к государственным техническим вузам, например, для Восточно-Казахстанского государственного технического университета им. Д. Серикбаева, наиболее подходящим методом для расчета экономической эффективности вуза, по моему мнению, является метод, предложенный автором Саяпиной Н.Н.

Методика работы с показателями, которые предлагает автор, позволяет стандартизировать экономические исследования различных по содержанию и объему образовательных процессов, и основана на редуктивно-конструкторской модели исследования образовательных процессов, которая предполагает использование следующего алгоритма:

- уточняют объемы суммарных показателей учебной нагрузки, которую требуется выполнить вузу для того, чтобы подготовить одного специалиста по какой-либо конкретной специальности, выделяются объемы нагрузок по отдельным дисциплинам и производится расчет удельных часовых нагрузок на одного студента (редуктивная часть модели);

- расчетным путем определяют удельные затраты вуза на один час обучения студента по какой-либо конкретной дисциплине;

- в соответствии с рабочим учебным планом рассчитывают затраты на обучение одного студента по каждой дисциплине, входящей в учебную программу, которую реализует вуз для подготовки специалиста по конкретной специальности;

- суммированием затрат на обучение одного студента по каждой дисциплине определяют общие затраты вуза на подготовку одного специалиста i -той специальности (конструкторская часть модели).

Другими словами, модель образовательного процесса разбивается (редуцируется) на конечные минимальные блоки, из которых после экономического описания каждого блока, конструируется экономическая модель образовательного процесса требуемой дисциплины или специальности [2]. Следовательно, данный метод позволит более точно определить годовые расходы и доходы вуза от образовательного процесса, что значительно влияет на экономическую эффективность деятельности высшего учебного заведения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Центр управления финансами / Экономическая эффективность. [Электронный источник] URL: <https://center-yf.ru>
- 2 Rotbard M. The myth of efficiency // Time, Uncertainty, and Disequilibrium / M. Rizzo (ed.). Lexington, Massachusetts, D.C. Heath, 1979.
- 3 Саяпина Н.Н. Оценка экономической эффективности деятельности вуза // Вестник ОмГУ. Серия: Экономика, 2010 - №3.
- 4 Гриненко С.В. Оценка эффективности деятельности вуза в современных условиях // Известия ТРТУ. Тематический выпуск «Актуальные проблемы экономики, менеджмента и права», 2004. – № 4.
- 5 Колосков С.С., Бабешко В.Н., Самочадин А.В. Ключевые показатели эффективности при управлении образовательными организациями с использованием технологии MDM и BYOD // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Сер.: Информатика. Телекоммуникации. Управление, 2015 - № 6.
- 6 Григораш О.В. О показателях оценки эффективности деятельности вузов // Политематический сетевой электронный научный журнал, 2014.
- 7 Заббарова О.А. Экономическое содержание критерия эффективности деятельности бюджетных организаций //Аудит и финансовый анализ, 2007-№ 5.
- 8 Салихова С. Ф., Мутраков О. С., Губайдуллин А. М. Показатели экономической эффективности деятельности предприятий сферы услуг // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика, 2016. №3.

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ӨНЕРКӘСІПТІК САЛАНЫҢ ҰЛТТЫҚ ҚАУІПСІЗДІГІН ҚАМТАМАСЫЗ ЕТУ

Бүкіл әлемде азық-түлік қауіпсіздігі ұлттық қауіпсіздіктің негізі және экономиканың аграрлы секторының дамуының маңызды бағыты болып табылады. Мемлекеттің өзінің азық-түлік қоры болмаса, қалған ұлттық қауіпсіздікті құраушы элементтер негізін жоғалтады.

Азық-түлік қауіпсіздігі ұлттық экономикалық қауіпсіздіктің бір бөлігі ретінде қарастырылады, оның мәні сапалы экономикалық өсу деңгейін тұрақтандыруды қамтамасыз ету, яғни мемлекеттің тұрғындары мен қоғам қажеттіліктерін қамтамасыз ете отырып, жеткілікті мемлекеттік резервті, белсенді төлем және сауда теңгерімдерін қолдану болып табылады. Жалпы экономикалық қауіпсіздікті шешпей тұрып мемлекеттің ішкі экономикалық және әлеуметтік міндеттерін шешу қиын, сонымен қатар әлемде болып жатқан үрдістерге әсерін тигізу, ел алдында мемлекеттік мүддені қорғау да қиын болады. Міне, сондықтан да азық-түлік қауіпсіздік мәселесін қазіргі таңда аграрлық сектордағы реформалармен және экономикалық қауіпсіздікті шешетін механизмімен тығыз сабақтастыра қарауымыз қажет. Сондай-ақ, азық-түлік қауіпсіздікті халықаралық және мемлекеттік елеулілігі басым жаһандық мәселе ретінде қарастыруымыз қажет. Сонымен, қазіргі қоғамға азық-түлік қауіпсіздік ең маңызды мәселе ретінде қарастырылады. Себебі, біріншіден, қоғамды азықпен қамтамасыз ету физикалық тұрғыда тұрғындарды тіршілік әрекетімен қамтамасыз ету; екіншіден, азық-түлік қауіпсіздігі мемлекеттің саяси тәуелсіздігін және экономикалық тұрақтылықты анықтайтын, оның ұлттық-мемлекеттік құзыреттілігіне еш әсерін тигізбей өзінің тұрғындарының біріншілік қажеттілігін қамтамасыз ету қабілеттілігін анықтайтын ұлттық қауіпсіздіктің бір бағыты болып табылады.

2010 жылдың 1 ақпанында Президент жарлығымен бекітілген Қазақстан Республикасының 2020 жылға дейінгі Стратегиялық даму жоспарында жуырдағы онжылдықта азық-түлік қауіпсіздік мәселесі тұрақты мәселеге айналып, бүкіл әлем одақтары назар аударатын болады деп бекітілген. Соған байланысты Қазақстан Республикасының азық-түлік қауіпсіздік жүйесін зерттеу, сонымен қатар ұлттық экономиканың агроөнеркәсіп кешенін басқару жүйесін жетілдіру бойынша ұсыныстар әзірлеу өзекті мәселелердің бірі екені анықтайды.

Қазіргі таңда әлемдік ауқымдағы азық-түлік тапшылығы мәселелерін шешуде Қазақстанның аса маңызды рөлі биік мінбелерде аз айтылып жүрген жоқ. Еліміздің осы тұрғыдағы мүмкіндіктері сөз болғанда, ең алдымен агроөндіріс кешенін дамыту үшін шешуші мәнге ие жеріміз бен табиғи мол ресурстарымыз әңгіме арқауына айналады. Содан кейін саланың мемлекет тарапынан үлкен қолдауға ие болып отырғаны, инвестициялардың көптеп тартылуы айтылады.

Бүгінде осы аталған артықшылықтар соңғы жылдары елімізді астық пен

ұн экспорттауда көшбасшы елдер қатарына қосты. Бұл жөнінде нақтылай сөйлесек, астық экспорттаушы үздік 10 мемлекеттің арасындамыз. Еліміз өзге мемлекеттерге жыл сайын 8 млн тонна астық жөнелтеді. 2017 жылы елімізде жиналған астықтың жалпы көлемі 20,6 млн тоннаға жетуі біздің әлеуетіміздің ешкімнен кем емес екенін білдіреді. Ол ішкі сұранысты қамтамасыз етуге де, сыртқа шығаруға да жетеді. Тағы бір айта кетер жайт, соңғы 4 жыл бедерінде еліміздің дурум бидайының экспорттық үлесі 280 мың тоннаға (2014 ж. – 170 мың тонна, 2017 ж. – 450 мың тонна) ұлғайған. Қазақстан ұн экспорттауда да алдыңғы қатарда тұр. Бүгінде өз бидайын 35 елге жеткізіп отырған Қазақстан тасымалдау жүйесіне де баса назар аударып, көлік-логистика саласын әртараптандыру мақсатында жүйелі жұмыстар жүргізді.

Бұл шаралардың нәтижесінде еліміздің халықаралық нарыққа шығу мүмкіндіктері молайып, өзінің ауыл шаруашылығы өнімдерін экспорттауы еселей түсуде. Бұған мысал ретінде Ақтау, Баку порттарында салынған астық терминалдарының қызмет көрсетіп тұрғанын, Иранға Түрікменстан арқылы өтетін темір жолдың да құрылысы аяқталуға жақын қалғанын, Қорғас шекарасы арқылы өтетін темір жол ел мүмкіндіктерін арттыруда.

Сонымен азық-түлік қауіпсіздігі ел тұрғындарының нақты өмір сүру жағдайына қажетті және мемлекеттің егемендігін сақтап қалудың басты шарты болып табылады.

Агроөндірістік саласындағы мемлекеттің ұлттық қызығушылығына келесілерді жатқызуға болады:

- тамақ пен қайта өңдеу өнеркәсібі, ауыл шаруашылық үшін материалды-техникалық базаны және өз тамақ өнімдерін өндіру жағдайына қажетті деңгейде болуы;
- сыртқы және ішкі жағымсыз факторларға қарамастан мемлекеттік азық-түлік резервін жаңарту және толықтыру қажет;
- өндірілетін және таратылатын тамақ өнімінің сапасы мемлекеттік стандарттарға сай және қауіпсіздігі қамтамасыз етілуі қажет;
- халықтың салауатты өмір сүруінің жоғары сапасы мен ең төменгі өмір сүру деңгейінің қажеттілігі;
- экспортқа бағытталған бәсекеге қабілетті азық-түлік өнімін өндірудің жеткен көлемін сақтау және оны кеңейту, барлық деңгейде аграрлық секторды басқарудың тиімді жүйесін құру;
- азық-түлік кешенінде бірегей ғылыми-техникалық саясат;
- азық-түлік нарығын мемлекеттік бақылауды іске асыру, соның ішінде тамақ өнімдерін өндіруді, ішкі және сыртқы жеткізілімдерді, сонымен қатар қорларды бақылау.

Қазақстанның азық-түлік қауіпсіздігінің экономикалық қауіпсіздік аспектісінде қарастыру өте маңызды мәселелердің бірі болып табылады, себебі бұл үрдісте ауыл шаруашылық өндірісін дамытудың нақты тенденциялары, ішкі нарықтың жағдайы және ондағы тұтынушылардың жағдайы көрсетілген, сонымен қоса ұлттық экономикадағы азық-түлік әлемдік нарыққа тәуелділік деңгейін анықтайды, ел дамуында ішкі және сыртқы факторларды ескере отырып мемлекеттік стратегия механизмін қолданады. Азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету азық-түлік саласында дағдарысты ескертуге, тамақтанудың

физиологиялық мөлшер деңгейінде өмір сүруге қажетті өнімдермен халықтың қажеттілігін қанағаттандыруға бағытталған экономикалық, ұйымдастырушылық және басқа да шараларды дайындау және жүзеге асыру арқылы жеткізіледі.

Азық-түлік қауіпсіздік қажетті деңгейін қамтамасыз ететін саясатты қалыптастыру теориялық және әдіснамалық ережелерге негізделген болуы қажет, ал оның жүзеге асуы әлеуметтік-экономикалық жағдайдағы жұмыс үшін қажетті тауар өндірушіге көмек көрсету арқылы жүргізілуі керек.

Басқа сөзбен айтқанда, азық-түлік қауіпсіздігі дегеніміз ел тұрғындарының азық-түлікке кепілді қолжетімділік ғана емес, сонымен қатар мемлекет өз ресурстары арқылы ағымды және төтенше қажеттіліктерді тамақ өнімдерімен қамтамасыз ету қабілеті.

Азық-түлік қауіпсіздігі мемлекеттік және аймақтық деңгейде кешенді шараларды жүзеге асыру арқылы нәтижеге жетеді. Мемлекеттік деңгейде келесідей шаралар кешені арқылы көрсетуге болады:

- Үкімет азық-түлік қауіпсіздігі саласында бірыңғай мемлекеттік саясатты жүргізу керек;

- азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз етудің мақсатты бағдарламаларын дайындау және жүзеге асыру;

- ҚР азаматтарына тамақ өнімдерін өндіру және оны тарату сапасы мемлекеттік стандарттар талаптарына сай болуын қамтамасыз ету;

- мемлекеттік азық-түлік резервін басқару;

- азық-түлік дағдарысы жағдайында ҚР атқарушы билік органдарының, халықты қорғау саласында ҚР аймақтарында атқарушы билік органдарының мақсаттары мен міндеттерін анықтау;

- халықты өмір сүруге қажетті тамақ өнімдерімен қамтамасыз ету туралы мәліметтерді жинау және талдау, сондай-ақ азық-түлік қауіпсіздік саласында жағдайды дамытуды болжамдық бағалау жұмыстарын жүргізу.

Аймақтық билік органдары деңгейінде келесідей іс-шаралар жүргізіледі:

- аймақтық ерекшеліктерді ескере отырып азық-түлік қауіпсіздік саласында бірыңғай мемлекеттік саясатты жүзеге асыру;

- мемлекеттік мақсатты бағдарламаға енгізілмеген белгілі бағыттар бойынша өзіндік мақсатты бағдарламалар қалыптасады және жүзеге асырылады;

- ҚР аймақтарында азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ететін мемлекеттік органдарының қызметтерін үйлестіру.

Сонымен, азық-түлік қамтамасыз ету жүйесі бір-бірімен байланысқан функционалдық, ұйымдастырушылық, ресурстық және технологиялық белгілері бар құрылымдық жүйелер ретінде қарастыруға болады.

Бірінші жүйе тамақтану дәстүрі мен табиғи климаттық жағдайды ескере отырып әртүрлі топтағы тұрғындар үшін тамақ өнімдерін тұтыну мөлшерін нақтылауды кіргізетін, сонымен қатар азық-түлікке қажеттіліктің әсер ету факторларын нақтылайтын, тамақ өнімдеріне қажеттіліктерді анықтау болып табылады.

Екінші жүйе мемлекеттік азық-түлік резервін және азық-түлік қорын құру арқылы елдің азық-түлік ресурстарын (қорларын) қалыптастыруға бағытталған; халықты тамақ өнімімен қамтамасыз ету; азық-түліктің экспортын

ұлғайтып, импортын қысқарту; өнімнің сақталуын жоғарылату.

Үшінші жүйеге азық-түлік өндірісі жатқызылады, бұл жағдайда мемлекет өзінің тамақ өнімімен қамтамасыз ететін ауыл шаруашылық өнім өндірісі көлемінің өсуі; тамақ өнімдері өндірісінің және ауыл шаруашылық өнімін қайта өңдеу көлемін ұлғайту; табиғи ортаны ұдайы өндіріс жағдайын қамтамасыз етуі; экологиялық таза өнімді өндіру параметрлері арқылы талдау жүргізіледі.

Төртінші жүйеде қарастырылған ассортименттер қажетті азық-түлік өнімдерін түсіру маусымдық және территориялар бойынша тең қамтамасыз ету арқылы; ауыл шаруашылық өнімдері мен азық-түлік тауарлар нарығын қалыптастыру; ауыл шаруашылық өнімдері мен азық-түлік тауарларды тасымалдау және сақтау жүйесін дамыту елдің аймақтары арасында азық-түлік ресурстарын бөлуде жүзеге асырылады.

Бесінші жүйе халықтың тамақтануын оңтайландыру және оның балансталған деңгейін жоғарылату, азық-түлік тауарлар ассортиментін жетілдіру, тамақ өнімдері қауіпсіздігінің сапасын жоғарылату, барлық негізгі азық-түлік тауарларды ұтымды көлемде тұтыну жүйесі болып табылады.

Алтыншы жүйеге азық-түлікпен қамтамасыз ету үдерісін басқаруды жатқызуға болады. Мұнда ол бір-бірімен байланысты жүйе асты қызмет ететін; азық-түлік тауарларын қалыптастыру мен тауар қозғалысы мерзімдерін қысқарту; ақпараттық қамтамасыз етуді ұйымдастыру; басқару объектілерінің нақты жағдайын берілген нормативке сәйкестігін бақылауға және оны түзетуге бағытталған.

Мемлекеттің азық-түлік қауіпсіздігі біріншіден, ауыл шаруашылық өндіріс әлеуеті базасына байланысты және агроөнеркәсіп кешенін енгізетін азық-түлік өндірісі саласын инвестициялау. Азық-түлік қауіпсіздік жағдайын талдау ауыл шаруашылық өндірісі деңгейінің жоғарылауына немесе соны қолдаумен байланысты мәселелерді мұқият білуді талап етеді. Олардың арасында ең негізгісі болып табылады:

- халық саны;
- азық-түлік өндірісі үшін жер базасы;
- дақылдардың шығымдылығы және агрофералық күйі.

Мемлекет пен аймақтарда азық-түлік қауіпсіздігінің жағдайын бақылау мақсатында мониторинг жүйесін жүргізу қажет, сонымен қатар көрсеткіштер қатарын, жинау ретін, ақпараттарды өңдеу мен талдауды белгілеу. Қазақстандағы ауыл шаруашылық өнім экспортын дамыту және тағам мен қайта өңдеу өндірісі өнімдері үшін келесідей шаралар кешенін жүзеге асыру қажет:

- экспорттық әлеуеттің дамуы мен импортты оңтайландыру жолдары арқылы АӨК өнімдері сыртқы саудада құрылымын өзгерту;
- мемлекетте дәстүрлі түрде өндірілетін өнімдерін және оларды өндіретін шикізаттар импортын азайту;
- жетіспейтін көлемде отандық ауыл шаруашылық өнімдерін өндіруге импортты квоталау жүйесін қолдану;
- экспортты субсидиялау.

Азық-түлікпен өзін-өзі қамтамасыз ету – ең алдымен, сыртқы саудаға

байланысты, ең аз тәуекелмен ішкі жеткізу жолдары арқылы қажеттеліктерді қанағаттандыру. Елдің азық-түлікпен өзін-өзі қамтамасыз ету дәрежесі жету үшін республиканың барлық әлеуметтік тұрғандар тобы үшін көптеген өнімдердің қол жетімділігіне кепілдік беру арқылы қол жетімді баға деңгейінде халықтың қажеттілігін қанағаттандыра алуы мақсатында сапалы өнімдер өндірісін қалыптастыру қажет.

Азық-түлік қауіпсіздігін қолдау және қамтамасыз ету мақсатында келесілерді дамыту қажет:

- ауыл шаруашылық кешені экономикасын мемлекеттік реттеу;
- баға механизмі;
- қаржы-несие механизмі;
- салық жүйесі;
- агромаркетинг.

Сонымен, азық-түлік қауіпсіздігі – кез келген мемлекеттің ұлттық қауіпсіздігінің негізін қалаушы вектор және экономикалық әл-ауқатының ажырамас бөлігі. Азық-түлік қауіпсіздігі ұлттық, экономикалық, әлеуметтік, демографиялық және экологиялық факторлардың кең көлемін қамтитын болғандықтан мемлекеттік саясатың басым бағыты болып саналады. Осыған байланысты мемлекеттің әлеуметтік-экономикалық жүйесі оның кепілділігін қамтамасыз ету үшін ішкі ресурстар мобильділігіне негізделген азық-түлік қауіпсіздігімен тығыз байланысты.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1 Қазақстан Республикасының 2020 жылға дейінгі Стратегиялық даму жоспары. Қазақстан Республикасы Президентінің 2010 жылғы 1 ақпандағы №922 Жарлығы.

2 Ертазин Х. Проблемы обеспечения продовольственной безопасности Республики Казахстан в рыночных условиях // Экономика и статистика. – 2012.

3 Колесняк А. Продовольственное обеспечение как система // Международный сельскохозяйственный журнал. — 2005. — № 2.

4. Кайгородцев А.А. Экономическая и продовольственная безопасность Казахстана. Вопросы теории, методологии, практики: монография / А.А. Кайгородцев. – Усть-Каменогорск: Медиа-Альянс, 2006.

РАЗРАБОТКА ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Стратегия в общем виде – это детальный комплексный план, предназначенный для выполнения миссии предприятия, достижения ее целей; указание о том, как перевести предприятие оттуда, где оно находится сейчас, туда, где оно хочет находиться; это средство достижения желаемых результатов. По форме – это разновидность управленческих документов, представленных в виде графиков, таблиц, описаний. По содержанию – стратегия это модель действий, инструмент достижения целей предприятия. Стратегия предприятия должна постоянно развиваться, так как невозможно продумать заранее все до мелочей и затем долго жить без изменений. Всегда возникает что-то новое, на что надо реагировать, и в результате этого открываются новые стратегические перспективы. Поэтому задачи изменения стратегии постоянны [1].

Во-первых, любая стратегия и любой элемент стратегии основан и предваряется разработкой прогнозов. Без прогнозирования невозможно ни стратегически мыслить, ни стратегически действовать, ни стратегически побеждать.

Во-вторых, в настоящее время невозможно назвать мировые лидирующие крупные компании без четких долгосрочных целей, миссии и стратегии. В сфере экономики выживание – это одна из важнейших целей и условий существования каждого предприятия. Этой истины еще не поняли у нас многие предприниматели, управленцы, учредители и акционеры, которые не думают о целях своего бизнеса и планах его развития на 3, 5, 10, 15 лет вперед.

В-третьих, сейчас, в эпоху «информационной конкуренции», когда информация является одним из важнейших ресурсов, в эпоху «информационной цивилизации» (другое название – цивилизации знаний) период потери ценности информации становится в несколько раз короче человеческой жизни. Непрерывно нарастает напряжённость и неопределённость среды, менеджеры всё чаще сталкиваются со стратегическими неожиданностями, ограниченностью ресурсов, трудностью выбора альтернатив. Достаточно трудно сделать правильный прогноз и планировать будущую деятельность, однако цель должна быть всегда, и она, несомненно, присутствует, возможно, на интуитивном уровне.

В-четвертых, развитие – одна из основных целей предпринимательства. Бизнесменом движет, в первую очередь, стремление добиться успеха, движение вперед вопреки неопределённости ситуации. Однако только воли к победе недостаточно. Никогда не поздно понять и осмыслить текущую ситуацию в бизнесе, идею бизнеса, стремления и ожидания грядущих перемен, а также то, ради чего невозможно будет выжить завтра. Знания, накопленные различными школами менеджмента, и реальные примеры успешных реализаций стратегий показывают высокую роль стратегического планирования в процессе управления современной организацией.

В-пятых, по мнению многих западных авторов теории менеджмента, управление – это процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый для того, чтобы сформулировать и достичь целей организации [2]. Долгосрочное стратегическое планирование является «признаками хорошего менеджмента» XXI века. Из всех задач менеджмента самая важная – разработка долгосрочной стратегии, эффективных методов конкуренции и ведения бизнеса и осуществления всех мероприятий, необходимых для последовательной и качественной реализации этой программы. Удачная стратегия и её умелая реализация – самые верные признаки качественного управления. Задача менеджмента компании – адаптироваться к неожиданным изменениям условий [3].

Итак, стратегия – это система управленческих решений, определяющих перспективные направления развития предприятия, сферы, форм и способов его деятельности в изменяющейся среде и порядок распределения ресурсов для достижения поставленных целей. Определение стратегии для предприятия принципиально зависит от конкретной ситуации, в которой оно находится. Но в общем случае известны три основных подхода к выработке стратегии поведения организации на рынке.

Первый подход связан с лидерством в минимизации издержек производства. Данный тип стратегий связан с тем, что предприятие добивается самых низких издержек производства и в реализации своей продукции. В результате этого оно может за счет более низких цен на аналогичную продукцию добиться завоевания большей доли рынка. Фирмы, реализующие такой тип стратегии, должны иметь хорошую организацию производства и снабжения, хорошую технологию и инженерно-конструкторскую базу, а также хорошую систему распределения продукции [4].

Второй подход к выработке стратегии связан со специализацией производства продукции. В этом случае предприятие должно вести высокоспециализированное производство и качественный маркетинг, чтобы стать лидером в своей области. Это приводит к тому, что покупатели выбирают продукцию данного предприятия, даже если цена её достаточно высокая.

Третий подход относится к фиксации определенного сегмента рынка и концентрации усилий предприятия на выбранном рыночном сегменте. В этом случае детально выясняются потребности определенного сегмента рынка в определенном типе продукции.

Предприятие может стремиться к снижению издержек либо проводить политику специализации в производстве продукции. Возможно и совмещение этих двух подходов. Но обязательно, чтобы предприятие строило свою деятельность лишь на анализе потребностей клиентов определенного сегмента рынка.

Успех организации обеспечивается хорошо продуманной стратегией и высоким качеством ее выполнения. Сформулированная стратегия сама по себе не гарантирует успеха. Хорошая стратегия и ее умелая реализация за счет эффективных действий – вот, что необходимо для достижения намеченных результатов. Можно разработать сильную стратегию, но не претворить ее в жизнь, или удачно осуществить посредственную стратегию. В обоих случаях

организация не использует все имеющиеся возможности. Путь к успеху – блестяще выполненная хорошая стратегия.

Определяющими элементами стратегии являются решения о размещении ресурсов, адаптация к внешней среде, внутренняя координация, создание длительных конкурентных преимуществ [5].

Основой успеха в бизнес-деятельности является создание будущего устойчивого конкурентного преимущества, которое определяется способностью организации предложить товар или услугу, превосходящие по воспринимаемой потребителями ценности товар или услугу конкурентов. Поэтому стратегическое управление направлено на достижение таких конкурентных преимуществ организации, определенных на основе предвидения возможных изменений окружающей среды и организационного потенциала путем координации и распределения ресурсов.

Стратегическое планирование – это одна из функций управления, которая представляет собой процесс выбора целей предприятия и путей их достижения (рисунок 1) [5].

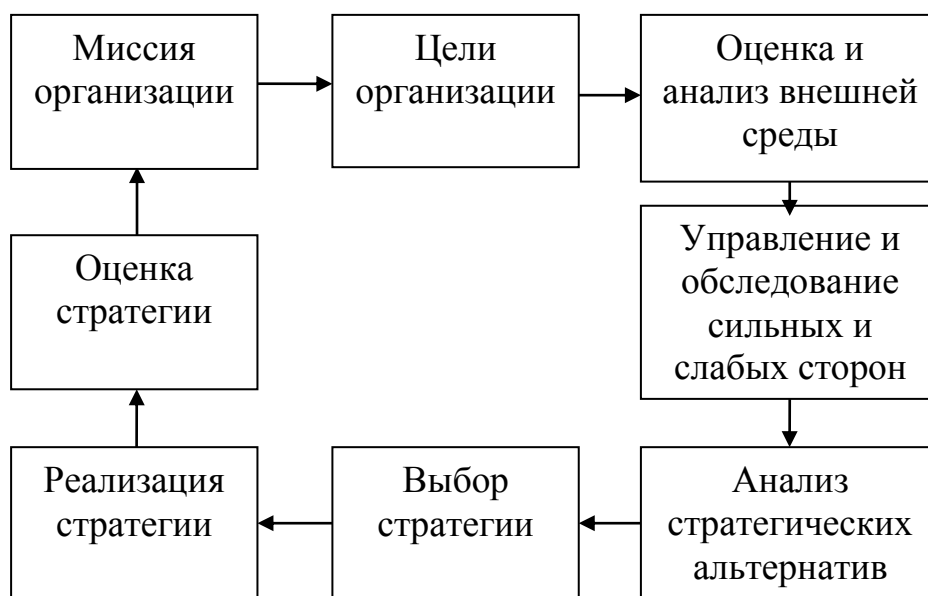


Рисунок 1 – Процесс стратегического планирования

Стратегическое планирование является фундаментом при подготовке всех управленческих решений, функции предприятия, мотивации и контроля.

Известны две различные трактовки стратегии. Под первой понимается долгосрочный план достижения цели. Такой подход основывается на том, что все изменения предсказуемы, все происходящие в среде процессы детерминированы и поддаются полному контролю и управлению. Во второй трактовке под стратегией понимается долгосрочное качественно определенное направление развития предприятия, касающееся сферы, средств и формы ее деятельности, системы взаимоотношений внутри предприятия, а также позиции предприятия в окружающей среде, приводящее предприятие к целям.

При этом исключается детерминизм в поведении предприятия, предполагается свобода выбора с учетом изменяющейся ситуации.

После раскрытия сущности понятий «стратегия организации», «стратегическое планирование» перейдем к рассмотрению сущности стратегического управления (рисунок 2).



Рисунок 2 – Сущность стратегического управления

Стратегическое управление – это такое управление организацией, которое опирается на человеческий потенциал, как основу организации, ориентирует производственную деятельность на запросы потребителей, гибко реагирует и проводит своевременные изменения в организации, отвечающие вызову со стороны окружения и позволяющие добиваться конкурентных преимуществ, что в совокупности дает возможность организации выживать в долгосрочной перспективе, достигая при этом своих целей.

Стратегическое управление не может быть сведено к набору рутинных правил, процедур и схем. У него нет теории, которая предписывает, что и как делать при решении определенных задач или же в определенных ситуациях. Стратегическое управление – это скорее определенная философия или идеология бизнеса и менеджмента. И каждым отдельным менеджером оно понимается и реализуется в значительной мере по-своему. Конечно, существует ряд рекомендаций, правил и логических схем анализа проблем и выбора

стратегии, а также осуществления стратегического планирования и практической реализации стратегии.

Стратегический план должен обосновываться обширными исследованиями и фактическими данными. Чтобы эффективно конкурировать в сегодняшнем мире бизнеса, фирма должна постоянно заниматься сбором и анализом огромного количества информации об отрасли, рынке, конкуренции и других факторах. Современный темп изменения и увеличения знаний является настолько большим, что стратегическое планирование представляется единственным способом формального прогнозирования будущих проблем и возможностей. Оно обеспечивает высшему руководству средство создания плана на длительный срок. Знание того, чего организация хочет достичь, помогает уточнить наиболее подходящие пути действий, формальное планирование способствует снижению риска при принятии решения.

Обобщая рассмотренные особенности, можно выделить следующие преимущества стратегического подхода к управлению:

- обеспечение направленности развития всей организации посредством постановки целей и задач;
- гибкая реакция и своевременные изменения в организации, отвечающие вызову со стороны окружения и позволяющие добиваться конкурентных преимуществ, что дает возможность организации выживать в долгосрочной перспективе и достигать своих целей;
- возможность для руководителей оценивать альтернативные варианты распределения ресурсов организации и принимать скоординированные решения на всех уровнях управления, связанных с действующей стратегией.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Виханский О.С. Стратегическое планирование: Учебник, М.: Гардарики, 2000 – 296с.
- 2 Маслов Е.В. Управление персоналом предприятия / Е.В. Маслов - М.: ЛТД. 1998-246с.
- 3 Портер М. Международная конкуренция / Пер. с англ. М.: Международные отношения, 1993.
- 4 Прокопчук Л. О. Стратегическое планирование / Л.О. Прокопчук // Учебное пособие для вузов. – Сб.: Издательство Михайлова В. А., 2000.–351с.
- 5 Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов / Перевод с англ. Под ред. Зайцева Л. Г., Соколовой М. И. – Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576с.

УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ НА ПРЕДПРИЯТИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

В условиях сохраняющихся в казахстанской экономике кризисных явлений весьма актуальной задачей остается постоянное совершенствование методов и инструментов управления предприятием. Именно такой подход позволит существенно повысить экономическую эффективность и рентабельность финансово-хозяйственной деятельности предприятий, обеспечив максимальное и рациональное использование их внутренних скрытых резервов и возможностей. А это невозможно без создания действенной системы внутреннего учета и мониторинга. Создание всесторонней системы учета и контроля на предприятии позволит обеспечить высокий уровень его конкурентоспособности.

Разработка и создание эффективной системы управления финансами на предприятии требует решения проблемы, связанной с необходимостью обеспечения текущей и перспективной деятельности предприятия достаточным объемом денежных средств в условиях роста дебиторской задолженности.

Несвоевременная оплата дебиторами своих обязательств приводит к дефициту денежных средств, увеличивает потребность предприятия в оборотных активах для финансирования текущей деятельности, вынуждает привлекать дорогостоящие кредитные ресурсы, что в целом ухудшает его финансовое состояние.

Это, в свою очередь, приводит к необходимости изменения расчетных отношений между предприятием и покупателями, выработки рациональной политики предоставления так называемого товарного кредита и инкассации задолженностей.

Хотя продажи в кредит способствуют привлечению покупателей и росту выручки, вместе с тем, предприятию важно не допустить излишнего инвестирования своих денежных средств в дебиторскую задолженность.

В противном случае это может привести к неоправданному выводу финансовых ресурсов из оборота, снижению уровня ликвидности и платежеспособности, увеличению расходов по взысканию долгов и, как следствие, снижению эффективности использования оборотных средств и капитала.

Наличие дебиторской задолженности, означающее изъятие части денежных средств из оборота предприятия, как правило, сопровождается определенными финансовыми потерями, например, в виде процентов по овердрафту или кредиту, которые предприятие вынуждено брать в связи с недостатком ликвидности.

Потери могут выступать и в виде упущенной выгоды, которая могла бы быть получена при альтернативном использовании «замороженных» в дебиторской задолженности сумм. Кроме того, нельзя не учитывать негативное воздействие фактора инфляции, когда возвращаемые дебиторами денежные

средства обесцениваются, что также можно расценивать как финансовые потери предприятия.

С другой стороны, излишне консервативная кредитная политика, может привести к потере стратегически важных клиентов предприятия.

Из всего сказанного выше можно заключить, что политика эффективного управления дебиторской задолженностью – важное условие повышения действенности управления оборотными активами предприятия.

Такая политика необходима для поддержания платежеспособности предприятия, она служит инструментом маркетинговой политики и регулирования объемов продаж.

Но вопросы управления дебиторской задолженностью, а также пути их решения, несмотря на кажущуюся их простоту, недостаточно проработаны.

По верному замечанию Галяутдиновой А.Р. [1] «...сегодня на практике такие проблемы решаются предприятиями методом проб и ошибок с учетом накопленного опыта. Кроме того, в теории не существует установленного норматива дебиторской задолженности.

То есть предприятие само решает, какой лимит дебиторской задолженности для него наиболее оптимален. Поэтому правильное определение оптимального уровня дебиторской задолженности является еще одной открытой проблемой для многих предприятий».

Предприятием используются финансовые ресурсы, поступающие из различных источников. Они могут быть классифицированы следующим образом:

- собственные и приравненные к ним средства (выручка, амортизационные отчисления, нераспределенная прибыль, доходы от финансирования, устойчивые пассивы и др.);

- заёмные средства (кредиты, займы, лизинг и т.д.);

- привлеченные средства (от эмиссии ценных бумаг, от долевого участия в инвестиционной деятельности и т.п.);

- поступающие в порядке перераспределения (например, государственные субсидии) [2].

Но наибольшая доля реальных денежных средств, аккумулирующихся на расчетных счетах предприятия, приходится, как правило, на покупателей и заказчиков.

Успех реализации товаров и услуг любого предприятия зависит от множества внутренних и внешних факторов, в частности, от качества производимой продукции, используемой технологии производства, спроса, интенсивности конкуренции, рекламы.

Чтобы оставаться конкурентоспособным, удерживать и увеличивать долю своего присутствия на рынке того или иного товара (услуги), предприятие идет на такие меры, как предоставление своим покупателям коммерческого кредита.

Иногда от условий предоставления данного вида кредита (отсрочки платежа) существенно зависит объем продаж и цена на реализуемые товары и услуги, и, следовательно, объем выручки и рентабельность.

Реализация продукции с использованием данного финансового инструмента обуславливает появление различий между учетными показателями

реализации продукции, которые отражаются в бухгалтерском отчете о прибылях и убытках, и реальным поступлением денежных средств от реализации продукции на расчетные счета предприятия. До момента фактического зачисления денежных средств на счет продавца за реализованные товары/услуги процесс реализации с точки зрения движения денежных средств еще продолжается, что и приводит к возникновению дебиторской задолженности. Происходит так называемый кассовый разрыв: предприятие потратило собственные средства на изготовление продукции/услуги и передало его в собственность покупателю, однако пока не получило в свой адрес денежных средств за реализованную продукцию/услугу. До наступления срока оплаты дебиторская задолженность должна как-то финансироваться, при этом постоянно сохраняется риск, что оплата будет произведена покупателем (заказчиком) с опозданием или не произведена вообще.

Проблемы управления дебиторской задолженностью, с которыми многие предприятия сталкиваются сегодня, достаточно типичны [3]:

- отсутствует достоверная информация о реальных сроках погашения обязательств покупателями и заказчиками;
- нет четко прописанного и понятного регламента работы с дебиторской задолженностью с закреплением ответственных специалистов за каждым участком работы. Иначе говоря необходим пошаговый регламент работы ответственных лиц с момента возникновения задолженности до момента её полного погашения;
- нет данных о сумме затрат, причиной которых является рост размера дебиторской задолженности, отсутствуют сведения о динамике данных затрат;
- не проводится оценка надежности покупателей и заказчиков (из-за отсутствия банка данных об их деятельности и финансовом состоянии);
- не оценивается эффективность продаж с отсрочкой платежа (не рассчитывается экономический эффект от предоставления товарного кредита);
- функции контроля, анализа и взыскания дебиторской задолженности зачастую распределены между разными структурными подразделениями, при этом в компаниях не существует регламентов взаимодействия между ними и не налажены соответствующие информационные потоки.

Несомненно, что положительные и отрицательные результаты кредитной политики должны стать предметом тщательного анализа в системе финансового контроллинга (в той его части, которая связана с управлением дебиторской задолженностью). На первый план выходит оценка результативности кредитной политики предприятия с точки зрения влияния ее на продажи, издержки капитала, размер дебиторской задолженности и риски потерь от безнадежных долгов. С учетом выявленных при этом позитивных и негативных моментов следует осуществлять корректировку существующей на предприятии системы сбыта.

По мнению И.А. Бланка [4], эффективное управление дебиторской задолженностью связано в первую очередь с оптимизацией размера задолженности покупателей и заказчиков и обеспечением ее своевременной инкассации.

В заключение отметим, что в современных условиях, когда многие предприятия испытывают определенные трудности с привлечением необходимых им финансовых ресурсов, именно правильная организация и мониторинг за состоянием дебиторской задолженности неоспоримо играют важнейшую роль в решении данной проблемы. От состояния и качества расчетов с контрагентами во многом зависят платежеспособность компании, ее устойчивое развитие и инвестиционная привлекательность. Меры по оптимизации уровня дебиторской задолженности входят в группу наиболее действенных мер повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия, поскольку могут относительно быстро и без дополнительных затрат (за счет только внутренних резервов) принести положительный результат.

В отечественных и зарубежных источниках информации много говорится о большом влиянии дебиторской задолженности на финансовое состояние предприятия, при этом отсутствие контроля за уровнем дебиторской задолженности признается одной из наиболее острых проблем, возникающих в повседневной деятельности предприятия. Тем не менее, попытки решить данную проблему в основном сводятся к рассмотрению теоретических аспектов управления дебиторской задолженностью, практические предложения по оптимизации процесса управления долгами предприятия и их реструктуризации, как правило, отсутствуют. Представляется, что содержащиеся в данной статье рекомендации будут способствовать выявлению дополнительных внутренних источников финансовых ресурсов на предприятии, что позитивно скажется на его финансовом потенциале в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Галяутдинова А.Р. Проблемы управления дебиторской задолженностью на предприятии и пути их решения. - Российское предпринимательство. — № 16(20), 2015. — С. 3425–3440.
- 2 Вакуленко Т.Г. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности для принятия управленческих решений / Т.Г. Вакуленко, Л.Ф. Фомина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Герда, 2014. – 281 с.
- 3 Фалалеев М.А. Влияние дебиторской задолженности на финансовое состояние компании. – Аллея науки. - т.1, № 16, 2017. - С.288-294.
- 4 Бланк И.А. Финансовый менеджмент. Учебный курс. 2-е издание, переработанное и дополненное. – Киев: Эльга, Ника-Центр, 2013. – 656с.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПОНЯТИЙ «СТИМУЛИРОВАНИЕ» И «МОТИВАЦИЯ»

Основная деятельность человека – это труд, который занимает, как минимум, треть взрослой самостоятельной жизни. Работая, человек пытается получить определенную степень удовлетворенности от своей деятельности. Побуждения, которые заставляют отдавать работе максимум усилий, трудно определить и поэтому необходимо понять смысл основополагающих понятий как «стимулирование» и «мотивация».

Среди ученых нет единой точки зрения на определение понятия «стимулирование труда». Профессор Н.А. Волгин считает, что стимул – это «побуждение к действию, причина которого интерес (материальный, моральный, личный, коллективный или общественный) как форма реализации потребностей» [1].

О.С. Виханский и А.И. Наумов стимулирование называют внешней мотивацией, при которой деятельность человека находится под воздействием мотивов, возникающих при открытом взаимодействии человека и задачи, когда внешняя среда вызывает мотивы, побуждающие человека к решению задачи.

По мнению А.Я. Кибанова, мотивация и стимулирование, как методы управления трудом, противоположны по направленности: «мотивация направлена, а изменение существующего положения, стимулирование – а его закрепление, но при этом они взаимно дополняют друг друга» [2].

Г.П. Шабанова считает, что процесс использования различных стимулов для мотивирования людей и есть стимулирование, т.е. одно из средств, с помощью которого может осуществляться мотивирование.

Т.Д. Макаренко [3] рассматривает стимулирование как процесс внешнего воздействия, а всякую социальную систему, будь то человек или коллектив.

Стимул – побудительная причина поведения, заинтересованность в совершении чего-либо [4]. Стимулирование труда – совокупность действий, представляющих собой средства удовлетворения в большей мере материальных потребностей.

Если сформулировать иначе, то мотив — это своеобразный толчок, вызывающий побуждение к действию ради достижения цели, соответствующей внутреннему состоянию человека, тогда как стимул – желаемый объект. То есть мотивация – внутренний процесс, стимулирование – внешний.

Стимулирование труда – это совокупность экономических, организационных и социально-психологических рычагов воздействия на работника, учитывающих его внутренние побудительные мотивы и направленных на обеспечение заинтересованности персонала в результатах труда, соответствующих цели организации со следующими функциями:

- экономическая – стимулирование труда содействует повышению эффективности производства, которое выражается в повышении производительности труда и качества продукции;

- нравственная – стимулы к труду формируют активную жизненную позицию, высоконравственный общественный климат в обществе;
- социальная – через различный уровень доходов, который в значительной степени зависит от воздействия стимулов на различных людей, формируется социальная структура общества.

К первой группе стимулов (рисунок 1) относятся денежные (зарботная плата, премии и т.д.) и не денежные (путевки, бесплатное лечение, транспортные расходы и др.). Ко второй группе стимулов можно отнести социальное (престижность труда, возможность профессионального и служебного роста), моральное (уважение со стороны окружающих, награды) и творческие (возможность самосовершенствования и самореализации) [5].



Рисунок 1. Схема видов стимулирования

При управлении мотивацией и стимулированием персонала возникает период сотрудничества между работодателем и работником организации. Здесь речь идет о двух видах стимулах: долгосрочные и краткосрочные. Предполагается, что руководство формирует у сотрудников эти стимулы. Долгосрочные связаны с общими целями работника и работодателя – для чего он пришел в организацию, какой положительный продукт производит или может произвести. Краткосрочные связаны с конкретной деятельностью работника – стимулирование выполнения производственных планов, определенных проектов.

Для того чтобы лучше понимать разницу между мотивацией и стимулированием выделим основные отличия (рисунок 2):

- направление. Мотивация ориентирована на конкретного человека, вызывая у него внутренний интерес. Стимулирование обращено на массовый круг и относится к внешнему воздействию.

- мотивация носит исключительно позитивный характер. В ином случае она попросту не сработает. Для стимулирования главным является действие, которое может быть не только позитивным, но и негативным.

- продолжительность. Сколько существует мотивация? Она не исчезнет до тех пор, пока вы не реализуете своих целей. Стимулирование будет использоваться столько времени, сколько потребуется, пока работодатель его не отменит.

- разница целей. Если с помощью мотивации вы удовлетворяете свои потребности, то стимулирование является верным помощником при воздействии на коллектив.

- принадлежность. Мотивацию нельзя применить к большому количеству людей, ведь важен индивидуальный подход.

Стимулирование – это воздействие на работника, которое заканчивается сразу после завершения определенного процесса.

Мотивация протекает индивидуально. Она будет в силе до тех пор, пока потребность не будет удовлетворена или заменена.

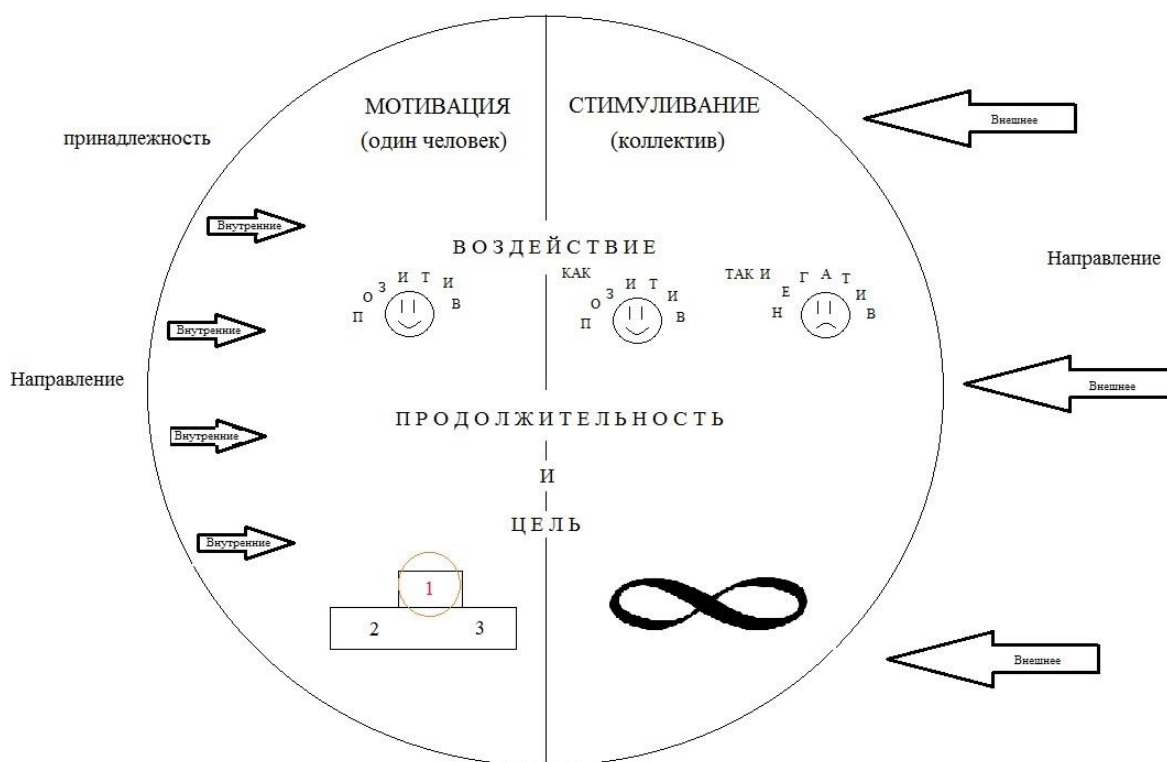


Рисунок 2. Разница между мотивацией и стимулированием

Стимулирование и мотивация принципиально различны. Суть этого различия в том, что стимулирование используется как одно из мотивирующих средств. Так оно может включать мероприятия, направленные на материальную и нематериальную мотивацию.

Стимулирование работает по принципу «здесь и сейчас». Про мотивацию такого сказать нельзя – она действительна в течение длительного времени. Ее мы ощущаем до момента прекращения актуальности потребности.

Руководство организации занимает значимую роль в мотивации и стимулировании персонала. Говоря о системе стимулирования персонала, необходимо выделить основные требования к ней. К таковым можно отнести:

- 1) ясность и конкретность системы стимулирования в целом, положений о заработной плате и дополнительных выплатах;
- 2) четкое изложение трудовых обязанностей работника;
- 3) создание системы объективной оценки работников и исключение субъективности в оценке;
- 4) зависимость размера заработной платы от сложности и ответственности работы;
- 5) возможность неограниченного роста заработной платы с ростом индивидуальных результатов работника;
- 6) учет в оплате труда уровня значимости тех или иных работ для предприятия;
- 7) равная оплата работников с одинаковой сложностью и ответственностью выполняемых работ в различных подразделениях предприятия (относится к базовой оплате без учета дополнительных выплат по результатам).

Таким образом, работники в своей трудовой деятельности руководствуются определенными мотивами, определяющими линию их поведения. Мотивация трудовой деятельности – это длительный процесс, начинающийся с момента прихода на работу в конкретную организацию.

С самого начала работник ставит перед собой различные цели – адаптироваться в коллективе, освоить выбранную специальность, как правило, сделать профессиональную или служебную карьеру, повышать свою квалификацию, добиться признания своих заслуг и уважения со стороны окружающих людей. При этом каждый работник относится к какому-либо мотивационному типу, хотя и необязательно, что только к одному.

Люди могут относиться одновременно к нескольким мотивационным типам, но в каждом человеке в большей степени проявляются черты одного наибольшего типа мотивации. В соответствии с ним сотрудники осуществляют выбор между своими потребностями, которые стараются удовлетворить посредством трудовой деятельности. Стоящие перед ними цели и задачи в той или иной мере соответствуют целям и задачам руководства предприятия.

Основная задача работника - выбрать такую линию поведения, чтобы руководитель, понимал, что если его правильно мотивировать, то он принесет большую пользу компании, и будет повышать эффективность труда [6].

Что касается стимулирования труда, то это кратковременный повторяющийся процесс в деятельности любого работника, когда для того, чтобы активизировать его деятельность, например, для выполнения производственного плана, или увеличения объема продаж, ему предлагается материальное или иное вознаграждение (а, иногда и угроза наказания – «не выполнишь в срок – будешь уволен»).

Стимулирование – это очень важный элемент трудовой мотивации, хотя и не единственный. На протяжении всей трудовой деятельности руководители предлагают работникам самые разнообразные виды стимулов, которые временно (в течение недели, месяца, квартала) активизируют их деятельность, повышая производительность труда. От предпочтений конкретных работников зависит, какие виды стимулирования для них наиболее важны, чтобы удовлетворить их мотивационные потребности. Сотрудничая с руководством, необходимо доводить до его сведения свои нужды, удовлетворение которых с его стороны повысит эффективность труда.

Так же можно сделать вывод, что мотивация и стимулирование играют неоценимую роль для руководителя в процессе управления персоналом, и в связи с этим руководитель должен помнить о конкретных правилах, выполняя которые, он сможет значительно повысить эффективность управления. Планировать мероприятия следует по стимулированию и мотивированию в зависимости от внешних и внутренних факторов мотивации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Волгин Н.А. Оплата труда: производство, социальная сфера, государственная служба / Н.А. Волгин. – М.: Экзамен, 2004.
2. Управление персоналом организации: учебник / под ред. А.Я. Кибанова. – 3-е изд., доп. и перераб. – М.: ИНФРА-М, 2005.
3. Макаренко Т.Д. Проблемы формирования рыночного механизма регулирования оплаты труда / Т.Д. Макаренко. – Иркутск: ИГЭА, 1998.
4. Сорочайкин, А. Н. Управление персоналом: глоссарий: терминолог. слов. / А. Н. Сорочайкин, Л. В. Ермолина. Самара: Изд-во Самар. ун-та, 2012.
5. Шапиро С.А., Шилаев А.В. Факторы повышения эффективности труда персонала Монография. – М.ИД «АТИСО», 2012.
6. Травин В.В., Дятлов В.А. Менеджмент персонала предприятия. М.: Дело, 2000.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ПОНЯТИЮ «ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА»

Труд — это «всякое умственное или физическое усилие, предпринимаемое частично или целиком с целью достижения какого-либо результата, не считая удовлетворения, получаемого непосредственно от самой проделанной работы» по определению А.Маршалла [1].

Оплата труда (заработная плата) представляет собой один из основных факторов социально-экономической жизни каждой страны, коллектива, человека. Теории заработной платы были развиты экономистами в течение более чем двух столетий. Свой вклад в развитие теорий заработной платы внесли и представители других научных дисциплин, такие как философы, социологи и психологи. Чтобы выразить суть оплаты труда, необходимо проанализировать определения, представленные в литературе.

Несмотря на то, что у экономической категории «заработная плата» большой исторический стаж до сих пор нет единого подхода к определению ее сущности. Существующие подходы и концепции к определению категории «заработная плата» можно сгруппировать следующим образом:

– подход к определению экономической категории «заработная плата» как цены труда или цены рабочей силы, можно отнести к концепции неоклассиков. Теоретические основы этой концепции были разработаны А. Смитом и Д. Рикардо. А. Смит считал, что труд выступает в качестве товара и имеет естественную цену, т. е. «естественную заработную плату». Она определяется издержками производства, в состав которых он включал стоимость необходимых средств существования рабочего и его семьи. А. Смит не проводил различия между «трудом» и «рабочей силой» и поэтому под «естественной заработной платой» понимал стоимость рабочей силы. Величину заработной платы он определял физическим минимумом средств существования рабочего [2].

- подход к определению экономической категории заработная плата как денежное выражение стоимости товара «рабочая сила». Марксистская концепция была разработана К. Марксом. В основу он заложил положение о разграничении понятий «труд» и «рабочая сила» и обосновал, что труд не может быть товаром и не имеет стоимости. Товаром является рабочая сила, обладающая способностью к труду, а заработная плата выступает в качестве цены этого товара в виде денежного выражения стоимости. Рабочий получает оплату не за весь труд, а только за необходимый труд. Экономическая природа заработной платы состоит в том, что за счет этого дохода удовлетворяются материальные и духовные потребности, обеспечивающие процесс воспроизводства рабочей силы. К. Маркс установил, что величина заработной платы не сводится к физиологическому минимуму средств существования, она зависит от экономического, социального, культурного уровня развития общества, а также от уровня производительности и интенсивности труда, его

сложности и от рыночной конъюнктуры [2].

Другое направление в трактовке заработной платы представлено английским экономистом, основоположником концепции неоклассиков, А. Маршаллом. «Заработная плата, - писал А. Маршалл, - имеет тенденцию быть равной чистому продукту труда; предельная производительность труда регулирует цену спроса на него; но, с другой стороны, заработной плате присуща тенденция находиться в тесном, хотя и не прямом и весьма сложном отношении с издержками воспроизводства, обучения и содержания производительных работников» [3].

– подход к определению экономической категории «заработная плата» как части дохода или фонда жизненных средств. По мнению П. Самуэльсона, человека нельзя рассматривать просто как товар. Вместе с тем не приходится оспаривать и того, что люди за определенную цену сдают свои услуги в аренду. Цену этих услуг представляет ставка заработной платы, которая для большинства семей является единственным источником дохода. Поэтому человек особенно остро реагирует на изменение этой цены на рынке труда. Концепция, что заработная плата — это плата за услуги, привлекает своей простотой. Каждый работник затрачивает труд, оказывает кому-то услуги и получает вознаграждение за них. Это денежная форма жизненных средств, необходимых для воспроизводства рабочей силы. Но источники этих затрат неодинаковы, и их нельзя называть общей категорией «зарплата». Рабочий, который создает материальные блага, строит дома, и наемник, который, воюя, разрушает дома, получают за свои услуги денежные выплаты [4].

– подход, связанный с функциями, которые свойственны заработной плате, дают определения такие ученые как А. К. Саакян, З. А. Капелюк, В. В. Адамчук, Л. П. Владимирова, А. П. Егоршин.

А. К. Саакян даёт следующее толкование значения термина заработная плата. Заработная плата – это форма личных доходов трудящихся, получаемая за затраты труда определённого количества и качества и его индивидуальные и коллективные результаты, начисляемые по правилам и нормам, установленными компетентными органами [5].

З. А. Капелюк же утверждает: «заработная плата» – вознаграждение за труд в зависимости от квалификации работника, сложности, количества, качества и условий работы, а также выплаты компенсационного и стимулирующего характера [6].

Свое мнение выражает и В. В. Адамчук. Он даёт определение: «Заработная плата представляет собой элемент дохода наёмного работника, форму экономической реализации права собственности на принадлежащий ему ресурс труда. Для работодателя, покупающего ресурс труда для использования его в качестве одного из факторов производства, заработная плата наёмных работников является одним из элементов издержек производства» [7].

Л. П. Владимирова подходит к даче определения исследуемого понятия комплексно. Во-первых, «заработная плата» – это выплаты работодателя в денежном и натуральном выражении, образующие текущий доход работника, а также отчисления на социальное страхование работника по старости, болезни, при несчастном случае и др. Во-вторых, это цена стоимости предметов

потребления и услуг, обеспечивающие воспроизводство трудоспособности работника, удовлетворяющей физические и духовные потребности его и его семьи [8].

По А. П. Егоршину «заработная плата» – цена рабочей силы, соответствующая стоимости предметов потребления и услуг, обеспечивающих воспроизводство рабочей силы, удовлетворяющих материальные и духовные потребности работника и его семью [9].

И еще несколько определений, представленные в литературе. Заработная плата - вознаграждение, которое работодатель обязан выплачивать работнику в соответствии с условиями трудового договора и требованиями трудового законодательства [10].

Заработная плата - часть валового национального продукта, которая отражается в себестоимости продукции и распределяется в рыночной экономике между отраслями народного хозяйства, предприятиями и отдельными работниками исходя из количества и качества затраченного труда, а также спроса и предложения товаров [11].

Заработная плата - выраженная в денежной форме часть национального дохода, которая распределяется по количеству и качеству труда, затраченного каждым работником, и поступает в их личное потребление [12].

Под заработной платой конкретного работника понимается цена его труда или стоимость рабочей силы, а в целом по предприятию - цена труда с учетом его количества и качества, затрачиваемого всеми работниками трудового коллектива на изготовление и реализацию продукции [13].

Заработная плата представляет собой цену рабочей силы, соответствующую стоимости предметов потребления услуг, которые обеспечивают воспроизводство рабочей силы, удовлетворяя материальные и духовные потребности работника и членов его семьи [14].

Заработная плата представляет собой цену рабочей силы, формируемую на основе объективной оценки вклада работника в результаты деятельности предприятия и т. д. [15].

Все выше перечисленные теории дают общую картину развития экономической мысли в области заработной платы и изменений в общественном создании. Видно, что ученые на протяжении долгого времени пытались выявить разнообразные факторы, влияющие на процесс трудовых отношений и на основе своих выводов сформировать теорию заработной платы, которая являлась бы на их взгляд универсальной. На каждом историческом этапе развития социума было свое видение проблемы, свои подходы и концепции к определению заработной платы. Существующие подходы и концепции, в разные периоды времени, представлены в таблице 1.

Таблица 1

Заработная плата: подходы и концепции

«Заработная плата»			
Подходы и концепции			
«Заработная плата» как цена труда	«Заработная плата» как рабочая сила	«Заработная плата» как часть дохода	Функции, связанные с «Заработной платой»
Ученые, внесшие свой вклад			
концепции неоклассиков 1. А. Смит (1723-1790) 2. Д. Рикардо (1772-1823)	1. К. Маркс (1818-1883) марксистская концепция 2. А. Маршалл (1842-1924) концепция неоклассиков	1. П. Самуэльсон (1915-2009) инициатор «неоклассического синтеза»	1. А. К. Саакян (1879-1961) 2. З. А. Капелюк 3. В. В. Адамчук (1975) 4. Л. П. Владимирова 5. А. П. Егоршин

Как видно из представленной таблицы, что на каждом этапе развития меняются концепции и взгляды на определения «заработной платы». Так по концепции неоклассиков А. Смита и Д. Рикардо, «заработная плата» представлялась как цена труда. А в подходе что «заработная плата» как рабочая сила, К. Маркс и А. Маршалл, несмотря на то что они представители двух разных школ, придерживаются единого взгляда на понятие «заработная плата». П. Самуэльсон, считается инициатором «неоклассического синтеза» (объединения в одну концепцию неоклассической микроэкономики и кейнсианской макроэкономики) и одним из основателей неокейнсианства, придерживается подходу «заработная плата» как часть дохода. Подход, связанный с функциями, которые свойственны заработной плате, дают определения и придерживаются единого взгляда, такие ученые как А. К. Саакян, З. А. Капелюк, В. В. Адамчук, Л. П. Владимирова, А. П. Егоршин. Важным ключевым положением этого подхода, на основе которого его представители строят свой вариант объяснения, состоит в том, что деньги играют исключительно важную роль в изменении реального дохода, занятости и общего уровня цен.

Опираясь на эти подходы, можно дать итоговое комплексное определение заработной платы – это доход работника, обеспечивающий воспроизводство его рабочей силы, являющийся основной частью средств трудящихся, и зависящий от конкретного вклада в производственную деятельность.

Получив таким образом определение исследуемого термина, можно решить главную проблему, стоящую долгие времена между сторонами трудовых отношений. Заработная плата для работника – это не просто его компенсация за потраченные в процессе труда силы, но и основополагающая возможность существования в социуме, возможность удовлетворения всех нужных потребностей.

Таким образом, сущность заработной платы на протяжении лет менялась, так как менялись подходы к оценке затрачиваемого в процессе производства труда и его результатов, а также под влиянием социально-экономического развития общества. Вследствие этого содержание заработной платы эволюционировало от понимания ее как естественной цены труда до представления ее в качестве вознаграждения за труд, которое выплачивается работнику, учитывая сложность, количество, качество, условия труда и квалификацию работника.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Маршалл А. Принципы экономической науки. М.: Прогресс, 1993.
2. Попов А. И.. Экономическая теория: Учебник для вузов. 4-е изд. — спб.: Питер, 2006.
3. Принципы политической экономии, Маршалл А., 2012.
4. Самуэльсона и Нордхауса «Экономика».- Изд-во Омега-Л, 2012.
5. Саакян А. К. Экономика и социология труда. Учебное пособие. - СПб: Питер, 2011.
6. Капелюк З. А. Организация, нормирование и оплата труда.-М.:Изд-во Омега-Л, 2006.
7. Адамчук В. В. Экономика труда: Учебник/В.В. Адамчук, Ю. П. Кокин, Р. А, Яковлев; Под. ред. В. В. Адамчука.-М.: ЗАО «Финстатинформ», 1999.
8. Владимирова Л. П. Экономика труда: Учеб. пособие.- 2-е изд., перераб. и доп.-М.: Издательский Дом «Дашков и К», 2008.
9. Егоршин А. П. Мотивация трудовой деятельности: Учебное пособие. - Н.Новгород: НИМБ
10. Экономический словарь / сост. А. Ф. Никитина. М.: Олма-Пресс, 2006.
11. Крылов Э.И., Власова В.М., Журавкова И.В. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов предприятия и расходов на оплату труда: учеб. Пособие. М.: Финансы и статистика, 2009.
12. Новый экономический словарь / под ред. А. Н. Азриляна. М.: ИНЭ, 2012.
13. Митрофанова И. А. Управление экономикой труда на предприятии: учеб. Пособие. Волгоград: волггту, 2013.
14. Мишурова И. В., Кутелев П. В. Управление мотивацией персонала: учеб.-практ. Пособие. М.: ИКЦ «март». 2013.
15. Пашуто В. П. Организация, нормирование и оплата труда на предприятии: учеб.-практ. Пособие. М.: Кнорус, 2012.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЕТА БИОЛОГИЧЕСКИХ АКТИВОВ И СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ В ЖИВОТНОВОДСТВЕ

Сельское хозяйство – это основанная и наиболее перспективная отрасль Казахстана, обладающая большими экспертными возможностями и высоким потенциалом для внедрения инвестиций. По данным Министерства сельского хозяйства в настоящее время 45% всей валовой продукции сельского хозяйства, производимой в Казахстане, приходится на животноводство. В рамках развития агропромышленного комплекса на 2017-2021 годы порядка 30% общих вложений в отрасль, или 35,9 млрд. тг. направленно именно на субсидирование инвестиционных проектов в сфере животноводства. По итогам прошлого года валовой выпуск продукции животноводства увеличился почти на 13,2%. С учетом инфляции ИФО составил 103,9%. Восточно-Казахстанская область занимает 2 место среди регионов Казахстана по показателям развития животноводства [1].

Кроме этого, в рамках послания Президента о «Четвертой промышленной революции» аграрному комплексу Восточного Казахстана уделяется огромное внимание. Так, в 2017 году для создания инфраструктуры по заготовке молока и мяса было создано 439 сельскохозяйственных кооперативов, в том числе 54- по заготовке молока. На сегодняшний день в регионе проходит строительство 7 промышленных откормплощадок, три появятся в Тарбагатайском районе, две - в Семее, по одной- в Кокпектинском и Бородулихинском районах. Также осуществляется реконструкция 6 молочно-товарных ферм и строительство 8 новых МТФ. [2].

Важную роль в организации сельскохозяйственного производства и получения прибыли играют биологические активы, т.е. продуктивный и племенной скот, многолетние насаждения и другие активы биологического (сельскохозяйственного) происхождения. Для оперативного управления биологическими активами требуется достоверная информация о количественном и качественном составе биологических активов, их физическом износе, рыночной стоимости, сроках полезного использования. Такая информация формируется в системе бухгалтерского учета и отчетности. Поэтому для сельскохозяйственных предприятий существует необходимость совершенствования учета оценки биологических активов.

Биологический актив - это животное или растение, которое в процессе биотрансформации способно давать сельскохозяйственную продукцию или дополнительные биологические активы и тем самым приносить экономические выгоды организации. Как известно, в состав биологических активов включаются: живые сельскохозяйственные животные (взрослый продуктивный и племенной скот); сельскохозяйственные растения (многолетние культуры, многолетние насаждения), деревья в лесоводстве. В соответствии с Международным стандартом финансовой отчетности (МСФО) (IAS) 41 «Сельское хозяйство» к биологическим активам предприятия не относятся:

рабочий скот [3].

Биологический актив оценивается по справедливой стоимости за минусом расходов на продажу на дату признания и на конец каждого отчетного периода. Оценка и учет биологических активов ведется путем группировки по основным характеристикам. Справедливая стоимость биологического актива равна себестоимости, если с момента приобретения актива не прошло или не ожидается значительной биотрансформации. Прибыль или убыток могут возникнуть в момент сбора сельскохозяйственной продукции. Прибыль или убыток, полученные при первоначальном признании биологических активов, должны быть признаны в отчетном периоде. Если в отношении биологического актива отсутствует цены, то компания должна применять оценку по себестоимости за вычетом амортизации и накопленных убытков от обесценивания до появления возможности оценить актив по справедливой стоимости за вычетом расходов на продажу.

Для целей бухгалтерского учета биологические активы классифицируют по таким группам: внеоборотные активы и текущие биологические активы. Биологические активы должны учитываться как внеоборотные активы, если они используются более чем один год. Биологические активы с жизненным циклом менее года должны учитываться как текущие биологические активы.

Объектом бухгалтерского учета животноводства могут быть виды животных (например, крупный рогатый скот, свиньи, птица и т.д.) либо однородные группы биологических активов, которые состоят из определенных возрастных или технологических групп.

Биологические активы можно разделить на зрелые и незрелые. Зрелые биологические активы – это активы, которые либо достигли параметров, позволяющих приступить к сбору продукции (потребляемые биологические активы), либо могут обеспечить сбор продукции на регулярной основе (плодоносящие биологические активы). В аналитическом учете биологические активы отображаются в стоимостном и количественном выражении. Единицей измерения биологических активов является штука, голова и т.д.

Отдельные виды биологических активов животноводства могут дополнительно характеризоваться по живому весу (например, свиньи, крупный рогатый скот и т.д.). Определение справедливой стоимости биологических активов и сельскохозяйственной продукции базируется на ценах активного рынка.

Следовательно, цена активного рынка будет близка к реальной рыночной цене сельскохозяйственной продукции, биологического актива, за вычетом сложившегося уровня сбытовых расходов (без учета транспортных расходов).

При отсутствии активного рынка компания для определения справедливой стоимости использует один или несколько из нижеперечисленных показателей:

- цену последней сделки на рынке при условии, что в период между датой совершения сделки и отчетной датой не произошло существенных изменений хозяйственных условий;

- рыночные цены на аналогичные активы, скорректированные с учетом различий;

- отраслевые показатели, например, стоимость крупного рогатого скота в расчете на килограмм мяса.

При отсутствии рыночных цен в качестве основы для определения справедливой стоимости биологического актива в его текущем местонахождении и состоянии можно использовать приведенную стоимость будущих денежных потоков, при исключении любого прироста стоимости в результате дополнительной биотрансформации и будущей деятельности. При этом применяется коэффициент дисконтирования, рассчитанный исходя из сложившейся конъюнктуры рынка для денежных потоков до уплаты налогов.

Прибыли или убытки, возникающие при первоначальном признании биологического актива по справедливой стоимости за вычетом предполагаемых сбытовых расходов, а также от изменения справедливой стоимости биологического актива за вычетом предполагаемых сбытовых расходов, следует учитывать при определении чистой прибыли или убытка за период, в котором они имеют место. Прибыль может возникнуть на момент первоначального признания биологического актива, например, при рождении теленка.

В связи с отражением по справедливой стоимости биологических активов в балансе следует представить выверку балансовой стоимости биологических активов на начало и конец периода, исходя из изменений, произошедших в течение текущего периода. Сравнительную информацию раскрывать необязательно.

При выверке следует учитывать:

- прибыль или убыток от изменений справедливой стоимости за вычетом предполагаемых сбытовых расходов;
- прирост стоимости в связи с покупками активов;
- уменьшение стоимости в связи с реализацией активов;
- уменьшение стоимости в связи со сбором продукции;
- прирост стоимости в результате объединения бизнеса;
- чистые курсовые разницы, возникающие в связи с пересчетом финансовой отчетности зарубежной компании;
- прочие изменения.

Таким образом, развитие бухгалтерского учета приводит к общепринятым правилам, признанным в международной практике, применения предприятиями сельского хозяйства справедливой стоимости, поскольку основной целью финансовой отчетности является представление пользователям информации о финансовом положении, результатах хозяйственной деятельности и изменениях финансового положения компании.

В настоящее время в Казахстане продолжаются преобразования в области бухгалтерского учета и составления отчетности в соответствии с требованиями международных стандартов финансовой отчетности (МСФО). А именно, разработка бухгалтерской документации и внесение изменений в бухгалтерскую отчетность в части биологических активов.

Для эффективной организации учёта биологических активов, необходимо использовать следующие новые документы: бухгалтерскую справку «Сверка балансовой и справедливой стоимости биологических активов», расчёт

изменения справедливой стоимости биологических активов под влиянием изменения рыночной цены и качественных характеристик биологических активов, ведомость аналитического учёта животных по справедливой и исторической стоимости.

Кроме того, потребуется внесение ряда изменений в уже действующие учётные документы по объектам, которые могут быть отнесены к биологическим активам, например, расчёт определения прироста живой массы, Ведомости аналитического учёта и другие, а также создания абсолютно новых документов[5].

В заключении, к настоящему времени зарубежными и казахстанскими учёными были проведены значительные научные исследования в части учёта животных и растений, относящихся согласно МСФО 41 «Сельское хозяйство» к биологическим активам. Они предложили собственную классификацию данных объектов, счета для учёта биологических активов, разработали методику расчёта справедливой стоимости, предложили свои собственные документы для учёта данных объектов, внесли предложения по совершенствованию форм бухгалтерской отчётности.

Совершенствование учёта в сельскохозяйственной отрасли позволит организациям более эффективно представлять информацию о своей деятельности, как в бухгалтерском учёте, так и в формируемой финансовой отчётности и позволит посредством использования более точной, достоверной бухгалтерской информации принимать обоснованные управленческие решения и в определенной степени улучшить своё финансовое состояние, что в условиях современного состояния рыночной экономики РК является актуальным.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Официальный источник - «Комсомольская правда» – <http://www.kp.kz>
- 2 Официальный сайт акимата ВКО – <http://www.akimvko.kz>
- 3 МСФО 41 «Сельское хозяйство». // <http://online.zakon.kz>
- 4 Куватов Р.Ю., Нусипов Ж.С. Развитие агропромышленного производства в условиях рыночной экономики: проблемы и приоритеты (на материалах Республики Казахстан). – Алматы, 2005.
- 5 Газизьянова Ю.Ю. Учёт и отражение в отчётности биологических активов животноводства: автореферат на соискание учёной степени кандидата экономических наук.- Саратов, 2008.- 18 с.

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ УСТОЙЧИВОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ МОНОГОРОДОВ ВКО

Экономическая устойчивость подразумевает некое состояние равновесия, при котором на соответствующей территории складывается стабильная экономическая ситуация, мало подверженная внешним колебаниям. Состояние экономической устойчивости возникает при условии, когда на каждое внешнее воздействие на городскую экономическую систему в целом происходит ее адекватное внутреннее реагирование, «гасящее» нежелательные проявления такого воздействия.

Учитывая, что экономические процессы являются изменяющимися, динамическими, состояние экономического равновесия является трудно достижимым на практике. В этой связи в экономической и специальной литературе отклонения от равновесного состояния экономики в сторону положительной динамики основных экономических показателей принято называть «прогрессом, развитием», в обратную сторону - «регрессом, деградацией экономики». По мнению Ю.В. Филиппова и Т.Т. Авдеевой, в качестве главной цели развития территории и проживающего на ней сообщества людей (местного сообщества) целесообразно рассматривать повышение способности сообщества адекватно реагировать на внешние изменения, а не на его защиту от такого воздействия, т.к. последнее реализовать практически невозможно [1]. То есть развитие территории всегда направлено на повышение ее жизнеспособности.

Экономическая и социальная составляющие тесно связаны между собой и взаимно обуславливают друг друга. Мировой финансовый кризис 2008 г., повлиявший на состояние экономики таких локальных территорий как города, привел к резкому падению их социально-экономических показателей и остановке процессов развития, что еще раз наглядно продемонстрировало ведущую роль экономической составляющей в местном развитии. Социальное же развитие, в свою очередь, выступает мерой достигнутого уровня экономического развития. Если для сообщества будет представлять наивысшую ценность удовлетворение личных потребностей каждого его члена, то результаты экономического развития такого сообщества, скорее всего останутся лишь на бумаге. Если в качестве ценностей сообщества будут определены честность, забота о других членах сообщества и т.п., то результатами его экономической деятельности станет выпуск качественной продукции и внедрение различных новшеств, обеспечивающих улучшение условий жизнедеятельности членов такого сообщества. В этом и заключается определяющая роль власти в управлении процессом местного развития и его результатах.

Важным моментом в понимании комплексности местного развития города является не только взаимосвязанность социально-экономических процессов, протекающих на его территории, но и их увязка с государственными

интересами, что подчеркивает встроенность процессов местного развития в общий вектор развития государства.

Помимо учета государственных интересов, местное развитие должно осуществляться вне отрыва от глобальных тенденций. В настоящее время мировым сообществом осуществляется переход к устойчивому развитию в соответствии с концепцией, одобренной в 1996 г на стамбульской конференции по развитию городов. Понятие «устойчивого развития человеческих поселений», данное на конференции, остается актуальным по настоящее время и означает «стимулирование местного экономического развития (расширение экономического потенциала территории, регулирование демографических процессов, создание рабочих мест, инфраструктуры для бизнеса, повышения конкурентоспособности предприятий и т.д.); землепользование, основанное на оценке социального воздействия и воздействия на окружающую среду; предотвращение дальнейшей деградации окружающей среды, преодоление нездоровых условий проживания людей» [2].

В РК для решения проблем моногородов была принята программа развития моногородов на 2012-2020 годы. по программе в РК население 27 моногородов составляет 1,5 млн чел, это 15% от общего числа экономически активного населения, 25% которого трудится на предприятиях с единым производственно-технологическим процессом, более 50% промышленного производства приходится на долю этих предприятий.

На сегодняшний день программа развития моногородов является частью единой программы развития регионов.

Восточный Казахстан – крупнейший промышленный, энергетический, транспортный и культурный регион страны. ведущими отраслями промышленности являются: цветная металлургия, машиностроение, приборостроение, горнодобывающая, энергетическая, строительная, лесная, деревообрабатывающая, легкая и пищевая.

В соответствии с программой в РК в категорию моногородов включены следующие города: Риддер, Зыряновск, Серебрянск и Курчатов.

Узкая специализация моногородов была их преимуществом в реализации масштабных инновационных научно-промышленных проектов. в Казахстане такие города-«концентраты» на протяжении многих лет были передовыми в экономике. однако в условиях кризиса по причине сильной зависимости территории от одного основного производства, это преимущество обернулось большим минусом. проблемная ситуация на градообразующем предприятии негативно повлияла на жизнь всего моногорода – на доходы городского бюджета, ситуацию на рынке труда.

Существуют различные мнения по поводу причин экономического развития моногородов. Расположим выявленные факторы в порядке убывания их значимости:

- *первым фактором* экономического развития моногорода является экономическая устойчивость его градообразующего предприятия. При утрате градообразующим предприятием его производственных и социальных функций, «моноспециализированная городская структура оказывается наиболее уязвимой к внешним воздействиям, поскольку все материальные и

нематериальные ресурсы города были направлены на реализацию его общественной миссии, не оставив резервов, необходимых для его адаптации и выживания в новых условиях» [3]. В случае возникновения угроз экономической устойчивости градообразующего предприятия в опасности оказывается весь моногород. Не случайно, в настоящее время развиваются новые формы предотвращения и борьбы с такими угрозами. Наиболее ярким примером служит организация на предприятиях специализированных отделов и служб по обеспечению их экономической безопасности. В их функциональные обязанности, в частности, входит организация противодействия корпоративным захватам - рейдерству.

- их востребованность обществом (государством) и соответствие данной формы расселения приоритетными на данном историческом этапе государственным задачам. Подтверждением влияния данного фактора на экономическую устойчивость монопоселений является вся история их существования. Лишившись государственной поддержки, они подтвердили свою неспособность к устойчивому функционированию и саморазвитию. Таким образом, решения, определяющие будущее моногорода, иногда лежат вне возможностей влияния самого города на их реализацию.

- незащищенность экономики моногорода от структурных кризисов различного масштаба и прочих внешних воздействий. Именно этот факт приводит к неконкурентоспособности предприятий обрабатывающей промышленности, оборонного комплекса, научные центры, являющиеся градообразующими, к стагнации отдельных отраслей промышленности, к экологическим кризисам техногенного характера и т.д.

- высокая степень подверженности его экономики циклическим колебаниям. Градообразующее предприятие при отсутствии мощных внешних и внутренних стимулов для выхода на качественно новый уровень деятельности последовательно проходит три стадии - начальную, стадию развития и затухания. В зависимости от стадии, соответствующей конкретному периоду существования моногорода, можно судить о разной степени экономической устойчивости городской экономики. Максимальная экономическая устойчивость присуща стадии стабильности, когда градообразующее предприятие выходит на проектную производственную мощность, когда стабилизируются демографические процессы, высвобождаются ресурсы, которые можно направить на развитие предприятий социальной сферы и производственной инфраструктуры [3].

На начальной стадии интенсивно протекают процессы строительства, идет значительный миграционный прирост населения, высокая трудовая активность населения сопряжена с высокой текучестью кадров. Структура местной экономики сильно деформирована в сторону промышленного производства при крайне низком уровне развития градообслуживающей отрасли, что не способствует ее устойчивому состоянию.

Заключительная стадия работы градообразующего предприятия - стадия затухания, для которой характерно депрессивное состояние экономических, социальных и демографических процессов [3].

- наличие команды профессионалов-управленцев, обеспечивающих

функционирование и развитие моногорода. Чем в большей степени им удастся реализовать имеющиеся у города возможности и ресурсы, тем устойчивее будет социально-экономическая обстановка на территории моногорода.

- местные административные и экономические барьеры. Под административными барьерами понимают специфические трудности, препятствующие выходу предпринимателей на рынок, осуществлению и развитию предпринимательской деятельности, обусловленные несовершенством проводимой политики либо сознательным ущемлением интересов хозяйствующих субъектов со стороны органов власти путем принятия актов, совершения действий или, наоборот, бездействия. Экономические барьеры, как правило, связаны с поиском стартового капитала, арендой помещений, подбором кадров и т.д. Соответственно, чем выше эти барьеры, тем слабее развито предпринимательство, тем острее стоят проблемы альтернативной занятости местного населения, тем слабее осуществляется поддержка инициатив местной власти со стороны местных жителей и тем не стабильней является местная экономика.

- состояние местной ресурсной базы, позволяющей в зависимости от ее способности к воспроизводству необходимых ресурсов обеспечивать непрерывность производственных процессов на градообразующем предприятии и в градообслуживающей сфере. Т.е. обеспеченность местных производств так называемыми первичными факторами производства (трудом, природными ресурсами) местного происхождения повышают экономическую устойчивость моногорода.

- зависимость местной экономики от внешних по происхождению вторичных факторов производства (например, капитала в различных его формах). Недостаток инвестиций способен привести градообразующее предприятие и всю местную экономику к кризисному состоянию. В то же время нельзя переоценивать их роль, особенно иностранных, в обеспечении экономической устойчивости моногорода. Их привлечение не должно превращаться в самоцель, а быть действительно обоснованным, увязанным с тщательно проработанными бизнес-проектами, на приемлемых для города условиях.

- уровень безработицы местного населения. Данный фактор крайне неодинаков для разных моногородов и зависит от:

- уровня моноспециализации города;
- уровня развития малого предпринимательства на территории монопромышленного города;
- возможности получения новой профессии в рамках данного МО;
- предпринимательского климата, сложившегося на данной территории;
- уровня развития сферы услуг и бытового обслуживания населения и др.

Высокой жизнеспособностью обладают те поселения, где возможности альтернативного трудоустройства в случае потери работы на градообразующем предприятии достаточно высоки благодаря разработанной программе диверсификации городской экономики и созданию необходимых условий для ее реализации.

- сфера трудовых отношений. Он связан с уровнем обеспеченности производства необходимыми кадрами. Тревожные демографические процессы,

характерные для страны в целом - стареющее население, низкая рождаемость и, как следствие, - нехватка рабочих рук, представляют реальную угрозу экономической устойчивости моногорода. От усилий местных властей по нейтрализации отрицательного влияния данного фактора на социально-экономическую ситуацию в городе зависит жизнеспособность поселения в целом и его дальнейшие перспективы.

- состояние местной социальной инфраструктуры, под которой подразумевается комплекс организаций и учреждений, обслуживающих местное население. Создание благоприятных условий для работы, учебы, досуга, быта населения моногорода, выступающего на рынке в качестве рабочей силы, гарантирует обеспеченность градообразующего предприятия и иных хозяйствующих субъектов города необходимыми кадрами. Устойчивым можно считать тот город, где люди обеспечены не только работой, но и комфортными условиями жизни.

- наличие в нем сформированной городской оргкультуры, способствующей достижению целей социально-экономического развития. При этом под городской оргкультурой понимается система отношений и действий, направленных на создание, усвоение, сохранение и распространение ценностей, обеспечивающих взаимопонимание членов городского сообщества и формирование благоприятной среды для их эффективного взаимодействия.

Таким образом, повышение жизнеспособности моногорода и его переход к стадии устойчивого развития предполагает, прежде всего, создание гибкой, диверсифицированной и восприимчивой к новшествам экономики. Однако исключительно экономических характеристик для полного отражения данного процесса явно недостаточно. Более того, для решения чисто экономических проблем моногорода, необходимо первоочередное решение вопросов внеэкономического характера (морально-нравственных, административно-организационных, социальных).

ЛИТЕРАТУРА

1 Филиппов Ю.В., Авдеева Т.Т. Основы развития местного хозяйства: Учебн. М.: Дело, 2000. -264 с.

2 Картаева Е., Родина Н., Яковлев О. Управление развитием: насущные проблемы и возможные варианты решений // муниципальная власть. 2003. №4. С. 20-24.

3 Тургель И.Д. Моноспециализированный город: теория и практика стратегического управления социально-экономическим развитием - Екатеринбург: Изд-во АМБ, 2001.-259 с.

FOREIGN EXPERIENCE IN ASSESSING THE CREDITWORTHINESS OF CUSTOMERS

The essence of the concept of «creditworthiness» and its content in different periods were treated differently.

The concept of credit rating emerged in the economic literature of the XVIII century. In his works it was used by A.D. Smith and Keynes, N.Bunge and W.Kosinski. Of course, until that time, creditors were interested in the ability of borrowers to make credit transactions, but attempts to such an assessment were unsystematic. The lack of an integrated approach in this area was not very well compensated by the search for individual characteristics that indicated the level of creditworthiness.

The problems of determining creditworthiness were also actively developed by Soviet economists during the development of the country's economy: in the 1920s during the NEP and since the late 1980s, with the beginning of economic reforms.

Under the NEP, economists used the concept of «creditworthiness» in assessing borrowers, the content of which included: some aspects of assessing the creditworthiness of the borrower; the ability to make a credit transaction; the possibility of timely repayment of the loan.

As elements of creditworthiness were mainly considered: the legal capacity of the borrower; the organizational strength of the economic body and the quality of its management; statement of accounting and reporting; financial stability; the availability of collateral for loans; the ability of the borrower to receive income sufficient to repay the loan and interest.

The collapse of the NEP, credit reform (1930-1932) radically changed economic relations in the country. Subsequently, in almost all documents on the organization of credit relations, there were such elements of the Bank's assessment of the borrower's creditworthiness as his legal capacity, solvency, profitability, the availability of sufficient collateral for loans, etc.

Different countries have different methodologies and practical experience in determining the level of creditworthiness. Thus, in the practice of us banks used the method of «Rules of five «cu», that is,

1C-customer (character, reputation of the borrower);

2C-capacitytopay (ability to repay the loan);

3C-collateral (availability of collateral, collateral);

4C-capital (capital of asset ownership);

5C-currentbusinessconditionsandgoodwill (economic situation and its prospects).

However, these indicators, with some exceptions, can not be expressed in digital quantities. Hence, there are problems of reliability of arguments in favor of a conclusion.

In the practice of banks in England, the key is the term «PARTS», which includes:

- purpose-purpose, purpose;
- amount-amount, size;
- repayment-payment, repayment of debt and interest;
- term-term;
- security-security, pledge.

Here are calculated indicators such as:

- average loan repaid, which is defined as the ratio of accounts receivable to sales multiplied by the number of days in a year (365);
- inventory turnover, determined by the ratio of the average inventory value to the value of goods sold, multiplied by the number of days in the year (365);
- the average amount of credit received, which is defined as the ratio of the average amount of accounts payable to the cost of goods sold, estimated at cost, multiplied by the number of days in the year.

Despite the variety of credit assessment methods in deciding on the possibility of granting a loan, the principal aspects applied in almost all countries are primarily the nature and reputation of the borrower, his ability to pay off his debt obligations in a timely manner, the availability of timely repayment of the loan and the ability of the borrower to generate income.

A number of American economists describe a credit rating system based on balance sheets. American commercial banks use four groups of key indicators: the firm's liquidity; capital turnover; attraction of means; profitability index.

The first group includes the liquidity ratio (KL) and coverage ratio (KPC).

KL liquidity ratio is the ratio of the most liquid funds to long-term debt obligations. Liquidity consists of short-term cash and receivables. Debt obligations consist of short-term loans, promissory notes, unpaid claims and other short-term liabilities. KL predicts the ability of the Borrower to repay the Bank's debt promptly in the short term on the basis of an assessment of the working capital structure. The higher the CR the higher the creditworthiness.

KPI coverage ratio - the ratio of working capital to short-term debt. Kpokr shows the limit of lending, the sufficiency of all types of customer funds to repay the debt. If Kopr less than 1, the boundaries violated lending, the borrower can no longer provide credit: he is insolvent.

The indicators of capital turnover related to the second group reflect the quality of current assets and can be used to assess the growth of Kpokr. For example, if the value of this coefficient increases due to the growth of reserves and the simultaneous slowdown in their turnover, it is impossible to conclude that the borrower's creditworthiness increases.

The coefficients of attraction (Krill) forms a third group of estimates. They are calculated as the ratio of all debt to total assets or fixed capital; show the dependence of the firm on borrowed funds. The higher the leverage ratio, the worse the Borrower's creditworthiness.

The third group of indicators is closely related to the indicators of the fourth group, characterizing the profitability of the company. These include: the share of profit in income, the rate of return on assets, the rate of return per share. If increasing the company's dependence on borrowed funds, the decline in creditworthiness evaluated on the basis of Krill, can be compensated by increased profitability.

Credit rating of clients by French commercial banks includes 3 blocks :

- assessment of the company and analysis of its balance sheet and other reporting;
- assessment of customer creditworthiness based on methods adopted by individual commercial banks;
- use Of the Bank of France card file to assess the creditworthiness of the data.

In assessing the company, the Bank is interested in the following issues: the nature of the company and the duration of its operation; factors of production. The balance sheet and other forms of reporting are used, first, to assess the balance sheet ratio and , second, to calculate credit ratios based on turnover indicators. The subject of the analysis is such proportions as the ratio of long-term debt and equity, the ratio of stable own resources and the amount of assets, the dynamics of costs and losses compared with the growth rate of production, etc. the data of the company's reporting are compared with the data of the consolidated balance sheet, which is compiled on the basis of the balance sheet of homogeneous enterprises. One of the main directions of the balance sheet data analysis is the definition of Bank risk.

Indicators of cash position are estimated taking into account the level of development of the enterprise, its profitability and quality of working capital needs. The latter is studied on the basis of indicators of turnover of raw materials and finished products in stock. as well as the timing of payments to suppliers.

At the heart of determining the class of creditworthiness of the borrower is the criterion level of indicators and their rating. Coefficients and indicators at the level of average values are the basis for the classification of the borrower to class II, above average - to I and below average to III. An example is the following scale model for state-owned and joint-stock enterprises.

Referencetoindus try	Liquidityrat io	Coverrati o	Solvencyrat io						
Class I	Class II	Class III	Class I	Class II	Class III	Class I	Class II	Class III	
P / n industries I	Morethan 0.6	0.6 - 0.4	Lessthan 0.4	Morethan 1.5	1.5- 1.3	1.3- 1.0	Morethan 50%	50 - 30%	Lessthan 30%
P/n industry II	Morethan 0.4	0.4 - 0.25	Lessthan 0.25	Morethan 2.0	2.0- 1.5	1.5- 1.0	Morethan 35%	35 - 25%	Lessthan 25%
P/n industry III	Morethan 0.45	0.45 - 0.3	Lessthan 0.3	Morethan 1.8	1.8- 1.3	1.3- 1.0	Morethan 60%	60 - 45. %	Lessthan 45%

Figure 1-Rating scale for reliability the borrower [1]

The rating and significance of the indicator in the system is determined by the economist individually for each borrower, depending on the policy of the commercial Bank, the characteristics of the client, the liquidity of its balance sheet, the position in the credit market. For example, the high proportion of short-term resources, the presence of overdue loans and non-payments to suppliers increase the role of the liquidity ratio, which assesses the ability of the enterprise to release funds quickly. The involvement of the Bank's resources in lending permanent reserves, reducing the

size of own funds increase the rating of the indicator of security of own funds.

Violation of the economic boundaries of the loan, the creditworthiness of customers put forward in the first place when assessing the creditworthiness of the coverage ratio. The overall credit rating is given in points. Points are the sum of the products of each indicator's rating per credit class. I class is assigned at 100-150 points, II class-at 151-250 points and III class-at 251-300 points[2].

The same level of performance and the amount of points achieved by the influence of different factors. Thus, the increase in the total amount of liquid funds due to regulated assets does not always create a strong guarantee of repayment of loans. The increase in the balance of annual production, which does not have a wide consumer or is associated with transport difficulties, does not guarantee timely repayment of the loan. The growth of QL and KP can be explained by the reduction of debt obligations. The conclusion about the creditworthiness of the client will depend on the reason for this reduction. If, for example, the debt on short-term loans decreased due to the failure of the supply of raw materials, it is impossible to assess the growth of the coefficient as a strengthening of the financial position of the client. The analysis of the factors that have changed the level of the relevant coefficients and indicators should be a mandatory element of assessing the creditworthiness of the client of a commercial Bank.

The analysis of factors of change of level of coefficients and indicators of creditworthiness allows to define more precisely a class of creditworthiness, and also to develop conditions on this class.

Let us consider the method of assessing the creditworthiness of the borrower used by commercial banks in Kazakhstan.

The method of assessing the feasibility of a Bank loan, developed to determine the banks solvency of enterprises endowed with borrowed funds, assessing the allowable size of loans and their maturity. This method is adopted in almost all commercial banks of Kazakhstan engaged in lending to enterprises and organizations.

The main purpose of the analysis of documents for the loan is to determine the ability and willingness of the borrower to return the requested loan on time and in full.

The procedure for determining the creditworthiness of the borrower will consider the example of the «National Bank» of Kazakhstan. Analysis of data on the borrower is based on a large set of diverse documents.

Registration documents confirm the solvency of the borrower as a legal entity. The principal point is to determine the rights of the person negotiating and signing the loan agreement with the Bank to perform actions on behalf of the organization. These rights are established on the basis of the relevant provision of the Charter of the borrower and the document on appointment according to the procedure set out in the Charter. Financial statements provide an opportunity to analyze the financial condition of the borrower on a specific date. The most important information base of the analysis is the balance sheet.

When working with the balance sheet asset, it is necessary to pay the following: in the case of registration of pledge of fixed assets (buildings, equipment, etc.), inventories, finished goods, other reserves and costs, the right of ownership of the mortgagor to these values must be confirmed by the inclusion of their value in the

relevant balance sheet items.

The balance on the current account must correspond to the Bank statement as of the reporting date. When analyzing accounts receivable, it is necessary to pay attention to the terms of its repayment, since the receipt of debts can become one of the sources of repayment of the debt on the requested loan for the borrower.

When considering the passive part of the balance sheet, the most careful attention should be paid to the sections where loans and other borrowed funds are reflected: it is necessary to demand credit agreements for those loans, the debt on which is reflected in the balance sheet and not repaid on the date of the loan request, and make sure that it is not overdue. When assessing the state of accounts payable, it is necessary to make sure that the borrower is able to pay those whose funds are used in one form or another: in the form of goods or services, advances, etc. This section also reflects the funds received by the borrower from the partners under the loan agreements; these agreements should be considered in the same way as the borrower's loan agreements with banks. In the event that the date of receipt of the loan request does not coincide with the date of the financial statements, the actual debt of the borrower on Bank loans, as a rule, differs from that reflected in the last balance sheet. For exact definition of debt the reference about all outstanding at the time of request of Bank credits with Appendix of the copy of credit agreements is required.

An important positive factor is the existing experience of lending to this borrower by the Bank, on the basis of which it is possible to judge the prospects of repayment of the loan requested at the moment. In the event that the requested loan is the next in a number of previous, timely repaid loans, when accepting an application from this borrower, he may not submit his legal documents to the Bank, but with the obligatory notification of the Bank about all the changes made to them.

It should be noted that the credit system in Kazakhstan is looking for optimal forms of the credit system, an effective mechanism in the capital market, new methods of servicing commercial structures. The creation of a sustainable, flexible and effective Bank infrastructure - one of the major problems of Kazakhstan's economy.

REFERENCES

1 https://studwood.ru/684860/bankovskoe_delo/mirovoy_opyt_otsenki_kreditos_posobnosti_zaimschikov.

2 <https://helpiks.org/5-72753.html>

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ

Сегодня существует тенденция, когда прирост валового внутреннего продукта (ВВП) в развитых странах мира приобретается благодаря новым научным знаниям, воплощенных в новых технологиях, новом оборудовании, более высокой квалификации кадров, рациональной организации производств, что в свою очередь сказалось на увеличении соотношения конкурентоспособной наукоемкой инновационной продукции в общем объеме ВВП. Инновационный продукт становится результатом коммерциализации научных изысканий и исследований. В мире, таким образом, научно-техническая деятельность (НТД) выступает в виде средства увеличения доходов за счет улучшающегося рыночного спроса и утративания производственных издержек предприятий.

В условиях Казахстана, пожалуй, одной из ключевых проблем сейчас является создание и развитие эффективной экономики НТД в отрасли АПК, направленной на формирование научно-методических и организационно-технологических вопросов, связанных с разработкой, созданием и освоением интегрированных проектно-производственных систем, осуществляющих в едином алгоритме интеллектуально-направленных научно-исследовательских работ, опытно-конструкторских разработок, процессов технологической подготовки и планирования производства, подготовки кадров ориентированных на формирование новой продукции. Состояние уровня развития инновационного процесса в отрасли АПК – это индикатор, отражающий перспективы сферы аграрного сектора. Считаем, что НТД в АПК, рынок достижений в данной отрасли есть новый инструмент в решении актуальных проблем агросектора.

Президент Республики Казахстан Н.А. Назарбаев в Стратегии «Казахстан-2050: новый политический курс состоявшегося государства» подчеркнул: «...необходима масштабная модернизация сельского хозяйства, особенно в условиях растущего глобального спроса на сельхозпродукцию» [1].

Сейчас перед Казахстаном стоит задача ускоренного развития отраслей народного хозяйства, дающих мультипликативный эффект, к числу которых относится сельское хозяйство, доля продукции которого в ВВП страны к 2050 году должна вырасти в 5 раз. Поэтому, перед АПК Казахстана стоят кардинальные задачи по устойчивому развитию и наращиванию производства сельскохозяйственной продукции, направленного на выпуск экспортоориентированной, конкурентоспособной продукции на мировом рынке.

В ходе исследования выявлены приоритеты развития инновационных процессов в АПК в Казахстане, к которым следует отнести:

- 1 Технологическое переоснащение организаций комплекса.
- 2 Энерго- и ресурсосберегающие технологии производства, хранения и переработки сельскохозяйственной продукции.
- 3 Воспроизводство плодородия почв, предотвращения всех видов их

деградации, разработка адаптивных технологий агроэкосистем и агроландшафтов.

4 Создание современной системы информационного и инфраструктурного обеспечения инновационной деятельности в АПК.

5 Разработка государственной инновационной политики.

6 Формирование организационно-экономического механизма функционирования АПК на инновационной основе.

Одной из самых доступных и в тоже время самых популярных умных технологий в мире является точное земледелие, появление которого обусловлено, прежде всего, с развитием техники и информационных технологий, в частности с программно-аппаратными комплексами, позволяющими осуществлять привязку данных к глобальным координатам (GPS, ГЛОНАСС и др.) и реализовывать агротехнические операции дифференцированно. В основном это программы, использующие современные ГИС-технологии, различные математические модели, протоколы передачи данных между полевыми и бортовыми компьютерами, а также всевозможными контактными датчиками и дистанционными сенсорами.

Суть точного земледелия – это выполнение всех сельскохозяйственных операций при возделывании сельскохозяйственных культур, которое включает: предпосевную обработку почвы, внесение удобрений, уход за посевами (внесение удобрений, борьба с сорняками, болезнями и вредителями, применение регуляторов роста, полив и т. д.), уборку, послеуборочную обработку и хранение, с учетом пространственной и временной изменчивости параметров плодородия почвы, состояния растений, природно-климатических условий с целью создания наиболее благоприятных условий для роста и развития растений [2].

Идеология точного земледелия базируется на трех экспериментально-вычислительно-организационных блоках:

- блок получения информации о пространственной и временной изменчивости параметров плодородия поля и состояния растений в глобальной системе позиционирования (GPS, ГЛОНАСС);
- блок анализа и интерпретация полученной информации с целью принятия оптимальных управленческих решений о дифференцированном воздействии на систему «почва-растение» с целью получения планируемой урожайности сельскохозяйственной культуры;
- блок реализации принятых управленческих решений с использованием автоматизированных компьютеризированных технических средств, способных работать в соответствии с электронными картами в глобальной системе позиционирования.

Таким образом, перечень технологий, которые используются в точном земледелии, включает в себя:

- электронные карты полей и программное обеспечение для работы с ними;
- высокоточное агрохимическое обследование (анализ почв);
- системы навигации для сельскохозяйственной техники разных

уровней точности;

- мониторинг техники (слежение за местоположением, уровнем топлива и другими параметрами) (GLONASS SISTEM) и т.д.

Главная цель точного земледелия при производстве сельскохозяйственных культур – максимизация урожая, финансовая выгода и минимизация вложений капитала и воздействия на окружающую среду.

Данная система позволяет получить существенное уменьшение затрат:

- экономия удобрений достигает в среднем 26-28% благодаря тому, что удобряется не все поле, а только те его участки, где это необходимо, вследствие чего в почве не образуется переизбыток минеральных веществ, что положительно влияет как на сами растения, так и на все поле в целом, повышая урожайность в среднем на 12-15%;

- обеспечивает получение положительных экологических эффектов за счет дифференцированного применения химических средств защиты растений на отдельно взятых полях с учетом их дифференциации по плодородию почв и другим условиям роста и развития растений [3]. По данным американских специалистов, прибыль от внедрения в сельское хозяйство технологии дифференцированного применения удобрений составляет от 50 до 600 \$ США с гектара.

Таким образом, система точного земледелия представляет собой высшую форму адаптивно-ландшафтного земледелия, основанного на наукоемких агротехнологиях с высокой степенью технологичности. Её внедрение, несомненно, требует нового мышления, подготовки квалифицированных заинтересованных кадров, обеспечения сельскохозяйственных предприятий современной вычислительной техникой, наличия методов математического моделирования и средств автоматизации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Назарбаев Н. А. Послание Президента Республики Казахстан - лидера нации Н. А. Назарбаева народу Казахстана «Стратегия «Казахстан- 2050». Новый политический курс состоявшегося государства - Казахстанская правда, 14 декабря 2012 г.

2 Личман Г, Марченко Н., Марченко А. Система точного земледелия в современных агротехнологиях //Материалы меж. науч.-практич. конференции «Агротехнологии XXI века» (11-14 декабря 2007 г.). – М.: РГАУ-МСХА им. К. А. Тимирязева, 2008. – С.144-156.

3 Климова Н.В., Трубачева Е.А. Экономический рост сельскохозяйственных предприятий на основе внедрения инновационных ресурсосберегающих технологий // Economics: Yesterday, Today and Tomorrow.- 2016.- №4.– С. 22-34.

АНАЛИЗ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОТРАСЛИ КАЗАХСТАНА

Качественными изменениями на мировом рынке сельскохозяйственного сырья было ознаменовано начало двадцать первого столетия. Этому способствовали рост численности населения и ускорение темпов экономического развития в отдельных регионах земного шара, что предопределяло устойчивый рост мирового спроса на товары, производимые в рамках АПК, в то время, как возможности увеличения их объема производства ограничивались имевшимися земельными и водными ресурсами и в значительной степени относительно низкой эффективностью самой аграрной отрасли. Перед Казахстаном, как членом международного содружества, в условиях глобализации все острее ставятся вопросы обеспечения жизнедеятельности населения страны. В связи с этим сельскохозяйственная отрасль страны и вопросы его дальнейшего развития и определения собственной ниши на международном рынке становятся все актуальней.

Президент страны в ежегодных посланиях народу Казахстана уделяет внимание вопросам развития аграрного сектора. Определение собственной ниши на мировом рынке, диверсификация и дифференциация экспортных приоритетов Казахстана – это одна из приоритетных задач страны.

По данным экспертов Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), несмотря на дальнейший рост населения земли, аграрный сектор и в долгосрочной перспективе способен удовлетворить спрос на продовольствие, так как потенциал аграрного сектора практически неисчерпаем. Ожидается, что доля Китая, Индии, а также Аргентины и Бразилии в мировом потреблении продовольствия возрастет. В сельское хозяйство развитых стран вовлечено до 20 млн. человек, ими производится 66% мирового объема продовольствия, 67% – экспорта, 64% – импорта продуктов питания, 75% – вывоза зерна и 80% – мяса [1].

Развивающиеся страны к 2020 г. увеличат свою долю в производстве зерна с 55% до 59 %, мяса – с 54% до 61 %. В то же время потребность возрастет почти вдвое, что потребует наращивания сельскохозяйственных мощностей [2].

В Казахстане ежегодно выпускается свыше 31,2 млн. тонн, в том числе пшеницы – 12,9 млн. тонн, молока – 4,7; муки – 2,6; картофеля – 2,5; ячменя – 2,2; овощей – 2,06; напитков и соков – 0,9; мяса – 0,73; сахара – 0,5; кукурузы – 0,46; риса – 0,3; фруктов и ягод – 0,25. В расчете на душу населения производство указанных видов продовольствия превышает среднемировой уровень, а также аналогичный показатель в Китае, Индии, России, Украине и Пакистане [3].

Анализируя мировую товарную номенклатуру сельскохозяйственного производства, республика занимает первое место по выпуску кумыса и шубата, конины – на 3-ем, каракуля – 4-ом, гречихи – 5-ом, подсолнечного масла и ржи

– 9-ом, твердой пшеницы, ячменя и животного масла – 10-ом, шерсти, пшеницы – 13-ом, сливочного масла, овса – 14-ом, хлопка, картофеля – 19-ом, риса – 20-ом, маргарина, груш и яиц – 21-ом, яблок – 22-ом, овощей – 25-ом, мяса – 29-ом, сахарной свеклы – 35-ом [2].

За 2013-2018 гг. общий объем поставок за рубеж составил более 200 наименований продукции аграрного сектора и возрос с 659,8 млн. долл. до более чем 1,1 млрд. Экспорт направлялся в 59 стран, из которых 25 расположены в ЕС, 16 – в Азии, 11 – в СНГ (в том числе 4 – в Центральной Азии), 4 – в Америке, 3 – в Африке.

Наиболее крупные объемы казахстанской продукции были поставлены в такие государства, как Узбекистан, закупивший муку (на сумму в 65,8 млн. долл.) и сахар (на 16,2 млн.), Россия приобрела пшеницу (на 65,5 млн.) и свежие томаты (на 10,4 млн.), Таджикистан – муку (на 43,8 млн.), Китай – дубленую кожу (на 32,3 млн.), Грузия – табак (на 24,2 млн.), Афганистан – муку (на 16,5 млн. долл.) [2].

В эти годы Германия закупила филе рыбное (на 13,2 млн. долл.), Италия – пшеницу (на 12,9 млн.), Россия – дыни и арбузы (на 12,7 млн.), лук (на 8,1 млн.), рис (на 7,5 млн.), яблоки и груши (на 7,2 млн.), Украина – сахар (на 11,6 млн.), Иран – ячмень (на 8,3 млн.) и жмых (на 5,8 млн.), Япония – сгущенное молоко (на 5,1 млн.), Кыргызстан – растительное масло (на 4,9 млн.), минеральную воду (на 4,6 млн.), соки фруктовые (на 2,1 млн. долл.), Литва – мясные консервы (на 4,1 млн.), Монголия – муку (на 2,6 млн.), Иран – соевую муку (на 2,3 млн.), США – клейковину (на 2,2 млн.) [2].

Казахстан экспортирует наибольшие объемы дубленой кожи, пшеницы, хлопка-волокна, муки, сахара, рыбного филе, овощей. Реализация готовой кожи возросла в 169 раз (245,4 млн. долл.) Пшеница – бессменный лидер в течение многих лет. Вывоз этой культуры составил 219,7 млн. долл., хлопка-волокна – 162,6; муки – 142, сахара – 56,6; овощей – 50, рыбы и рыбного филе – 40,3 млн. долл. [2].

Так же высокие темпы экспорта наблюдаются по 50 наименованиям продукции. В их числе: соевая мука – рост в 64,2 раза, сахар – в 31,8; жмых – в 24, сливочное масло – в 20,5; хлебобулочные и кондитерские изделия – в 16,6; мясные консервы – в 10,4; филе рыбное – в 8, сыры и творог – в 7, рис – в 6,3; хлопчатобумажные ткани – в 6, макаронные изделия – в 4,3; мука – в 3,4; минеральная вода – в 3 раза [2].

Данные, приведенные выше, свидетельствуют о том, что на международной арене Казахстан в силу своих исторических, географических, климатических и других условий имеет ряд преимуществ. Так, например, по тридцати показателям продукция казахстанского производства входит в первую тридчатку, а по одиннадцати из них входит в первую десятку. Традиционным для Казахстана остаются производство зерновой, мясной и молочной продукции. Учитывая исторические особенности ведения сельского хозяйства, республика входит в десятку мировых лидеров по поголовью лошадей, овец и коз.

Отмеченная динамика во внешнеэкономической деятельности делает Казахстан перспективным в рамках расширения экспортных возможностей. С учетом стабильного рынка сбыта кожи в Китай и Италию необходимо

задуматься о ее ассортиментной дифференциации с целью повышения казахстанского содержания. Сырьевой базой в данном направлении является животноводство. Животноводство всегда играло стабилизирующую роль в сельском хозяйстве, сглаживая провалы неурожайных лет.

При имеющихся ресурсах в сельскохозяйственном секторе, быстро развивающейся базе и постоянно растущем спросе на товары данной отрасли имеется ряд негативных факторов, тормозящих процесс производства конкурентоспособных товаров с высокой добавленной стоимостью. Казахстан обладает значительными ресурсами в производстве продукции растениеводства и животноводства. Но для выпуска конкурентоспособного товара, позволяющего позиционировать Казахстан как крупного экспортера, необходимо решить ряд внутренних проблем в АПК:

- несмотря на значительные финансовые и организационные усилия государства, не произошло видимых сдвигов в направлении формирования и функционирования кластеров АПК (пищевой, хлопковый, зерновой, мясомолочный);

- государство постоянно разрабатывает специальные программы по зерну, выделяет при этом огромные финансовые средства, и добилось в этом направлении значительных успехов. В тоже время наблюдается ухудшение качества зерна при увеличении посевных площадей, снижается плодородность земли, вымывание плодородного слоя, и др.;

- несоблюдение технологий при посеве;

- отсутствие прозрачности в использовании денежных средств, выделяемых государством;

- инвестиционно непривлекательный сектор (для частных инвесторов);

- животноводческий сектор АПК в большинстве своем представлен мелкими и средними крестьянскими хозяйствами, и частными подворьями, что делает небезопасной их продукцию;

- медленный рост поголовья скота и производства молока обусловлен плохой закупочно-сбытовой системой;

- нехватка и крайняя изношенность сельскохозяйственной техники;

- отсутствие должной сбалансированности и пропорциональности, а также преобладание стихийности в развитии отдельных секторов и сфер АПК.

Перечисленные проблемы в агропромышленном комплексе характерны для всех регионов Казахстана. Решение их позволит, не только стабилизировать ситуацию в аграрном комплексе, но и представить аграрный сектор на мировой арене не только зерном, но готовой продукцией высокого качества. Казахстан является одним из крупных мировых производителей и экспортеров зерна. Диверсификация зернового сектора видится в углублении технологического процесса его переработки.

Проводя активную экспортную политику в рамках внешнеэкономической деятельности, Казахстан значительное внимание уделяет и импортной компоненте. Так, Казахстан, активно участвуя в мировой торговле аграрной продукцией, становится все более привлекательным для многих стран всех континентов. За период с 2013 до 2017 год общий объем импорта, включающий

более 145 наименований аграрной продукции, увеличился с 502,1 млн. долл. до 1 651 млн. В поставках участвуют 106 стран, в том числе: европейских – 32, азиатских – 21, американских – 20, африканских – 19, из СНГ – 11 (4 – из центральноазиатских государства), Австралии и Океании – 3 [2].

Так, Россия ежегодно импортирует в значительных объемах говядину (700 тыс. тонн), свинину (500 тыс.), мясо птицы (1 100 тыс.), конину (4 тыс. тонн). Казахстан, имея самую протяженную границу с Россией, подобную продукцию на рынок не поставляет, хотя по стоимости и качеству выпускает достаточно конкурентоспособное мясо и изделия из него. Конину в Россию экспортирует 10 стран, в том числе Аргентина, Уругвай, Монголия и др., однако Казахстан в этом процессе практически не участвует.

В импорте Китая ежегодно присутствуют около 22,9 млн. тонн соевых бобов, 4 млн.тонн – пшеницы, 2,9 млн. тонн – баранины и ягнятины, 2,5 млн. тонн – табака, 2,1 млн.тонн – ячменя, 1,8 млн. тонн – соевого масла, 1,3 млн. тонн – сахара, 650 тыс. тонн хлопка-волокна, 430 тыс. тонн – рапса, 315 тыс. тонн – животных жиров, 300 тыс. тонн – мяса птицы, около 100 тыс. тонн – свинины, 84 тыс.тонн – меда, 60 тыс. тонн – сухого молока, 12 тыс. тонн сливочного масла и другой продукции аграрного сектора. И здесь Казахстан мог бы сказать свое слово.

Очевидно, что Казахстан должен приложить усилия, чтобы занять свою нишу как на китайском, так и российском рынках продукции, производство которой налажено в республике.

Анализ номенклатуры ввозимых товаров показывает, что по многим позициям Казахстан может их производить при определенных затратах.

Поэтому одной из важнейших задач на ближайшую перспективу должно стать сокращение ввоза продукции, производство которой возможно в республике.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Кайгородцев А. А. Экономическая и продовольственная безопасность Казахстана (вопросы теории, методолог, практики). Научная монография /А.А. Кайгородцев. - Усть-Каменогорск: Медиа-Альянс, 2016. - 384 с.

2 Комитета по статистике Республики Казахстан. [Электронный ресурс: <http://www.stat.gov.kz>].

3 Тягаш М.Ю. Понятия и критерии экономической безопасности государства // Российская газета. –2014. – №11. С. 13-19.

ОТ БИЗНЕС-ЭТИКИ К СОЦИАЛЬНО-ЭТИЧЕСКОМУ МАРКЕТИНГУ

Этика - это раздел философии, который занимается изучением оценки человеческого поведения и, в частности, критериев, которые могут быть применены при вынесении суждений о том, какие человеческие поступки являются достойными и правильными. Часто в одном и том же значении употребляются слова «этика» и «нравственность».

В данной работе мы употребляем термин «этика» для обозначения научной дисциплины и нравственных норм. Как известно, существуют три различных подхода к этическим проблемам:

- дескриптивный подход - нейтральная в нравственном отношении попытка описать доминирующую в обществе систему этических взглядов;

- мета-этика - анализ значения и характера нравственных концепций и суждений;

- нормативная этика - предписывающий подход, в котором формулируются этические принципы и методы этических рассуждений, необходимые для обоснования правил и суждений о том, что является правильным и неправильным.

Этика может быть применена к нравственным проблемам, возникающим в отдельной сфере любой человеческой деятельности. Так, в медицинской этике общие этические принципы применяются к медицинской практике. Деловая этика является примером прикладной этики, она занимается систематическим изучением этической оценки деловых решений, а также практики и приемов, принятых в бизнесе.

Первоначально деловая этика была нормативной, когда в недавнем прошлом большинство ученых в этой области имели образование по специальности философская этика. В конце 90-х годов прошлого века, однако, возросло количество дескриптивных этических исследований, при этом внимание все большего числа исследователей-практиков было привлечено к самым непонятным и часто весьма важным вопросам деловой этики, в особенности к вопросу о том, как менеджеры, маркетологи принимают деловые решения в тех случаях, когда затрагиваются этические проблемы.

Первые работы по деловой этике появились еще в конце 1970-х гг. Интерес к нравственным проблемам в бизнесе имеет такую же долгую историю, как и сам бизнес: В «De Officiis» («Об обязанностях» - лат.) римский философ Цицерон (Cicero) рассуждал о моральном долге купцов, через сотни лет в «The Wealth of Nations» («Богатство народов») Адама Смита – уже звучит этический трактат на темы экономические...

До того момента, как преподавание деловой этики получило широкое распространение, обсуждение нравственных проблем в школах бизнеса в основном происходило в рамках курсов «бизнес и общество». А вот в период между 1960-м и началом 1980-х гг. и на этих курсах, и в практике бизнеса входит в моду концепция корпоративной социальной ответственности,

основные идеи которой были сформулированы Р. Буххольц.

Согласно теории Буххольца (1991) несмотря на большое количество различных определений понятия социальной ответственности, многие из них, а может быть и все, содержат следующие пять ключевых элементов:

1) ответственность корпораций выходит за рамки получения прибыли от производства товаров и услуг;

2) эта ответственность заключается в необходимости содействовать решению важных социальных проблем, в особенности тех, созданию которых способствовали сами корпорации;

3) заинтересованные лица корпорации — это не только ее акционеры;

4) влияние корпораций простирается значительно шире, чем влияние заключенных на рынке сделок;

5) корпорации не могут игнорировать человеческие ценности, сосредоточиваясь только на экономических ценностях.

В исчерпывающем обзоре работ по этике маркетинга, который произвели П. Мерфи и Г. Лазняк в 1981 году, выявлены, проанализированы и наиболее ранние работы по этой теме, появившиеся еще в 1960-х гг. Авторы отмечают, что в 1970-х гг. произошло смещение интереса от общего рассмотрения этики маркетинга к анализу конкретных проблем. В 1980-х гг. эта тенденция продолжала развиваться, при этом темы стали рассматриваться еще более узко (Lazniak, 1993).

Основным фактором, способствовавшим развитию деловой этики в целом, была крайняя обеспокоенность в обществе по поводу методов бизнеса, в особенности в период так называемого «скупого» 1980-го ода.

Тогда в центре внимания обеспокоенной общественности оказались неправомерные действия финансовых учреждений, такие как торговые операции с ценными бумагами лиц, имеющих доступ к конфиденциальной информации, и неэтичная практика, — например, взятки, нечестные реклама и приемы продаж.

Но интерес к этике маркетинга возрастал параллельно интересу к деловой этике. Под влиянием развития деловой этики начиная с середины 1980-х гг. и далее специалисты по маркетингу стали все больше прибегать к философской этике с целью разработки дескриптивных и нормативных теорий этики маркетинга, однако при этом они сохранили интерес к исследованию конкретных случаев.

В то время, как одни исследователи продолжали заниматься отдельными этическими проблемами маркетинга, например, исследованием предложения вредных продуктов незащищенным группам потребителей (Brenkert, 1998; Smith and Cooper-Martin, 1997), другие предпринимали попытки разработать нормативные модели, которые могли бы быть использованы в качестве руководства при принятии маркетинговых решений.

Тем временем модели, разработанные для описания того, как менеджеры принимают решения по поводу этических вопросов, стали все более тщательно проверяться на практике. Многие из этих практических исследований процесса принятия этических решений в маркетинге, проводимые практиками — специалистами внесли значительный вклад в область деловой этики, —

например, исследования чувствительности к этическим проблемам (Sparks and Hunt, 1998).

Сегодня большинство школ бизнеса предлагают курсы деловой этики, непосредственно связанной с текущими проблемами рыночной экономики, с практикой менеджмента и маркетинга.

Маркетинг стал незаменимым инструментом анализа и исследования рынка, инфраструктура которого все более и более расширяется с внедрением новейших видов товаров и услуг, новых знаний, инноваций во всех отраслях хозяйства.

В последние десятилетия пристальное внимание науки и практики занимает поведение покупателей на рынке, потребности которого постоянно меняются, становятся все более утонченными, даже капризными – это подогревает и наступательная реклама, чуть ли не выходящая за рамки нанотехнологий.

В системе маркетинга проведены интересные исследования по нейромаркетингу, ученым и исследователям удалось «внедриться» глубже, чем в органы чувств, и планомерно воздействовать на покупателей через воображение, эмоции и интуицию.

И Котлер был прав, что будущее за концепцией социально-этического маркетинга, потому что производитель хочет через удовлетворение потребности покупателей достичь своей цели - получение прибыли.

Однако, несмотря на кажущееся совпадение интересов покупателей и производителей, имеются серьезные проблемы, касающиеся как отдельного потребителя, так и общества в целом.

Увеличение потребления товаров и услуг приводит к увеличению расхода природных ресурсов, к увеличению влияния всех побочных явлений научно-технического развития, например, таких как промышленное загрязнение окружающей среды. Это два основных источника противоречий, которые привели к противостоянию потребителей и долгосрочных интересов общества, т.к. высокий уровень потребления сегодня имеет место за счет благосостояния будущих поколений.

Второй приводит к конфликту интересов производителей и интересов общества. Основная задача, решаемая в рамках социально-этичного маркетинга: объединить интересы производителей и потребителей в рамках перспективной пользы обществу в целом.

Концепция социально-этического маркетинга (societal marketing) отличается от «обычной» концепции маркетинга тем, что её цель — обеспечение долговременного благополучия не только отдельного предприятия, но и общества в целом.

Эта концепция подразумевает, что основной целью организации должно быть удовлетворение потребителей, а не максимизация прибыли.

Моральные принципы маркетинга. Даже сознательные добропорядочные деятели маркетинга сталкиваются со множеством моральных дилемм. При этом часто неясно, как лучше всего поступить.

Поскольку не все руководящие работники обладают высокоразвитым чувством моральной ответственности, многие фирмы вынуждены

разрабатывать официальную маркетинговую политику организации - это перечень четко установленных общих принципов, которым должен неукоснительно следовать любой работник организации и из которых не существует никаких исключений. Эти основополагающие установки охватывают проблемы взаимоотношений с дистрибьюторами, соблюдения норм рекламной практики и обслуживания потребителей, а также проблемы ценообразования, разработки товаров и принципы общеэтического характера.

Каждый деятель маркетинга должен выработать для себя основополагающие принципы добропорядочного поведения.

Любая система нравственности базируется на представлениях о хорошей жизни и взаимосвязи собственного благополучия с благополучием других. Выработав для себя четкие принципы, деятель маркетинга будет в состоянии справиться с множеством запутанных проблем, возникающих и в области маркетинга, и в других сферах человеческой деятельности.

Перед маркетологами наших дней стоят много сложных задач и одновременно есть и большие возможности благодаря научно-техническому прогрессу в использовании солнечной, ветровой энергии, появлению роботов - работников, кабельного, цифрового телевидения, современной медицины, новых видов транспорта, новых форм отдыха и развлечений, новых средств связи.

Одновременно с этим в рамках социально-экономической среды будут действовать силы, налагающие все большие ограничения на практику маркетинговой деятельности.

И решающее слово остается за фирмами, которые строго соблюдают деловую этику, сумеют создать новые ценности и проводить маркетинг, исполненный высокой моральной ответственности перед обществом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Котлер Ф. Основы маркетинга. Учебник. С-Петербург, 2008.
- 2 Рахимбаев А.Б., Бельгибаев А. К. Теория и практика маркетинга. Учебное пособие. Алматы. 2008.
- 3 Кайсанова Н.Б. Практика бизнес-этики. Усть-Каменогорск, ВКГТУ, 2019.
- 4 Егізекіев М.Ғ. Бизнес-әдеп. Лекциялар курсы. ШҚМТУ. 2019.
- 5 <https://xreferat.com/53/3689-1-etika-marketinga-i-mezhdunarodnyiy-proizvoditel.html>.

МАРКЕТИНГТІК ЗЕРТТЕУЛЕРДІҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ТИІМДІЛІГІН БАҒАЛАУ

Маркетингтік зерттеулердің нәтижелілігін бағалау, басқару шешімдерін қабылдау үшін өте маңызды, егер мұндай шешім маркетингтік зерттеулердің жеткіліксіздігі негізінде жасалса, бұл үлкен шығындарға және көптеген қызметкерлердің жұмыстан босатылуына әкелуі мүмкін. Маркетингтік зерттеулер толық, сенімді және өзекті болуы керек. Маркетингтік зерттеулердің қажеттілігі: өнімнің кеңеюіне, өндірістің барлық салаларында жаңа технологиялардың пайда болуына және тауарлар мен қызметтердің айналымына байланысты болып келеді. Ғылыми әдебиетте, сонымен қатар іс жүзінде, маркетингтік зерттеулер мазмұнына байланысты түрлі тұжырымдамалар қолданылады: нарық, сату, мотивтер, потенциал, маркетингтік интеллект, әлеуметтік зерттеулер және т.б.

Англо-америка әдебиетіндегі маркетингтік зерттеулер туралы түсініктер:

- Х.Мефферт маркетингтік зерттеулерді түрлі мәселелерді шешуде, маркетингті басқаруды қолдайтын ақпараттық (интеллект) күшейткіш түрі ретінде түсіндіреді.

- Ағылшын ғалымы Верли маркетингтік зерттеуді қамтитын, әлеуметтік зерттеулер тұжырымдамасын ұсынды: маркетинг, нарық және қоршаған орта.

- Маркетинг жөніндегі маман Х. Вайсс «мотивациялық зерттеулерді» қарастырады. Оның пікірінше, зерттеудің мақсатына байланысты нарықтық зерттеулер сандық және сапалық болуы мүмкін. Сандық зерттеу нарықтың параметрлері мен оның негізгі сипаттамаларының сандық мәндерін орнатуға мүмкіндік береді. Сапалы маркетингтік зерттеулер белгілі бір нарықтық мінез-құлықтың белгілі себептерін анықтаудан тұрады [1].

Маркетингтік зерттеулердің нәтижесі ретінде, маркетингтік жүйенің субъектілері арасындағы өзара әрекеттесу, шешімдер қабылдау үшін маркетингтік ақпараттарды қалыптастыру болып табылады. Ол негізгі экологиялық және тұтынушылық факторлардың талаптарын сақтай отырып, нарықтың талап етілетін саны мен сапасын қамтамасыз етеді.

Маркетингтік зерттеулердің ақпараттық жүйесі болып, маркетингтік қызметтің нақты бағыттары бойынша зерттеулер барысында алынған ақпаратқа негізделген. Бұған нарықтың параметрлерін талдау және оның бәсекелестердің дамуы, серіктестердің бизнес бағыттарын зерттеу, бағалық саясат және өнімдерді насихаттау әдістері сияқты зерттеу түрлері жатады. Мұндай деректер «ішкі» немесе «сыртқы» зерттеу арқылы жинақталуы мүмкін. Маркетингтік зерттеулерді тұрақты интеграцияланған ақпараттық үдерістің бөлігі ретінде қарастыру қажет. Компания қоршаған ортаны үздіксіз бақылай отыра және деректерді сақтау жүйесін дамыту ретінде пайдаланады, сондықтан оларды болашақта талдауға болады. Ол үшін қиындықтар мен проблемаларды ерте анықтау, мүмкіндіктерді анықтау, маркетингтік стратегияларды және шараларды бағалау, статистикалық талдау негізінде бағалау, жоспарларды

жүзеге асыру деңгейін модельдеу және маркетингтік стратегияларды жүзеге асыру үшін маркетингтік ақпараттық жүйені құру қажет.

Маркетингтік зерттеулердің экономикалық тиімділігі мен тиімділігін бағалаудың бірыңғай позициясы мен әмбебап әдістері жоқ. Осы тақырып бойынша, шетелдік авторлардың маркетингтік зерттеулерін бағалау саласындағы басылымдары мен ғылыми мақалалар саны өте шектеулі.

Шетел авторлары Н.К. Малохра және Г.Асесель бұл мәселенің бар екендігін көрсетті, бірақ олардың жұмыстарында тиімділігін бағалау өлшемдері қарастырылмаған болып шықты. Жалпы ғалымдардың еңбектерінде, атап айтқанда Г.А. Яшева маркетингтік зерттеу үдерісінің тиімділігінде сараптамалық зерттеуді қолдану туралы ұсынады. . Маркетингтік зерттеулер мен компания қызметінің түпкілікті нәтижелерінің өзара байланысы, маркетингтік зерттеулердің тиімділігі мен экономикалық тиімділік критерийлерін анықтауға мүмкіндік береді, оның ұйымдастырылуы тұтастай алғанда компанияның қызметіне әсер етеді.

Экономикалық әдебиетте маркетингтік зерттеулердің тиімділігін есептеудің басқа тәсілдері бар. Мысалы, оңтайландыру тәсілі. Осы зерттеу әдісінің тиімділігін бағалау мыналарды белгілеу арқылы анықталады:

- шығыстардың шамасы және олардың бөліну нұсқаларын іздеу, яғни шығындардан барынша пайда алу;
- табыстың қажетті деңгейі және шығындарды барынша азайтатын опционның анықтамасы.

Ақпараттың құндылығы туралы ғалымдар А.А. Харкевич және М.М. Бонгард, прагматикалық ақпарат пен құндылықтың сандық шаралары арасындағы мақсатты және мақсатты мінез-құлық ұғымымен байланыстырды. Зерттеулер ойын теориясын және шешімдерді қабылдау теориясын қолдана отырып, ақпарат құндылығын анықтаудың тәсілімен де байланысты. Сонымен бірге, ақпараттың құны осы ақпаратты пайдаланып, онсыз қабылданған шешімдердің нәтижесі арасындағы айырмашылық ретінде анықталуы мүмкін. Бұл жағдайда шешім ағашының әдісі қолданылады. Мысалы: детерминистикалық әдістер де ұсынылады, оған сәйкес зерттеулер жүргізудің ақпараттарының мәні, зерттеудің (қосымша ақпарат) болмауы және зерттеулерді пайдаланған кездегі қателіктермен, шығындармен байланысты [2].

Зерттеу сапасына ерекше назар аудару қажет. Зерттеудің сапа деңгейі ғылыми-зерттеу жұмыстарының салыстырмалы интегралдық сипаттамасы, қол жеткізілген нәтижелерді, зерттеудің әдістерін, құралдарын және ресурстарын белгіленген талаптармен салыстыру ретінде түсініледі. Оны аяқталған зерттеулердің техникалық сипаттамаларымен немесе ғылыми техникалық басқа деңгейлерде белгіленген талаптарға сәйкестігі негізінде анықтауға болады. Зерттеу сапасының деңгейін бағалау үшін зерттеу нәтижелерінің өз мақсаттары мен мақсаттарына сәйкестігін сипаттайтын индикаторлар жүйесін таңдау керек, олар кестеде жүйеленген болуы мүмкін.

Кесте 1. Зерттеу сапасының деңгейін бағалау

<i>Көрсеткіш</i>	<i>Зерттеу сапасының деңгейін бағалаудың мәні мен ауқымы:</i>
Зерттеу мақсаттарына қол жеткізу	Барлық жоспарланған мақсаттарға қол жеткізілді. Негізгі жоспарланған мақсаттарға қол жеткізілді. Барлық жоспарланған мақсаттарға қол жеткізілген жоқ.
Зерттеу шарттары	Мерзімінен бұрын аяқталды. Уақытында аяқталды.
Нәтижелердің мәні	Өте жоғары. Жоғары. Айтарлықтай. Жоғары емес. Төмен. Өте төмен. Іс жүзінде жоқ (сыни көрсеткіш).
Жаңалықтың нәтижесі.	Жоғары (жаңа нәтижелер). Орташа (кейбір нәтижелер жаңа емес). Төмен (нәтиженің көп бөлігі жаңа емес). Төмен (жаңа нәтижелер жоқ, сыни).
Өзектілігі және маңыздылығы	Зерттеу өте жоғары. Жоғары. Айтарлықтай. Жоғары емес. Төмен Өте төмен. Іс жүзінде жоқ (сыни көрсеткіш).
Нәтижелерді іске асыру шкаласы.	Мемлекетаралық. Мемлекет (сектораралық). Салалық. Бірнеше кәсіпорындар. Бір кәсіпорын.
Зерттеудің техникалық деңгейі	Қолданылған техникалық құралдардың заманауи технологиялар жетістіктеріне сәйкестігі.
Зерттеудің сапалы орындалуы	Стандарттарға сәйкес болуы.
Жалпы нәтижелердің ауқымдылығы және жүзеге асырылуы	Толығымен жүзеге асырылды. Жартылай орындалды. Орындалмады.
Нәтижелердің тиімділігі	Тиімді, жартылай қажет, тиімді емес.

Маркетингтік зерттеулердің тиімділігі ұсынылған ақпараттың құндылығына және оның тиімділігіне байланысты. Нақты маркетингтік зерттеулер деп атауға болады, оның барысында нарықта қалыптасқан ахуалды дәлелдейтін және оның негізінде капиталдандыру деңгейін арттыратын шешімдер қабылдайтын ақпарат бар. Шкардун «Маркетингтік аудиттің объектілері» мақаласында басқарушы шешімдердің сапасы менеджердің біліктілігіне, қосымша шешімдерді қабылдау процесінде менеджерге қолжетімді маркетингтік ақпараттың толықтығы мен дәлдігіне байланысты екенін айтады. Маркетингтік зерттеулердің тиімділігін бағалау көп өлшемді болып табылады, ол тікелей қойылған мақсаттарға байланысты және оны іске асыру ықтимал шығындарды болдырмауға және нарықтағы оның артықшылығындағы кәсіпорын жетістіктерін едәуір арттыруға көмектеседі [3].

Жалпы маркетингтің ең маңызды бөлімі ретінде маркетингтік зерттеуді

атап көрсетуге болады. Өйткені нарықты, тұтынушыларды зерттеусіз кәсіпорын белгілі бір табысқа жете алмайды:

Кәсіпорынды маркетингілік зерттеу жүйесі:

1. Тұтынушыларды зерттеу – тұтынушыларды зертеу олардың қажеттіліктерін зерттеуден басталады. Кең тарағаны Маслоудың қажеттілік иерархиясы. Бұл жүйе физиологиялық қажеттіліктен бастап (аштық, суық, шөл), өзін өзі сақтау қажеттілігі (қауіпсіздік, қорғаныштылық), әлеуметтік тұтыныстар (сүйіспеншілік), құрметтеу қажеттілігі (өзін өзі сыйлау, статус), өзін өзі таныту қажеттілігі (өздігінен даму).

2. Бәсекелестерді зерттеу – бәсекелестерді зерттеудің бірінші деңгейі – таңдалған нарықта бәсекелестік деңгейді бағалау (монополия, т.б). Келесі кезекте мынаны анықтау қажет: бәсекелес қай нарық бөлігін бақылайды, қаншалықты тез дамып отыр, бәсекелестер өнімінің сапасы, оның бағасы, жарнама және өткізу түрі, техникалық жабдықтау.

3. Тауарлық нарықты зерттеу – нарықты зерттеу деген ол – белгілі бір тауарды немесе тауарлар тобын зерттеу. Нарықты зерттеудің мақсаты – белгілі бір тауарға сұраныс пен ұсыныстың ара-қатынасын зерттеу, нарық сиымдылығын, нарықтағы бәсекелестердің бөлігін, нарық сегментациясын және нарық конъюнктурасын анықтау болып табылады.

Қорыта келе, маркетингтік зерттеудің тиімділігін толықтай бағалау мүмкін емес. Себебі, біркелкі форма ретінде қарастыру өте қиын. Көптеген факторлардың болуы және шешім қабылдаудың дұрыстығы дұрыс еместігіне әсер еткен зерттеулердің дәлелдеу қиындықтары. Уақыт легі, яғни. басқару шешімдерінің әсері уақыт өткен сайын кеңейтіледі. Кәсіпорынға деген зерттеулердің әсері бар ма, болса қандай нәтиже көрсеткенін анықтау толықтай мүмкін емес немесе анықтау өте қиын. Сол себептердің әсерінен, бағалау да қиындау болып келеді. Бірақ толықтай болмасын, қандай да бір әсерін тигізетіндігіне көз жеткізе аламыз. Маркетингтік зерттеулердің нәтижелілігін бағалау кезінде, индикаторлар мен тарихи логикалық байланысын тексеру өте маңызды. Зерттеудің барлық пайдалылығын, кішігірім қате жасап жоққа шығаруға болады.

ҚОЛДАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР

1. Аанкер.Д., Кумар.В.,Дэй.Дж- маркетингтік зерттеу(жетінші шығарылым).
2. Лопатинский И.О- Маркетингтік шешімдерді ақпараттық қолдау.
3. Яшева Г.А- Маркетингтің тиімділігі: әдіснама, бағалау және нәтиже.
4. Ильющенко Е. В «Маркетинг на предприятии» - Минск, 2015.

СТРАТЕГИЯ ГОЛУБОГО ОКЕАНА: ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ

Сравнение военного противостояния и рыночной конкуренции прочно укоренилось в массовом сознании и кажется вполне логичным. Компании конкуренты - это враги, сражающиеся друг с другом на поле боя. Они пытаются отвоевать свою часть территории - доли на рынке, выпуская продукты - заменители или предлагая аналогичные услуги с незначительными модификациями или по более низкой цене. Рынок, переполненный конкурентами, рвущими друг друга на части, похож на залитый кровью алый океан.

Написано немало книг и пособий, которые описывают стратегии ведения бизнеса конкуренции в алом океане.

Книга «стратегия голубого океана» предлагает иной подход - выйти за пределы известных участков рынка и парадигмы жесткой конкуренции алого океана и сконцентрировать свои усилия на нетронутых областях, так называемых голубых океанах, где нет конкурентов, но есть огромный потенциал для развития компании.

В голубых океанах конкуренция никому не грозит, поскольку правила игры еще только предстоит устанавливать.

Чтобы наглядно продемонстрировать идею голубого океана, авторы приводят в качестве примера цирковую индустрию, которая из-за более современных увлечений детей, стремительно теряла свою популярность.

Однако компания *Cirque du Soleil* добилась невероятного успеха в, казалось бы, обреченной отрасли. В чем секрет ее успеха? Компания не пошла проторенной дорогой и не стала использовать такие классические элементы цирка, как круглые арены, выступления животных и клоунов. *Cirque du Soleil* вобрала в себя лучшие элементы цирка и театра акробатику высочайшего уровня и яркие концептуальные представления, и избавилась от всего, что не вписывалось в рамки ее новой концепции. Более того, компания изменила целевую аудиторию цирка, переключившись с детей на платежеспособных взрослых. По сути *Cirque du Soleil* изобрела цирк заново, открыв никем не занятую нишу. В результате этого оригинального подхода, *Cirque du Soleil* потребовалось менее 20 лет, для того чтобы превзойти выручку, которой удалось добиться только более чем за 100 лет своих выступлений таким знаменитым цирком, как *Ringling Bros* и *Barnum & Bailey Circus*.

Существует немалое количество и других примеров создания голубых океанов. Например, компания натуральной косметики *The Body Shop* или *Southwest Airlines*, которые сделали бюджетные полеты прибыльными веселыми и прибыльными.

Важно понимать, что концепция голубых океанов не отрицает роль привычной конкурентной среды. Но когда в какой-то отрасли предложение начинает превышать спрос, действий, направленных на борьбу с конкурентами уже недостаточно для полноценного роста бизнеса. Для дальнейшего развития

компаниям необходимо нацелиться на создание голубых океанов.

Для создания голубого океана вовсе не требуется открывать новую как чаще всего компании создают голубые океаны внутри алых, раздвигая уже существующие отраслевые границы так, как это удалось Cirque du Soleil или The Body Shop. В основе стратегии голубого океана лежит инновация ценности. Инновация ценности -это не конкурентное преимущество, а то, что делает конкуренцию попросту ненужной за счет выхода компании на принципиально новый уровень. В противоположность классическому конкурентному подходу, для использования стратегии инновации ценности не требуется делать выбор между низкими издержками и высокой ценностью. Эта стратегия позволяет одновременно создавать высокую ценность при низких издержках.

Для создания голубых океанов требуется соблюдение шести принципов.

Принцип 1: пересмотр границ существующего рынка.

Он может быть реализован несколькими путями:

1. Обратить внимание на альтернативные отрасли. Пример альтернативных отраслей- рестораны и кинотеатры. Это разные отрасли, но с точки зрения приятного времяпрепровождения для клиента они представляют из себя альтернативы. Ключ к нахождению подходящей альтернативы- увидеть и понять факторы, которые заставляют покупателей выбирать между альтернативными отраслями.

2. Второй путь заключается в том, чтобы рассмотреть так называемые стратегические группы- компании и отрасли, которые имеют похожие стратегии. Например, в автомобилестроении есть стратегическая группа люксовых автомобилей и стратегическая группа дешевых. Конкуренция идет внутри этих групп: люксовые и дешевые автомобили конкурируют только между компаниями своих категорий. Ключ к созданию голубого океана в таких условиях- выяснить, чем руководствуются клиенты, выбирающие между той или иной группой. Хорошим примером удачной реализации этого пути является сеть недорогих фитнес - клубов для женщин Curves. Компания создала популярный формат фитнес- клубов, выяснив , что женщины хотят хорошо выглядеть и быть в форме, и для этого они предпочитают посещать фитнес-клубы , а не заниматься по видеоурокам из- за множества факторов, отвлекающих их дома. Но в то же время в стандартных фитнес- клубах их смущает возможность выглядеть не самым привлекательным образом в глазах посещающих фитнес- клубы мужчин. Curves предложила выход недорогие фитнес- клубы исключительно для женщин с простыми тренажерами. Таким образом, компания взяла на вооружение ключевые факторы двух стратегических групп рынка фитнеса- дорогих фитнес клубов и видеоуроков для самостоятельных занятий спортом.

3. Третий путь заключается в том, чтобы обратить внимание на цепочку покупателей. В определенных отраслях компании нацелены на определенные сегменты покупателей- кто-то сосредоточен на крупных продажах, а кто-то на индивидуальных. Зачастую покупатель и пользователь, это разные лица, что дает возможность взять на прицел ту группу покупателей, с которой конкуренты не работают. Так, датский производитель инсулина, компания Novo Nordisk благодаря своему продукту NovoPen (инсулиновый шприц-ручка)

смогла напрямую работать с диабетиками в обход привычной схемы реализации продукции через врачей.

4. Четвертый путь заключается в том, чтобы рассмотреть возможности для введения дополнительных продуктов или услуг. Например, крупные книжные магазины Borders и Barnes&Noble сделали посещение своего магазина более приятным процессом, оборудовав свои залы диванами и креслами и открыв каф- бары.

Принцип 2: фокусирование на целостной картине, а не на цифрах.

Это непросто сделать, так как схема построения стратегии большинства компаний прочно связана с алыми океанами уже имеющихся рынков. «Представьте себе типичный стратегический план. Начинается он с длинного описания существующих в отрасли условий и позиций компании по отношению к конкурентам. Затем идет обсуждение того, как увеличить свою долю рынка, завоевать новые сегменты или снизить издержки, после этого следуют наброски бесчисленных целей и инициатив».

Чтобы у выбранной стратегии был потенциал для роста, она должна соответствовать трем параметрам:

1) стратегия должна быть сфокусирована на каком - то конкретном факторе отрасли, а не распыляться на все;

2) стратегия должна отличаться от стратегий конкурентов и, соответственно, кривая ценности компании не должна накладываться на кривые ценности конкурентов;

3) стратегию можно выразить в виде четкого и привлекательного девиза.

Принцип 3: выход за пределы существующего спроса

Большинство компаний концентрируются на удовлетворении потребностей традиционно сложившегося типа клиентов. Однако, как подчеркивают авторы, такая стратегия в конце концов ведет к более глубокой сегментации рынка, отчего закономерно замедляется рост бизнеса. Поэтому для компании, нацеленной на создание голубого океана, разумным будет обратить внимание на не клиентов отрасли. И вместо того, чтобы стремиться к удовлетворению всех возможных запросов имеющихся клиентов, надо найти нечто общее, что могли бы оценить те, кто не относится в настоящий момент к клиентам отрасли. Так, Cirque du Soleil переключился с детей- привычных клиентов цирков, на платежеспособных взрослых, а Cassel la Wines стала продавать вино тем, кто не пил его раньше.

Принцип 4: правильная стратегическая последовательность.

Суть этого принципа- в проверке коммерческой жизнеспособности голубого океана и определение того, является ли ваше предложение не просто инновацией, а инновацией ценности для покупателя.

Принцип 5: Преодоления организационных противоречий.

Реализации любой стратегии сопутствуют значительные сложности, а реализация стратегии голубого океана сопряжена с еще большими трудностями, так как предполагает изменение привычного подхода к преобразованиям. Естественно, что в таких случаях компаниям, помимо всего прочего, приходится сталкиваться с внутренним сопротивлением нововведениям. Авторы называют четыре главных противоречия,

препятствующих реализации стратегии голубого океана:

1. Внутреннее сопротивление сотрудников, которых требуется убедить в правильности изменения стратегии. Для того чтобы преодолеть это противоречие, авторы рекомендуют воспользоваться «целенаправленным лидерством» которое позволяет более быстрым и менее затратным образом осуществить коренные перемены.

2. Ограниченность ресурсов. Здесь имеется в виду распространенное мнение о том, что крупные изменения требуют крупных расходов. Для того чтобы изменить стратегию компании, имея лишь ограниченные ресурсы, нужно сконцентрироваться на уже имеющихся ресурсах и направлять их на так называемые горячие точки - те области деятельности, которые приносят наибольшую отдачу при наименьших затратах (обратное явление - «холодные точки»). Так, шеф полиции Нью - Йорка Брэттон направил наибольшее количество полицейских на самые опасные станции метро, в то время как раньше полицейские были распределены равномерно по станциям.

3. Мотивация - необходимо мотивировать ключевых сотрудников на действия, способствующие внедрению стратегии.

Принцип 6: встраивание процесса воплощения в стратегию.

Без поддержки сотрудников компании любая стратегия, какой бы хорошей она ни была, обречена на неудачу. Поэтому необходимо преодолеть возможное недоверие сотрудников компании. Стандартные методы позитивной негативной мотивации в этом случае не подойдут. Предлагаемая авторами альтернатива - «справедливый процесс». Суть его в том, чтобы привлечь на свою сторону сотрудников еще на стадии создания новой стратегии за счет принципа трех «Е»:

-вовлеченность (Engagement) - означает, что сотрудники участвуют в принятии стратегических решений.

-объяснение (Explanation) - означает, что все заинтересованные сотрудники компании должны понять причины внедрения новой стратегии.

-ясность ожиданий (Expectation) - означает, что сотрудники должны четко понимать возникающие в связи с внедрением новой стратегии свои цели, обязанности и ответственность за их выполнение.

Заключение:

Поставив под сомнение традиционную точку зрения на то, кто может и должен быть целевым покупателем, компания зачастую получает возможность обнаружить принципиально иные способы предложить покупателю новую ценность. Вспомните, как копировальные машины Canon привели к созданию отрасли по производству небольших настольных копировальных аппаратов, сделав целевой аудиторией этой отрасли не корпоративных закупщиков, а пользователей.

Бизнес-среда, породившая в XX веке большую часть стратегических и менеджерских подходов, постепенно исчезает. Руководителям следует уделять больше внимания голубым океанам, нежели тем, к которым так привыкло все сонмище нынешних менеджеров.

Ключ к созданию голубого океана через существующие стратегические группы заключается в том, чтобы отбросить эти узкие взгляды и понять, какие

факторы влияют на решение клиентов, делающих выбор между несколькими группами и обращающихся к менее или более дорогим предложениям. Какие отрасли можно назвать альтернативными вашей? Почему клиенты выбирают между ними? Обратив особое внимание на ключевые факторы, которые заставляют покупателей выбирать между альтернативными отраслями, отбросив или снизив значение всех прочих факторов, вы можете создать голубой океан нового рыночного пространства.

Вывод. Устойчивость и обновление стратегии голубого океана.

Создание голубых океанов - не единовременное достижение, а динамичный процесс. Создав голубой океан, компания сталкивается с тем, что на горизонте рано или поздно появляются подражатели.

Вопрос таков: как скоро (или нескоро) они появятся? Иначе говоря, насколько легко или трудно имитировать стратегию голубого океана? По мере того как компания и ее первые подражатели добиваются успеха и расширяют голубой океан, в него врывается все большее число компаний.

Тут появляется второй вопрос, связанный с первым: когда компании следует создавать следующий голубой океан? Чтобы не попасть в ловушку конкуренции, вам необходимо следить за кривыми ценности на стратегической канве. Как только ваша кривая ценности начнет сливаться с кривой конкурентов, вы сможете определить, что пора уходить в другой голубой океан.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. <http://blog.zolle.ru/2018/05/25/strategija-golubogo-okeana/>
2. Чан Ким, Рене Моборн. Стратегия голубого океана. — М.: НРРО, 2005.
3. <http://www.hrm.ru/db/hrm/748FCD4DDEC7CCCAC325711B00334134/category.html>
4. Чан Ким, Рене Моборн. Логика инноваторов. Стратегия быстрого роста // Harvard Business Review (русское издание). — 2005. — № 6. — С. 90.
5. <https://biz360.ru/materials/strategiya-golubogo-okeana-kak-nayti-svobodnyu-nishu/>

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ ТУРИСТІК ҚЫЗМЕТ КӨРСЕТУ АҒЫНЫНДАҒЫ ЭКОНОМИКАЛЫҚ АСПЕКТІЛЕРДІҢ СТРАТЕГИЯЛЫҚ ДАМУ ҮЛГІСІ

Құрылған экономиканы басқару жөніндегі жаңа қабылданған жобаның басты мақсаты – елдің қайтадан өңделген салаларының тұрақты дамуы және олардың бәсекеге қабілеттілігін көтеру бойынша жоспраларын өңдеу болып табылады. Нәтижесінде, жаңадан жұмыс орындарының көбеюі, экспортты талап ететін тауарлардың сатылуы, мұнай өндіру қажеттілігінің төмендету, кластер салаларының дамуын қалыптастыру секілді ауқымды міндеттердің орындалуы тиіс. Қазақстан жаас мемлекет екеніне қарамастан, халықаралық нарықта маңызды орынға жету үшін бақылау мен басқару қажет; нарықтың қолайлы өндіріске айналуы экспорттық нарық жағдайына сай қатаң бақылау әрекетінде болуы мүмкін. Туристік саланың әлемдік инвестициялау тәжірибесі (Турция, Черногория, Мексика, Египет) мен мемлекеттік қолдауы инвестиция көлемі тікелей мемлекеттік және жеке инвестициялар және олардың байланысуына байланысты екенін көрсетті.

Соңғы 13-15 жылда Қазақстан келесі нәтижелерге жетті:
туризм мен секторлар қызметі 300000 нан аса жұмыс орнын қамтамасыз ету мүмкіндігін көрсетті;

- халық тұрғындарының арасында кіші және орта, отбасылық бизнестер ашу мүмкіндігін ұсынатын кәсіпорындар мәдениетінің деңгейі өсті;

- өптеген туристік орындар қала орталығында орналаспаған, туризмнің дамуы арқылы ауыл аймақтарына тұрақты әлеуметтік даму кезеңіне жол ашатын болады. Туризм балама қалалануды ұсынады, яғни қаладан тыс аймақта өмір сүру;

- туризмнің экономиканың басқа салаларымен байланысы – мультипликативті әсер тудырады;

- жағымды және өнімді кросс- мәдени қатынастардың құрылуы. Осы негізгі бес параметрлер арқылы қазақстандық стратегиялық жоспар құруға болады. Осыған байланысты туризм индустриясының ұлттық дамуының негізгі мақсаты келесіде қорытындыланады:

- нарықты әсіресе кіші және орта бизнеске арналған басқа экономикалық секторлар үшін құру, себебі туризм экономикада мульти секторлы сала болып табылады;

- Қазақстанның экономикалық өсуі мен инвестициясының өсу мүмкіндігін құру, себебі туризм дамыған сектор ретінде табылады;

- тікелей және жанайы жұмысбастылық, ВВП және экспорттың өсуі;

- ауылдық тыс аймақтағы аудандарда адамгершілік құзіреттіліктің дамуы мен өндірістің әсері;

- Қазақстандық қоғамдық модернизациялаудың әлеуметтік экономикалық үрдістің кең спектрі.

Қазақстандық туристік нарықтың қазіргі жағдайы ешқандай дағдарысты

көтермейді: салада кадрлар жетіспеушілігі, тұрғылықты мекен жайдағы адамдардың саланы түсінбеуі, заманауи туристік нысандар мен қызметтердің жоқшылығы, инвестицияларға қол жетіспеушілік, ақпараттандырудың өте нашар төмен деңгейі, нысаналардың жойылуы, инфрақұрылымның жалпы жағдайы төменгі деңгейде, қауіпсіздік бойынша сұрақтарға жауап беретін тұлғаларды табудың күрделілігі. Қазақстанның азық- түлік айналымы келесідей. Жаңа азық – түлікті сонымен қатар, туристік өнімді өндіруде Қазақстандағы басты мәселе «Тарту» және «Дамыту» арасындағы кезеңнің мерзімі 5-7 жылдан кем емес екені суреттен көрініп тұр.

Туристік дестинацияда елімізді туристер қабылдау үшін нарықтағы барлық жағдайлар жайындағы ақпараттарды билу керек және өнімдерді құру мақсатында инвестицияны тарту үшін қолайлы жағдай тудыру қажет. Туристерді тарту үшін әлеуметтік қызметтерді ұсыну, мемлекетті әкімшілік тараптан ашу (визалық тәртіпті тоқтату), қолжетімділік (әуе және жергілікті көлікпен қамтамасыздандыру), әлемдік стандартқа сай инфрақұрылым мен қонақ-үй секторларын жақсарту;

Қазақстан – «біркелкі орталықтан басқарылған мемлекет», сондықтан мемлекеттік басқару жүйесі барлық елге бағыттала отырып, жоспарлау жүйесін қамтамасыздандырады, бұл артынан туризмнің дұрыс құрылымдық дамуына соқтырады және өнімді дамытуға, нарық тенденциясын айқындауға, маңызды ақпаратты алуға қамтамасыздандыруға, мемлекеттің барлық аймақтарында жеке инвестицияларды тарту үшін мүмкіндіктер береді.

Туризм дамуының әлемдік тәжірибесі негізінде әлемде туризмді дамыту бойынша бірнеше үлгілер бар. Олар мемлекеттің сұраныстары мен ұсыныстарына қарай көзқарастарының үрдістерін ерекше бейнелейтін елдің даму кезеңдерімен байланысты.

Кесте 1

Туризм дамуының үлгісі

Үлгі (модель) атауы	Үлгінің (модельдің) негізгі бағыттары	Үлгілерді (модельдерді) қолданатын мемлекеттер
Даму үлгісінің шектелуі	Дамыған тенденциялар екі қағидаға сүйенеді: жандандырылған жаңа өнімдер шығару және туристік тартымдылықты кеңейту; ұйымды дамыту үшін жеке секторлармен серіктестік қатынас құру;	Франция, Швейцария, Италия
Араласпаушылық	Үкімет тарапынан азырақ араласпаушылықты қарастырады. Жеке кәсіпкерлердің тиімді жұмыстары.	Испанияның кейбір жерлерінде
Анкладада туризмнің дамуы	Әлеуметтік стандарт бойынша жабық және бақылаудағы облыстардың туристік дамуы	Египет, Турция, Мексика, Оңтүстік Африка, Оңтүстік Америка және Азия
Орталықтан периферияға	Үрдіс орталықтан басталады және аймақтар бойынша таралады: үлгіні телеқатынас пен логистикада қолдануға болады	80жылдары Иорданияда

Қазақстанда «шектелген модельдің дамуын» қолдану қажет емес (үлкен аумақ, бәсекелестің болмауы, кәсіби мамандандырудың жетіспеушілігі, сонымен қоса туризм инфрақұрылымының жоқтығы және т.б.).

«Араласпаушылық» үлгісі мемлекет тарапына аз араласуды болжайды, яғни туристік салада араласпауды дамудың күрделі нәтижелерімен байланысты болғандықтан бақылаусыз дамыған туризмнен алшақ болу (экологиялық дағдарыстар және мәдени нысандардың жойылуы). Сонымен үлгі (модель) орай туристік саланың бастапқы кезеңдерінде қолдана алу мүмкіндігін болжамайды.

«Анкалавада туризмнің дамуы» моделі түрлі мемлекеттерде қолданыста болды, ол әлемдік стандарттарға сай «түрлі туристерге жабық және бақыланған оазистер» құру және тартымды аймақтарда туризмнің дамуын болжайды. Бұл модельді қолдана алмау себебі ұлттық аймақтардың, халықтардың және мәдениеттің ұлттық интеграциясын ұлттық стратегия қарастырумен байланысты. Алайда мемлекеттік стандартпен сәйкес туризм индустриясына инвестицияларды тарту мақсатында және туристік азық – түлік өндіруге кейбір туристік аймақтарда ұсыныстар мен сұраныстардың пайда болуы мүмкін.

Сонымен, біздің көзқарасымыз бойынша туризмнің қолайлы даму үлгісі (моделі) «орталықтан периферияға», сонымен бірге кейбір аймақтарға «анклавада туризмнің дамуы» қолданылуы мүмкін.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Балабанов И.Т. , Балабанова А.Т., Экономика туризма. Оқу құралы М. Финансы и статистика. 2011ж 18 бет.
2. Сущность рынка туристических услуг. Бенько . Е.В. \ Бизнес в законе. – М: 2010ж , Т3 214-217 бет.
3. Большой экономический словарь\ под ред Азрилияна. – 5-е изд. доп и перераб.- М: Институт новой экономики, 2002 ж- 469 бет.
4. Зорин И.В., Квартальный В.А. Энциклопедия туризма . – Финансы и статистика. 2005ж
5. The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. R.W. Butler. University of Western Ontario <http://aaronluman.com/>
6. T.D.Lasy, M.Battig, S.Moore, S.Noakes. Public/private partnerships for sustainable tourism”, GoldCoast, Australia, 2002

ОСОБЕННОСТИ И ОБЪЕКТИВНАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ АПК В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Сложившаяся ситуация в аграрном секторе экономики Казахстана требует решения следующих основных задач: стабилизации финансово-экономического положения, функционирования многоукладной экономики, достижения сбалансированности сельского хозяйства и перерабатывающих отраслей и др.

Устойчивый динамичный рост сельскохозяйственного производства Казахстана наметился в ходе реализации Государственной агропродовольственной программы на 2014-2018 годы, улучшились экономические и финансовые показатели отрасли. С принятием Земельного кодекса реализуются меры по решению важнейшего вопроса введения частной собственности на земли сельскохозяйственного назначения.

В таблице 1 представлены функционирующие формы сельскохозяйственных предприятий в разрезе регионов республики.

Таблица 1 – Наличие сельскохозяйственных формирований по категориям хозяйств и регионам Казахстана, 2018г.

Регионы	Всего	В том числе					
		Гос.хоз.	ТОО	АО	Производств.	КХ	Прочие
Акмолинский	57		64	15	27	48	14
Актюбинский	58	2	21	5	79	54	60
Алматинский	45	29	35	47	22	44	14
Атырауский	19	6	24	7	13	18	39
Западно-Казахстанский	44		24	8	42	41	45
Жамбылский	15	5	20	8	76	14	64
Карагандинский	65	3	16	19	28	62	59
Костанайский	84	10	97	10	34	73	11
Кызылординский	27	3	14	14	18	25	42
Мангистауский	95	4	49	2	19	87	6
Туркестанский	74	13	15	17	17	70	30
Павлодарский	39	4	15	4	7	37	46
Семей	53	3	51	7	4	47	
Восточно-Казахстанский	15	8	26	7	20	15	92
г. Астана	15	5	10	4	2	24	9
г. Алматы	16	1	95	4	1	65	3

Однако, как показывает детальный анализ результатов рыночных реформ, в аграрном секторе Казахстана продолжают тенденции преодоления

трансформационного спада.

Основными причинами торможения являются неразрешенные институциональные проблемы, касающиеся земельных отношений, формирования оптимальных организационных форм хозяйствования, а также степени участия государства в стимулировании аграрного производства [1].

Структура валовой продукции сельского хозяйства по категориям хозяйств отражена в таблице 2.

Несмотря на сформировавшуюся многоукладность форм хозяйствования только 40% от общего количества предприятий и 35% крестьянских (фермерских) хозяйств платежеспособны, кредитоспособны и финансово устойчивы, при этом уровень их рентабельности имеет нестабильную динамику (таблица 3).

Таблица 2 – Структура валовой продукции сельского хозяйства по отраслям и категориям хозяйств Казахстана (в сопоставимых ценах, в общем объеме, %)

Форма хозяйствования	Годы				
	2014	2015	2016	2017	2018
Валовая продукция во всех категориях хозяйств					
Сельскохозяйственные	50,8	20,9	24,0	21,1	28,6
Крестьянские	3,2	19,0	26,9	26,9	22,9
Хозяйства населения	46,0	60,1	49,1	52,0	48,5
Продукция растениеводства					
Сельскохозяйственные	60,3	33,0	34,3	32,0	44,0
Крестьянские (фермерские)	3,6	32,3	41,4	44,0	35,2
Хозяйства населения	36,1	34,7	24,4	24,0	20,8
Продукция животноводства					
Сельскохозяйственные	32,8	8,4	8,1	7,7	8,1
Крестьянские (фермерские)	2,3	5,1	4,6	5,8	6,4
Хозяйства населения	64,9	86,5	87,3	86,5	85,4

Более адаптированные к требованиям рынка крупные сельскохозяйственные формирования, соблюдающие севообороты, развивающие на должном уровне семеноводство и племенное животноводство, использующие комплекс мер для повышения плодородия почв, потенциала обслуживающих предприятий и развития инфраструктуры [2].

Анализ таблицы 3, позволяет сделать выводы об основных причинах сложившегося финансового состояния сельскохозяйственных предприятий, заключающиеся в следующем:

- нерегулируемый рынок;
 - разрыв сложившихся хозяйственных связей между сельхозпредприятиями и хозяйствующими субъектами рынка;
 - неэффективная приватизация сельскохозяйственных предприятий;
- диспаритет цен на сельскохозяйственную продукцию и услуги, сырье и

продовольствие;

- монополизм агросервисных, заготовительных и торговых предприятий, низкий уровень государственной финансовой поддержки сельхозтоваропроизводителей [3].

Таблица 3 – Уровень рентабельности (убыточности) производственно финансовой деятельности сельскохозяйственных предприятий РК, %

Годы	Процент убыточных хозяйств	Уровень рентабельности (убыточности)		
		всего	растениеводство	животноводство
2012	41	46	10,4	8,9
2013	56,1	19,8	26,1	-3,3
2014	51,9	14,6	19,7	-2,3
2015	48,9	7,0	7,4	5,6
2016	28,4	37,5	46,4	6,8
2017	42,4	15,6	18,6	6,6
2018	47,9	9,5	8,9	11,3

Задолженность сельхозтоваропроизводителей по своим обязательствам достигла 133,9 млрд. тнг, в том числе просроченная – 26,9 млрд. тнг (20%); удельный вес задолженности поставщикам и подрядчикам в общем объеме составляет 42,9%, по налогам и обязательным платежам – 5, займам банков и небанковских учреждений – 25%.

Кредиторская задолженность сельхозтоваропроизводителей превышает дебиторскую в 2,4 раза, выручку от реализации сельхозпродукции – на 11,5%.

Низким остается удельный вес реализованной продукции в валовом производстве – 12%, а прибыль от ее реализации составляет 4,4 млрд. тнг. При этом уровень рентабельности имеет неустойчивую динамику, варьируя от 7 до 46%.

Такое финансовое состояние сельхозтоваропроизводителей вызвано низким строением капитала, диспаритетом цен и другими факторами, что требует государственной финансовой поддержки села.

Несмотря на относительный рост валовой продукции, в целом по Казахстану доля сельского хозяйства в ВВП в течение последних 15 лет имеет тенденцию снижения, что объясняется более динамичным ростом добывающих отраслей национальной экономики.

Анализ имеющихся мощностей предприятий сельского хозяйства республики и реального спроса на сельскохозяйственную продукцию свидетельствует, что мощности по производству муки и хлебопродуктов в 3,7 раза превышают внутренние потребности страны. Имеющиеся в стране мощности могут обеспечить потребности населения республики в продуктах глубокой переработки: по молоку – на 95,3%, производству консервированных плодов и овощей – на 27%, мясопродуктам – на 49%. [4].

Таким образом, рыночный механизм хозяйствования позволяет

определить экономическую дееспособность аграрного сектора республики и выявить степень необходимого и возможного участия сельского хозяйства Казахстана на мировом рынке.

Для успешного вступления республики во Всемирную торговую организацию в диссертационной работе предлагается переход на международные стандарты качества ИСО и ХАССП, обосновываются меры взвешенной государственной политики поддержки отечественных товаропроизводителей в соответствии с международными научно-методологическими подходами.

Поскольку экономические результаты деятельности сельскохозяйственных товаропроизводителей находятся в прямой зависимости от конкурентных преимуществ на внутреннем и внешнем рынках, эффективность оценивается системой взаимосвязанных общих и частных показателей. Согласно принятым международным стандартам, ее важнейшими показателями выступают: валовая, чистая, интегральная производительность труда, глобальная и тотальная производительность факторов производства [5].

Для характеристики уровня и динамики экономической эффективности применяется значительное количество показателей, которые можно сгруппировать таким образом:

- показатель рентабельности производства продукции;
- эффективности затрат живого труда;
- затрат овеществленного труда;
- эффективности капиталовложений.

Большинство из них рассчитывается на уровне экономики страны в целом, а также отраслей и отдельных предприятий сельского хозяйства.

Оценивая экономические результаты аграрного сектора по регионам Казахстана, в диссертационном исследовании сделаны следующие выводы:

- высокая себестоимость сельскохозяйственной продукции, низкие цены и другие субъективные факторы не позволяют окупать затраты, в связи с этим, сельскохозяйственные товаропроизводители во многих регионах не в состоянии вести расширенное воспроизводство;

- трудное финансовое состояние в сельскохозяйственном производстве – главный источник неплатежей по всей цепочке межотраслевого взаимодействия. Подобного разрыва между кредиторской и дебиторской задолженностями нет ни в одной отрасли;

- формирование затрат бюджета на поддержку АПК осуществляется без достаточных экономических обоснований. При подготовке и рассмотрении проектов республиканского бюджета на тот или иной год не учитывается необходимость увязки возможностей производства продовольствия с установленными нормами прожиточного минимума, потребительской корзины, минимальной оплаты труда, социальных выплат;

- система льготного налогообложения в сельском хозяйстве не сопровождается адекватным механизмом реализации возможностей использования льгот для развития производства;

- в стране не созданы эффективные системы поддержки реализации сельскохозяйственной продукции и регулирования продовольственного рынка.

По нашему мнению, огромный потенциал роста эффективности аграрного производства заложен в следующих «узких» местах:

- низкий уровень производства и неиспользованные мощности делают отрасль весьма отзывчивой на инвестиции. Как показывает практика, например структурные преобразования, технологическое обновление обеспечивают снижение себестоимости продукции в 1,5-2 раза;

- помимо высокой прямой отдачи, вложения в сельское хозяйство способствуют росту эффективности в других, связанных с ним отраслях, и обеспечивают увеличение налоговых поступлений в бюджет;

- нельзя упускать из виду и эффект от интеграционных процессов, позволяющих объединять трудовые, материально-технические и финансовые резервы всех участников воспроизводственного процесса;

Поскольку ключевым моментом вступления Казахстана в ВТО остается проблема повышения конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции, в диссертации обоснован ряд мер по поддержке и стимулированию товаропроизводителей: меры «желтой корзины», «голубой корзины», «зеленой корзины», Специального и Дифференцированного режимов, количественно выражающихся в показателе совокупной меры поддержки (СМП). Также анализируются возможные трудности и противоречия, возникающие при избыточной либерализации аграрного рынка страны, разработаны рекомендации по адаптации аграрного сектора к условиям мирового рынка.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Кац И.Я. Экономическая эффективность деятельности предприятий (анализ и оценка). – М.: Финансы и статистика» 2017. – 192с.

2 Стоун Д., Хитчинг К. Бухгалтерский учет и финансовый анализ: подготовительный курс. – СПб: АОЗТ «Литера плюс», 2018. – 272 с.

3 Оценка бизнеса / под ред. А.Г. Грязновой, М.А. Федотовой. – М.: Финансы и статистика» 2017. – 512 с.

4 Хайман Д.Н. Современная микроэкономика: анализ и применение, в 2 т.: пер. с англ. / Под ред. С.В. Валдайцева. – М.: Финансы и статистика, 2016.- 384С.

5 Дюсембаев К.Ш., Егембердиева С.К. Анализ доходности и деловой активности предприятия // Библиотека бухгалтера и предпринимателя. 2017, № 23-24, с. 66-67.

РОЛЬ СКЛАДСКОГО ХОЗЯЙСТВА В ОРГАНИЗАЦИИ ВНУТРИПРОИЗВОДСТВЕННОГО МАТЕРИАЛЬНОГО ПОТОКА

Складское хозяйство - совокупность зданий и сооружений, предназначенных для приема, размещения, хранения и отпуска продукции, предметов и средств труда; составная часть материально-технической базы, обеспечивающая сохранность продукции в процессе движения из сферы производства в сферу потребления, а также внутри сферы производства; необходимое условие нормальной циркуляции сырья, материалов, топлива, полуфабрикатов и готовых изделий [1].

Структура складского хозяйства определяется его принадлежностью той или иной отрасли народного хозяйства - промышленности, строительству, сельскому хозяйству, торговле и т. д., размещением по территории, местом в процессе воспроизводства (склады для хранения производственных запасов, полуфабрикатов собственного изготовления, готовой продукции, для накопления и перевалки грузов на транспорте, для товарных запасов снабженческо-сбытовых организаций, оптовых и розничных предприятий торговли и др.).

Объектами складского хозяйства являются помещения, резервуары, площадки и другие сооружения специализированного и универсального типа, оснащенные подъемно-транспортным, перекачивающим и дозирующим оборудованием, контрольно-измерительными приборами, техникой и аппаратурой для защиты хранимой продукции от климатических воздействий и пожаров, а также защиты окружающей среды, средствами для укладки продукции, производственным оборудованием для подготовки продукции к перемещению и потреблению.

Складское хозяйство является необходимым моментом организации производственно-хозяйственной деятельности предприятий реального сектора экономики. Оно присуще всем отраслям народного хозяйства и имеет сложную структуру.

Основные задачи складского хозяйства заключаются в сохранении потребительских качеств продукции производственно - технического назначения, рациональном размещении запасов материальных ресурсов.

От качества работ складов в значительной степени зависит своевременное выполнение плана производства по объему и номенклатуре выпускаемой продукции.

По этой причине отсутствует возможность рационально располагать материальные ресурсы, с точки зрения удобства их доставки до места производственной деятельности или до места реализации.

Более широкое понятие - складское хозяйство - совокупность зданий и сооружений, предназначенных для приема, размещения, хранения и отпуска продукции, предметов и средств труда; составная часть материально-технической базы, обеспечивающая сохранность продукции в процессе движения из сферы производства в сферу потребления, а также внутри сферы

производства; необходимое условие нормальной циркуляции сырья, материалов, топлива, полуфабрикатов и готовых изделий [2].

Иногда дают более просто определение: склад - это здание, сооружение или помещение, приспособленное для хранения товаров, материалов, продукции, сырья.

Рациональная организация складского процесса должна способствовать:

1) сокращению затрат времени на обработку транспортных средств и обслуживание потребителей;

2) повышению производительности труда и снижению издержек по складированию и хранению материалов;

3) ликвидации излишних перегрузок и перемещения грузов;

4) выполнению норм выработки с учетом соблюдения правил техники безопасности при производстве складских работ;

5) рациональному использованию погрузочно-разгрузочного оборудования, транспортных средств, складских площадей и объемов;

6) увеличению объема складских поставок и дополнительных услуг, оказываемых потребителям снабженческо-сбытовыми организациями [1].

Основными задачами складского хозяйства являются:

1) организация надлежащего хранения материальных ценностей;

2) бесперебойное обслуживание производственного процесса;

3) отгрузка готовой продукции [2].

Организация работ в складском хозяйстве определяется рядом факторов. Общие факторы для всех складов:

1) вид груза и условия его поступления на склад (так, например, организация работы по выгрузке пакетированных и непaketированных грузов различна по содержанию);

2) величина партии грузов, поступающих единовременно на склад (принятие на склад партии грузов большей, чем в среднем за смену или сутки, требует дополнительных организационных мероприятий по разгрузке транспортных средств в установленные сроки);

3) режим работы базы (организация работ на базе, работающей в одну смену, отличается от организации работ на базе, работающей в две или в три смены);

4) тип складского здания или сооружения – открытая площадка, навес, закрытое помещение;

5) способ отпуска и доставки материалов – крупными или мелкими партиями, в вагонах, автомобилях, централизованно или путем самовывоза [1].

Важное значение для организации размещения и хранения материалов имеет способ закрепления мест хранения. В настоящее время используют три способа закрепления мест хранения:

– постоянный;

– переменный;

– смешанный [3].

Складское хозяйство – это важное звено в производственной структуре, оказывающее большое влияние на результаты производства. Без складского

хозяйства предприятие не смогло бы обеспечивать бесперебойно сырьем и материалами производство. Правильная организация складского хозяйства должна обеспечивать сохранность материальных ценностей, исключить потери, недостачи и пересортицу [4].

Классификация складов:

1) По назначению и подчиненности делятся на материальные (снабженческие), производственные и сбытовые.

Материальные склады подчинены отделу материально-технического снабжения. Это склады производственных запасов сырья, материалов и других материальных ресурсов до их включения в процесс производства.

К производственным складам относятся склады полуфабрикатов, оборудования и запасных частей к нему, это центральный и инструментальный склад. Эти склады подчинены соответственно отделам производства, главного механика и инструментальному отделу завода. На сбытовых складах хранится готовая продукция, подчинены они отделу сбыта.

2) По масштабу деятельности делятся на общезаводские (базисные, центральные), они обслуживают весь завод и занимают, как правило, отдельную площадь на территории завода (непроизводственную).

Прицеховые склады находятся при каких-либо цехах, служат для хранения материальных ценностей группы цехов (спецодежды; мыла, хозяйственных товаров и прочих ценностей).

Цеховые склады и склады готовой продукции, обслуживаемые крановым оборудованием, находятся в ведении цехов. Они подразделяются на склады материалов, заготовок, полуфабрикатов, инструмента.

3) По роду и назначению подразделяются на специальные, предназначенные для хранения определенных видов материалов и изделий, и универсальные, на которых хранятся различные предметы производственно-технического назначения.

4) По характеру технического устройства и в зависимости от свойств материала классифицируются на открытые (площадки), полужакрытые (навесы) и закрытые (здания).

Открытые склады предназначены для хранения материалов и изделий, не подверженных влиянию атмосферных осадков.

Полужакрытые – для хранения материалов, не подверженных влиянию температурных изменений, но подверженных атмосферным воздействиям (огнеупоры, сменное оборудование).

Закрытые склады – это здания и другие хранилища, полностью защищающие содержимое от атмосферных воздействий [1].

Размещение складов по территории завода должно обеспечивать наиболее короткие перевозки грузов и скорейшую доставку грузов: прямолинейность грузопотоков, удобство транспортировки, приближение хранимых материалов к основным потребителям этих материалов, пожарная безопасность. Складские помещения оснащают стеллажами, подъемно-транспортным и весовым оборудованием.

Организация работ на складах предусматривает приемку, размещение, хранение, подготовку к выдаче и выдачу материалов, а также учет движения

материалов.

Поступающие на склад материалы проходят количественную и качественную приемку. В приемке участвуют работники складов и специалисты, имеющие дело с принимаемыми ценностями. Количественная приемка заключается в проверке соответствия фактического наличия материалов указанному в сопроводительных документах.

Наряду с количественной проверкой на складах проводится качественная приемка. Она осуществляется органами технического контроля с привлечением в необходимых случаях лабораторий. Качественной проверкой устанавливается соответствие полученных материалов стандартам или техническим условиям.

Поступающие на склады материальные ценности сопровождаются соответствующими документами (накладными, счетами-фактурами, спецификациями). На складах проверяют, насколько количество и качество поступающих материальных ценностей соответствует сопровождающим их документам. Материалы, поступившие без накладных или актов ОТК о приемке, хранятся отдельно до их оформления. На принятые материалы составляются приемочные акты или ордера. На забракованные материальные ценности составляются оперативно-технические акты, служащие в дальнейшем основанием для предъявления рекламаций поставщикам.

Непринятые материалы поступают на ответственное хранение до получения указаний от поставщика об их дальнейшем использовании. Правильное определение количества и качества принимаемых материальных ценностей устраняет возможность злоупотреблений, а также содействует борьбе с потерями материалов.

На складах применяют два вида укладки: штабельную и стеллажную. Предпочтение отдается такому способу укладки, при котором не допускается повреждение товара и тары, более рационально используются складские помещения и оборудование, создаются удобства для контроля за состоянием товарных запасов.

Организация отпуска материалов предусматривает подготовку их к производственному потреблению, т.е. комплектование, нарезку, раскрой металла на заготовки и т.д. Это обеспечивает экономию материалов и контроль за их использованием. Основанием для отпуска материалов со складов являются лимиты, устанавливаемые для цехов и участков на основе их производственной программы и норм расхода. По массовым видам сырья и топлива требование оформляется раз в месяц на основе данных о расходе, фиксируемых в шихтовых журналах и суточных отчетах. Доставка материалов в цехи производится либо самими цехами (пассивная форма), либо складами по графику (активная форма).

Учет материальных ресурсов производится как на складе (количественно-сортовой), так и в бухгалтерии (количественно-стоимостной) на основе картотеки. В каждой карточке указывается номер и наименование склада, порядковый номер карточки, номенклатурный номер материала, наименование, марка, сорт и размер материала, единица измерения и цена, а также норма запаса. Все поступления и выдачи материалов фиксируются в карточке и по ней определяется остаток, который сравнивается с нормой установленного запаса

хранения и лимита.

Инвентаризация материальных ценностей на складах производится ежегодно, а по материалам, которые не взвешиваются, – ежемесячно.

Основные принципы организации складского хозяйства:

1) Четкое разграничение материальной ответственности. В складском хозяйстве непременно должен быть один человек, отвечающий за все товары и оборудование склада, а также за излишки и недостачи.

2) Организация и контроль. Абсолютно любую деятельность, в том числе и складскую, нужно организовывать и контролировать. Вести такую работу на складе должен один человек, а не несколько. Поскольку грамотная организация и контроль неотделимы от материальной ответственности, вполне очевидным становится следующий принцип.

3) Единовластие. И организация, и контроль, и материальная ответственность должны быть сосредоточены в руках одного специалиста. Он может называться по-разному: начальник склада, организатор складской деятельности, менеджер или как-то иначе.

4) Строгая материальная отчетность, причем обязательно в режиме реального времени. Это самый важный и вместе с тем самый простой для выполнения и понимания принцип.

Перечисленные принципы организации относятся к любому складскому хозяйству без исключения, а их соблюдение – своего рода гарантия его стабильности и эффективной работы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1) Демичев Г. М. Складское и тарное хозяйство. - М.: Высшая школа, 2015. – 247с.

2) Карташев В. А. Складское хозяйство промышленного предприятия. Очерки общей теории и методологии. - М.: Прогресс-Академия, 2015. – 283с

3) Костоглодов Д. Д., Харисова Л. М. Складское хозяйство в машиностроении. - Ростов н/Д: Экспертное бюро, 2017. – 114с.

4) Залманова М. Е., Новиков О. А., Семененко А. И. Производственно-коммерческая логистика: Учеб. Пособие. – Саратов: Эльта. 2015. – 229с.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ИНФЛЯЦИЯЛЫҚ ҮРДІСТЕРДІҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Инфляция барлық азық-түлік және азық-түлік емес тауарлар мен қызметтерге бағалардың ұзақ және салыстырмалы түрде тұрақты өсуін білдіреді. Бұл ақша массасы айналымындағы арналардың толып кетуі нәтижесінде болатын ақшаның құнсыздану үрдісі [1].

Инфляция бүкіләлемдік экономикалық мәселе ретінде XX – ғасырда алтын стандарттан бас тартқаннан кейін және мемлекеттік шығындарды қаржыландырудың инфляциялық тәсілін енгізгеннен кейін көрініс таба бастады. Оған, әдетте, ақшаның сатып алу қабілеті байланысты. Әрбір елдің өзінің инфляциялық ерекшеліктері бар.

Қазақстандағы инфляцияның ерекшеліктеріне ең алдымен, ол өндірістің күрт құлдырауы жағдайында дамиды.

Қазақстандағы инфляцияның тағы бір ерекшелігі тауарлар мен қызметтердің бағасы жасанды түрде төмен болған, бірақ олардың айтарлықтай тапшылығы болған кезде ол "берілген инфляция" жағдайынан туындады.

Республикада инфляцияның дамуының маңызды ерекшелігі экономикадағы монополизмнің жоғары дәрежесі болып табылады, бұл Кеңес Одағы экономикасының қажеттіліктеріне жұмыс істеген ірі кәсіпорындардың болуымен байланысты. Өндіруші, металлургиялық, химиялық, машина жасау кәсіпорындарының ірі шикізаттары республикада теңдесі жоқ және нарыққа тән бәсекелестік орта құрмайды.

Келесі ерекшелік Қазақстан халық шаруашылығының шикізаттық сипаты болып табылады, бұл тұтыну тауарлары бойынша ішкі нарықтың сыртқы нарықтарға тәуелділігіне себепші болады. Бұл жағдайда инфляция екі құраушылардың есебінен құрастырылады.

Біріншіден, кеден баждары есебінен импортталған өнімнің қымбаттауы. Екіншіден, бір жағынан шикізат өнімінің құнындағы және тиісінше бағаларындағы айырмашалық, дайын тұтыну немесе инвестициялық тауарлар. Бұл фактор мемлекеттің төлем балансының жай-күйі – оның теріс сальдосы арқылы көрінеді. Теңгерімге сыртқы қарыздар, активтерді сату, мемлекеттің ресми валюталық резервтерін төмендету есебінен қол жеткізіледі. Алайда, аталған шаралар экономикадағы макроэкономикалық тұрақтылықты бұзады, шаруашылық тұрақтылыққа қол жеткізу үшін ақша қаражатын ірі ішкі салымдарды талап етеді және инфляцияның жаңа толқынын тудырады [2].

Қазақстанда инфляцияның дамуына инфляциялық әсер тудыратын жаңа салықтарды – 28% бастапқы ставкамен қосылған құн салығын, акциздерді, экспорттық және кеден баждарын, өнімнің өзіндік құнына, экономиканы қайта құру қорына, халықты жұмыспен қамтуға жәрдемдесудің мемлекеттік қорына енгізілетін қаражат аударымдарын енгізу, әлеуметтік сақтандыруға аударымдарды күрт ұлғайту сияқты қаржылық және әлеуметтік іс-шараларды

тез өткізу ықпал етті.

Қазақстандағы инфляцияның себептері мен ерекшеліктерін талдау тиісті инфляцияға қарсы саясатты, сондай-ақ іске асыру тетігін, яғни инфляцияға қарсы іс-қимылдың әдістерін, тәсілдерін әзірлеуге, оның пайда болу ошақтарына кешенді және мақсатты түрде әрекет етуге мүмкіндік береді.

Инфляцияны еңсерудің мынадай шарттарын атап өту қажет:

- инфляция деңгейі жоғары болған сайын, соғұрлым онымен күресу қиын;
- инфляцияның төмендеуінің барлық жолдары әлеуметке қарсы, яғни халықтың басым көпшілігі үшін ауыр.

Оның ауқымы тікелей, әрі жанама шаруашылықтың барлық секторларының кең ауқымын қамтиды. Өйткені инфляция ұлттық экономиканың барлық салаларын қамти отырып, іс жүзінде макроэкономикалық проблема болып табылады.

Мемлекет қолдарында басты құралдар – ақша-несие және бюджеттік-салық саясаты бар – инфляцияны реттей отырып басқаруға міндетті. Инфляцияны ақшалай-несиелік реттеудің жақтаушылары экономика бойынша Нобель сыйлығының (1976 ж.) лауреаты М.Фридман және А. Шварц болды. Олардың пайымдауынша, инфляцияның маңызды себебі оның ұсынысының өсуінде көрсетілген ақша ортасы болып табылады[3].

Инфляцияны жеңу жөніндегі іс-шаралар кешені қоғамның жұмыс істеуінің өндірістік-экономикалық, әлеуметтік, құқықтық, институционалдық салаларының әр түрлі талаптарына әсер етуді қамтиды, алайда олардың шешуші бөлігі базалық, өндірістік – экономикалық болып табылады[4].

Сонымен, жыл сайын Қазақстан Республикасының Ұлттық Банкі ақша-несие саясаты бойынша іс-шаралар өткізеді, онда аспектілердің бірі баға тұрақтылығын қамтамасыз ету, яғни жылдық инфляцияның төмен деңгейін 6,00 - 8,00% -дан 8,00% -ға дейінгі диапазонда ұстап тұру болып табылады – бұл елдегі макроэкономикалық тұрақтылықты қамтамасыз ету үшін негіз болып табылады. Ішкі бағалардың өсуіне жол бермеу үшін Үкімет және Ұлттық Банк белсенді жұмыс жүргізетін болады.

Азық-түлік нарығындағы бағаның тұрақтылығын қамтамасыз ету нарықтық тетіктерді қолдана отырып, азық-түлік нарығын реттеу жөніндегі шаралар кешені шеңберінде жүзеге асырылатын болады. Ол өңірлер деңгейінде азық-түлік тауарларының тұрақтандыру қорларын қалыптастыруды, дәнді және майлы дақылдардың, көкөністердің егіс алқаптарын ұлғайтуды, жұмыс істеп тұрған жылыжай мен көкөніс қоймаларын салуды және жаңғыртуды көздейді[5].

Тұрақты негізде мұнай өнімдеріне, азық-түлік тауарларына бөлшек сауда бағаларының нарығындағы жағдайға мониторинг жүргізіледі.

Монополияға қарсы заңнаманы бұзу фактілері анықталған жағдайда монополияға қарсы ден қою шаралары қабылданатын болады.

Сондай-ақ, Қазақстан нарығын көрші мемлекеттерден импорттауды ұлғайту жолымен жеміс-көкөніс өнімдерімен толықтыру жөніндегі іс шаралар жүргізілетін болады.

Бәсекелестікті қорғау, жосықсыз бәсекелестікті анықтау жолын кесу, баға келісімі, нарық субъектілерінің өзінің үстем жағдайын теріс пайдалануы, бағалардың алыпсатарлық өсуі өнім өндірушілер мен түпкі тұтынушылар арасындағы делдалдық буындарды қысқарту жөніндегі жұмыс күшейтілетін болады. Тұрақты негізде мұнай өнімдеріне, азық-түлік тауарларына бөлшек сауда бағаларының нарығындағы жағдайға мониторинг жүргізіледі.

Облыстар мен Алматы және Астана қалалары бойынша мұнай өнімдерін жеткізу кестесін бекіту жалғасады, республиканың МӨЗ-ге ЖЖМ-дың барлық өндірілетін көлемі ішкі нарыққа жеткізілетін болады. Бұл іс-шаралар республиканың ішкі нарығын толықтыру және мұнай өнімдерінің негізгі түрлерінің бағасын тұрақтандыру мақсатында жүргізілетін болады.

Ұлттық банк экономикадағы ақша ұсынысын икемді реттеу жөніндегі шаралар қабылдайтын болады. Инфляциялық қысымды ынталандыратын артық ақша ұсынысының ұлғаюы стерильдеу операцияларының өсуімен нивелирленетін болады. Бұл іс-шараларды іске асыру инфляция деңгейін жоспарланған дәлізде сақтауды қамтамасыз етеді[6].

Сонымен, соңғы 2 жылдағы инфляцияны тежеу бойынша іс-шаралардың нәтижелілігін қарастырайық.

Қазақстанда инфляция 2018 жылы 5,3% құрады.

Өткен жылы азық – түлік тауарларына баға 5,1% – ға, азық-түлік емес тауарларға - 6,4% - ға, ақылы қызметтерге - 4,5% - ға өсті.

Өткен жылдың басынан бастап (2018 жылдың желтоқсан айы 2017 жылдың желтоқсанына) бағаның өсуі ақ қауданды қырыққабатқа – 31%, қантқа – 20,9%, мәйекті ірімшікке – 11,9%, құс етіне – 10,4%, консервіленген сүтке – 10,3%, сары майға – 10,1%, жылқы етіне – 9,6%, жаңа піскен сүтке – 7,8%, күнбағыс майына – 7,4%, шұжық өнімдеріне – 7,2%, қышқыл сүт өнімдеріне – 7%, ет өнімдеріне – 6,9%, шошқа еті, сиыр еті – 6,7% – дан, кондитерлік өнімдер - 6,6% - ға қымбаттады. Бағаның төмендеуі картопқа 26,7%, қарақұмық жармасына – 21,6%, басты пияз 18,4%, сәбіз 16,3% – ға тіркелді.

Автомобильдерге баға өсімі 8,5% – ды, құрылыс материалдарына – 8,1% – ды, фармацевтикалық өнімге, киімге, аяқ киімге және тұрмыстық аспаптарға – 7,8% – дан, тоқыма бұйымдарына – 7,7% – дан, жеке пайдаланатын тауарларға - 6,8% - дан, жуғыш және тазалағыш құралдарға-6,6% - дан, кеңсе тауарларына - 5,9% - дан, жиһаз бен үй тұрмысына қажетті заттарға - 5,4% - ды құрады. Дизель отыны 29,6% – ға, баллондағы сұйытылған газ – 6% - ға қымбаттады, ал бензин - 2,8% - ға арзандады.

Кабельдік теледидар қызметтеріне баға деңгейі 12,1% – ға, Денсаулық сақтау саласына – 7,1% – ға, шаштараздар мен жеке қызмет көрсету орындарына – 6,1% – ға, құқықтық қызметтерге, жеке көлік құралдарын сақтандыруға - 6% - дан, қоғамдық тамақтануға - 5,8% - ға, мектепке дейінгі балалар мекемелерінің қызметтеріне - 5,7% - ға өсті. Әуе жолаушылар көлігімен жол жүру 16,4% – ға, темір жол көлігімен – 12,2% – ға, қалааралық автобуспен - 7,9% - ға, қалаішілік автобуспен - 4,9% - ға қымбаттады.

Тұрғын үй - коммуналдық қызметтер саласында кәрізге тарифтер 3,1% – ға, суық суға – 3% – ға, таратушы желілер арқылы тасымалданатын газға – 2,7%

– ға, орталықтан жылытуға, тұрғын үйді ұстауға - 2,6% - дан, ыстық суға - 2,2% - ға, электр энергиясына - 1,1% - ға өсті [7].

Баға тұрақтылығын қамтамасыз ету мәселелерін шеше отырып, ақша-несие саясаты бір мезгілде қаржы секторының тұрақтылығын қамтамасыз етуге ықпал ететін болады. Осы міндетті іске асыру шеңберінде Қазақстан Республикасының Ұлттық Банкі жүйелі сипаттағы тәуекелдерді талдау және барынша азайту, сондай-ақ төреліктің туындау мүмкіндіктерін азайту мақсатында ақша және валюта нарықтарының әртүрлі сегменттерінде банктер жүргізетін операцияларды тұрақты негізде талдайтын болады.

Осылайша, әлемдік экономикада және сыртқы қаржы және тауар нарықтарында қолайлы жағдайларды сақтау Қазақстанның орнықты экономикалық өсуге қол жеткізуіне және елдегі макроэкономикалық жағдайды жақсартуға ықпал етеді. Ақша-несие саясатын жүзеге асыру жөніндегі жана үкіметтік бағдарламаны жүзеге асыру отандық экономиканың сапалы және тұрақты өсуін қамтамасыз ететін шарт болып табылады деп үміттенеміз.

Әрине, инфляция – бұл өмір мен экономиканың барлық салаларына әсер ететін күрделі құбылыс, бірақ оған әсер етудің белгілі бір тетігі бар. Мәселелер дәлірек тұжырымдалған сайын, оларды еңсерудің тәсілдері, әдістері соғұрлым тиімді болады.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Красавина Л.Н. Регулирование инфляции как фактор экономической стабилизации // Финансы. – 2000. -№4
2. Амосов А. Особенности инфляции и возможность противодействия ей// Экономист. – 2003.-№1 – 524 – 257 б.
3. М.Фридмен Количественная теория денег – М.: Эльф пресс, 1996
4. Ильяс А.А. Денежно – кредитная политика: Учебное пособие. – Алматы: Экономика, 2007. – 115б.
5. Братищев И., Крашенников С. Антиинфляционная политика: механизм реализации // Экономист. – 2003. - №3 – 587б.
6. Қазақстан Республикасының Ұлттық Банкінің сайты <http://www.nationalbank.kz>
7. <http://www.nomad.su>

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ЕВРОПЕЙСКОМ ДИЗАЙНЕРСКОМ ОБРАЗОВАНИИ

Модернизация системы образования как одного из важнейших компонентов общественной жизни не возможна без поиска новых эффективных форм и методов обучения, учитывающих мировой опыт.

Буквально несколько лет назад о карьере fashion-дизайнера можно было только мечтать, и лишь немногие задумывались о получении образования за рубежом. Профильное дисциплинарное образование, казалось получить, возможно, только там.

С течением времени в России появились доступные образовательные проекты, мастер-классы иностранных спикеров из дальнего и ближнего зарубежья, открывались школы/колледжи на базе иностранных вузов.

Сегодня Россия занимает достойное место по подготовке профессионалов в сфере креативных индустрий, становясь одним из центров современного искусства. Достаточно большое внимание уделяется обмену опыта с коллегами зарубежных стран.

Понятие «креативные искусства и дизайн» обширно и объединяет множество занятий и профессий, дающих возможность выразить себя и свое видение.

Умения и знания в fashion индустрии – отличный практический опыт, который могут получить студенты, уже имеющие дизайн-образование.

Степень магистра по направлениям дизайна на сегодняшний день пользуется очень большим спросом. В современном мире мы сталкиваемся с дизайнерами в буквальном смысле в каждой области, дизайнера можно встретить в любой сфере человеческой деятельности.

Продолжить свое образование за границей – это гарант обмена опытом, получение знаний, новых профессиональных навыков и умений, а для практикующих специалистов с высшим образованием, желающих развить свои профессиональные навыки и научиться руководить собственным проектом от производства до продвижения бренда. Зарубежные вузы предлагают качественное англоязычное образование по доступной цене, ориентированное именно на иностранных студентов со всего мира

Особое значение имеют стипендии для обучения за рубежом. Различные университетские и внешние программы финансовой поддержки помогают студентам получить образование и начать карьеру на международном уровне.

Тем не менее, существует несколько способов учиться за границей почти бесплатно, и все они так или иначе связаны с финансовой поддержкой, которую университеты, государство или частные фонды оказывают студентам.

Получение стипендии – эффективный способ бесплатно учиться за рубежом. Данный вид финансовой помощи в меньшей степени зависит от финансового положения студента и опирается на другие факторы. Как правило, для получения стипендии на образование студенту необходимо написать

мотивационное письмо и изложить в нем — почему именно он достоин получения финансовой помощи.

Стипендия может быть присуждена за счет особых академических, творческих, спортивных, научных или волонтерских достижений студента. Стипендия также может быть выделена студентам, университетская специализация которых считается приоритетной.

Самыми распространенными считаются следующие стипендии:

1. Стипендия Fellowship - вид финансовой помощи предоставляется для получения образования в магистратуре или докторантуре зарубежного учебного заведения. В большинстве случаев, данный вид стипендии также полностью или частично покрывает расходы студента на проживание и другие нужды. Источником финансирования магистров и докторов наук может быть как государство, так и частные или общественные фонды. Существуют различные критерии для предоставления стипендии данного типа: академические достижения, научно-исследовательский потенциал студента или его финансовое положение. Заявка на предоставление такой финансовой помощи может быть подана через университет или непосредственно в ту или иную организацию, занимающуюся финансированием студентов.

2. Исследовательская стипендия - предоставляется только обладателям степени магистра или доктора наук. Она предполагает финансовую поддержку при дальнейшем обучении или зарплату за работу в качестве помощника (ассистента) профессора в свободное время (работа для ассистента может заключаться в прочтении лекций для учащихся первого или второго курса, а также в участии в научно-исследовательских проектах, проводимых факультетом).

Стоит отдать предпочтение учебе за границей, хотя бы потому что это дает возможность получить специальности, которых еще нет в нашей стране. Обучение чаще всего носит прикладной характер — студенты работают над проектами для реальных заказчиков, формируя свое портфолио, а также проходят стажировки в ведущих компаниях индустрии дизайна.

В топ - 10 магистерских бизнес-программ в сфере моды (по версии The Business of Fashion, 2017) входят: Polimoda International Institute of Fashion Design and Marketing; London College of Fashion; Philadelphia University.

Polimoda International Institute of Fashion Design and Marketing - один из ведущих итальянских институтов в сфере моды. Его возглавляет директор модного дома Salvatore Ferragamo Ферручио Феррагамо. Академические успехи вуза — заслуга штата, куда входят профессионалы индустрии, а также авторы прогрессивных методик обучения.

Институт располагает одной из лучших европейских библиотек с изданиями по моде (22 000 печатных изданий и монографий по моде).

Выпускники Polimoda Institute работают в Dior, Cavalli, Giorgio Armani, Alexander McQueen и других именитых модных домах.

В целом Институт это:

- 1 500 студентов;
- 70% иностранных учащихся;
- единственный итальянский вуз моды, входящий в топ-10 BoF's Global

Ranking of Fashion Schools (2015, 2016)

- член международной ассоциации ведущих вузов в области моды, технологий и бизнеса (IFFTI);

- 88% выпускников трудоустраиваются в течение полугода после окончания обучения.

Преподаватели Института - практикующие эксперты в области моды, дизайна, маркетинга, управления, бренд-менеджмента и коммуникаций. Кроме профессоров лекции читают приглашенные профессионалы - редакторы международного глянца, представители топ-менеджмента ведущих модных домов, создатели успешных брендов. Учебный план ежегодно обновляется и отражает самые актуальные течения fashion-индустрии.

На интернет-портале вуза Polimoda Talent лучшие студенты могут размещать свои резюме и портфолио. После окончания курса обучения студенты проходят стажировки в течение 3 месяцев. На базе вуза работает карьерный центр, а лидеры индустрии — модные дома, шоу-румы, коммуникационные и профильные кадровые агентства - лично приезжают в кампусы Polimoda в рамках мероприятий Business Links.

Под руководством Линды Лоппа, авторитетного консультанта и бывшего декана вуза, студенты посещают главные fashion-показы, выставки и модные дома Милана, Парижа, Лондона. Например, в 2016 году будущие магистры побывали в парижских офисах Celine, Givenchy и Burberry.

Помимо основных академических программ институт предлагает сезонные курсы.

К наиболее популярным специальностям можно отнести: «Бизнес и экономика», «Мода и дизайн», «Мультимедиа».

На момент 2018 года стоимость программы бакалавриата составляла от 15 000 € за год, магистратуры - от 26000 € , сезонные курсы - от 4 000 €.

Требования к поступлению в магистратуру: диплом бакалавра или опыт работы в выбранной области; портфолио/резюме; мотивационное письмо.

Требования к поступлению в бакалавриат: аттестат о среднем образовании; мотивационное письмо/портфолио; письменный тест или экзамен.

London College of Fashion (LCF, Лондон Колледж) - один из лидеров международного сообщества учреждений, осуществляющих профессиональную подготовку дизайнеров и специалистов мира моды.

В настоящее время количество студентов в филиалах достигает 18000 человек.

В лондонском колледже предлагается достаточное количество разнообразных программ, направлений и специализаций: создание и производство, разработка продукта, продвижение и мерчендайзинг, маркетинг, менеджмент, журналистика, фотография.

В колледже создана особая, уникальная атмосфера, где студенты могут раскрыть свои таланты и способности, получить поддержку в любых начинаниях и инициативах. Опытные преподаватели с большим опытом практической работы гарантируют практикоориентированное, эффективное обучение. Сочетание практических работ с теоретическими занятиями, тщательное рассмотрение модного контекста и предпосылок помогает

выпускать действительно квалифицированных специалистов, востребованных на мировом рынке труда.

Колледж давно и тесно сотрудничает с ведущими мировыми компаниями, практически с первого семестра занятий ученики начинают работу над реальными заказами и проектами, обеспечивая себе отличное портфолио, репутацию и крепкие профессиональные связи, помогающие в дальнейшем в трудоустройстве.

Учебная виза дает возможность ученикам работать до 20 часов в неделю, если это не мешает их учебе. В колледже работает специальная Служба поддержки студентов - она помогает ученикам найти рабочее место, регулярно публикуя актуальные вакансии, дает советы по планированию бюджета и составлению резюме.

Кампус колледжа в Лондоне включает в себя несколько прекрасно оборудованных зданий – здесь найдется все, что поможет студентам в учебе и проведении свободного времени: мастерские и ремесленные студии, классы для занятий и самоподготовки, медиа-центры, центр технологий и производства, библиотека, большой зал для конференций, лекций и модных показов.

Программа магистратуры проводится на английском языке, стоимость в зависимости от направления от 15 120 £/год.

Требования к поступлению в магистратуру - тестирование на знания математики, языка, других предметов.

Philadelphia University (PhilaU) - частное некоммерческое высшее учебное заведение в США. Академическую деятельность PhilaU начал вести в 1884 году. Philadelphia University имеет кампус городского типа в Филадельфии.

Образование по программам магистратуры в данном вузе сложно назвать дешевым, стоимость составляет 20.000 USD за год обучения, тем не менее успешным учащимся доступна финансовая помощь от университета. Также у студентов есть возможность получать образование очно, в связи с этим Philadelphia University предлагает программы дистанционного обучения.

Преимуществами получения образования за границей являются: высокое качество; востребованность дипломов и отсутствие необходимости в нострификации; престижность; изучение и совершенствование иностранного (порой не одного) языка; опыт в международном общении; возможность успешного трудоустройства за границей после получения профессии и право на работу ещё во время учёбы; возможность продемонстрировать свои профессиональные навыки на неделях мод, показах.

Сравнивая данные образовательные программы креативных профессий, можно сделать вывод – преподаваемые дисциплины во многом схожи, учиться и получать достойное образование можно как за рубежом, так и на Родине, где созданы достаточные условия для построения успешной карьеры.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Archer M.S. Culture and Agency: The place of Culture in Social Theory. Cambridge, 1988.

2. Перечень образовательных организаций. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <https://www.hotcourses.ru/study/training-degrees/international/art-courses/cgory/f1-3/sin/ct/programs.html> - Заглавие с экрана. – (Дата обращения 20.03.2019 г.).
3. Гончарик А. Политика в области творческих индустрий: зарубежный опыт и российские реалии // Агентство «Творческие индустрии»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://creativeindustries.ru/rus/publications/6> – Заглавие с экрана. - (Дата обращения: 02.03.2017).
4. Мельвиль Е. Х. Развитие творческих индустрий в России: проблемы и перспективы // Культурологический журнал: электронное периодическое рецензируемое научное издание. – 2011 - № 4 (6) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cr-journal.ru/rus/journals/92> - Заглавие с экрана. – (Дата обращения: 07.03.2017).
5. Новосельская В.В. Креативные индустрии в инновационном развитии территорий: особенности функционирования // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2017 - №4 (78). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnye-industrii-v-innovatsionnom-razviti-territoriy-osobennosti-funktsionirovaniya> - Заглавие с экрана. – (Дата обращения 05.10.2018).

АЙМАҚТЫҚ ЭКОНОМИКАНЫҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІК ДЕҢГЕЙІН ТАЛДАУ

Отандық экономикалық ғылымда өңірдің экономикасын басқарудың жалпы ұлттық деңгейде де, өңірдің өз деңгейінде де қоғамды дамытуға ықпал ету мәселелері жеткілікті дәрежеде жарияланбаған. Осының барлығы осы зерттеуге ерекше өзектілік береді және осы негізде өңірдің экономикасын басқару моделін қалыптастыру бойынша тиісті талдау жүргізу және ғылыми ұсынымдар әзірлеу қажеттілігін туғызады.

Өңірдің бәсекеге қабілеттілігі басқа ұқсас объектілермен салыстырғанда анықталады. Бұл сипаттама бағалау көрсеткіштеріне жатады, сондықтан объектімен және бағалау субъектісімен қатар белгілі бір критерийлердің болуын да болжайды. Бағалау критерийлері нарықтағы жағдай, даму қарқыны, алынған қарыз қаражаты үшін төлем жасау мүмкіндігі, тауар бағасына қатысты тұтыну қасиеттері және т.б. болуы мүмкін. Соңғысы жеке өңір мен жалпы өңірлік қоғамдастық дамуының қозғаушы күші болып табылатын өңір экономикасын реттеу факторларының бірі болып табылады. Сондықтан өңірдің бәсекеге қабілеттілігін бағалау өлшемі ретінде асимметриялық сипатқа ие Қазақстан өңірлерінің даму қарқынын таңдаған жөн.

Өңірлік асимметрия-бұл заңнамалық немесе нормативтік белгіленген стандарттар жүйесіне және олардың экономикалық даму деңгейіне қатысты өңірлердің даму жағдайы мен нәтижелерінде уақыт пен кеңістікте орнықты алшақтық (ауытқу), оларды қысқарту азаматтардың әлеуметтік қажеттіліктерді қанағаттандыруда конституциялық құқықтарын неғұрлым толық іске асыру үшін жағдайларды теңестіруді қамтамасыз етеді, ал ұзақ мерзімді жоспарда елдің жалпы дамуына ыпал етеді.

Аймақтық асимметрия индексі осы көрсеткіштің уақыт бойынша салыстырмалы динамикасы деп аталады. Өңірлік әлеуметтік-экономикалық даму асимметриясының белгілі бір деңгейі табиғи және пайдалы болып табылады. Ол бәсекелестік шиеленісті жасай отырып, экономиканың дамуына серпін береді.

Зерттеу нәтижелері мен әлемдік тәжірибе өңірлік асимметрия деңгейін, егер ол 20% - дан аспайтын болса, табиғи деп санауға болатынын көрсетеді.

Жалпы талдау өңірлік асимметрияның өсуіне және өңірдің бәсекеге қабілеттілік деңгейінің төмендеуіне ықпал ететін проблемалар шеңберін атап өткен жөн:

- экономиканың әртүрлі құрылымы бар өңірлердің нарықтық бәсекелестік жағдайында жұмыс істеуге бейімділігі;
- экономиканы басқарудың салалық қағидаты, бұл аумақтық оқшаулаудың жоғары дәрежесі бар тек базалық облыстарды ынталандыруды негіздейді;
- әртүрлі өңірлер арасындағы қарқынды ынтымақтастықтың жеткіліксіз болуы;
- өңірлік экономикалық дамуды реттеуге қатысты мемлекет рөлінің әлсіреуі және қарқын мен бағыттардағы сәйкессіздіктерді теңестіру;

-әртүрлі өңірлердің дамуына мемлекеттің қазіргі тетіктер арқылы ықпалының симметриялылығы.

Мемлекет пен өңірдің мүдделерін жеке аумақта синхрондау оның экономикасын көтеруге ғана емес, соңында өңірлер арасындағы дамудың сәйкессіздігін қысқартуға мүмкіндік беретінін көрсетеді. Бұл ретте өңірдің экономикасын басқару ерекше маңызға ие болады.

Басқару аймақтың аса маңызды функциясы болып табылады. Өңірдің тарихи табыстары көбінесе табиғи ресурстар мен технологиялармен емес, өз аумағының экономикасын басқарудың тиімділігімен айқындалады. Сондықтан бір өңірлер үдемелі, ал басқалары жоқ. Алайда, әлемдік тәжірибе көрсеткендей, басқарудың мұндай рөлі қолайлы ішкі және сыртқы жағдайларда ғана іске асырылуы мүмкін. Бұл, бірінші кезекте, объективті экономикалық заңдарға, нарықтық шаруашылық жүргізудің сыналған принциптеріне, бизнесті табысты жүргізудің әлемдік тәжірибесіне, өңір экономикасын реттеу жүйесінің нәтижелілігіне сүйеніп отыр.

Экономиканы басқарудың түсінікті тұжырымдамасы қолайлы өңір құрудың маңызды факторының рөлін атқаруы және қоғам дамуының ынталандырушы шарты болуға тиіс. Мұндай тұжырымдама мез басқару жүйесінің бір бөлігі болуға, оның мазмұнын енуге, елді құрайтын өңірлердің экономикалық құрылысын теориялық негіздеуге тиіс.

Аймақтың өзекті міндеттерінің бірі-басқару моделін құру болып табылады, ол аумақ экономикасының бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етеді. Бүгінгі күні аймақтың бәсекеге қабілеттілігі-бұл даму экономикасындағы және практикалық саясаттағы ең ықпалды тұжырымдамалардың бірі. Сонымен қатар, өңірлердің өнеркәсібі техникотехнологиялық база тұрғысынан да, салалық құрылым тұрғысынан да заманауи талаптарға сәйкес келмейді. Мұндай жағдайдың нәтижесі оның бірқатар дамыған және жаңа индустриялық өңірлерден артта қалуы болып отыр. Өзінің бәсекеге қабілеттілігін (немесе бәсекеге қабілетсіздігін) қалыптастыру жөніндегі қандай да бір стратегияның болмауымен жиынтығында жүйелі түсініктің болмауы ҚР өңірлері үшін инвестициялық тартымсыз және бәсекеге қабілетсіз болып қалу тәуекелін туғызады.

Өңірдің бәсекеге қабілеттілігі мен экономикалық өсуі процестерінің өзара шарттылығы, сондай-ақ жаһандық үрдістерге сәйкес оның экономикасының талап етілетін қайта құруының күрделілігі мен тереңдігі өңір экономикасының бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету факторлары мен шарттарын бөлу қажеттілігін айқындайды. Бұл жағдайда әңгіме өңір экономикасын басқару моделін құру туралы болып отыр.

Бұл модельдің негізгі компоненттері тиісті принциптердің жиынтығы ретінде басқару, басқаруды ұйымдастыру және басқару стратегиясы болып табылады.

Басқарма тіршілікті қамтамасыз ету жүйесін ұдайы өндіру, басқаруды құқықтық регламенттеу, әлеуметтік бағдар, инновациялық бағдар, меншікті шикізат ресурстарын сақтау, басқару теориясы мен практикасы бірлігі, өңірдің бәсекеге қабілеттілігі қағидаттарына негізделеді.

Басқару, ең алдымен, экожүйенің сақталуын, оның барлық компоненттерін ресурс үнемдейтін ұдайы өндіруді қамтамасыз етуі тиіс. Бұл

жағдайда өңір экономикалық-құқықтық реттеу объектісіне айналады. Басқару процестерін экономикалық құқықтық реттеу, өңір экономикасының барлық салаларында әртүрлі процестерді регламенттейтін халықаралық және мемлекеттік нормативтік актілерді сақтау, басқарудағы субъективизмді азайту аумақ экономикасын басқарудың заңдылығын қамтамасыз етуі тиіс. Басқарудың негізгі мақсаттарының бірі қоғамның үйлесімді дамуы, оның әлеуетті мүмкіндіктерін ашу және іске асыру, халықтың әл-ауқатын және өңірде өмір сүру сапасын арттыру болуы тиіс.

Басқарудың құрылымдық көзі өндіріс факторлары, Инвестициялар, инновациялық қызмет негізінде дамыту болып табылады. Аймақтың бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін басқару инновацияны жаңа технологиялар мен менеджментке басым түрде инвестициялауды қамтамасыз етуге бағытталуы тиіс. Қазіргі жағдайда басқарудың инновациялық бағдарын іске асыру оны тиісті ұйымды талап етеді.

Басқаруды ұйымдастыруды регламенттеу оны орындау және жүзеге асыру үшін бейімделуге тиіс функциялар мен міндеттердің ерекшеліктерін ескеруге тиіс. Өңірдің экономикасын басқару ұйымының функционалдық мазмұны заңшығарушылықты, заңдарды іске асыруды, құқықтар мен бостандықтарды қорғауды, заңдардың орындалуын бақылауды қамтиды.

Көрсетілген функциялардың өзара іс-қимылы басқарудың инновациялық бағытын және өңірлік шикізат ресурстарын сақтауға, оларды ұтымды пайдалануға, жаңа технологиялардың импорты мен экспортына бағытталуға тиіс өңірдің ресурс үнемдеу стратегиясын іске асыруды қамтамасыз етеді.

Ресурс үнемдеу, өз кезегінде, бірқатар дәйекті кезеңдерді қамтитын басқару стратегиясының негізі болып табылады: ортаны талдау, миссия мен мақсаттарды айқындау, стратегияны Таңдау, Стратегияны орындау, стратегияның орындалуын бағалау және бақылау.

Басқару стратегиясының жоғарыда аталған кезеңдерін іске асыру өңір экономикасының әлеуетін іске асыруды қамтамасыз етеді. Осы әлеуетті табысты іске асыру басқару теориясы мен тәжірибесінің бірлігіне тікелей тәуелді. Осы қағидатқа сәйкес өңірдің жұмыс істеуі мен дамуы саласындағы кез келген басқару шешімі логикаға, принциптерге және басқару әдістеріне жауап беруі және өңірдің экономикалық әлеуетін іске асыруға бағытталған практикалық міндеттердің бірін шешуі тиіс.

Өңірдің экономикалық әлеуеті адами, ресурстық, ғылыми-техникалық, институционалдық және өндірістік әлеуеттерді қамтиды. Өңірдің әлеуетті мүмкіндіктерін барынша іске асыру үшін барлық мемлекеттік жоспарлар мен Өңірлік даму бағдарламаларын іске асыру үшін акценттерді дұрыс қою, өңірдің қолда бар әлеуеті барлық 100% - ға ашылатын облысты табу, өңірдің күшті және әлсіз жақтарын анықтау қажет.

Бәсекеге қабілеттіліктің қазіргі заманғы анықтамалары м. Портер теориясымен үйлеседі, бұл ретте бәсекелестік артықшылығы ұғымының эволюциясының жаңа кезеңін көрсетеді. Осы теорияны негізге ала отырып, өңірдің бәсекеге қабілеттілігі – халықаралық бәсекелестік үшін ашық бола отырып, табыс пен жалақының салыстырмалы жоғары деңгейін құру қабілеті деп айтуға болады. Мұндай пікірді кейбір Американдық ғалымдар да ұстанады,

ол бәсекеге қабілетті аймақ болып табылады, ол жоғары технология және өнімділігі негізінде жоғары табыс пен еңбек ақысы бар халықаралық саудадағы табысты ұштастырады.

Өңірдің өз аумағындағы әлеуметтік-экономикалық процестерге нәтижелі реттеуші әсері экономикалық ортаның серпінді өзгеруіне жауап ретінде бәсекеге қабілеттіліктің тұрақты өсуін қамтамасыз етуге мүмкіндік береді.

Алайда, өңірдің бәсекеге қабілеттілігін арттыру мәселесін тек өңірдің өз күшімен шешу мүмкін емес. Мәні халықаралық нарықтардағы ұстанымдарын нығайту үшін өңірлердің ынтымақтастығы мен кооперациясының тиімділігін арттыру мақсатында қолайлы өңіраралық орта құрудан тұратын мемлекеттің қатысуы қажет. Мұндай тәсіл өңірлік дамуды қамтамасыз етуге қазіргі көзқарасты өзгертуді және өңірлерді дамыту үшін ынталандыру жасауға бағытталған өңірлік дамуды мемлекеттік реттеу жүйесін құруды талап етеді, оларға мыналарды жатқызуға болады: барабар дүниетаным және қоғамның икемді менталитеті, жиынтық сұраныс пен жиынтық ұсыныстың теңгерімі, экономикадағы қаржы ағындарының оңтайлылығы, қоғамның тыныс-тіршілігінің регламенті, өндіріс факторларының қарқынды дамуы.

ПАЙДАЛЫНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР

1 Папп В.В. Тенденції та напрямки вдосконалення державної регіональної політики в Україні // Економічний простір: зб. наук. праць. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2009. – №23/1. – С. 145-154.

2 Ткаченко Ю.В. Регіональна економічна політика як складова економічного зростання // Економіка проблеми теорії та практики: зб. наук. праць. – Дніпропетровськ: ДНУ, – т. VIII, вип. 255. – С. 2022-2034.

3 Дегтярьова В.М. Регіональні аспекти конкурентоспроможності національної економіки // Розвиток фінансових методів державного управління національною економікою: зб. наук. праць Донецького державного університету управління. – Донецьк, 2009. – т. X, вип. 125, серія «Економіка». – С. 32-42.

4 Основні положення звіту з конкурентоспроможності України – Женева: Всесвітній Економічний Форум, 2008.– 76 с.

5 Патрик Э. Технопарки как инструмент поддержки инновационной деятельности / Э. Патрик // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – №3. – С. 59-64.

ИНДУСТРИЯ 4.0 - КӘСІПОРЫНДАРДЫҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН ДАМУ ШАРТЫ

«Индустрия 4.0» ұғымын алғаш рет неміс федералдық үкіметі өнеркәсіптік жабдықтар мен ақпараттық жүйелерді бірыңғай ақпараттық кеңістікке біріктіру арқылы неміс өнеркәсібінің дамытудың стратегиялық жоспары ретінде енгізген болатын, бұл өз кезегінде өнеркәсіптерге адамның қатысуынсыз ішкі және сыртқы ортада іс-әрекет жасауға мүмкіндік берді.

4.0 саны бұл өнеркәсіптің даму бағыты үлкен әлеуеттерге ие, яғни төртінші индустриалды (өнеркәсіптік) революцияға алып келеді дегенді білдіреді.

Бірінші, белгілі болғандай, Джеймс Уаттың бу қозғалтқышының ойлап табуымен басталды және XVIII–XIX ғасырлар бойы Еуропада алғашқы индустрияландыруды жасады. Бұл классикалық революция басқа да инновациялармен — мақтадан жіп иірумен және металлургияда коксты пайдаланумен байланысты болды. Еуропаның 12 жетекші елінде 1820 жылдан 1900-ге дейін жан басына шаққандағы ЖІӨ үш есе, яғни \$1 мыңнан \$3 мыңға дейін өсті (1990 жылғы бағадағы халықаралық доллар [3]).

Екінші революция электрдің пайда болуымен, сондай-ақ Генри Фордтың конвейерді ойлап табуымен XX ғасырдың басында пайда болды, соның арқасында жаппай нарықты құру ғана емес, сонымен қатар автомобильді қол жетімді болуына мүмкіндік ашылды. Шамамен 30 жылдан кейін осы революцияның арқасында өмір сүру деңгейі жылдам өсе бастады. Мысалы, егер еуропалықтардың ЖІӨ 4 мың долларға тек 1928 жылы ғана қол жеткізе алса, 1939 жылға қарай ол көрсеткіш 5 мың \$ жетті. Кейінгі әскери индустриаландыру экономикалық ландшафты толығымен өзгерткен болатын [2].

Ақырында, үшінші революция 1960-шы жылдары басталды, еуропалық елдердің экономикасы соғыстан кейін қалпына келтірілген болатын, компьютерлер пайда болды, сандық бағдарламалық басқару (СББ) және микропроцессорлар дамыды, ал кейін — өнеркәсіптік роботтарда. Сонымен қатар химия өнеркәсібі де қарқынды дамыды. 1980 жылға қарай жан басына шаққандағы ЖІӨ тағы \$7 мыңға, \$14 мыңға дейін өсті.

Өнеркәсіптік революцияның төртінші кезеңі «киберфизикалық жүйелерді» зауыттық процестерге енгізумен сипатталады. Бұл жүйелер бір желіге бірігеді, нақты уақыт режимінде бір-бірімен байланысады, өзін-өзі құрып, мінез-құлықтың жаңа үлгілеріне үйренеді деп болжанады. Мұндай желілер аз қателері бар өндірісті құра алады, өндірілетін тауарлармен өзара іс-қимыл жасай алады және қажет болған жағдайда тұтынушылардың жаңа сұраныстарына бейімделе алады. Мысалы, өнім шығару процесінде оны жасай алатын жабдықты өзі анықтай алады. Және осының бәрі адамның қатысуынсыз толық автономды режимде. Осылайша, Төртінші өнеркәсіптік революция тұжырымдамасы төрт қағидатқа негізделген:

- адам мен машинаның функционалдық үйлесімділігі - интернет арқылы

тікелей байланыс жасау мүмкіндігі;

- ақпараттың ашықтығы және жүйелердің физикалық әлемнің виртуалды көшірмесін жасау қабілеті;

- машиналардың адамға техникалық көмегі – деректердің үлкен көлемін біріктіру және адам үшін қауіпті бірқатар міндеттерді орындау;

- жүйелердің дербес және автономды шешім қабылдау қабілеті.

Өнімділікті арттыру - бұл әрбір өнеркәсіптік революцияны қозғайды. Индустрия 4.0 өзінің мәні бойынша адамдардың, процестердің, жүйелер мен машиналардың физикалық және цифрлық интеграциясы есебінен өнімділіктің жоғарылауын болжайды. Индустрия 4.0 жаһандық салдары әлі де талқылануда, бірақ бір нәрсе белгілі, әрине ол өзгерістердің орын алуы.

Индустрия 4.0 немесе төртінші өнеркәсіптік революция зияткерлік технологиялардың синонимі болып табылады. Негізгі компоненттер киберфизикалық жүйелер, пайда болатын технологиялар, деректерді алдыңғы қатарлы талдау, бірлескен роботтар, виртуалды шындық, датчиктер және аддитивті өндіріс (яғни 3-D басып шығару) болып табылады. Бұл интернет заттар – «зияткерлік құрылғыларды интеллектуалды қосу» - ақылды кәсіпорынның маңызды құрамдас бөлігі болады, бірақ дәл осы базалық деректер жүйесі 4.0 стратегияның негізгі элементтері болады.

Индустрия 4.0 стратегиясының негізгі үш компоненті:

- Интеллектуалды датчиктер. Ғаламтор сияқты индустриялы ортада барлық «заттар» зияткерлік датчиктермен жабдықталады. Деректер көзі ретінде бұл датчиктерде өздерінің меншікті микропроцессорлары болады, өндірістік жүйелерге интеграцияланады және сигнал берудің күрделі функцияларын орындайды.

- Деректер жүйесі. Ұйымдық өзгерістерді сенімді ақпаратсыз басқару мүмкін емес. Өзара байланысқан ақпараттық деректер жүйесі индустрияның 4.0 жүрегі болады. Бұл пайдалы ақпарат қоймасындағы сансыз көздерден өнеркәсіптік деректерді жинау туралы.

- Деректер аналитикасы. Үлкен көлемдегі деректер цехтарда жұмыс істейтіндерге, заңдылықтар мен үрдістерді анықтауға, содан кейін виртуалды шындықты пайдалану, машиналық оқыту немесе басқа да зияткерлік технологиялар болсын, анағұрлым салмақты және тактикалық бизнес-шешімдерді қабылдауға және қорытынды жасауға көмектеседі. Бұл адамдарға, машиналар мен процестерге деген барынша епті, жауапты және белсенді болуға мүмкіндік береді. Индустрия 4.0 немесе төртінші өнеркәсіптік революция келесі артықшылықтарды қамтиды:

- Икемді жеткізу тізбегі. Ақылды фабрикада сіздің жеткізу тізбегіңіз тиімділігі жоғары жеткізушілерден, тасымалдаушылардан, дистрибьюторлардан және клиенттерден тұратын тиімді желісі болып табылады. Автономды логистика, интеграцияланған жоспарлау жүйелері мен алдыңғы қатарлы аналитика сияқты зияткерлік технологиялар іркілістерді тез болжап және оларға жауап беру арқылы шынайы уақыт режимінде өзгермелі жағдайларға бейімделуге мүмкіндік береді.

- Жұмыс орнындағы қауіпсіздіктің жоғары деңгейі. Деректер ықтимал қауіптердің шындыққа айналуын алдын алу мақсатында бірден жиналады және

өңделеді. Егер де қызметкер белгіленген қауіпсіз емес аймаққа немесе машинаға тым жақын орын ауыстырса, интеллектуалдық технологиялар басқарушыны алдын-ала ескертеді немесе машинаның жұмысын баяулатады.

- Клиенттерді талғамдарын терең түсіну. Деректерді талдау кәсіпорындарға брендтің адалдығына және клиенттерді ұстап тұруға ықпал ететін сандық форматта сатып алу үшін бірегей ортаны құру мақсатында әр тұтынушының сатып алу әдеттерін терең түсінуге көмектеседі.

- Қаражатты үнемдеуді ұлғайту. Интеллектуалды технологияларға кіріктірілген бастапқы салымдардан кейін интеллект өтелуі тиіс. Сападағы проблемалардың азаюы материалдар қалдықтарының қысқаруына, қызметкерлер санының қысқаруына және пайдалану шығындарының төмендеуіне әкеледі.

Индустрия 4.0 қызметкерлердің еңбек өнімділігін арттыруға бағытталған өнеркәсіптік революция болып табылады.

Бұрын операциялар реактивті болды. Қызметкер машинаның жөндеу жұмыстарын жүргізу үшін, май ауыстыру болсын немесе төсемді ауыстыру болсын, оның сынғанын күткен. Ұйымның тиімділігін арттыру мақсатында одан кейін алдын алу тәсілін қабылданды. Қызметкер түзетуді орнату үшін нақты аралықтармен жұмыс істеген, мысалы әрбір 300 сағат кейін бөлшекті ауыстыру сияқты. Деректерге негізделген Индустрия 4.0 стратегиясы ақылды кәсіпорында болжаушы болып табылады. Датчиктердің көмегімен қызметкер нақты уақыт режимінде хабарлама алады. Кейбір жағдайларда машина тіпті өзін түзетуге үйренуі мүмкін. Егер бұрын өнімділік қауіп төнсе, енді цех одан да өнімді бола алады.

Артықшылықтарымен бірге Индустрия 4.0 немесе төртінші өнеркәсіптік революцияның өзіндік кемшіліктері бар. Соларға тоқталып кететін болсақ:

- Ескірген технологиялардың болуы. Сізге сенімді, өзекті ақпарат қажет. Сіздің машиналар немесе бағдарламалық жасақтама ескірген кезде, интеллектуалды технологиялар олармен оңтайлы ықпал ете алмайды.

- Ептілікті қажет ету. Фабриканың потенциалды қызметкерлері компьютерлерде жақсы жұмыс істей алуы керек. Яғни, озық дағдыларға ие адамдардың болуы мәселесі. Индустрия 4.0 үшін міндетті шарт - өндірістік цех және басқа да қызметкерлердің ақпаратты түсіне алуы болып табылады.

- Кибер-қауіпсіздік. Индустрия 4.0 деректермен тығыз байланыста. Демек, басып алу, сақтау және қорғау шешуші мәнге ие болады. Көптеген машиналарды қосатын деректер жүйесі ақпарат тізбегіндегі қорғаныс нүктелерінің көп санда болуын талап етеді. Индустрия 4.0-де қызметкерлер, цехтарда жұмыс істейтіндер де деректерді түсінуі керек.

Кәсіпорын өндірісін оңтайландырып, яғни жоғары деңгейдегі бәсекеге қабілетті шаруашылық субъекті болу үшін, кәсіпорын басшылығы өзгерістерге алып келетін жол картасын жасауы қажет. Әрбір өндірістік аудан салалық динамикаға тап болған кезде, келесі төрт қадам дұрыс бағытта қозғала бастайды.

- Ағымдағы ортаның жай-күйі. Кәсіпорын басшылығы кәсіптің ағымдық жағдайын нақты білмесе, қай бағытта даму қажеттігін анықтай алмайды. Сол себептен, кәсіпорынның техникасын, адами потенциалын, жүйесі мен

бөлімшелерін зерттеуі керек.

- Кәсіпорынның болашағын түсіну. Кәсіпорынның дамудағы басты бағытын анықтау қажет. Мысалы, тұтынушылық сұранысты қанағаттандыру үшін пайдаланылған процессті оңтайландыру мүмкіндігі. Яғни, пластмасса құю процесінде адам көптеген дайын бөлшектерді тексереді. Ал, Индустрия 4.0-де автоматтандырылған датчиктер өндіру кезінде нақты уақытта түзетулер енгізу үшін пайдаланады, бұл сапа мен өнімді өндіру көлемін арттырады. Өндірістік үрдістерді жаңарту өндірушіге соңғы өнімнің клиенттердің талаптарына сәйкес келетініне көбірек сенім береді.

- Кәсіпорынның күшті және әлсіз жақтары. Кәсіпорынның артықшылықтары мен кемшіліктерін анықтап алу қажет.

- Жоспар. Кәсіпорынның бағытталған саласы үшін оның күшті жақтары пайдаланылуы керек. Ол үшін кәсіпорынның бәсекелестерден артықшылықтарын анықтап, оны қалай дамытуға болатынын жоспарлау қажет. Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі оның нақты іс-қимыл жоспарының болуымен тығыз байланысты.

Зияткерлік технологияларды тез игеріп, олар ұсынатын мәліметтерді пайдаланатын кәсіпорындар өндірістік процестерді ұтымды етуге, жұмыс орындарын кеңейтуге, жеткізудің неғұрлым икемді тізбегіне және серпінді өсуге дайын. Индустрия 4.0 ұсынып отырған даму тәсілін пайдалану кезінде кәсіпорын алынған деректер негізінде бәсекеге қабілеттіліктің артықшылықтарына ие болады.

Ақпараттық технологиялардың әсерінен өнеркәсіпте болып жатқан өзгерістер шығарылатын өнімдер мен қызметтердің сапасын айтарлықтай арттыруға көмектеседі. Бұл клиенттердің адалдығы мен қанағаттанушылығын арттырады. Өндірушілерге сондай-ақ, 4.0 индустриясында туындайтын жаңа тәсілдер мен бизнес-модельдер, оларға көбірек табыс табуға, яғни өнімді жақсартуға инвестиция салуға мүмкіндік береді. Нәтижесінде бәрі жеңеді.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР

1. The Factory of the Future. Industry 4.0 – The challenges of tomorrow / KPMG
2. Bauer H., Patel M., Veira J. (2016) The Internet of Things: sizing up the opportunity
3. Simon K., Dr. Reinhard Gr. (2016) Industry 4.0—Opportunities and Challenges of the Industrial Internet assessment.pwc.de/i40/study.pdf/

THE CONCEPT AND CHARACTERISTICS OF THE EDUCATIONAL ENVIRONMENT

An educational institution is part of the educational sphere formed in the region as one of the spheres of the national economy, and therefore one of the key marketing concepts is the concept of the marketing environment, which is a combination of factors that are active and affect the market situation and the effectiveness of marketing subjects. Educational institutions succeed as long as their services and products match the marketing environment. The marketing environment contains both opportunities and threats to the activities of an educational institution, so it is necessary to constantly monitor the changes occurring in it, and adapt to them.

In relation to a particular educational institution, it is customary to distinguish the external marketing environment, the environment of the environment and the internal marketing environment represented by the marketing entity itself - the educational institution.

The external marketing environment (macro-environment) includes factors beyond the control of a particular educational institution, such as political, legal, economic, demographic, natural-geographical, national, sociocultural, and scientific-technical factors. Some of them are called STEP - factors, and STEP - analysis is used to study and predict their influence on the activities of all subjects of the educational services market.

The environment of the environment (mesoscience) is represented by forces that are directly related to the educational institution and its capabilities and, therefore, to a certain extent, are amenable to its influence. The internal marketing environment (microenvironment) of an educational institution usually includes the main subsystems of an educational institution: teaching, research, consulting, economic, economic, management and marketing activities.

Models and practices of education in general and in higher education, including those determined by the national structure and national characteristics. And although individual universities reflect the typology and characteristics of these models with varying degrees of depth and in a wide range of options, in general, as we defined earlier, these features are quite tangible (table 1).

From the analysis of the data presented in the 1st table it is clear that the socio-cultural living conditions have a significant impact on the formation of demand for educational services, as well as on the choice and attitude to the profession. At the same time, students' focus on the needs of society underlines that the traditionally established system of values in the country remains in force. The labor market characterizes the balance of supply and demand for professional activity of a certain qualification and is spontaneous in Kazakhstan today. Without dwelling on the specification of the formation of demand (which is very important, but it requires research that goes beyond the present), we will try to understand, at least in general terms, the proposal of professional personnel. The latter are currently being prepared mainly with the help of publicly funded structures that produce specialists of a wide profile.

Table 1 - Analysis of motives for choosing a profession

Motives for choosing a profession	Kazakhstan	Russia	Germany
	Priority	Priority	Priority
High income opportunity	2	1	8
The prospect of professional growth, career	3	2	5
Interesting activity	4	3	1
Prestige of the profession in society	1	4	9
Contact with other people	5	5	6
Warranty preservation of the workplace	10	6	7
The real importance of the profession for society	9	7	11
Ability to work independently	8	8	2
Solving tasks that require high responsibility	7	9	4
The ability to do something sensible	6	10	3
A profession that gives a lot of time	11	11	10

The need for state regulation of the labor market in terms of supply can be supported by the development of narrow-profile specialist training activities that must be prepared in a targeted manner by direct customer orders (new professions and specialties, additional training, advanced training, expansion of functions within a particular profession, etc.). However, traditional consumers (region, industry, enterprise) in the conditions of existing instability and inflationary shocks satisfy their needs for specialists from the existing supply, significantly exceeding the demand, and are not able to finance the preparation for the long term. Consequently, the only real (and most massive) customer of the vocational education system (besides the state, naturally) becomes an individual. He acts as a subject interested in the results of studies to ensure the choice of his place in society and the realization of his own potential. On the basis of interaction with the customer, the educational institution independently determines: professional field (profession, specialty, profile); type of training: training "new" personnel; training, retraining; training; necessary level and level of qualification; possible set of various functions within the profession; individualization of training depending on the capabilities and needs of the student. The concretization of the listed elements characterizes the «starting» content of the content of the professional educational program of an educational institution. The outlined features of specialist training are already being implemented in the domestic education system with a parallel change in the content of the main educational programs and the provision of paid services found to customers.

Identifying the needs of the latter allows you to create sets of related training profiles, determine the direction, levels, content, forms, terms of training and thereby expand the range of educational services. The theoretical analysis of the literature allowed us to determine that a professional educational institution must meet the following requirements of external situational factors of direct impact:

1 A vocational educational institution must be an integral part of the system of continuous education.

2 The tasks of a professional educational institution should be:

a) in the provision of free educational services: vocational education of students; adaptation of the student to new learning conditions; vocational training and retraining of students; improvement of general education (culture level, business and creative growth, etc.);

b) in the provision of paid educational services: service of emerging market structures; the redeployment of professionally qualified labor flows; rapid response to the need for training for new activities; the elimination of gaps between the content of education and practical tasks of the activity. Adaptation of fundamental education to practice; restructuring of professional thinking of specialists, facilitating the adoption of a new paradigm of education and professional activity; ensuring the individual's need for professional, cultural and personal self-development; establishing communications with the world community.

3 A vocational educational institution must be an “open” system (that is, the learner can and should, in accordance with his or her capabilities and desires, “enter” and “exit” at any level with specific normatively confirmed results).

4 A professional educational institution should provide for continuous monitoring of not only the situational factors of the direct external environment, but also the implementation of their own educational process in order to assess, guide, motivate and obtain the greatest result in the field of activity provided by this educational institution where the learner can maximize individuality, and the school to achieve maximum results.

«Interacting with the factors of the microenvironment, the subject of marketing, even if it does not control them, is able to control and regulate relations with them; at the very least, he is able to choose in the market those subjects with whom he has to establish relations «on the basis of voluntary exchanges. In accordance with the above, the existence of a vocational educational institution should be based on the constant adaptation to the requirements of the external environment of its own conditions, means and goals, ensuring the institution's main purpose - the realization of the educational process, the organization of which should «pre-empt the demands of the labor market.

However, today educational institutions cannot rely only on classic marketing approaches. Segmentation and further promotion of educational services in selected promising market segments are a powerful tool for promotion, but at present it is necessary to look at solving the problem of education more broadly. Accelerating the innovation trends of the modern economy, increasing the speed of updating knowledge and technology, require educational institutions to preserve and strengthen their competitive status to actively promote their educational services based on the characteristics of their core competence. In the modern world, there is a

shift in the focus of analysis on the ability of an educational institution as a potential source of its competitive advantage, the usefulness of analyzing an educational institution in terms of its resources is stated.

To successfully operate in the field of education or (as a rule) in its segment, an educational institution needs a certain set of specific resources and organizational abilities that cannot be acquired on the market of factors of production; they must be created within the organization. An educational institution must strive to create effective strategic assets that are a combination of the resources and competencies of an educational institution that can provide it with a competitive advantage. In a situation of limited material resources (including due to insufficient financing for development), it seems relevant to build the capacity of an educational institution to integrate, create and reconfigure internal and external competencies in order to conform to a rapidly changing environment.

Thus, the main thesis of the marketing concept in relation to the educational services market can be formulated as follows: the heterogeneity inherent in educational institutions is the result of the possession of unique resources and organizational abilities, which, in turn, form the basis of a sustainable competitive advantage, contribute to the formation of human capital of end-users of educational services and at the same time help generate profits. In conclusion, it is necessary to conclude that there is a significant change in views on the promotion of educational services and the educational institutions themselves in the modern world. Global business trends, characterized by the acceleration of all processes, high risks and uncertainty of the environment, high speed of information processes and the speed of updating of innovative approaches all have a significant impact on the development of education around the world. Under these conditions, higher education should play the role of the fundamental basis of the new economy and an accelerator of innovative trends in business and society.

LIST OF LITERATURE

- 1 Баранник Н.А. Маркетинг образовательных услуг // www.marketing.spb.ru
- 2 Гуревич Л.Я., Жакенова К.А. Высшая школа Казахстана после десятилетия реформ: взгляд изнутри // www.marketing.spb.ru
- 3 Деревягина Л.Н. Маркетинг образовательных услуг // Бизнес-образование, 2001, №1(10). - С. 95-97.

ШАҒЫН БИЗНЕСТІ МЕМЛЕКЕТТІК ҚОЛДАУДЫҢ НЕГІЗГІ БАҒЫТТАРЫ

Шағын бизнестің дамуында кездесетін осы саланың келешегіне кері әсер ететін үрдістерді, қиындықтар мен проблемаларды саралап, шағын бизнесті мемлекеттік қолдау шараларын іске асыратын келесідей механизмдерін ұсынамыз, ол құқықтық қорғау, кредиттік, инвестициялық, салықтық, өндірістік-инновациялық саясат, кадрлық және ақпараттық қамтамасыз ету салаларында өзгерістер енгізуі қажет.

Құқықтық қамтамасыз ету. Шаралар шағын бизнестің мүддесін заңнамалық және нормативтік актілерде көрсететін кәсіпкерлік қызметті қамтамасыз ететін нормативтік-құқықтық жүйесін бұдан әрі дамытуға бағытталған, «ҚР шағын бизнесін мемлекеттік қолдау туралы» Заңының ережесін дамыту, яғни олардан ірі кәсіпорындармен салыстырғанда экономикадағы қолайсыз бәсекелестік жағдайын жою мақсатында шағын бизнес субъектілерінің ерекшеліктерін айқындау, олардың әлеуметтік-экономикалық ерекшеліктерін дамыту және көрінуіне ықпал ету, жаңа кәсіпорындардың нарыққа шығуына және олардың қызметтерін дамытуға құқықтық қолайлы жағдайларын қалыптастыру.

Шағын бизнесті қолдау және дамытуға бағытталған қолданыстағы заңнамада әлі көп кемшіліктер бар, олардың көп нормалары тікелей әрекет етпейді және әр түрлі Үкіметтің қаулысын немесе басқа да нормативтік-құқықтық актілерді шығаруды қажет етеді. Бұдан басқа, Қазақстан Республикасының қолданыстағы заңнамасы басқа да заңнамалық актілерге қайшылық пен келіспеушіліктері бар, осы мәселелер шешілген жерлерде оның жекелей нормаларының іске асырылу механизмі жоқ.

Қалалық бағдарламаның мамандандырылған бөлімдерінде қарастырылған құқықтық жағдайды жетілдірумен қатар, жылжымайтын мүлікті және т.б. рәсімдеуден қолданыстағы барысын жеңілдету сияқты сұрақтарда шағын бизнесті дамыту және қолдаудың жалпы жағдайын жасауды қамтамсыз ететін шаралар ұсынылады.

Кредиттік-инвестициялық саясат. Шағын бизнес субъектілерінің қаржылық-кредиттік ресурстарға қолжетімділік мәселесі шағын бизнес секторының дамуына кедергі келтіретін мәселелер тізімінде алдыңғы орындарға өзгеріссіз иелік етеді.

Ол жоғары пайыздық мөлшерлемемен, кредиттің берілу мерзімінің қысқалығымен негізделген, сонымен қатар шағын бизнес субъектілерінің банктердің көзқарастары бойынша өтімді кепілзаттық қамтамасыз етудің жоқтығы, сондықтан кредит алуда ерекше қиындықты жаңадан бастап келе жатқан кәсіпкерлер көреді, өйткені банктер тұрақты түрде табыс көзі жоқ кісіпорындарға қаражат құйғылары келмейді, сонымен қатар, олардың қызметтері бірінші кезеңде банкрот тәуекелділігімен байланысты. Сонымен қатар, бизнесті қаржылық қолдаудың факторинг, лизинг, франчайзинг және т.б.

формалары мүлдем қолданбайды деп айтуға болады.

Сондықтан, бизнесті дамыту мақсатында және шағын бизнесті дамытудың бұдан жоғары деңгейіне көшу үшін, шағын және орта бизнесті мемлекеттік қолдаудың жаңа формасын және альтернативті қаржылық жүйесін дамыту қажет, заманауи қаржылық механизм және технологияларды енгізу, шетел инвесторларының және отандық кәсіпкерлердің бос қаражатын қала үшін басымды инвестициялық жобаларды қаржыландыруға тарту, халықаралық қаржылық ұйымдармен шағын бизнесті қолдау үшін инвестицияларды тарту бойынша өзара әрекет ету.

Шағын бизнестің дамуының басым бағыты болып «Инновация және бизнесті қолдау қорын» құру болып табылуы мүмкін, оның қызметі келесілерге әсер ететін еді: кредиттік ресурстарды тиімді бөлу; оған кәсіпкерлердің көбінің қолжетімділігін жеңілдету; жаңа өндірісті ашу; шағын бизнес субъектілерін кредиттеу механизмімен жетілдіру үшін кәсіпорынның қаржылық қолдауын альтернативті түрін (лизингті кредит және басқа да механизмдер), сонымен қатар, кепілдік қорларды және өзара кредиттеу қорын құру жүйесін дамыту қажет. Сонымен қатар, қаланың басымды бизнес-жоспарын қалалық бюджет қаражаты есебінен кредиттеу мерзімін, қаржыландыру сомасын ұлғайту бөлігінде қолданыстағы жеңіл кредит беру жүйесіне өзгерістер енгізуді қажет етеді.

Салықтық саясат. Бүгінгі күні шағын бизнес саласындағы салық салу жүйесін жетілдіру бойынша негізгі шаралар болып табылатындар:

1. халықаралық стандарттарға сәйкес салықты төлеу мөлшерлемесі мен механизмімен қайта қарау;
2. шағын бизнес кәсіпорындарына салық салу бойынша жеңілдіктер ұсыну;
3. жекеменшіктерді және активтерді заңдастыру;
4. еңбек ақыны заңдастыру;
5. жасырын еңбек етуді заңдастыру және т.б.

Аталған мәселелерді заңнамалық базаны өзгерту арқылы шешу, салықтық ауыртпалықты азайту, жеке және заңды тұлғалардың мүлкіне салынатын салықтың мөлшерлемесін теңдестіру, табыс салығын едәуір азайту жолымен кәсіпкерлердің қызметін «ашық» қылуға өз әсерін тигізеді.

Ақшаны заңдастырумен қатар, кәсіпкерлердің мүлкін заңдастыру маңызды. Бір жағынан ол мүліктің төмендетілген құнын лезде ұлғайтуға мүмкіндік береді, сәйкесінше салық жинау, бюджетке пайда әкелу. Бір жағынан, кәсіпкерлер негізгі қаражатының заңды кепілдемесін салып және өз инвестициясын қайтару үшін, амортизациялық есептемелерді сәйкес шығын бабына қосу жолымен кредит алуға қызығушылығы болады.

Сонымен, кәсіпкерлердің іскерлік белсенділіктерін арттыруына жету және ішкі инвестицияларды едәуір ұлғайтуға болады.

Өндірістік-инновациялық саясат. Шағын бизнестің дамуының негізгі тапсырмаларының бірі өндірісті ұйымдастырудың жаңа түрін экономикаға енгізу болып табылады, олар бұрынғысына тиімді алмастырылып орта класты қалыптастыру үшін негізгі болуы қажет.

Қазіргі уақытта толық заңнамалық базаның және мемлекеттік биліктің барлық деңгейімен жан-жақты қолдауымен шағын бизнестің даму

перспективалық бағытында, мемлекеттік және шетел инвестицияларын тарту жағдайында шағын бизнестің қалыптасуында соңғысының дамуының тиімділігі аз. Ең бастысы, ол өндірістік қуаттылықтың, шағын бизнес кәсіпорындарының өндірістік потенциалының төменгі деңгейінде.

Мониторингтік мәліметтердің анализі қазіргі уақыттағы экономикалық жағдай, сонымен қатар, мемлекеттік қолдаудың формасы мен әдісі сауда және қызмет саласын дамыту үшін әлде қайда қолайлы екендігін куәландырады. Өндірістік кәсіпорындар көптеген проблемалармен соқтығысады, олар: жоғары жалдамалық төлем, дайын өнімді өткізу, қаржының үнемі жетіспеушілігі, осылар бәсекеге қабілетті өнімді шығаруға мүмкіндік беретін жаңа технологияларды енгізуге пайдасын салуға мүмкіншіліктерін шектейді.

Өндірушілердің жүйесінің шекарасындағы мамандандыру өндіріліп отырған өнімге қойылатын талаптардың өзгеруіне тез сезінуге және әр түрлі өнім санын өндіру мақсатында күшті жинақтауға мүмкіндік береді, бірақ ол сырттан салымды қажет етеді.

Шағын бизнестің дамуының стратегиялық мақсаты экономиканың нақты секторында өндіріс көлемін өсіру болып табылады. Аталған мақсатқа жету келесі тапсырмаларды орындауды болжайды: шағын бизнес субъектілерімен инновациялық және ғылымды қажетсінетін еншілес өндіріс; ірі және орта кәсіпорындармен кооперативті өзара пайдалы байланысты жақсарту, франчайзинг принципімен; қолөнер және ұлттық қолөнерді дамыту қайта жаңғырту. Соған қоса шағын кәсіпорындардың техникалық деңгейі жалпы жоғары болмайды, олардың көбімен құрылған жаңашылдықтар қолданыстарын таппай қажетті коммерциялық іске асырылмайды.

Бұдан әрі шағын фирмалардың қаланың өндірістік-инновациялық мүмкіндігінше сәйкесінше нарықтық экономикалық дамуға дейін қамтамасыз ету үшін (жұмыс істейтіндердің жалпы санының жартысынан артығын) келесі бағыттар бойынша мемлекеттік саясаттың ынталандыруы қажет:

1. шағын кәсіпорындардың өнімдеріне нарықты мақсатты бағытты түрде қалыптастыру, оларға мемлекеттік тапсырысты беру арқылы;
2. шағын кәсіпорындарға өндірістік алаңдар беру, жеңілдетілген инвестициялық қолдау; бизнес-инновациялық орталықтарда, технопарктерде, технологиялық қолдау орталықтарында және т.б. дамытуға ықпал ету;
3. лизингтік компаниялар желісін қалыптастыру және кеңейтуде ықпал ету;
4. ғылымды қажет ететін технологиялар негізінде шағын кәсіпорындардың жаңа өнім түрлерін шығару және өндіру бойынша мақсатқа бағдарлы саясатын жүргізу.

Шағын инновациялық кәсіпорындарға өндірістік алаңдарды, ғылыми-зерттеу жұмыстарын орындауға құрылғылар, заңгерлік, қаржылық, маркетингтік, шаруашылық және басқа да қызметтерді ұсыну, интеллектуалдық жекеменшікті құқықтық және коммерциялық қорғау да олардың сапалы түрде өсуіне өз әсерін тигізетін болады.

Шағын бизнестің дамуына сонымен қатар, бұдан қуатты экономикалық құрылымдардың өндірістік желілері шағын кәсіпорындардың интеграциясында әсерін тигізеді, осы мәселені шешуде ерекше рөлді кооперативті байланыстар

атқаратын болады. Осындай интеграцияның ұйымдастыру формасы әр түрлі: лизинг, құрамдас бөлшектерді жеткізуге ұзақ мерзімді контрактілер арнайы қаржылық кепілдік арқылы және т.б. Өндірістік ұйымның осындай нұсқасының артықшылығы шағын бизнес үшін кепілді өткізу нарығын құру болып табылады.

Аталған шараладың іске асырылуы өндірістің техникалық деңгейін және шағын бизнес субъектісі өнімінің сапасын арттыру, олардың рөлдерін нарықтық экономикада өндірістік потенциалын дамытуда жағдайын жасауға мүмкіндік береді. Кадрлармен қамтамсыз ету. Қазіргі уақытта кәсіпкерлік саласына кадрларды даярлау аумағында едәуір тәжірибе жинақталған. Халықты кәсіпкерлік қызмет саласында даярлауға арналған ұйымдастырушы және интеллектуалды әлеуеті бар мемлекеттік және мемлекеттік емес оқу орындары дамуда.

Шағын бизнесті қолдау бойынша шаралар кәсіпкерлік қызмет саласындағы кадрларды даярлауды болжайды, сонымен қатар шағын және орта кәсіпкерлікпен және оның дамуын басқаруды өзара байланыстырушы ұйымдар. Басты мақсат – шағын және орта бизнес үшін білікті кадрларды даярлауды ұйымдастыру үшін оқу орындар желісін және ұйымдарын күшейтіп, кеңейту үшін барлық қолда бар интеллектуалдық, материалдық, қаржылық, ұйымдастыру ресурстарының барлығын өзара әрекеттестіру.

ҚОЛДАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР

1 Абжанова Д. Ш. Қазақстандағы шағын бизнестің қазіргі жағдайы / Вестник Казахского аграрного университета им. С. Сейфуллин, 2005, 215 б

2 Алипов А. Шағын бизнеске салық салу жетілдіруге мұқтаж// Финансы Казахстана, №11, 2003

3 Имашев Б. Шағын бизнестің қалыптасуы// Транзиттік экономика, №4, 2005

4 P. Orynbasarova E. Small business of the Republic of Kazakhstan: autoref. dis. kand. Econ. science. In the dictionary implemented two-way transfer. - Moscow: Higher school, 2007. - 26 hours.

5 Шумпетер И. Экономикалық даму теориясы. М.: Прогресс, 2006

ӨНДІРІСТІК ШЫҒЫНДАРДЫ ӨНЕРКӘПТІК САЛАДА ТӨМЕНДЕТУ ЖОЛДАРЫ

Шығындарды зерттеумен саяси экономика классиктері де айналысқан. А.Смит абсолюттік шығындар деген түсінік енгізген, ал Д.Рикардо салыстырмалы шығындар теориясының авторы. «Шығындар» деген терминді олар бірлікке жұмсалған орташа қоғамдық шығындар деп түсінген немесе өнімнің жеке бірлігі орташа кәсіпорын үшін не тұрады, немесе саладағы кәсіпорындардың бірдей орташа шығындар көлемі қандай шамада болады. Классиктер шығындарды ренталық төлемдермен есептескендегі өндіріс бағасы деп те дәлелдеді.

Өнімінің өзіндік құны - өнімді өндіруге және өткізуге кеткен өндіріс шығындар жиыны. Өзіндік құнды төмендету резервтерін анықтау кәсіпорын жұмысының кешенді техникалық-экономикалық сараптамасына негізделу керек. Өндірістің техникалық және ұйымдастырушылық деңгейін зерттеу, өндірістік қуатын және негізгі қорларды ішкі затпен материалдарды, жұмыс күштерін, шаруашылық байланыстарын қолдану.

Шығындар нарықта құн формасын қалаған ресурстар шығындары аталады. Яғни өнім өндіріп өткізілетін өндірістік ресурстарды пайдаланудың ақшалай көрнісі.

Кәсіпорынның шығындары өндірістік белгісіне байланысты 3 түрлі болады:

1.Өнімнің өзіндік құнын құрайтын, оны өндіру мен сатуға кеткен шығындар. Бұл өнімді сатудан түскен түсім арқылы жабылатын ағымдағы шығындар.

2.Өндірісті кеңейту мен жаңғыртуға кететін шығындар. Бұлар жаңа өнімге жұмсалатын бір жолғы ірі салымдар. Бұл шығындарды қаржыландыру көздері: амортизация қоры, пайда, бағалы қағаздардың эмиссиясы, несие және тағы басқалары.

3.Кәсіпорынның әлеуметтік-мәдени тұрмыстық өндірістік емес қажеттіліктерге кететін шығындары. Олар өндіріспен тікелей қатынаста болмаса да өнімнің өзіндік құнына кіреді.

Өндірістік шығындар ұдайы өндіріс нәтижесі болып табылады. Бұл кәсіпорынның өндірісте тұтынатын құрал-жабдықтары мен жалақы төлемдерінің шығындарын көрсетеді.

Шығындарды есепке алу тәсілдері бойынша:

Бухгалтерлік шығындар-өнімнің белгілі бір мөлшерін өндіруге нақты жұмсалғын өндіріс факторларының шығындары жатады.

Экономикалық шығындар-ресурстардың сиректігіне және оларды балама пайдалану мүмкіндіктеріне негізделеді.

Айқын шығындар-өндіріс факторлармен жабдықтаушыларға айқын ақша формасындағы төлем түрінде жұмсалатын шығындар.

Айқын емес шығындар-өндірісте пайдаланылған фирманың өз иелігіндегі

ресурсатардың құнын айтады.

Шығындарды жүйелі түрде төмендету – кәсіпорындардың жұмыс істеу тиімділігін арттырудың негізгі құралы болып табылады. Нарықтық экономика жағдайында залалды кәсіпорындарды қаржылай қолдау қағидаға жатпайды.

Ұлттық экономиканың барлық салаларында өндіріс шығындарын төмендетудің мына төмендегі негізгі бағыттарын айтуға болады:

- ғылыми-техникалық прогрестің жетістіктерін пайдалану;
- өндіріс және еңбекті ұйымдастыруды жетілдіру;
- экономикалық процестерді мемлекет тарапынан реттеу.

Ғылыми-техникалық прогрестің жетістіктерін іске асыру – бұл бір жағынан өндіріс қуатын, шикізат және материалдар, оның ішінде отын-энергия ресурстарын көптен-көп пайдалану, ал екінші жағынан тиімді жаңа машиналарды, жаңа технологиялық процесстерді іске асыру.

Шығынның белгілі бір мөлшерін мейлінше тиімді ету – шаруашылықты жүргізудің әртүрлі мәселелерін шешуге келгенде басты талап осы болып отыр. Тек қанша өнім өндіргенін ғана емес, оны өндіруге қанша еңбек жұмсалғандығының да маңызы зор. Мәселенің былайша қойылуы мынаны аңғартады: шикізат пен материалдарды жұмсай отырып, шикізаттың әрбір бөлігін неғұрлым көп өнім алуға, әрбір станок пен технологиялық процестердің түсімін өсіруге, шығындарын бұйымдардың өзіндік құнын төмендетіп, кәсіпорындардың пайдасын көбейтуге, өндірістің тиімділігін арттыруға жету керек.

Егер кәсіпорын ұжымдарының ішкі шаруашылық резервтерін тауып пайдаланудың негізгі бағыттарын қорытындылауға талпыныс жасалса, онда оларды үш топқа бөлуге болады. Өндіріс тиімділігі, біріншіден, негізгі өндіріс қорлардың пайдалануын жақсартуды; екіншіден, айнымалы өндіріс қорларды неғұрлым тиімді пайдалануын; үшіншіден, қазіргі еңбек шығындарының нәтижелілігін жақсартудың есебін арттыру.

Өндірісті және еңбекті ұйымдастыруды жетілдіруге келсек, онда бұл процесті ысырапты қысқарту есебімен шығындарды үнемдеумен қатар барлығы да тәжірбие жүзіндегідей болады, яғни нақты еңбектің шығынын үнемдеу. Қазіргі кезеңде нақты еңбекті үнемдеудің экономикалық дамуы қоғамдық еңбекті үнемдеумен салыстырғанда едәуір салмақты нәтиже береді. Қазіргі таңда өндірісті ұйымдастыруды жетілдірудің екі негізгі мектебі бар: америкалық және жапондық. Бұл өндірісті материалдық-техникалық жабдықтармен қамтамасыз ету, оларды экономикалық жағынан ынталандыру және тағы басқа көптеген жүйелер. Өндіріс шығындарын төмендетуде мемлекеттік стандарттар елеулі орын алады.

Өнімнің өзіндік құнын арзандату – еңбек өнімділігін арттырудың шартқа айналған объективті бейнесі, экономикалық заң әрекетінің нақты нысаны, осыған сәйкес өндіріс шығынын үнемі кеміп, жанды еңбек үнемі өнімдірек болып отырады. Өзіндік құнның арзандау көрсеткіштері өндіргіш күштердің дамуына сәйкес өткен және қазіргі еңбектің үнемделу дәрежесін бейнелейді.

Өзіндік құнды кемітудің басты факторлары:

- өндірістің техникалық деңгейін көтеру;
- өндірістің материал, отын, энергия және еңбек сыйымдылықтарын

төмендету;

- басқару және еңбекті ұйымдастыруды жетілдіру;
- технологиялық процестерді қуаттылықпен негізгі қорларды пайдалануды жақсарту, т.б.

Кәсіпорынның басқарушы есебі, есептің бір бөлігі ретінде, жіктеумен, жазумен, таратумен, талдап қорытумен, ағымдағы және жорамалданған шығындар бойынша есеп берумен байланыс жүреді. Басқарушы есебі салаға, сала ішіндегі салаға, қызмет түрлетіне, кәсіпорынға лайықтап шығындарды есепке алудың және өнімнің, жұмыстар мен көрсетілетін қызметтердің өзіндік құнын есептеп шығарудың жүйелі әдістерін талдап енгізуді көздейді. Мұнда цехтар, функционалдық бөлімшелер, жауапты адамдар, қызмет түрлері, бұйымдар, кезеңдер және басқа да көрсеткіштер бойынша шығындарды есепке алу және өнімінің өзіндік құнын алдын ала есептеп шығару жүзеге асырылады. Басқарушы есеп келесі кезеңдерге өнімнің өзіндік құнын, стандарттық немесе өзі қалайтын өзіндік құнды болжайды, түрлі кезеңдер ішіндегі элементтер мен баптар бойынша зіндік құнды салыстыруды жүзеге асырады және түрлі жағдайлардағы өнімнің өзіндік құн бойынша бар нұсқауларға талдау жасап, кәсіпринды басқару органдарына өзіндік құн туралы деректер береді. Бұл деректер осы органдар үшін ағымдық және болашақ операцияларды бақылауды жүзеге асыру құралы болып табылады. Кәсіпорында басқарудың екі нұсқасын кездестіруге болады:

Бірінші нұсқада тек есептік қызметі орындалады: жауапкершілік орталығы бойынша өндіріске кеткен шығындарының есебін жүзеге асырады және өнімнің, жұмыстың және қызметтің өзіндік құнын калькуляциялайды.

Ал екінші нұсқада таза есептік функциямен қатар өндіріске кеткен шығындардың сметасын жасауды, сондай ақ норматив пен норманы әзірлеуді жүзеге асырад, яғни кәсіпорынның барлық нормативтік шаруашылығын жүргізіп, жасалған шығындарды талдап, оларды стандартпен смалыстырып, өнімнің өзіндік құнын болжайды. Бухгалтерия жұмысын осылайша ұйымдастыру кәсіпорынды басқару жүйесінің бір бөлігі болып саналады.

Өзіндік құнды азайтуда еңбек өнімділігін арттыру қажет. Еңбек өнімділігі- еңбек шығынының тиімділігін арттыру. Бұл өндіріс процесінде жұмсалған қоғамдық еңбектің тиімділігі, нәтижелілігі, жемістілігі. Қызметкерлердің еңбек өнімділігі бір уақыт өлшемі ішінде өндірген өнімнің немесе орындалған жұмысының көлемі (мысалы, 1 сағатта 10т өнім шығарады), немесе бір өнімге кеткен уақыт (10т өнім алуға 1 сағат уақыт жұмсады) немесе ұлттық табыс мөлшерімен есептелінеді.

Жұмыс уақытын ұтымды, үнемді пайдалануға техника мен технологияларды жетілдіріп, өндірісті, еңбекті ұйымдастыруды жақсарту, ал екінші әдіске - өндірістің жоспардан тыс тоқтап қалуынқысқарту, сөйтіп үзілістерді азайту жолдарымен қол жеткізеді.

Еңбек өнімділігінің көрсеткіші қызметкерлердің материалдық жағдайын жақсартумен тікелей байланысты. Еңбек өнімділігі артқан сайын еңбекақы – оған төленетін ақы да өсіп отыруы тиіс. Жалақының еңбек өнімділігінің өсу қарқынынан кейін қалуы немесе артып кетуі дұрыс емес. Бұл қатынас бұзылса, ол еңбек өнімділігін арттыруға деген материалдық мүдделілікке кері әсеретеді.

Осылайша, өндірістің шығындар құрылымындағы көп бөлігін еңбекақыға шығындар алады (Қазақстан өнеркәсібінде 13 -14 % , дамыған елдерде – 20 -25 %). Сондықтанда шығарылатын өнімге еңбек сыйымдылығын азайту, еңбек өнімділігін өсіру мәселелерінде өндірістің әкімшілдік қызметтегі мамандардың санын азайту орынды болады.

Еңбек өнімділігін арттыру мақсатында кәсіпорындарда жұмыс күшінің бәсеке қабілеттілігін, сапасын жоғарылату қажеттілігі мына факторлармен анықталады:

- өндірістік ресурс ретінде персонал құнының өсуі;
- еңбекті тиімді қолдануды және ұйымдастыруды жаңа әдістерді талап ететін бәсекелестер тарапынын қысым;
- өндірісті басқаруда және ұйымдастыруда жаңа әдістерді талап ететін технологиялық өзгерістер;
- өз жұмысшыларының потенциалының өсіміне кәсіпорын басшыларының әлеуметтік жауапкершілігі;
- автоматтандырылған жүйелердің енгізілуі және оларды басқаратын жұмысшылардың квалификациялық деңгейінің сәйкестілікті талап ету;
- жұмысшылардың зияткерлік дайындығын арттырудың қажеттілігі.

Қорытындылай келе, еңбек өнімділігін арттыру- жоғарыда аталғандай еркін бәсекелестік жағдайында кәсіпорын (фирма) өндірген өнімге баға автоматты түрде орнатылады. Оған нарықтық баға қалыптастыру заңдары әсер етеді.

Сонымен қатар әрбір кәсіпкер ең жоғарғы мүмкін болатын пайданы алуға тырысады. Осы жерде, өнім өндірісі көлемін өсіретін, оның толықтырылмаған нарықтағы қозғалысына әсер ететін факторлардан басқа, осы өнімді өткізу және оның өндірісіне шығындарды төмендету, өндіріс шығындарын төмендету мәселесі туындайды. Дәстүр бойынша шығындарды азайтудың маңызды жолдарының бірі болып өндіріс процесінде тұтынылатын ресурстардың барлық түрлерін тиімді пайдалану болып табылады.

ҚОЛДАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР

1. Шокобаев Т.Д. Өндіріс кәсіпорынның ұйымдастыруы және жоспарлауы / Алматы: ҚазҰТУ, 2015ж.
2. Ниязбекова Р.Қ., Рахметова Б.А., Байнеева П.Т. Кәсіпорын экономикасы / Оқу құралы – Алматы: Экономика, 2012 ж.
3. stat.gov.kz сайты

«ЗЕЛЕНАЯ ЭКОНОМИКА» КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА СТРАНЫ

«Зеленая» экономика — это экономика, направленная на сохранение благополучия общества, за счет эффективного использования природных ресурсов, а также обеспечивающая возвращение продуктов конечного пользования в производственный цикл.

В первую очередь, «зеленая» экономика направлена на экономное потребление тех ресурсов, которые в настоящее время подвержены истощению и рациональное использование неисчерпаемых ресурсов.

Основными приоритетными задачами по переходу к «зеленой экономике», стоящими перед нашей страной, являются:

- повышение эффективности использования ресурсов (водных, земельных, биологических и др.) и управления ими;
- модернизация существующей и строительство новой инфраструктуры;
- повышение благополучия населения и качества окружающей среды через рентабельные пути смягчения давления на окружающую среду;
- повышение национальной безопасности, в том числе водной безопасности [1].

Реализация Концепции планируется в три этапа:

- первый этап — 2013–2020 гг. — оптимизация использования ресурсов и повышение эффективности природоохранной деятельности, а также создание «зеленой» инфраструктуры;
- второй этап — 2020–2030 гг. — рациональное использование природных ресурсов, внедрение возобновляемой энергетики на базе высоких технологий;
- третий этап — 2030–2050 гг. — переход национальной экономики на принципы «третьей промышленной революции», в основу которой положено использование природных ресурсов в случае их возобновляемости.

Таблица 1

Семь ключевых направлений развития «зеленой» экономики

Концепция	Содержание
1 Устойчивое использование водных ресурсов	В Послании Президента Республики Казахстан Стратегия — 2050 дефицит водных ресурсов рассматривается как глобальная угроза. Необходимо обеспечить стабильным водоснабжением населения (к 2020 году) и сельского хозяйства (к 2040 году), к 2050 году решить все проблемы с водными ресурсами. При этом экологическая составляющая водных ресурсов — стабильность экосистем, развитие рыбоводства, эко-туризма и сохранение уникальных природных богатств — не должна быть ущемлена в пользу индустриального развития.

Продолжение таблицы 1

2Развитие устойчивого и высокопроизводительного сельского хозяйства	Сельское хозяйство Казахстана обладает потенциалом значительного роста благодаря обширным земельным ресурсам и признанному качеству сельскохозяйственных продуктов. Необходимо осуществить переход к устойчивому сельскому хозяйству, которое сможет вернуть земле плодородие, создать новые возможности для трудоустройства и обеспечить более выраженную независимость от импорта продуктов питания.
3Энергосбережение и повышение энергоэффективности	Энергоемкость ВВП зависит от тенденций изменения ВВП и моделей потребления энергии. Промышленность, ЖКХ, энергоснабжение и транспорт останутся ведущими секторами с точки зрения объемов энергопотребления. При этом произойдет снижение энергоемкости ВВП на 25% к 2030 году и на 40% к 2050 году относительно текущего уровня.
4Развитие электроэнергетики	Существующее состояние отрасли характеризуется значительным износом генерирующего и сетевого оборудования, доминирующим положением угольной генерации и отсутствием необходимого резерва для покрытия пиковой нагрузки. Развитие экономики и реализация мер по энергоэффективности приведет к росту энергопотребления на 2,3% в год к 2030 году до 136 млрд. кВтч. и на 1,2% в год к 2050 году до 172 млрд. кВтч.
5Система управления отходами	Текущая ситуация в области управления отходами в Казахстане характеризуется следующими проблемами: Наследие исторических промышленных отходов. За предыдущие десятилетия были накоплены значительные исторические объемы отходов тяжелой промышленности, агропромышленного комплекса и разработки полезных ископаемых. При этом значительная часть таких отходов токсична, а часть из них – радиоактивна.
6Снижение загрязнения воздуха	Основные виды веществ, загрязняющих воздух, – это твердые частицы, двуокись серы и оксиды азота. Также в воздух выбрасываются соединения ртути, озона, свинца, угарного газа и диоксины. Основной объем выбросов пыли, двуокиси серы и оксида азота приходится на три основных сектора Казахстана: электроэнергетика с использованием ископаемого топлива, обрабатывающая и горнодобывающая отрасли, транспорт. Существенная часть выбросов обусловлена использованием угля низкого качества и отсутствием эффективного оборудования для контроля загрязнения на электростанциях и в районных теплоцентралях.
7Сохранение и эффективное управление экосистемами	Комплексное управление природными экосистемами должно осуществляться в соответствии с принципами устойчивого развития в целях повышения их значимости и экономического потенциала.

Переход к «зеленой» экономике приобретает все большую популярность и вызывает масштабный интерес.

«Зеленая» экономика в первую очередь способствует экономическому прогрессу и обеспечит:

- рост ВВП;
- увеличение доходов страны;
- создание рабочих мест для населения,
- уменьшая при этом показатель безработицы в стране.

При этом переход на «зеленую» экономику снижает риски от глобальных угроз, таких как изменение климата, истощение полезных ископаемых и дефицит водных ресурсов.

Текущая ситуация в области управления отходами в Казахстане характеризуется следующими проблемами:

-наличие исторических промышленных отходов. За предыдущие десятилетия были накоплены значительные исторические объемы отходов тяжелой промышленности, агропромышленного комплекса и разработки полезных ископаемых. При этом значительная часть таких отходов токсична, а часть из них – радиоактивна. [2]

-организация обслуживания населения не соответствует стандартам. Вне крупных городов в среднем только четверть населения имеет доступ к услугам по вывозу ТБО. Существуют также значительные региональные различия в покрытии обслуживанием.

Методы транспортировки и утилизации ТБО не соответствуют стандартам, 97% ТБО без переработки и извлечения ценных вторичных ресурсов вывозится на неконтролируемые свалки и полигоны, не отвечающие санитарным требованиям.

Более 60% ТБО может подлежать либо компостированию, либо переработке, что может значительно снизить экологические проблемы, связанные со свалками. В течение следующих 15 лет ожидается рост объемов ТБО на 60%, что, в случае продолжения вывоза ТБО на неконтролируемые свалки и полигоны, приведет к дополнительным 14 млн. тонн ТБО. Всего ТБО в Казахстане 5,6млн. тонн в год.

-неразвитая инфраструктура для сбора, переработки и утилизации отходов, не отвечающая современным требованиям по причине отсутствия экономических стимулов, а также других мотивирующих аспектов – например, некоторые нормы и требования существуют, но уровень их исполнения низкий из-за недостаточного контроля со стороны государства.

Кроме того, применяется недостаточно мер стимулирования для местных органов и бизнеса в секторе утилизации отходов с целью повышения уровня извлечения добавленной стоимости путем переработки и компостирования или получения энергии из городских отходов. Так, объемы переработки составляют менее 5% от общего объема ТБО.[3].

В таблице 2 показана динамика темпов роста отходов по отраслям (методом цепной подстановки).

Таблица 2

Динамика темпов роста отходов по отраслям

Наименование показателей	2013	2014		2015		2016		2017	
		1000 т/год	%	1000 т/год	%	1000 т/год	%	1000 т/год	%
Сельское хозяйство	1146,8	1 049,5	92	1410,8	134	1804,3	128	2025,0	112
Горнодобывающая промышленность	298918,8	268 367,1	91	185300,0	69	88486,7	48	88271,0	99
Обрабатывающая промышленность	49402,5	44 918,2	91	42929,5	96	39160,9	91	13302,3	34
Снабжение электричеством, газом, паром	28832,8	18 844,3	65	17942,8	95	17920,0	99	19211,0	107
Строительство	267,6	247,4	92	225,6	91	285,6	127	108,0	38
Другие виды экономической деятельности	3 645,8	3 988,3	109	3756,9	94	3733,6	99	3957,0	106
Общий объём муниципальных отходов	3547,7	3446,3	97	3235,5	94	2813,6	87	2983,9	106
Из них отходы домохозяйств	2495,5	2421,0	97	2318,0	96	1988,5	86	2073,4	104
Всего отходов	385 762,0	340 861,1	88	254 801,1	75	154 204,7	61	129 858,2	84
Из них опасные отходы	382 214,3	337 414,8	88	251 565,6	75	151 391,1	60	126 874,3	84
Население страны	17035550	17288285	101	17542806	101	17794055	101	18037776	101
Муниципальные отходы на душу населения	208,3	199,3	96	184,4	93	158,1	86	165,4	105
ВВП в сопоставимых ценах (ППС)	391348,0	407784,6	104	412678,0	101	417217,5	101	433906,2	104
Промышленные отходы на единицу ВВП	126,2	110,2	87	104,0	94	93,9	90	30,7	33
Общее количество образовавшихся отходов на единицу ВВП	985,7	835,9	85	617,4	74	369,6	60	299,3	81
Опасные отходы на единицу ВВП	976,7	827,4	85	609,6	74	362,9	60	292,4	81

По данным этой таблицы можно сделать вывод, что отходы с каждым годом увеличиваются и их нужно перерабатывать. В таблице 3 представлено количество отходов и доля их переработки в стране за период с 2013 по 2017 годы. Следует отметить, что в стране очень низкий уровень переработки муниципальных отходов, так, в 2017 году доля переработанных отходов составила 14, 8%. Вместе с тем, позитивным является тот факт, что началась интенсивная переработка опасных отходов.

Таблица 3

Переработка и вторичное использование отходов

Наименование	2013	2014	2015	2016	2017
Муниципальных отходов					
Муниципальных отходов, 1000 т / год	3547,7	3446,3	3235,5	2813,6	2983,9
Из них переработка и вторичное использование, 1000 т /г	16,0	383,0	372,5	346,1	442,7
Из них переработка и вторичное использование, %	0,5	11,1	11,5	12,3	14,8
Опасных отходов					
Опасных отходов, 1000 т / год	382214,3	337414,8	251565,6	151391,1	126874,3
Из них переработка, 1000 т / год	81826,3	110138,4	74131,6	33279,7	190401,2
Из них переработка и вторичное использование, %	21,4	32,6	29,5	22,0	150,1
Общее кол-во отходов					
Общее кол-во отходов, 1000 т / год	385762,0	340861,1	254801,1	154204,7	129858,2
Из них переработка, 1000 т / год	81842,3	110521,4	74504,1	33625,8	190843,9
Из них переработка и вторичное использование, %	21,2	32,4	29,2	21,8	147,0

Таким образом, очевидно, что в Казахстане имеются тенденции по реализации концептуальной программы по переходу к «Зеленой экономике». Этому свидетельствует, вступивший с января 2019 года запрет на захоронение пластмассы, макулатуры, картона и отходов бумаги, стекла. А с января 2021 года вступает в силу запрет на захоронение строительных и пищевых отходов. Также в крупных городах внедряется раздельный сбор мусора.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 www.strategy.kz
- 2 Охрана окружающей среды и устойчивое развитие Казахстана 2007-2011гг (Агентство Республики Казахстан по статистике, Астана, 2012).
- 3 Worldbank, Eurostat, ADB, EBRD/Fichtner.
- 4 <http://stat.gov.kz>

SELECTION OF INNOVATION DEVELOPMENT STRATEGIES JSC «KAZAKHTELECOM»

The right choice of the company's development strategy is the key to its future success in the market. In decision theory, there are methods that allow you to make a decision to make the choice of the optimal strategy from n strategies.

Based on the work done for JSC «Kazakhtelecom», as an innovation development strategy, it is proposed to open access to corporate clients using Wi-Bas technology [1].

It should be noted that the projected communication network based on Wi-Bas technology will be used to provide corporate customers with high-speed data transmission services. Other objectives for the implementation of this project are: obtaining the maximum possible profit from the provision of services, as well as the development of a communications network infrastructure.

It is necessary to use a methodology for choosing a strategy that would take into account the calculation of criteria that may be of a qualitative nature. The proposed method consists in choosing a priority strategy for the development of a company through the steam compensation method from two strategies selected separately by conditionally objective and conditionally subjective approaches.

A conditionally objective approach to the selection of evaluation criteria and the evaluation of innovative strategies is based on the formation of an integral indicator for evaluating strategies, which includes criteria determined through technical data processing using the method of Pearson's main components:

$$y_j = a_1 \times \frac{x^j_1}{\rightarrow} + a_2 \times \frac{x^j_2}{\rightarrow} + \dots a_i \times \frac{x^j_i}{\rightarrow} + m \times \frac{x^j_m}{\rightarrow}$$

where y_j is the integral indicator for evaluating j strategy; a_i – loads by i criterion; x^j_i is the value of i criterion for j strategy; x_i is the average value of i criterion for n periods; m is the number of selected criteria from the k criteria [2].

The conditionally subjective approach to the selection of criteria and the assessment of innovative strategies is to select an innovative strategy using the method of analyzing hierarchies based on the criteria selected by experts. The choice of k from n criteria for evaluating a strategy is made by conducting an expert assessment of the priority of criteria for which it is better to use the method of arithmetic means of ranks to avoid problems associated with the determination of the ordinal scale.

The method of pair compensation includes the following sub-steps:

1. The ranking of the shortcomings of each strategy according to the degree of importance in the summary table of the shortcomings presented in Table. Rank 1 is assigned to the characteristic that reflects the greatest drawback in the opinion of the decision maker, then - in ascending order of ranks. The description of characteristics in this case is the same.

2. Building a baseline alternative with higher ranks, that is, fewer flaws. The

basic weaknesses of the real alternatives are added to the base alternative to show that the shortcomings of one strategy are more significant than the other. A less preferred alternative with a large number of drawbacks is excluded, and a more preferred one is recognized as a priority [3].

As can be seen, the choice of strategy is a complex process, since not only quantitative but also qualitative criteria are used, it is necessary to take into account not only the subjective component of the selection process, but also the conditions in which the choice takes place. The proposed method allows you to take into account these factors and reduce the percentage of errors in the wrong choice of strategy, since not only subjective, but also objective analyzes are used, which helps to make the final choice of the company's development strategy for winning in the competitive struggle [4].

Determination of the priority directions of development of the company JSC «Kazakhtelecom»: logistics; ecology; finance; information activities; production; social activities; control; marketing. With a conditionally objective approach, the choice of criteria for evaluating strategies is carried out by the method of principal components. This is a large dimensionality matrix, which was calculated using Matlab software. The result revealed leading criteria, such as universality, stability.

When conditionally-subjective approach in the selection of criteria and evaluation of strategies is to select a strategy using the method of analyzing hierarchies based on the criteria selected by an expert. The ranking of alternatives based on the obtained vectors of significance of each alternative according to a set of criteria and the choice of the optimal alternative. The alternative that has the highest index of significance among all the considered alternatives according to all criteria is recognized as optimal in the framework of the conditionally subjective approach. These are the criteria of efficiency, logistics, integration.

The choice of a priority strategy in order to determine which of the two strategies selected by conditionally objective and conditionally subjective approaches is a priority for a company in certain conditions, it is necessary to carry out a pair of compensation, which allows you to describe the shortcomings of the strategies qualitatively, and not quantitatively, which is especially important for strategies [5].

Table

Summary table of the disadvantages of alternatives

Characteristics of strategy criteria 1	Ranking of deficiencies for strategy 1 (selected on a semi-objective approach)	Ranking of deficiencies for strategy 2 (selected by conditionally-subjective approach)
Easy to use	4,3	7,2
Latitude of application	2,8	8,8
Objectivity of the results	7,1	4,6
Versatility	4,8	5,6
Stability	6,3	5,7
Degree of risk	5,9	4,9

Table continuation

The degree of consideration of internal factors	5,3	7,8
Efficiency	6,1	5,2
Cost	3,2	3,2
Degree of integration	4,7	5,4
Logistics level	2,6	3,4
Average value	4,8	5,2
Total score in points	57,9	67

Using this method of choice for the activities of JSC «Kazakhtelecom», you can make a choice of a strategy towards innovative transformations and its further implementation.

The development of an innovation strategy is rarely purely formal; the strategy itself must be constantly adjusted to reflect the changing external environment and internal conditions in the organization. Therefore, the task of the company's management is not only to correctly formulate a strategy, but also to choose the right mechanism for its implementation, taking into account the peculiarities of the business and the external environment in the market.

Thus, we can conclude that it is innovative development that leads to the creation and sale of competitive products and services and the improvement of the economic condition of production. Based on the analysis performed for JSC «Kazakhtelecom», it is proposed to open access for corporate clients using Wi-Bas technology as an innovation development strategy.

It should be noted that the projected communication network based on Wi-Bas technology will be used to provide corporate customers with high-speed data transmission services. Other objectives for the implementation of this project are: obtaining the maximum possible profit from the provision of services, as well as the development of a communications network infrastructure.

LITERATURE

1. JSC «Kazakhtelecom» (KZTK) [Electronic resource]: <http://www.kase.kz/ru/emitters/show/KZTK#section-2>
2. Gavrilenko N.I. Formation of competitive market strategies of enterprises in a crisis // Economic Journal. 2009. V. 16. No. 2. P. 5-17.
3. Kaplan R.S., Norton D.P. Balanced scorecard. From strategy to action. M.: Olimp-Business, 2003.
4. Fomchenkova L.V. The tasks of strategic analysis in the context of the organizational and economic crisis // Eurasian Scientific Association. 2015. Vol. 1. No. 2 (2). Pp. 159-160.
5. Sheikin D. A., Kulbayeva A. Shinkeyeva G. "Review of the sector of high technologies and telecommunications in the Republic of Kazakhstan, Almaty, 2016 [Electronic resource]: www.rfcaratings.kz

ҚОРШАҒАН ОРТАНЫ ҚОРҒАУДЫ ЖӘНЕ ТАБИҒАТТЫ ҰТЫМДЫ ПАЙДАЛАНУДЫ ҢНТАЛАНДЫРУДЫҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ МЕХАНИЗМІ

Табиғатты пайдаланудың экономикалық тетігі жалпы экономиканы басқарудың жалпы жүйесінің бөлігі болып табылады. Басқарудың әртүрлі деңгейлерінде оның ерекшеліктері бар. Нақты табиғат пайдаланушы кәсіпорындар деңгейінде экономикалық тетік құралдары осы кәсіпорындардың ерекшеліктеріне бейімделген неғұрлым арнайы сипатқа ие.

Экологиялық теория негізінде ұйымдастырылған табиғат пайдалану деп аталады. Әлбетте, қандай да бір себептермен табиғат пайдалану экологиялық пайдалану болып табылмайды. Өндірістік күштерді дамытудың қазіргі кезеңінде экологиялық қауіпсіздікті сенімді қамтамасыз ету экологиялық теорияға тұрақты тіреусіз мүмкін емес.

Табиғатты пайдаланудың экономикалық механизмін кең және тар мағынада қарастыруға болады. Кең мағынада басқарудың экономикалық тетігі - бұл табиғатты пайдалану мен қоршаған ортаны қорғауға қатысты ұйымдастыру-экономикалық шаралар жүйесі, бұл өзара байланысты ұйымдастыру-әкімшілік және экономикалық шаралардың болуын білдіреді. Табиғат пайдаланудың мақсатты бағдарламаларын жоспарлау, әзірлеу, енгізу, орындау және бақылау табиғатты пайдалануды басқару тетігінің көмегімен жүзеге асырылады. Оларда экономикалық әсер ету элементтері бар.

Атап айтқанда, мемлекет белгілеген нормаларды бақылау әкімшілік әдістермен жүзеге асырылады, бірақ бұл ретте ол айыппұлдармен және субсидиялармен, яғни табиғат пайдаланушыларға экономикалық әсермен сүйемелденеді. Тар мағынада экономикалық механизм әкімшілік ықпалсыз экономикалық шараларды ғана қамтиды. Мысалы, тұтынушылар экологиялық таза өнімдер үшін көп төлеуге дайын, Бұл ауыл шаруашылығы өндірушілерін осындай өнімдерді дайындауға ынталандырады. Экономикалық механизм тұжырымдамасы, нақты шараларды таңдау халық шаруашылығының нақты секторының немесе өңірдің экономикасын дамыту мақсаттары туралы мәселені шешуге байланысты. Агроөнеркәсіптік кешендегі (АӨК) өндіріс соңғы жылдары оның көлемінің күрт төмендеуіне қарамастан, осы облыс үшін аса үлкен, ал азық-түлік тапшылығы өндірістің жеткіліксіз көлемімен емес, сақтау және қайта өңдеу өнеркәсібі саласындағы артта қалумен түсіндіріледі.

Сол кезде осы салада табиғат пайдалануды басқарудың мақсаты ауыл шаруашылығының табиғи базисін қысқарту, яғни ауыл шаруашылығында пайдаланылатын табиғи ресурстардың көлемін қысқарту болуы тиіс. Бұл ретте экономикалық ықпал ету шаралары, мысалы, шаруашылық айналымға жаңа жерлерді тартуды тежеу үшін ауыл шаруашылығы мақсатындағы жерлер үшін жоғары жалдау ақысын белгілеуді, жерді қосымша игеруге жоғары салық белгілеуді, жерді тиімсіз пайдаланғаны үшін айыппұлдарды ұлғайтуды, тозған учаскелерді консервациялаудың әртүрлі тәсілдерімен ынталандыруды және т. б.

қамтитын болады. Бұл шаралардың барлығы ауыл шаруашылығы өндірісін қысқартуға және қоршаған табиғи ортадан ауыл шаруашылығы жүктемесін алуға бағытталған. Сонымен қатар, өндірілген азық-түлікті сақтау саласында және қайта өңдеу өнеркәсібі саласында артта қалумен күресу керек.

Ауыл шаруашылығы өнімдерін сақтау және қайта өңдеу технологияларын жетілдіру, халық шаруашылығының тиісті саласын дамыту үшін қолайлы жағдайлар жасау қажет. Егер АӨК-ні белгілі бір кезеңге дамытудың мақсаты ауыл шаруашылығы өнімдері өндірісін жан-жақты арттыру деп санаса, экономикалық ықпал ету шаралары керісінше жаңа жер және су ресурстарын, өсімдіктерді қорғаудың химиялық құралдарын, минералдық тыңайтқыштарды тартуға кедергі келтірмеуге, ал оларды жан-жақты ынталандыруға тиіс. Экологиялық қауіпсіздікті арттыруды күтуге болмайды. Осы жылдар ішінде ауылдағы экологиялық қауіпсіздік ауыл шаруашылығы өнімдері өндірісінің қысқаруымен (орта есеппен 30-40% - ға) бірге құлдырады. Табиғат пайдалануды басқару тетігі, оның ішінде экономикалық тетік тігінен де, көлденеңінен де келісілуі тиіс. Басқарудың әртүрлі деңгейлерінде, технологиялық тізбектің әртүрлі сатыларында - табиғи ресурстарды алудан бастап дайын өнімді өндіруге және оны өткізуге дейін қолданылатын ықпал ету шаралары бір - біріне қайшы келмеуі тиіс. Табиғат пайдалануды басқару тетігі ҚР "қоршаған табиғи ортаны қорғау туралы" Негізгі Заңының нормаларында, көптеген заңға тәуелді актілерде бекітілген. "Қоршаған табиғи ортаны қорғау туралы" заңның ерекшелігі-онда табиғат пайдалану, яғни адамның табиғи ресурстарды пайдалануы туралы сөз болып отыр. Мұндай пайдалану пайдалану объектісін, яғни табиғи ортаны табиғи қорғауды көздейді.

Осылайша, заңда әңгіме тек қоршаған табиғи ортаны қорғау туралы ғана емес. Айта кетейік, экологиялық қауіпсіздікті басқарудың экономикалық тетігімен байланысты нормалардың мазмұны, Заңның тиісті бөлімі атауының кеңдігі. Онда тек экономикалық ғана емес, сонымен қатар ұйымдық-әкімшілік механизмнің элементтері келтіріледі. Соңғысына ресурстарды жоспарлау, есепке алу және әлеуметтік-экономикалық бағалау, реттелетін баға белгілеу, табиғатты кешенді пайдалануға арналған шарттар мен лицензиялар, табиғат пайдалану лимиттерін белгілеу жатады.

Экономиканы, оның материалдық құрамдас бөлігі-табиғи ресурстарды, сондай - ақ қоршаған ортаны қорғауды басқарудың ұйымдастырушылық - әкімшілік және экономикалық әдістері бір мезгілде пайдаланылады және оларды бөлу экономика мен менеджментті бөлу сияқты шартты сипатта болады. Ұйымдастыру-әкімшілік әдістер-бұл мемлекеттік құрылымдарда және жергілікті өзін-өзі басқару органдарында қызметте тұрған менеджерлердің (яғни басқарушылардың, басшылардың) жұмыс істеу әдістері. Табиғат пайдалануды және қоршаған ортаны қорғауды басқару тетігінің мақсаты кәсіпорындар арасындағы байланыс деңгейінде тік - аймақтық, өңірлік, жергілікті, сондай - ақ көлденең-аумақтық, ведомстволық қоғамдық өндірістің экономикалық және экологиялық мүдделерін келісу болып табылады. Осы уақытқа дейін қоршаған ортаны қорғау проблемалары негізінен әкімшілік-құқықтық әдістер негізінде, тыйым салу, шектеу, әкімшілік және қылмыстық жазалау шаралары арқылы шешілді. Әкімшілік және құқықтық шараларды

қолданудың көпжылдық практикасын талдау билік пен бағыну қатынастары негізінде табиғат пайдаланушыларға тікелей әсер ету әдістерін пайдалану әрқашан тиімді емес екенін көрсетті, себебі көбінесе табиғи ортаның жай-күйінің Елеулі жақсаруына әкеп соқпайды. Сондықтан да материалдық мүдделілікке, яғни экономиканы жанама мемлекеттік басқаруға негізделген экономикалық тетіктерді пайдалану қажеттілігі туралы қорытынды жасалды. Экономикалық механизм ұйымдық-құқықтық қатынастармен тығыз байланысты, оны толықтырады және құқықтық нормаларда бекітілген табиғат пайдаланудың экологиялық талаптарын орындауға ықпал етеді. Атап айтқанда, ҚР "қоршаған табиғи ортаны қорғау туралы" Заңының 3-бөлімінің құқықтық нормалары экономикалық тетіктің негіздерін бекітеді және бұл жағдайда экономикалық мазмұн үшін құқықтық нысан болып табылады.

Әрбір елде қоғамның шаруашылық және шаруашылық емес (әскери, діни, спорттық және т.б.) қызметі саналы түрде басқарылады. "Басқару"термині нені білдіреді? Басқару-субъектінің нысанға оны жаңа сапалы күйге ауыстыру немесе белгіленген режимде ұстау мақсатында әсер ету процесі. Табиғат пайдалану және табиғат қорғау қызметіне қатысты басқару субъектілері мен объектілері ұғымдарын талқылаймыз.

Табиғат пайдалануды, оның ішінде табиғат қорғау қызметін басқару субъектілері жалпы құзыретіндегі мемлекеттік органдар, бұдан басқа - қоршаған табиғи ортаны қорғау жөніндегі арнайы уәкілетті органдар, сондай-ақ жергілікті өзін-өзі басқару органдары болады. Кәсіпорындар деңгейінде басқару субъектілері бөлімшелер мен табиғат пайдалану қызметтері (цехтар, бөлімдер) немесе жеке қызметкерлер болып табылады. Бұл органдардың әр түрлі құзыреті мен қызмет ерекшеліктері бар, бірақ жоғарыда қарастырылған барлық басқару әдістерін белгілі бір дәрежеде, оның ішінде тұтастай алғанда экологиялық қауіпсіздікті басқару тетігін құрайтын экономикалық әдістерді пайдаланады. Арнайы құзыреттің мемлекеттік органдарына тиісті үкіметтік актілермен табиғат қорғау функцияларын орындауға уәкілетті адамдар жатады.

Арнайы құзырет органдары үш түрге бөлінеді: кешенді, салалық және функционалдық. Кешенді табиғат қорғау органдары барлық экологиялық міндеттерді немесе міндеттердің жекелеген блоктарын орындайды, салалық өз саласымен (мысалы, орман шаруашылығымен) айналысады, функционалдық жекелеген функцияларға (мысалы, қоршаған табиғи орта жай-күйінің мониторингі) жауап береді. Табиғи ортаны қорғауға көптеген министрліктер мен ведомстволар қатысты. Әлеуметтік-экономикалық даму стратегиясын қалыптастыра отырып, қоғамдық дамудың экологиялық мүдделерін де ескеруге міндетті. Стандарттау және метрология жөніндегі мемлекеттік комитет (Мемстандарт) Мемлекеттік стандарттардың сақталуын және оның ішінде оларда белгіленген экологиялық талаптардың орындалуын қадағалауды жүзеге асырады. ҚР құрылыс, сәулет және тұрғын үй саясаты жөніндегі мемлекеттік комитеті күрделі құрылыс кезінде экологиялық талаптарды және т. б. әзірлейді.

Жергілікті өзін-өзі басқару органдарының қоршаған ортаны қорғау жөніндегі құзыреті олардың жарғыларында көрсетілген. Олардың рөлі тиісті жергілікті өзін-өзі басқару органының қарауына жататын неғұрлым тар кеңістікте ғана жалпы құзыретіндегі мемлекеттік органдардың рөлін еске

салады. Барлық табиғат пайдаланушылар, олардың қызметінің сипаты мен бағыттарына қарамастан, заңды және жеке тұлғалар басқару объектілері болып табылады.

Сонымен, экологиялық мәселелерге экономикалық көзқарас өндірістік процестің ұтымдылығын бағалау кезінде табиғатқа келтірілетін зиянды да, қоғамның оны жоюға жұмсалатын шығындарын да назарға алу қажет екенін білдіреді. Бұл бірлікке қол жеткізу табиғи ресурстарды тиімді пайдалану үшін де, қоршаған ортаның сапасын жақсарту үшін де технологиялық, басқарушылық шешімдерді жүйелі әзірлеумен сипатталатын өндірісті экологияландыру жағдайында ғана; есептеулерде өндірістің дамуына әсер ететін экологиялық факторларды және қоршаған ортаға келтірілетін зиянды ескерумен мүмкін болады.

Белгілі бір аумақтың экологиялық ерекшеліктеріне жауап беретін табиғи ресурстарды ақылға қонымды (кешенді, үнемді) пайдалануды қамтамасыз ету; шаруашылық қызметтің экологиялық бағдарын жүргізу, табиғат пен қоғамның өзара іс-қимылының прогрессивті бағыттарында көрінетін басқарушылық шешімдерді жоспарлау және негіздеу, жұмыс орындарын экологиялық сараптау, шығарылатын өнім технологиясын жетілдіру қажет.

Осылайша, табиғатты ұтымды пайдалану саласындағы экологиялық жобалар мен жобалар экономикалық тиімді болуы тиіс. Тек осы жағдайда ғана кәсіпорын экологиялық бағыттағы жобаларды енгізуге және іске асыруға мүдделі болады. Экологиялық жобалардың көпшілігі неғұрлым жоғары ақша ағынымен (күрделі салымдармен және ағымдағы шығындармен) және ақша қаражатының төмен ағынымен сипатталады.

Осыған байланысты, мемлекет-ортақ мәселелерді шешу үшін құрылған институт ретінде экологиялық жобалардың экономикалық тиімділігін арттыруға ықпал ететін тетіктер жасауы тиіс, атап айтқанда табиғатты ұтымды пайдаланудың экономикалық тетігі: салықтық және пайыздық жеңілдіктер, қоршаған ортаны ластағаны үшін төлемдер жүйесі арқылы, табиғи ресурстарды пайдаланғаны үшін төлемдер жүйесі арқылы реттеу қажет.

ҚОЛДАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР

4. Мұқаұлы С.М. Қайтарымды ресурстарды пайдалану құралы. Алматы. Экономика 2015ж. -115б.
5. Упушев Е.М. Ресурсосбережение и экология: Учебное пособие. Алматы, Экономика .2014 – 320б.

КӘСІПОРЫННЫҢ БИЗНЕС ЖОСПАРЫН ҚҰРУДА ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ФАКТОРДЫ ЕСЕПКЕ АЛУ

Бизнес-жоспар болашақ кәсіпорынның барлық негізгі аспектілерін сипаттайтын, кездесетін барлық мәселелерді талдайды және осы мәселелерді қалай шешетінін анықтайтын құжат болып табылады. Сондықтан дұрыс құрылған бизнес-жоспарды ақыр соңында мына сұраққа жауап береді: бизнеске ақшаны инвестициялау керек пе және ол жұмыс күші мен ақшаның барлық шығындарын өтейтін кіріс әкеледі ме?

Соңғы онжылдықтарда қоғам мен табиғаттың өзара әрекеттестігі қоршаған ортаны экологиялық жағдайдың нашарлауына алып келді. Бұл, әдетте, пайда табуды арттыруға бағытталған бизнес өкілдері, олардың өндірісі орналасқан аймақтағы экологиялық жағдайды елемейді. Үлкен нарық үлесін игеру үшін кәсіпкерлердің бәсекелестігі экологиялық нормалар мен стандарттарға назар аудармай, әдетте, қол жеткізілетін өнімнің кірістілігінің жоғары деңгейін ұстап тұру қажеттілігін анықтайды.

Тұрақты экономикалық даму тұрақты инновациялық үдеріспен мүмкін. Инновациялық жоспарлау - бұл ұйымның инновациялық даму мақсаттарын таңдауға және негіздеуге және оларды сөзсіз қол жеткізуге қажетті шешімдерді дайындауға арналған есеп айырысу жүйесі.

Әлемдік тәжірибені талдау идеялар - ұзақ мерзімді перспективада, өндіріс жоспарлары мен бағдарламалары - өндірістің барлық түрлеріне және өнім нарықтарына енген кезде инновацияларды дамыту және енгізу үздіксіз, басқарылатын үдеріс болып табылатынын көрсетеді.

Осыған байланысты, қазіргі заманғы нарықтық жағдайда негізгі міндеттердің бірі экономикалық құралдарды кеңінен қолдануға негізделген тиімді экономикалық тетікті құру, атап айтқанда, жоспарлау үдерісіндегі іргелі факторлардың бірі ретінде экологиялық факторды ескере отырып, инновациялық бизнес-жоспарлаудың мазмұны мен әдістерін өзгерту болып табылады.

Кәсіпорын үшін бизнес-жоспар жасаған кезде, ол инновацияларды таңдаудан және инновациялық өнімдерге арналған сату нарығын маркетингтік талдаудан басталады. Бұдан кейін іске асырылатын жабдықтың есептік қуаты нарықтың қажеттіліктері мен бәсекелестігін есепке ала отырып, оның көрсеткіштерінің негізінде есептеледі. Содан кейін болжанған өндіру көлемі жоспарланған жабдық жүктемесін есептеу негізінде есептеледі. Содан кейін өндірістің экономикалық көрсеткіштері есептеледі.

Бұл тәсіл бизнесті жоспарлаудың барлық әдістері үшін бірдей. Әдетте дамыған жобаларды іске асыру және кәсіпорынның жұмысы барысында ластанудың сандық сипаттамаларын, табиғат қорғаудың сапалы күйін және табиғи ресурстарды ұтымды пайдалануды, сондай-ақ қоршаған ортаны қорғау іс-шараларын әзірлеуді, оларды қаржыландыруды және бөлінген қаражатты

игеруді талдау жүргізіледі. Кез-келген экологиялық қағидалар бұзылған жағдайда оларды жою жөніндегі жоспарлар жалпы стратегиялық жоспарлау процесінде жасалады.

Жаңа кәсіпорынның, жаңа зауыттың немесе өндірістік желінің ашылуын жоспарлау кезінде экологиялық стандарттар негізгі емес.

Егер бизнестің бизнес-жоспарын есептеу басында экологиялық көрсеткіштерді ескеретін болсақ, онда біз өңірдегі экологиялық жағдайды есепке ала отырып, компания шығара алатын өндіріс көлемін аламыз. Бұл өндірістің көлемін есептеу экологиялық заңнамамен белгіленген көрсеткіштер негізінде анықталады. Бұл жағдайда қоршаған ортаға келтірілген зиян мөлшері айқын реттеледі және заңмен белгіленген шектерде болуы керек.

Қоршаған ортаның факторларының өндірістік әлеуетке әсер етуі қоршаған ортаны ластаудың кәсіпорынның экономикалық ресурстарына ықпалы, олардың көбеюі мен пайдалану тиімділігін төмендетуі арқылы көрініс табады. Нәтижесінде жұмыс істейтін ресурстардың саны азаяды, олардың сапалық сипаттамалары өзгереді. Ресурстардың санын азайту және олардың сапа көрсеткіштері ресурстарды уақытында және өнімділікте азайтуға алып келеді. Қоршаған орта факторын ескере отырып, инвестициялық әлеуетті бағалаудың негізгі ұстанымдарын атап өтеміз.

Біріншіден, егер объектінің орналасуы қоршаған ортаны қорғау тұрғысынан белгілі бір шектеу қоюы мүмкін болса, онда инвестициялық ресурстарды бағалау үшін ең жақсы және тиімді пайдалану принципі қолданылады. Бұл шектеу, мысалы, объектіні пайдалану кезінде болашақ болжамды ластану фактісінен туындайды.

Екіншіден, белгілі бір ресурстың мұндай артықшылықтары болуы мүмкін, бұл қорлардың ұқсас түрлеріне айтарлықтай әсер ететін экологиялық факторларға айтарлықтай әсер етпейді.

Аймақтағы ресурстар қоршаған орта факторларына бірдей әсер еткен жағдайларда, қосымша экологиялық сараптама жүргізу мүмкін емес. Үшіншіден, табиғат қорғау шараларының құнын төмендегі компоненттер қамтуы мүмкін: бетінің ластануын тазарту; ластануды бақылаудың неғұрлым тиімді жүйесін орнату; өндірістік нысандарды қайта құру; зиян жағдайында экологиялық сақтандыру.

Қалыпты қоршаған орта жағдайында кәсіпорынның өндірістік әлеуетін төмендету, негізінен, негізгі құралдарды, шикізат пен материалдар қорларын реттеу нәтижесінде пайда болады. Қоршаған ортаның ластануы жағдайында экономикалық ресурстардың нашарлауы артады, яғни өндірістік әлеует жылдамдықпен төмендейді. Оның көбеюі баяулайды және әлеуетті пайдаланудың келесі циклының басталуымен оның мәні бастапқы деңгейге жетпейді; нәтижесінде экономикалық ресурстардың жұмыс уақыты қысқарады, жаңадан жиі ауыстыру қажет.

Шынында да, қазіргі заманғы ғылыми-техникалық прогресс жағдайында және өндірісті жан-жақты қарқындату жағдайында табиғаттың өзгеру деңгейі мен орны өзгерген кезде, табиғи процестерге адамның араласу дәрежесі өте жоғары болғанда, жаһандық экологиялық дағдарысты тудыруы мүмкін жағымсыз факторларды жинақтауға әкелетін жаңа қайшылықты үрдістер

байқалады.

Химия өнеркәсібінің техникалық прогресіне байланысты тән үрдіс өндірістік қуаттардың қуаттарының бірлігін оңтайландыру болып табылады. Талдау көрсеткендей, негізгі химиялық өндірістің көпшілігінде қазіргі уақытта қуаттылықтың лимитіне қол жеткізілді. Оның өсуі жабдықтың үздіксіз жұмыс істеуін қамтамасыз етуге жұмсалатын шығынның көбеюіне алып келеді, бұл уақыт бірлігіне уақыттың жоғарылауын жоғарлатады. Бұдан басқа, технологиялық қондырғылардың сыйымдылығы артып, шикізат пен дайын өнімді тасымалдау шығыны орташа радиусы арта бастайды.

Ауыл шаруашылығының агроөнеркәсіптік, биологиялық және экологиялық факторларын тұрмыстық, гигиеналық және эстетикалық талаптармен қамтамасыз етудің әртүрлі құралдарының ауыл шаруашылық және зоотехниканың ұтымды коэффициентіне ауыл шаруашылығы және азық-түлік өнімдерін өндірудің құрылымы мен құрылымының көлемі мен құрылымын, оның білім беру және мәдени деңгейін, оршаған орта факторын қарастыруға байланысты маңызды аспект бар.

Ғылыми-технологиялық дағдарыс таза ортаға деген сұраныстың артуымен дәстүрлі болып табылатын жаңа салалардың пайда болуына себеп болды. Оларға жартылай өткізгіштер мен компьютерлер үшін компоненттер, микроэлектроника және т.б.

Бұл өндірістер атмосфераның тазалығына және процесте пайдаланылатын судың жоғарылауына қойылатын талаптарды арттырады. Сондықтан оларды ластануымен сипатталатын ірі көп секторлы өнеркәсіптік орталықтарда орналастыру және тиімді пайдалану мүмкін емес. Қалалық қоршаған ортаның ластануының артуы өнімдердің сапасына әсер етеді, өндірісте ақаулы өнімдердің пайызы жоғары.

Кәсіпорын құнының экологиялық компоненті тікелей және жанама элементтерді қамтиды. Кәсіпорынның құндылықтарының экологиялық компонентінің делдалдық элементі экологиялық негізделген даму үдерісінде қалыптасқан кәсіпорынның экологиялық бейнесі (экологиялық гудвилл) жасаған құндылық болып табылады.

Экоэкономикалық даму компанияға келесі жеңілдіктер береді: 1) ресурстардың сақталуына негізделген шығындарды үнемдеу; 2) қалдықтар көлемінің төмендеуі есебінен шығындардың үнемделуі; 3) рұқсаттарды алу және лицензиялар алуға байланысты жұмыстардың санын қысқарту уақытын қысқарту; 4) экологиялық төлемдер тәуекелдерін жабу құнын төмендету; 5) нарықтың әлеуетін арттыру; 6) жұмыс беруші ретінде кәсіпорынның имиджін жақсарту (қызметкерлердің денсаулығын сақтау); 7) жалпы имиджді жақсарту; 8) кәсіпорынның материалдық емес активтерінің жалпы құнының және оның жалпы құнының өсуі.

Кәсіпорындардың қаржылық-шаруашылық қызметінің тиімділігіне және тиімділігіне елеулі әсер етудің экологиялық факторын жүзеге асырудың арқасында экологиялық бағыттағы даму механизмдері қазіргі заманғы кәсіпорындарды инновациялық даму жолына көшірудің маңызды құралдарының бірі болып табылады. Кәсіпорындардың қаржылық, экономикалық және инвестициялық қызметінің көрсеткіштеріне экологиялық

факторлардың әсерін көрсету мәселелеріне қазіргі заманғы зерттеулерді талдау кәсіпорындарды қаржылық басқару саласындағы экологиялық мәселелерді ішінара зерттеуді көрсетеді. Кәсіпорындағы қаржылық басқару міндеттері қаржы ресурстарын қалыптастыру, тарату және пайдалану мәселелерін шешуге мүмкіндік береді.

Өндірістегі өндірістік шоғырлануды арттыруды жоспарлаған кезде, барлық ішкі және сыртқы факторларды бірге қарастырған жөн. Өндірістің ең жақсы техникалық, экономикалық және экологиялық көрсеткіштерін қамтамасыз ететін кәсіпорынның осындай өлшемі оңтайлы болып саналады. Салалық және аумақтық сипаттамаларға байланысты халықтың өсуімен және оның демографиялық құрамының өзгеруімен ғылыми-техникалық прогресті, шикізат пен отын-энергетикалық базаны дамытумен кәсіпорынның оңтайлы мөлшерін айқындайтын факторлар өзгеретінін ескеру қажет.

Ұлттық деңгейде экологиялық және экономикалық өзара әрекеттесудің барлық процестері қоршаған ортаны қорғау факторының, ең алдымен, микроэкономикалық деңгейде әрекет етуімен байланысты.

Сондықтан, әлеуметтік өндірістің тиімділігін арттыру, ұлттық бәсекеге қабілеттілік және тұтастай елдің инвестициялық тартымдылығын арттыру мақсатында нәтижелерді одан әрі шоғырландыру және пайдалану мақсатында шаруашылық субъектілерінің қаржылық және инвестициялық қызмет көрсеткіштеріне экологиялық факторлардың әсерін бағалау маңызды.

ҚОЛДАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР

- 1 Пелих А.С. Бизнес-план или как организовать собственный бизнес – 2-е изд., перераб. и доп. М.: «Ось-89», 2016.- 96 бет.
- 2 Казакова Н.А. Экономический анализ в оценке бизнеса: Учеб. Пособие.- М.: Дело и сервис, 2015ж.

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА В ОБЛАСТИ РАЗРАБОТКИ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Стратегическое планирование, осуществляемое в зарубежных фирмах, строится на предположении, что тщательное формулирование стратегии приносит значительный экономический эффект, вследствие координации действий подразделений фирмы и их ориентирования на достижение общей цели. Особое внимание при разработке концепции развития предприятия уделяется вопросу повышения его конкурентоспособности.

Изучение зарубежного опыта в данной области свидетельствует о глубокой проработке этой проблемы. Выбор конкурентной стратегии фирмы, по мнению одного из ведущих мировых специалистов в области конкурентной стратегии и международной конкурентоспособности Майкла Е. Портера, обусловлен двумя основными моментами: привлекательностью отрасли с точки зрения долгосрочной прибыльности и факторами, определяющими относительную конкурентную позицию предприятия внутри отрасли.

Выявление потенциала отраслевой прибыльности является своеобразным фундаментом для построения стратегических соответствий между внешними условиями окружающей среды фирмы и ее ресурсами. Портер предложил использовать для этой цели модель пяти сил или «правил конкуренции»:

- Угроза новых фирм, входящих на рынок.
- Рыночная власть поставщиков.
- Рыночная власть покупателей.
- Угроза товаров-субинститутов или услуг-субинститутов.
- Соперничество среди существующих конкурентов.

Задача конкурентной стратегии каждой бизнес-единицы состоит в том, чтобы найти такую позицию в отрасли, которая позволит ей наилучшим образом защитить себя от этих конкурентных сил или воздействовать на них с выгодой для себя. Майкл Е. Портер также сформулировал ряд факторов, которые оказывают воздействие на обозначенные выше пять сил. Однако ведение бизнеса в условиях жесткой конкуренции заставляет зарубежные фирмы искать все новые и новые способы повышения своей конкурентоспособности.

Практическая деятельность зарубежных компаний в настоящее время существенно развивает теорию Портера. Можно пополнить перечень предложенных им факторов, которые фирмы смогут использовать как для развития собственного бизнеса, так и для успешной борьбы с конкурентами. Следует уточнить, что все они так или иначе связаны с внедрением инноваций в процесс производства и реализации продукции.



Рисунок 1. Модель Портера

Так, неотъемлемой частью любого рынка является наличие барьеров, т.е. конкурентного входа в отрасль (1 сила). Традиционно проблема высоких издержек решалась с помощью эффекта масштаба, который подразумевал наличие «сильных» игроков, способных «перебросить» продукт через отраслевой барьер. Одним из факторов, оказывающих по Портеру влияние на первую силу, является доступ к распространению информации. Благодаря появлению Интернета, проекты, созданные на основе концепции социальных сетей, сегодня активно развиваются, выполняя прикладные задачи. Например, решение вопросов трудоустройства (Zubka), покупка и учет долгов (BillMonk), создание музыкальных композиций, ремиксов и обмен ими (Splice) и т.д. Видимо в силу относительно невысоких издержек запуска подобных проектов и высокой мотивации участников количество социальных сетей будет расти.

К числу факторов, определяющих угрозу со стороны продуктов-заменителей, разработанных Портером (4 сила), можно отнести производство конкурентами товаров - «платформ», т.е. такого продукта, покупка которого влечет за собой приобретение другого.

В перечень факторов Портера, определяющих рыночную власть покупателя (3 сила), можно добавить «эффект наблюдателя» (скрытое изучение поведения покупателя) и метод привлечения конечного потребителя в качестве частичного владельца продукции.

В настоящее время ТНК контролируют до половины мирового промышленного производства, 63% внешней торговли, а также примерно 4/5 патентов и лицензий на новую технику, технологии и «ноу-хау». Почти все крупнейшие ТНК по национальной принадлежности относятся к «триаде» - трем экономическим центрам: США, странам Европейского Союза и Японии. Также активно развивают свою деятельность на мировом рынке ТНК новых индустриальных стран. Отраслевая структура ТНК достаточно широка: 60% международных компаний заняты в сфере производства (специализируются на электронике, автомобилестроении, химической и фармацевтической промышленности), 36% - в сфере услуг и 4% - в добывающей промышленности

и сельском хозяйстве. Из 500 крупнейших корпораций мира 85 контролируют 70% всех иностранных инвестиций .

Опыт зарубежных стран свидетельствует, что национальный капитал может выдержать конкуренцию с крупными иностранными компаниями и ТНК только в том случае, если он будет представлен крупными промышленно-финансовыми объединениями.

Кроме поддержки со стороны государства и благоприятной внешнеэкономической конъюнктуры для повышения конкурентоспособности украинских компаний необходима разработка долгосрочной маркетинговой программы. Одним из основных элементов конкурентоспособности сегодня является широкое использование результатов НИОКР, проводимых исследовательскими центрами головной компании и зарубежными филиалами. Украинским компаниям следует более активно использовать данное преимущество.

Подводя итоги, следует отметить, что универсальной конкурентной стратегии не существует, только стратегия, согласованная с условиями конкретной отрасли, научным потенциалом и капиталом, которыми обладает конкретная фирма, может принести успех.

Стратегическое развитие компаний в современном мире многовариантно, однако оно, безусловно, нацелено на успешное преодоление неопределенности бизнес-среды, максимальное снижение издержек ввиду обострения конкуренции и увеличения стоимости инноваций, а также достижение оперативной гибкости.

Для выхода на международные рынки национальные компании должны руководствоваться стратегиями формирования конкурентных преимуществ. Присутствие на внутренних рынках ТНК создает дополнительный стимул для роста качества продуктов и услуг национальных компаний, одновременно появляется возможность использовать опыт, технологии продаж и стратегии развития, в частности уже опробованные в других странах. Подход «потребитель-владелец» весьма перспективен. С одной стороны, он снижает риск для производителя, поскольку определенная номенклатура и объем производства товара обеспечен за счет привлечения денежных средств конечного потребителя.

С другой стороны, потребитель-владелец переходит из разряда пассивных покупателей в равноправные бизнес партнеры, что позволяет преодолеть один из основных постулатов экономики - разделение ее субъектов на бизнес и его клиентов.

Метод построения матрицы Бостонской консалтинговой группы с помощью средств деловой графики Excel.

В основе Бостонской матрицы, или матрицы роста/доли рынка лежит модель жизненного цикла товара, в соответствии с которой товар в своем развитии проходит четыре стадии:

- выход на рынок (товар - "проблема");
- рост (товар - "звезда");
- зрелость (товар - "дойная корова");
- спад (товар-"собака").

При этом денежные потоки и прибыль предприятия также меняются: отрицательная прибыль сменяется ее ростом и затем постепенным снижением. Бостонская матрица концентрируется на положительных и отрицательных денежных потоках, которые ассоциируются с различными бизнес-единицами предприятия или его продуктами.

Для построения матрицы БКГ фиксируем по горизонтальной оси значения относительной доли рынка, по вертикальной оси - темпов роста рынка. Далее, разделив данную плоскость на четыре части, получаем искомую матрицу (рис). Значение переменной ОДР, равное единице, отделяет продукты - рыночные лидеры - от последователей. Что касается второй переменной, то обычно темпы роста отрасли 10% и более рассматриваются как высокие. Можно рекомендовать использовать в качестве базового уровня, разделяющего рынки с высокими и низкими темпами роста, темп роста валового национального продукта в натуральных показателях либо средневзвешенное значение темпов роста различных сегментов отраслевого рынка, в которых работает фирма. Считается, что каждый из квадрантов матрицы описывает существенно различные ситуации, требующие особого подхода с точки зрения финансирования и маркетинга.

В основе матрицы БКГ лежат две гипотезы:

- Первая гипотеза основана на эффекте опыта и предполагает, что существенная доля рынка означает наличие конкурентного преимущества, связанного с уровнем издержек производства. Из этой гипотезы следует, что самый крупный конкурент имеет наибольшую рентабельность при продаже по рыночным ценам и для него финансовые потоки максимальны.

- Вторая гипотеза основана на модели жизненного цикла товара и предполагает, что присутствие на растущем рынке означает повышенную потребность в финансовых средствах для обновления и расширения производства, проведения интенсивной рекламы и т.д. Если темп роста рынка невелик (зрелый или стагнирующий рынок), то товар не нуждается в значительном финансировании.

Реализуемый фирмой новый продукт может давать небольшую прибыль на быстрорастущем рынке, а высокоприбыльный продукт может оказаться морально устаревающим. Поэтому при формировании перспективной продуктовой стратегии предприятия менеджерам необходимо учитывать местоположение каждого продукта на диаграмме его жизненного цикла, используя матрицу Бостонской консалтинговой группы (БКГ), которая, кроме того, показывает долю, занимаемую любым продуктом в общей сумме продаж фирмы на разных рынках. Матрица БКГ создана основателем Бостонской консалтинговой группы Брюсом Д. Хендерсеном. Данная матрица основывается на модели жизненного цикла товара. В соответствии с этой моделью товар в своем развитии проходит четыре стадии: выход на рынок (товары — «знаки вопроса»); рост (товары — «звезды»); зрелость (товары — «дойная коровы»); спад (товары — «собаки»). Для «звезд» присущи высокий рост объёма продаж и высокая доля рынка. Долю рынка необходимо сохранять и увеличивать. «Звезды» приносят очень большую прибыль. Но, несмотря на привлекательность данного товара, его чистый денежный поток достаточно

низок, так как требует существенных инвестиций для обеспечения высокого темпа роста.

Для «дойных коров» характерна высокая доля на рынке, но низкий темп роста объёма продаж. «Дойных коров» необходимо беречь и максимально контролировать. Их привлекательность объясняется тем, что они не требуют дополнительных инвестиций и сами при этом обеспечивают хороший денежный доход. Средства от продаж можно направлять на развитие «трудных детей» и на поддержку «звезд». Для товаров «собаки» присущи низкий темп роста и минимальная доля рынка. Продукт, как правило, низкого уровня рентабельности и требует большого внимания со стороны управляющего. «Собак» необходимо снимать с производства и/или торговли.

В дальнейших исследованиях по данной проблематике предполагается применение рассмотренных в статье моделей для анализа конкурентоспособности продукции предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Мескон М, «Основы менеджмента» - М., 2012.- 201с.
- 2 Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества / Пер. с англ. – М.: «Международные отношения», 2012. – 215с.
- 3 Ферару Г. С., Плаксина Д.Г. Конкурентоспособность компаний и влияющие на нее факторы // Современные технологии управления, 2012г.
- 4 Формирование стратегии как фактора повышения конкурентоспособности предприятия / Т. А. Шихабахов [и др.] // Экон. науки. - 2012. - № 1 (86).

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ РАЗРАБОТКИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ВАЙЛДБЕРРИЗ»)

Инновационная активность – решающий фактор укрепления экономической самостоятельности и конкурентных рыночных позиций организации. В России только 4% продукции является инновационной. Низок уровень предпринимательской активности в области инноваций. В экономически развитых странах доля инновационно-активных предприятий находится в пределах от 25 до 80%. В России этот показатель составляет 8,0% (в промышленности – 6,9%).

Тенденции изменения условий инновационной активности, формируются под воздействием новых подходов в организации управления на всех уровнях хозяйствования. Интеллектуальная деятельность, специальные знания и бизнес коммуникации становятся основными факторами конкурентоспособности организаций, а инновации в области управления и планирования, в сфере инфраструктурных процессов – логистики, маркетинга и обслуживания – становятся преимущественным источником добавленной стоимости. В стратегическом плане инновационная активность выступает эффективным способом достижения целей хозяйствующего субъекта, обеспечивающим его конкурентные преимущества за счет привлечения новых возможностей в различных областях деятельности, и, прежде всего – в сфере управления.

Внедрение инноваций в современных отечественных условиях должно стать главным условием обеспечения экономического развития страны. Инновации должны затронуть все без исключения сферы экономической деятельности. Это и применение новых технологий, и внедрение новых форм хозяйственной деятельности, новых методов обучения и мотивации работников, использования ресурсов, новых форм рыночных отношений, социального обеспечения, форм управления, государственного регулирования и других направлений сфер деятельности.

Для этого, прежде всего, необходимо сформировать инновационную культуру в российском обществе, общественное понимание, что главной движущей силой новой экономики, основанной на знаниях, являются инновации, понимаемые как ориентация на постоянное совершенствование организационной структуры, продукции, услуг, систем, процессов, современных организаций. Именно они должны способствовать совершенствованию экономической и общественной жизни во всех аспектах. Но очевидно, что без создания методических подходов по переводу российских предприятия и организации на инновационный путь развития, создания соответствующей инновационной инфраструктуры не произойдет массового внедрения инноваций в секторах отечественной экономики.

Все сказанное выше определяет актуальность исследования, направленного на формирование понятия об инновациях, инновационной

деятельности и инновационных процессах; на процесс обоснования инноваций в организации и механизм реализации инновационной стратегии организации, проведенной на примере ООО «Вайлдберриз».

Комбинированная стратегия представляет собой вариант сочетания стратегий различного типа. Она наиболее эффективна при наличии у производителя системы анализа и методики выбора стратегий. Успех этой стратегии обуславливает комплексное инновационное развитие организации, эффективное использование инновационного потенциала, стабильное рыночное положение. Но при неудачном подборе стратегий может произойти замедление темпов развития производства, отставание от лидеров в инновационной сфере.

При достаточно высоком уровне инновационной активности в большинство сфер производственных интересов производителя стратегия, по Ю. Денисову, становится всеобщей. Она также обеспечивает комплексное всестороннее его развитие, но при недостаточно четкой разработке механизма реализации может привести к распылению имеющихся средств и ресурсов. Взаимосвязь инновационных стратегий различного типа представлена на рисунке 1.



Рисунок 1. Взаимосвязь инновационных стратегий различного типа

Таким образом, представленные на рисунке 1 основные виды инновационных стратегий следует рассматривать и с точки зрения их комплексности. Причем когда речь идет о комбинированных инновационных стратегиях, достаточно сложно однозначно определить приоритетность мер только оборонительного или только наступательного класса. В дополнение к оборонительным наступательным стратегиям необходимо выделить в качестве отдельной категории комбинированную, промежуточную стратегию. Данная стратегия наиболее эффективна в тех случаях, когда интересы производителя лежат в различных сферах с различным же уровнем инновационного развития, а также тогда, когда, упрочив свои позиции в результате реализации оборонительной стратегии, он постепенно стремится перейти к наступлению.

Таким образом, по результатам проведенного по теме диссертационной работы «Совершенствование управления предприятия на основе разработки маркетинговой стратегии в условиях конкурентной среды» на примере ООО «Вайлдберриз» исследования, можно сделать следующие выводы.

1. Инновация – это нововведение в области техники, технологии, организации труда или управления, основанное на использовании достижений науки и передового опыта, обеспечивающее качественное повышение эффективности производственной системы или качества продукции. Понятие инновация относится как к радикальным, так и постепенным изменениям в продуктах, процессах, стратегии организации в процессе инновационной деятельности.

2. Инновационная деятельность – это деятельность, направленная на поиск и реализацию инноваций в целях расширения ассортимента и повышения качества продукции, совершенствования технологии и организации производства.

3. Инновационная деятельность организации неотделима от хозяйственной деятельности и является его конкурентным преимуществом. По этой причине экономическую эффективность инноваций в организации за определенный период можно отождествлять с экономической эффективностью организации. Оценка эффективности инновационной деятельности организации, как характеристики соотношения между ее полезным результатом и затратами, которые этот результат обеспечили, предполагает расчет и исследование этих параметров для каждого инновационного проекта.

4. Инновационная стратегия – это комплекс мероприятий по эффективному использованию инновационного потенциала организации для обеспечения долгосрочного развития. Инновационная стратегия всегда выражается в определении типа целевого поведения организации на конкурентных рынках.

В отечественной и зарубежной практике существует много различных видов стратегий, к которым относятся наступательная, защитная, промежуточная, поглощающая, имитационная, разбойничья.

5. В настоящее время вопрос выбора инновационной стратегии весьма актуален для российских организаций и предприятий, так как в связи с развитием научно-технического прогресса рыночная экономика приобретает все более инновационный характер. Выбор стратегии является залогом успеха инновационной деятельности, а также важнейшей составляющей цикла инновационного менеджмента в организации. Важным аспектом инновационной стратегии предприятия должно являться обоснование необходимости принятия новых технологических решений, которое строится на изучении и выборе тех или иных существующих инновационных стратегий

На этапе реализации инновационной стратегии: разрабатываются стратегический проект (состав стратегических изменений и мероприятия по их осуществлению) и план реализации проекта. Особо учитывается инновационный характер преобразований; организуется стратегический контроль процесса реализации проекта; оценивается эффективность процесса

реализации и проводится необходимая корректировка проекта, стратегий, цели, миссии.

6. Объектом исследования диссертационной работы, на примере которого происходило изучение инновационной деятельности и инновационной стратегии, было ООО «Вайлдберриз», основным видом деятельности которой является розничная продажа товаров через интернет. Сегодня «Вайлдберриз» в России представляет собой крупную сеть торговых площадок с огромным ассортиментом разнообразной продукции.

7. В ООО «Вайлдберриз» нет отдела и специалиста, в обязанности которых входит целенаправленная разработка и обоснование инновационных проектов. Решение о введении инновационных решений в организации принимает директор. Инициировать инновации в организации «Вайлдберриз» может любой сотрудник, однако, чаще всего предложение инновационных решений входит в функции сотрудников отдела маркетинга.

Инновационная деятельность ООО «Вайлдберриз» в основном заключается во внедрении новых элементов сайта, его совершенствовании (оформление сайта, элементы дизайна, изменение стиля фотографий предлагаемых товаров), предложении новых товаров, усовершенствовании методов оплаты предлагаемых клиентам товаров и системы заказа и доставки приобретенных клиентами товаров.

8. Поскольку все инновационные идеи и проекты в ООО «Вайлдберриз» направлены на увеличение объема продаж и получение как можно большей чистой прибыли, то эффективность нововведений оценивалась на основе анализа основных показателей торгово-экономической деятельности организации.

Проводимые инновационные решения, связанные с модернизацией сайта и его отдельных элементов, а также с внедрением новых возможностей при пользовании сайтом организации в период 2012-2014 гг. имели положительный эффект, так как за этот период практически все показатели экономической деятельности ООО «Вайлдберриз» (выручка от реализации, прибыль от реализации, производительность труда, прибыль на одного работника, чистая прибыль, рентабельность продаж) имели тенденцию к увеличению. Кроме того, в 2013-2014 гг. снизилась продолжительность оборота оборотных средств, а общая экономическая эффективность работы интернет-магазина в 2014 г. достигла самого высокого показателя – 19,3 %.

9. Оценка инновационного потенциала ООО «Вайлдберриз» показала, что все показатели инновационного потенциала в организации равны нулю, следовательно, интернет-магазин «Вайлдберриз» не является инновационной организацией и не обладает необходимыми ресурсами для широкого внедрения инноваций.

10. На основании SWOT-анализа ООО «Вайлдберриз» было выяснено, что наиболее вероятными инновациями, которые может реализовать интернет-магазин «Вайлдберриз» в ближайшее время – это:

- организация пункта самовывоза;

- введение новой услуги по оплате покупателями товаров при помощи электронных денег (Яндекс Деньги, WebMoney, QIWI, Payza).
- открытие стационарной торговой точки.

11. Наиболее подходящий вариант инновационного развития ООО «Вайлдберриз» определялся на основе расчета условного и безусловного индексов. В результате было определено, что инновация по организации пункта самовывоза является базисной, введение оплаты с помощью электронных денег – улучшающей, а открытие стационарной торговой точки является псевдоинновацией. К реализации могли быть приняты только базисная или улучшающая инновации, однако, учитывая полученные результаты на основе расчетов условных индексов, оказалось, что наиболее эффективным нововведением для ООО «Вайлдберриз» является организация пункта самовывоза.

12. На основе проведенной оценки экономической эффективности инновационного проекта по организации пункта самовывоза можно говорить о целесообразности его реализации, так как инновационный проект рассчитан на 5 лет, а срок его окупаемости составляет всего 1 месяц. Следовательно, инновационный проект считается эффективным.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Агарков С.А. Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика: учеб. пособие / С.А. Агарков, Е.С. Кузнецова, М.О. Грязнова. – М.: Академия Естествознания, 2011. – 342 с.
2. Антропов М.С. Разработка инновационной стратегии: барьеры, стратегические угрозы и средства их преодоления / М.С. Антропов // Стратегический менеджмент. – 2012. - № 4. – С. 14-18.
3. Афоничкина А.И. Основы менеджмента: учебник / А.И. Афоничкина. – СПб.: Питер, 2007. – 528 с.
4. Бабенко Г.А. Инновации как средство повышения эффективности стратегического управления организацией / Г.А. Бабенко // Инновационный менеджмент. – 2012. - № 4. – С. 29-32.
5. Байнев В.Ф. Переход к инновационной экономике в условиях межгосударственной интеграции: тенденции, проблемы, белорусский опыт: монография / В.Ф. Байнев, В.В. Саевич; Под общ. ред. В.Ф. Байнева. – Минск: Право и экономика, 2007. – 180 с.

НАПРАВЛЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ В КАЗАХСТАНЕ

Программа «Цифровой Казахстан» была презентована в ходе республиканского совещания по вопросам цифровизации с участием Президента РК Нурсултана Назарбаева, членов Правительства и международных экспертов в области ИКТ из более чем 10 стран мира. Новые технологии поменяли наше восприятие реальности. И если правильно их использовать, они могут стать главным фактором для развития инноваций и креативности. Это единственно возможный путь для тех, кто стремится к устойчивому развитию на международной арене. Предполагается, что цифровая экономика в Казахстане должна расти темпами, значительно опережающими экономический рост в целом. Это достаточно сложная, но выполнимая задача. Естественно, нужно создавать благоприятный климат для самореализации людей и бизнеса, занимающихся цифровой отраслью экономики. Цель – увеличить количество коммерциализированных технологий и бизнес-решений. Эти усилия потребуют увеличения финансирования научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ в стране.

Глава государства отметил важность активного внедрения цифровых технологий для развития экономики: за годы независимости нам удалось войти в число 50 конкурентоспособных стран мира. Сейчас стоит задача по вхождению в число 30, которая требует от Казахстана нового инновационного развития и ускоренного технологического обновления. Поэтому в начале года я объявил в своем Послании народу Казахстана о Третьей модернизации, стержнем которой является цифровизация. Также Президент страны подчеркнул, что цифровизация необходима для повышения конкурентоспособности предприятий и страны в целом, а также улучшения качества жизни населения, цифровизация Казахстана является не целью, а средством для достижения более высоких показателей темпа развития экономики страны и социального благополучия граждан.

Поэтому необходимо создавать все условия для широкого внедрения цифровых технологий, при этом не должна оставаться в стороне и окупаемость финансовых средств, выделяемых для реализации программы цифровизации Казахстана. Эти условия предполагают, прежде всего, культурную трансформацию общества, структурные изменения экономики, переход к концепту преактивного государства и повышению цифровой конкурентоспособности Казахстана в мире. В результате повысится производительность труда, увеличится объем электронной торговли и доля электронных услуг.

Базовая цифровая грамотность населения Казахстана сегодня составляет 77%. Импульсом для всего отечественного IT-сектора послужит поставленная в программе «Цифровой Казахстан» задача 80-процентной цифровизации государственных услуг к 2021 году. Эти решения будут касаться «электронного

правительства» Urbantech и кибербезопасности. Одним из приоритетов программы является широкое внедрение цифрового сервиса во все сферы жизни общества. Яркий пример такой работы - Сингапур, где цифровые услуги для каждого гражданина полностью интегрированы по линии «умный дом», «умный город», «умная страна».

Правительством Казахстана запланировано создание сквозной системы цифрового общества, нацеленного на комфорт потребителя. Цифровые мегатренды планеты ставят перед странами вопрос о том, по каким правилам внедрять прорывные технологии.

Страны, делающие правильный выбор, получают возможность создания новых отраслей и способов решения больших задач. Намечается, что программа создаст платформу и условия для культурной трансформации всего общества. А это приведет к структурным изменениям в экономике. В результате в стране должны повыситься производительность труда, объем электронной торговли, доля электронных услуг, количество пользователей Интернета, общий уровень цифровой грамотности и численность населения занятого в новых цифровых отраслях.

Анализ мирового опыта показывает, что система цифровизации в образовательном процессе необходима. Так, многие университеты, проанализировав многолетний опыт системы образования уже осознали пользу данного метода. Он необходим для того, чтобы повысить качество образования, идти в ногу со временем с развитием новых информационных технологий, и ускорить повседневные бумажные процессы для преподавателей и административно-управленческого состава заведения.

Министерством образования и науки РК в области цифровизации поставлено несколько задач:

1. Развитие информатизации в системе среднего образования
2. Автоматизация процесса управления образованием и наукой
3. Подготовка IT – специалистов

По первому направлению (развитие информатизации в системе среднего образования) министерство выступило с инициативой о более раннем введении предмета «Информатика» в школьную программу. В идеале планируется внедрить предмет с 1 класса. Сейчас эта возможность обсуждается с экспертами.

По мировому опыту, например, в странах ОЭСР основам программирования обучают с 1 класса. В Казахстане же предмет «Информатика» в школе изучается с 5 класса, а в этом году — с 3 класса. Также детей будут вовлекать в робототехнику. В настоящее время более чем в 3000 школах и дворцах школьников введен элективный курс по робототехнике. Планируется довести охват до 100% — кабинеты робототехники будут дооснащаться, а учителя — проходить курсы повышения квалификации, - сказано на сайте МОН РК.

Заем Всемирного Банка, около 70% пойдет на видеооборудование. Задача — довести оснащение классов, в аулах и в городах, до 80%. На сегодняшний день в 600 школах страны уже есть электронные журналы «Bilimal» и «Mekterp» (3,5 млн пользователей).

По второму направлению, по цифровизации образования относится к автоматизации самого процесса управления образованием и наукой. Автоматизация государственных услуг должна охватить все уровни образования, начиная с направлений в детские сады и заканчивая дипломами PhD. В дошкольном образовании уже внедряется система автоматического распределения в детсады. На сегодня постановка на очередь и выдача направлений в детсады полностью автоматизирована в Астане, Алматы, Шымкенте и Западно-Казахстанской области. В остальных областях проект находится на стадии завершения. Планируется завершить эту работу до конца текущего года.

В системе среднего образования для избавления учителей от несвойственной им работы (заполнение множества отчетов) и исключения дублирования информации планируется оставить в использовании три системы: 1) Национальную образовательную базу данных (НОБД); 2) Электронный журнал (Күнделік); 3) Облачную бухгалтерию.

В сфере технического и профессионального образования ведется тестирование информационной системы управления и разработки электронной библиотеки.

К концу 2018 года предполагалось цифровизировать конкурсное зачисление и предоставление места в общежитиях, зачетные книжки, электронный паспорт студента, расписание уроков и домашние задания. В высшем образовании уже переведены в цифровой формат зачетные книжки, расписание уроков и домашние задания. Данная автоматизация процесса управления образованием и наукой поможет решить ряд проблем, в их числе — разрыв в качестве образования между сельскими и городскими школами, тяжелые рюкзаки школьников, большое количество бумажной отчетности у педагогов, отсутствие компьютеров и интернета, недостаточный контроль образовательного процесса ребенка и его успеваемости.

По третьему направлению работы — подготовка IT-специалистов. В Казахстане ежегодно увеличивается число грантов в высшем образовании на данную специальность. В этом году по поручению Президента дополнительно выделено 20 тысяч грантов, из них на технические специальности — 11 тысяч, где особое ударение делают на сферу «кибербезопасности». Казахстанские студенты уже получают стипендии для освоения этой профессии в зарубежных странах.

Все три перечисленных направления будут развиваться поэтапно и системно начиная с текущего года, однако на сегодняшний день существуют несколько проблем, которые могут замедлить процесс внедрения.

Среди них недостаточное оснащение компьютерами/ноутбуками, и смартфонами. Еще одно препятствие – отсутствие доступа к сети Интернет.

По данным МОН РК в только 62% школ подключены к интернету, тогда как 37% нет.

В правительстве создан масштабный план подключения всех школ, согласно программе «Цифровой Казахстан». Одним залогом успеха являются собственные цифровые платформы и технологии, на основе которых они развиваются, ведь именно они формируют компетенции для цифровой

трансформации отраслей. Для их развития нужна правильная умная среда. Это, прежде всего, нормативная база, умная регуляторика, инфраструктура, кадры, информационная безопасность.

Эксперты отмечают, что на большей части земного шара цифровая эпоха наступила, и ключевой задачей государств в ближайшие десятилетия будет осуществление перехода их экономик на «цифровые рельсы». Мы надеемся присоединиться к передовым странам.

Несмотря на то что проблемы цифровизации в настоящее время обсуждаются очень активно в научной экспертной сфере, на уровне политического истеблишмента государств, СМИ и в Интернете, есть много спорных вопросов, поэтому важно создавать подобные диалоговые площадки с приглашением ведущих экспертов и участников цифрового рынка для обмена мнениями по самым актуальным вопросам.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Галкин, Д.В. От кибернетических автоматов к искусственной жизни: теоретические и историко-культурные аспекты формирования цифровой культуры [Текст]: автореф. дис. ... д-ра философ. наук / Д.В. Галкин. – Томск, 2013. – 51 с.

2. Галкин, Д.В. Digital Culture: методологические вопросы исследования культурной динамики от цифровых автоматов до техно-био-тварей [Электронный ресурс] / Д.В. Галкин // Международный журнал исследований культуры. – 2012. – № 3. – С. 11–12. – Режим доступа: http://www.culturalresearch.ru/files/open_issues/03_2012/IJCR_03%288%29_2012.pdf

3. Колонтаевская, И.Ф. Цифровая культура инженера: проблемы и решения [Текст] / И.Ф. Колонтаевская, О.А. Исабекова // Наука 2014: проблемы и перспективы: материалы международной научно-практической конференции (Москва, 26 января 2015 г.). – М.: Грифон, 2015. – С. 72–76.

4. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Утверждена Распоряжение правительства Российской Федерации от 28 июня 2017 года № 1632-р.

5. Прокудин, Д.Е. «Цифровая культура» vs «Аналоговая культура» [Текст] / Д.Е. Прокудин, Е.Г. Соколов // Вестник СПбГУ. – Сер. 17. – 2013. – Вып. 4. – С. 83–91.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПАРАДИГМЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ И ПЕРЕХОД К ФОРМИРОВАНИЮ НОВОЙ СИСТЕМЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ

Информация в современную постиндустриальную эпоху выступает как один из базисов функционирования общественных процессов, более того, информационный обмен является условием взаимосвязи между ними. Информационное пространство посредством глобальной сети расширяет человеческие возможности, позволяя преодолевать географические, политические границы, делая мировые ценности культуры доступными для созерцания каждому, «виртуализируя» экономическую сферу жизни человека. Скорость распространения информационных потоков приводит к ситуации тотальной цифровизации общественных процессов и жизни индивидуумов.

Из анализа литературных источников следует, что цифровизация, как социальное явление получила распространение в 60-е – 70-е годы 20 века, ее характеризуют три ведущих характеристики:

1. Все виды контента переходят из аналоговых, физических и статичных в цифровые, одновременно становятся мобильными и персональными. При этом индивид получает возможность контролировать свой личный контент, направлять информационные запросы, формировать индивидуальную траекторию информационной деятельности.

2. Осуществляется переход к простым технологиям коммуникации (технология становится лишь средством, инструментом общения), ведущая характеристика устройства и технологии – управляемость.

3. Коммуникации становятся гетерогенными: вертикальная, иерархичная коммуникация теряет актуальность, происходит переход к сетевой структуре коммуникации [6].

Наблюдаемые тенденции на государственном уровне сделали необходимой внедрение Программы «Цифровизации» в РК, которая определяет цифровую экономику как «хозяйственную деятельность. Ключевым фактором производства в ней являются данные в цифровой форме, которая способствует формированию информационного пространства с учетом потребностей граждан и общества в получении качественных и достоверных сведений, развитию информационной инфраструктуры РК, созданию и применению российских информационно-телекоммуникационных технологий, а также формированию новой технологической основы для социальной и экономической сферы».

В области образования и подготовки кадров для цифровой экономики на государственном уровне ставятся следующие задачи: создание ключевых условий для подготовки кадров цифровой экономики; совершенствование системы образования, которая должна обеспечивать цифровую экономику компетентными кадрами; рынок труда, который должен опираться на требования цифровой экономики; создание системы мотивации по освоению необходимых компетенций и участию кадров в развитии цифровой экономики РК.

Современная система образования прошла активный этап компьютеризации и информатизации. Данные процессы были переломными, зависимыми от финансирования, от уровня развития университетов, от уровня готовности профессорско-преподавательского состава и т.п. Этап цифровизации, в котором мы очутились спонтанно и независимо от инфраструктурных изменений, является лаконичным следствием предшествующих социальных перемен. Цифровизацию приносит в университет каждый студент в своем гаджете (смартфоне, планшете...), она не требует программы внедрения, ей не нужны дополнительные ресурсы. Предельная простота использования и изображения, максимальная скорость передачи данных – вот основополагающие составляющие цифровизации. Культурная значимость цифровых средств вне зависимости от их достоинств и недостатков очевидна. «С их распространением происходят изменения, которые затрагивают повседневную жизнь людей, устоявшиеся культурные иерархии, способы, которыми люди взаимодействуют друг с другом и миром вокруг них. Меняется система формирования культурного опыта в целом, все базовые сферы культуры» [7, с. 6].

Новая система информационных ценностей носит специфический характер. Вот лишь некоторые ее особенности: представление об Интернете как источнике абсолютного знания. Так, ученые Д.Е. Прокудин, Е.Г. Соколов рассуждают об этом так: «Для поколений, взращенных в цифровом виртуальном пространстве, Интернет со всеми википедиями, блогами, социальными сетями, новостными каналами и т.д. и т.п. выступает истиной в последней инстанции – к нему апеллируют, им прикрывают свою культурную наготу, он является скорлупой духовной пустоты и коммуникативной никчемности» [5, с. 89]; формирование новых открытых информационных пространств с разнообразным (чаще всего заманчивым для потребителя) контентом и полным отсутствием смыслового и содержательного контроля; предельная доступность и простота осваивания множества культурных полей практически всех народов, эпох и времен, касающихся всех сторон жизни современного человека, что облегчает труд (особенно интеллектуальный), экономит ресурсы и время, а также приносит разнообразие в отдых и т.д.; ставшая традиционной система поиска информации «по запросу» из множества одновременно действующих информационных источников порождает особый тип восприятия информации, которому свойственна осколочность, клиповость, фрагментарность, отсутствие единой картины исследуемого явления, отражения причинно-следственных связей и генезиса развития.

Этот перечень не является исчерпывающим, его состав находится в постоянном изменении фактически в режиме реального времени. Невозможно однозначно положительно или отрицательно оценить следствия цифровизации. Они очень четко определяют актуальные для системы образования, наиболее близко соприкасающейся с поколением, воспитанным в цифре, поколением *next* [8], задачи, на наш взгляд, связанные с сохранением и трансляцией традиционных европейских ценностей. Сами по себе цифровые технологии, цифровизация, массовый перевод культурного наследия в цифру не ведет напрямую к цифровой культуре, как к личностной составляющей, к типу

культуры в традиционном понимании: культура может как сформироваться, так и не сформироваться. При этом ведущие векторы процесса формирования цифровой культуры будущего педагога могут быть обозначены следующим образом: 1) понимание цифровой культурной реальности, владение принципами ориентирования в ней; 2) владение компетенциями по эффективной реализации цифровых технологий в профессиональной деятельности; 3) умение осуществлять оптимизированный информационный поиск и анализ информационных источников; 4) организация системы плодотворных информационных контактов для решения профессиональных задач; 5) реализация различных моделей поведения в цифровой среде в соответствии с морально-этическими нормами.

Процесс формирования нового вида культуры должен быть основан на обновлении подхода к организации образовательного процесса в современном университете, что будет рассмотрено нами в ходе дальнейшего исследования заявленной проблемы. Многие научно-исследовательские предприятия в настоящее время зависят от обмена данными практически мгновенно, обеспечиваемого Интернетом. Оцифрованы обширные библиотеки, и есть предпосылки к тому, чтобы обеспечить открытый доступ к правительственным и финансируемым государством научным данным в Интернете. Открытые образовательные ресурсы самого высокого качества могут быть доступны онлайн людям, которых обучающийся может никогда не увидеть в стенах университета. Академические институты должны играть центральную роль в этих событиях и в дебатах о персональных данных и авторском праве, которые все больше формируют наш цифровой информационный ландшафт. Однако меньше внимания уделяется знаниям, которые забываются или теряются в процессе оцифровки: практическим навыкам, ноу-хау, которые глубоко укоренились в контексте использования и другие негласные знания, связанные с привычками практики. По иронии судьбы именно такие знания могут быть использованы учителями и учениками, стремящимися эффективно трансформировать теоретические знания в практические навыки.

Каковы образовательные цели в мире, где знания и навыки, которые когда-то ценились, меняются? Характер работы в обществе изменился до неузнаваемости, и учебные заведения изменили свое предложение на спрос рынка труда. Поскольку все больше и больше рабочих мест требуют более высоких уровней использования ИКТ, возможность трудоустройства выпускников была переформулирована как приобретение возможностей – новых форм грамотности и счета, адаптивности, решения проблем, коммуникации, – а не овладение стабильным объемом знаний. И поскольку рынок труда требует все большей гибкости и валюты, послевузовское образование было реорганизовано вокруг модели постоянного обновления компетентности – непрерывного обучения или непрерывного профессионального развития.

Технология также оказала глубокое воздействие на сами образовательные организации. Школы и колледжи объединены в сеть таким образом, что пересекают традиционные институциональные секторальные и даже национальные границы: если еще не полностью «безграничны», то стены

класса все больше и больше становятся прозрачными. Учащиеся сейчас более мобильны между учебными заведениями, чем это можно было представить себе до стандартизированных кредитов, электронных портфолио и личных отчетов об обучении; все из перечисленного требует внедрения цифровых технологий в масштабе всей системы образования. Поскольку учащиеся имеют больше выбора в отношении того, когда и как участвовать в формальном образовании, они взаимодействуют с учебными заведениями таким образом, чтобы все чаще опосредованно использовать цифровые системы, например, вероятнее всего они будут стремиться использовать общедоступный веб-сайт, чтобы узнать о курсах обучения, подать заявку и зарегистрироваться в Интернете, связаться с преподавателями по электронной почте, получить доступ к информации и ресурсам курса через управляемую среду обучения, сдавать экзамены и получать оценки через компьютерную систему оценки.

Колледжи и университеты все чаще видят необходимость в прозрачном и открытом представлении возможностей для обучения, если они хотят привлечь студентов и оправдать их ожидания после зачисления.

Полностью виртуальный опыт обучения по-прежнему является выбором меньшинства, и большинство таких курсов предоставляются специализированными учреждениями, такими как Открытые университеты Великобритании и Нидерландов или Университет Феникса в США. Учреждения такого рода в настоящее время конкурируют с более традиционными университетами и колледжами за место на рынке образовательных услуг, и это оказывает влияние на то, как все учебные заведения относятся к своим студентам и потенциальным учащимся в своих кругах. Например, Открытый университет Великобритании предоставил большую часть содержания курса в открытом доступе и призывает всех участвовать в процессе обучения по мере их возможностей, будь то просмотр телевизионного документального фильма, заказ плаката, загрузка подкаста, просмотр материалов курса, обсуждение их с другими учащимися, участие в массовом открытом онлайн-курсе или, наконец, подписавшись на полностью онлайн-курс. Эта позиция отражает и маркетинговую стратегию, и публичное выражение миссии и ценностей учебного заведения. Наконец, и сами учащиеся меняются. Большинство молодых людей в западных странах регулярно пользуются Интернетом и электронной почтой, текстовыми сообщениями и социальным программным обеспечением, сайтами обмена файлами, сервисами «Облака» и мобильными устройствами. Их знакомство с этими новыми формами обмена информацией переносится и на их обучение. Помимо того, что их учебное заведение или обучающий курс требуют использования технологий, учащиеся используют еще коммуникационные и информационные инструменты, которые помогают им управлять своим процессом обучения. Действительно, некоторые проекты по трансформации учебных программ показали, что можно добиться большего прогресса, позволяя студентам выбирать свои собственные технологии обучения.

Некоторые из ментальных привычек, связанных с личными и социальными технологиями, рассматриваются учителями как бесполезные, особенно часто это не критическое отношение к интернет-информации и

менталитет «копировать-и-вставить» поколения, воспитанного на инструментах редактирования, а не на традиционных ручке и бумаге. Были сделаны тревожные выводы о том, что такое поведение сохраняется вплоть до докторантуры. Краткость чата и текста бросает вызов традиционным стандартам орфографии и грамматики, и нет никаких сомнений в том, что использование личных технологий создает новые неравенства среди учащихся. Учителя должны свободно реагировать как критически, так и творчески на эти новые технологии, но они не могут позволить себе игнорировать их, если хотят взаимодействовать со своими учениками.

Таким образом, попадание в цифровую среду – неизбежная реальность для нашего времени. Это происходит задолго до осознания личностью своих профессиональных интересов и склонностей. Цифровизация и становление ценностно-смысловых ориентиров функционирования в цифровой среде должны стать актуальнейшей социальной проблемой текущего периода времени в нашей стране.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Barrie S. C. A conceptual framework for the teaching and learning of generic graduate attributes // *Studies in Higher Education*. 2007. Vol. 32. № 4. P. 439-458.
2. Castells M. *The Information Age: Economy, Society and Culture*: in 3 vol. 2nd ed. Oxford: Wiley Blackwell, 2010. Vol. 1. *The Rise of the Network Society*. 406 p.
3. Knowles M. S. *The adult learner: a neglected species*. 4th ed. Houston – L. – P. – Zurich – Tokyo: Gulf Publishing Company, 1990. 293 p.
4. Office for National Statistics. Internet Access – Households and Individuals [Электронный ресурс]. URL: http://www.ons.gov.uk/ons/dcp171778_227158.pdf (дата обращения: 03.03.2018).
5. *Researchers of Tomorrow: the Research Behaviours of Generation Y Doctoral Students* [Электронный ресурс] // British Library and JISC. 2012. June. URL: <http://www.jisc.ac.uk/media/documents/publications/reports/2012/Researchers-of-Tomorrow.pdf> (дата обращения: 18.02.2018).

ОБЗОР РЫНКА ЗАПОРНОЙ АРМАТУРЫ ДЛЯ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Формирование нефтегазового сектора послужило основой мирового индустриального развития, заложив базу технического и социального прогресса. Республика издавна относилась к числу наиболее перспективных нефтегазоносных регионов. На текущий момент по подтвержденным запасам нефти Казахстан входит в число 15 ведущих стран мира, а значительные запасы углеводородного сырья составляют 3,3% мирового запаса. Роль этого сектора является главенствующей в экономике Казахстана и одной из ключевых бюджетно-образующих отраслей, от которой напрямую зависит энергетическая безопасность страны. Ежегодно в нефтегазовую отрасль республики поступают значительные инвестиции.

Доказанные геологические запасы страны на начало текущего столетия составляют 21 млрд. баррелей (2,9 млрд. тонн) нефти и газового конденсата (порядка 2% от мировых запасов) и 1,8 трлн. куб. м газа. Около 200 месторождений нефти и газа открыто на территории страны, при этом основные запасы углеводородного сырья сосредоточены преимущественно в четырнадцати крупных месторождениях Западного Казахстана – Тенгиз, Кашаган, Карачаганак, Узень, Жетыбай, Жанажол, Каламкас, Кенкияк, Каражанбас, Кумколь, Северные Бузачи, Алибекмола, Центральная и Восточная Прорва, Кенбай и Королевское. Самыми крупными месторождениями нефти Казахстана являются Кашаган, Тенгиз и Карачаганак.

По данным источника [1] из 349 зарегистрированных компаний по добыче сырой нефти и природного газа в Казахстане активными на 01.01.2018 являются 99:

- крупные компании (с числом занятых более 250 человек) – 29;
- организации среднего размера (от 101 до 250 чел.) – 19;
- малые предприятия (от 5-100 чел.) – 51.

Самыми крупными предприятиями Казахстана по добыче сырой нефти являются: АО "Озенмунайгаз", АО "Мангистаумунайгаз", АО "Каражанбасмунай", АО "Петроказакстан Кумколь Ресорсиз", Карачаганак Петролиум Оперейтинг б.в. казахстанский филиал, ТОО "Жаикмунай", ТОО "Тенгизшевройл", филиал "Норт Каспиан Оперейтинг Компани н.в.", АО "Эмбаумунайгаз", Жанажольский нефтегазоперерабатывающий комплекс АО "СНПС-Актобемунайгаз", нефтегазодобывающее управление (НГДУ) "Октябрьскнефть"- филиал АО "СНПС-Актобемунайгаз, АО "СНПС - Актобемунайгаз".

По итогам 9 месяцев 2018 года объем добычи нефти конденсата в стране составил порядка 67,3 млн. тонн, показав рост 5,3% соответствующему периоду 2017 года и 3,7% плана на 9 месяцев текущего года. Объем добычи газа с начала года составил 41,4 млрд. кубических метров, показав рост по сравнению

с январём-сентябрём 2017 года на 5,7% или на 6,3% больше плана на 9 месяцев текущего года [2].

Специфика нефтегазовой отрасли такова, что нефтегазовым компаниям ежегодно необходимы одни и те же виды изделий для осуществления производственного процесса. В рамках изучения спроса на изделия для нефтегазовой отрасли просмотрены Планы закупок товаров, работ, услуг на 2016, 2017, 2018 годы крупных нефтедобывающих, которые размещены на корпоративных сайтах организаций и находятся в свободном доступе. Наибольший удельный вес, среди которых занимает запорная арматура.

При транспортировке нефти и нефтепродуктов возникает необходимость регулирования их потока, а некоторых ситуациях – и полное его перекрытие. Эту функцию в трубопроводах выполняет запорная арматура.

Существует четыре конструктивных типа запорной арматуры:

1. Задвижка – тип трубопроводной арматуры, в котором рабочая среда останавливается запорным элементом, совершающим возвратно-поступательные движения перпендикулярно потоку. Может находиться в двух рабочих положениях: «открыто» и «закрыто», в связи с чем чаще всего применяется в качестве запорного устройства.

2. Клапан – тип трубопроводной арматуры, имеющий запирающий или регулирующий элемент, в зависимости от назначения механизма, который перемещается по седлу в корпусе арматуры, совершая возвратно-поступательные движения, параллельные оси потока рабочей среды.

3. Кран шаровой – тип трубопроводной арматуры, имеющий запирающий или регулирующий элемент в форме тела вращения (шара или диска), который вращается вокруг своей оси, расположенной перпендикулярно оси потока рабочей среды.

4. Затвор (дисковый) – тип трубопроводной арматуры, имеющий запирающий или регулирующий элемент в форме тела вращения (диска), который смещается вокруг своей оси, которая расположена перпендикулярно оси трубопровода.

Рынок запорной арматуры Казахстана представлен крупнейшими машиностроительными заводами страны:

– АО «Усть-Каменогорский завод промышленной арматуры», г. Усть-Каменогорск;

– АО «Усть-Каменогорский арматурный завод», г. Усть-Каменогорск;

– ТОО «Завод КазАрматура», г. Темиртау;

– АО «Казнефтегазмаш», г. Петропавловск;

– ТОО «КЗТА-Казахстанский Завод Трубопроводной Арматуры», г. Алматы;

– ТОО «Павлодарский Завод Трубопроводной Арматуры», г. Павлодар;

– АО «Уральский арматурный завод», г. Уральск;

– ТОО «Бёмер Арматурен Казахстан»;

– ТОО «Актауский машиностроительный завод», г. Актау;

– АО «Zhersu Metal», г. Капшагай.

Несмотря на высокие объемы производства продукции, в республике

сохраняется дефицит отечественной запорной арматуры. Зарубежные инвесторы принимают активное участие в этом сегменте. По данным источника [3] компаний, осуществляющих поставку запорной арматуры для нефтегазового сектора на территории Казахстана, насчитывается порядка 87 единиц. Данная ситуация связана с тем, что порядка 80% казахстанской нефти и газа добываются международными компаниями – Chevron Техасо, Exxon Mobil, British Petroleum, AGIP, NCOC, TCO. Практически все крупные компании стараются завезти оборудование в Казахстан из-за рубежа, т.к. больше доверяют качеству мировых лидеров в поставках нефтегазовой продукции, а в некоторых случаях предпочтение отдается тем странам производства оборудования, откуда сами компании происходят. Список импортеров запорной арматуры возглавляют «КМС Corporation» и «Broen». Основное влияние импорт запорной арматуры имеет в сегменте шельфовой добычи углеводородов (практически 100%) и в нефтегазопереработке и нефтегазохимии (до 70%). Поэтому сегодня импортозамещение – одна из актуальных задач, которую ставит перед бизнесом казахстанское Правительство.

Согласно мнению многих экспертов, Казахстан в данной отрасли имеет возможность в ближайшие 10 лет увеличить производство продукции до 60-70%, но для этого необходимо повысить качество продукции и усовершенствовать технологические параметры. Например, повышение надежности и безопасности эксплуатации изделий путем обеспечения высокой коррозионной стойкости в средах с повышенным содержанием солей и кислот. Так, в общей структуре затрат по экономическим элементам при производстве запорной арматуры наибольший удельный вес (65%) занимают материальные затраты; 16,7% - общепроизводственные затраты; 13,95% - общехозяйственные затраты; 3,98% - основная заработная плата; 0,37% - отчисления от фонда оплаты труда.

В таблице 1 представлены типы задвижек, наиболее часто применяемые на нефтяных месторождениях.

Таблица 1. Типы задвижек, наиболее часто применяемые на нефтяных месторождениях

Наименование	Ду, мм	Ру, кгс/см ²
<u>Задвижки титановые 30тн12п</u>	250	25
<u>Задвижки титановые 30тн12п</u>	300	25
<u>Задвижкититановые 31тн797п</u>	50	2,5
<u>Задвижки титановые 31тн96п</u>	50	2,5
<u>Задвижки титановые 30тн12п</u>	150	25
<u>Задвижки титановые 30тн12п</u>	200	25
<u>Задвижки титановые 30тн12п</u>	250	25

Например, проанализировав потребности нефтегазодобывающих и нефтегазоперерабатывающих предприятий в закупе шиберной задвижки в 2018 году, на следующих площадках:

1. <https://zakup.sk.kz/#/ext?tabs=advert&adst=ALL&lst=ALL&page=1;>

2. <http://reestr.nadloc.kz/ru/page/static/default;>

3. [https://torgi.erg.kz/;](https://torgi.erg.kz/)

4. <https://www.ets-tender.kz/>

получены данные, представленные в таблице 2.

Таблица 2. Потребности нефтегазодобывающих и нефтегазоперерабатывающих предприятий в закупе шиберной задвижки в 2018 году.

№	Параметры шиберной задвижки	Количество (шт.)	Цена за единицу	Заказчик
zakup.sk.kz				
1	Ду50 Ру700	3	933965,62	ТОО «Казахский газоперерабатывающий завод»
2	Ду50 Ру700	66	497285,00	ТОО «Совместное предприятие «Казгермунай»
3	PN 21.0 Мпа, DN 65мм	45	214285,71	АО «Каражанбасмунай»
4	PN 21.0 Мпа, DN 65мм	295	174608,00	АО «Мангистаумунайгаз»
5	Ду50 Ру450	1	82000,00	ТОО «КАЗАХТУРКМУНАЙ»
6	Ду50 Ру450	7	101199,84	
7	Ду50 Ру450	1	72000,00	
8	Ду50 Ру450	1	350000,00	
9	Ду50 Ру450	3	66080,00	
10	Ду50 Ру450	5	32480,00	
11	Ду50 Ру450	17	55800,00	
12	Ду100 Ру25	3	476528,89	ТОО «Совместное предприятие «CASPI BITUM»
13	Ду50 Ру450	1	1013402,12	ТОО «Совместное предприятие «ИНКАЙ»
14	Ду450 Ру2600	2	3839774,0	
15	Ду450 Ру2600	2	1298979,92	
16	Ду50 Ру450	3	52752,00	ТОО «Совместное предприятие Сернокислотный завод Казатомпром»
17	Ду50 Ру450	2	64288,00	
18	Ду65 Ру 210	6	35847,38	ТОО "Oil Construction Company"
ИТОГО		463		
nadloc.kz				
1	Ду50 Ру350	17	448000	Тасбулат Ойл Корпорэйшн
2	Ду65*210	8	304999	ТОО "Тарбагатай Мунай"
ИТОГО		25		

По данным сайта zakup.sk.kz в 18-ти лотах заявок на задвижку шиберную различных параметров за 2018 год составило 463 единицы; nadloc.kz количество заказанных шиберных задвижек составило 25 штук.

Также анализ отрасли производства продукции для нефтегазовой отрасли в Казахстане показывает, что существует большой потенциал для производства и сбыта даже тех позиций, которые сейчас почти в полном объеме импортируются, а именно:

- ёмкостное оборудование для хранения нефти,
- трубная продукция, резервуары, насосы и многое другое.

Таким образом, можно предложить следующие меры по увеличению спроса на отечественную продукцию:

- увеличение государственной поддержки в виде инвестиционных и финансовых программ поддержки отечественных производителей;
- максимальное повышение таможенной пошлины на ввозимую продукцию для нефтегазовой сферы;
- проведение технической модернизации основного оборудования производителей;
- отечественным производителям необходимо обратить внимание на глубокое изучение рынка и выявление актуальных потребностей конечных пользователей нефтегазовой продукции, при этом используя доступ к свободной информации о планируемых закупках, планах технического переоборудования добывающих и перерабатывающих заводов.

Содействие развитию нефтегазового машиностроения является одной из важных стратегических задач в Республике Казахстан. Стратегия в данной области направлена на обеспечение основного производства нефтегазовым оборудованием, техникой и материалами отечественного производства, соответствующим мировым стандартам качества и конкурентоспособным по цене с импортными аналогами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Исследование рынков в Казахстане [Электронный ресурс: <http://www.kazdata.kz>].
2. Официальный сайт Комитета по Статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан [Электронный ресурс: <http://www.stat.gov.kz>].
3. Крупнейшая B2B площадка, объединяющая представителей промышленно-строительного рынка [Электронный ресурс: <http://www.pulscen.kz>].

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЕТА КРЕДИТНЫХ ОПЕРАЦИЙ В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

На сегодняшний день банковский сектор Казахстана остается крупнейшим и доминирующим сегментом финансового сектора страны. Коммерческие банки являются важными участниками глобального финансового рынка, так как находятся в центре международных финансовых потоков. Одной из главных функций банков является предоставление кредитов малому, среднему и корпоративному бизнесу, физическим лицам, а также государственным и муниципальным органам. Такие факторы как качество и уровень кредитной деятельности коммерческих банков являются основополагающими для макроэкономики и ее эффективности, поскольку кредиты выступают основным и главным источником финансирования основного и оборотного капитала любой успешно развивающейся компании, а для коммерческого банка – это еще и важный вид деятельности, приносящий основную часть дохода.

В общем понимании, кредит – это общественные отношения, возникающие между экономическими субъектами в связи с передачей друг другу во временное пользование свободных средств на началах возвратности, срочности, уплаты, целевого использования и реального обеспечения.

Согласно международным стандартам банковские кредиты классифицируются по ряду признаков. Для видов кредита характерно как общее, так и специфическое проявление кредитных рисков, учитывая которые каждый коммерческий банк должен прилагать усилия, направленные на минимизацию возможных потерь от невыполнения кредитных обязательств клиентами.

Например, при кредитовании по овердрафту существуют риски возникновения несанкционированного овердрафта, нарушения очередности платежей при овердрафте, непрерывности ссудной задолженности по овердрафту и ряд других. Для инвестиционных кредитов это такие специфические риски, как риск неправильного определения потребности клиента в кредитовании, неправильного выбора пакета кредитов, неокончания строительства, устаревания проекта, обесценивания обеспечения, нехватки сырья, отсутствия рынка сбыта готовой продукции, неправильного расчёта потоков наличности, пересмотра прав собственности на проект, неплатежеспособности гаранта, некачественного инвестиционного меморандума [1].

В свою очередь, степень рискованности отдельных видов ссуд определяется исходя из их качества. Качество конкретной ссуды и кредитного портфеля банка в целом является одним из ключевых факторов кредитного риска.

В настоящее время развитие банковской системы Республики Казахстан носит неустойчивый характер и обуславливается наличием ряда ключевых

проблем, вызванными как внутренними, так и внешними причинами, ограничениями со стороны реального сектора экономики, в частности:

- приоритеты кредитования банками ориентированы в основном на потребительский спрос, а не на инвестиции;
- неразвитость механизмов рефинансирования;
- неразвитость внутреннего сегмента страхования;
- ограниченный набор услуг, оказываемых крупным предприятиям;
- неспособность банков аккумулировать самостоятельно объем ресурсов, необходимых для финансирования масштабных инвестиционных проектов;
- низкий потенциал небанковских институциональных инвесторов на рынке частных инвестиций;
- отсутствие альтернативности рынку банковских услуг со стороны рынка ценных бумаг.

Анализ показывает, что прирост ссудного портфеля казахстанских банков второго уровня по остаткам в 2018 году составил 172,2 млрд. тенге, увеличившись на 1,3% по сравнению в 2017 годом до 13,8 трлн. тенге. При этом без учета кредитного портфеля банков, прошедших реструктуризацию обязательств, а также лишенных лицензии, кредитный портфель системы демонстрирует рост на 1,3 трлн. тенге. В 2018 году происходило замещение валютных займов (-341,1 млрд. тенге) тенговыми кредитами (+775,3 млрд. тенге). На этом фоне доля кредитов в иностранной валюте снизилась с 26,3% до 22,4%. Также наблюдается изменение структуры ссудного портфеля в сторону увеличения розничных займов (+780,1 млрд. тенге) при снижении корпоративного кредитования (-232,7 млрд. тенге). Превалирующими в структуре кредитного портфеля остаются займы юридических лиц (59,5%).

Анализ трендов кредитования по отраслям экономики указывает на то, что основной прирост приходится на промышленность (+39,1%), строительство (+28,7%) и прочие отрасли (непроизводственная сфера, индивидуальная деятельность +35,7%), в то время как снижение продемонстрировало сельское хозяйство (-36,3%). По итогам прошлого года средневзвешенная ставка вознаграждения по выданным кредитам в национальной валюте юридическим лицам снизилась до 11,7% с 13,2%, а физическим лицам - до 17,2% с 19,2% [2].

Несмотря на наблюдаемые позитивные тенденции, банковское кредитование по-прежнему ограничивают макроэкономические условия, а также дефицит качественных заемщиков.

Кредитные операции банков сами по себе являются рисковыми, поэтому учету сомнительных кредитов и управлению кредитными рисками должно быть уделено особое внимание.

Для Казахстана проблема учета и управления проблемными кредитами является чрезвычайно актуальной, так как показатели просроченной и сомнительной задолженности по кредитным портфелям отечественных банков превышают уровень аналогичных показателей банков развитых стран. Именно по этой причине, а также исходя из мировой практики и процедур снижения рисков банковской деятельности, Национальный банк Республики Казахстан постоянно указывает казахстанским банкам на необходимость совершенствования управления рисками в целом и, прежде всего, кредитным риском.

Так, по итогам 2018 года качество кредитного портфеля несколько улучшилось. Сумма неработающих займов снизилась на 248,9 млрд. тенге до 1,0 трлн. тенге, что составляет 7,4% от ссудного портфеля (9,3% на начало года). Совокупные провизии банковского сектора снизились с 2,1 до 1,8 трлн. тенге, но тем не менее провизии обеспечивают более чем достаточное покрытие по неработающим займам (180%) [2].

Для решения ситуации с проблемными кредитами коммерческим банкам необходимо совершенствовать систему учета кредитных операций, формирования и использования провизий для покрытия потерь по кредитам, диверсификации банковских продуктов и услуг. Основными факторами для решения этих вопросов являются разработка и внедрение четкой нормативно-законодательной базы, регулирующей общую систему управления банковскими активами и обязательствами в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности и требованиями рынка.

С целью минимизации кредитных рисков, при выдаче больших кредитов, банки принимают залоговое имущество клиента, обеспечивающее покрытие потерь в случае их невозвратности. В соответствии с утвержденными Правилами НБ РК стоимость залога или другого обеспечения определяется в отчете об оценке, проведенной по договору между оценщиком и финансовой организацией, либо в соответствии с МСФО 13 «Оценка справедливой стоимости» и требованиями законодательства РК о бухгалтерском учете и финансовой отчетности [3].

Начисление вознаграждения по обесцененным активам, согласно МСФО (IFRS) 15 «Выручка по договорам с покупателями», должно осуществляться путем применения эффективной процентной ставки к его балансовой стоимости с целью определения процентных доходов и расходов. Эффективная процентная ставка – ставка, применяемая при точном дисконтировании расчетных будущих денежных платежей или поступлений на протяжении ожидаемого времени существования финансового инструмента или, где это уместно, более короткого периода, до чистой балансовой стоимости финансового актива или финансового обязательства. Расчет эффективной ставки процента включает все вознаграждения и суммы, выплаченные или полученные сторонами по договору, которые являются неотъемлемой частью эффективной ставки процента, затрат по сделке и всех прочих премий или скидок. При этом, балансовая стоимость актива состоит из: номинальной стоимости (основной долг), дисконта/премии, начисленного вознаграждения, резерва (провизий) на обесценение. Процентные доходы/расходы формируются из доходов/расходов, возникающих при амортизации дисконта/премии и начисления вознаграждения [4].

Специфика деятельности коммерческих банков требует создания резерва на возможные потери по ссудам, т.е. на случай невозврата заемщиком основного долга по кредиту. Этот резерв создается банками в обязательном порядке по ссудам, выданным как в тенге, так и в иностранной валюте, по ссудам, отнесенным к третьей, четвертой и пятой группам риска.

Банки самостоятельно определяют необходимость создания резерва на возможные потери по ссудам, отнесенным к первой и второй группам риска.

Резервы на возможные потери по ссудам относятся на себестоимость оказываемых банком услуг и не уменьшают налогооблагаемую базу при расчете налога на прибыль. Размер резерва зависит от суммы задолженности клиента по каждой ссуде и отнесения ее в одну из пяти групп риска.

Учет резерва на возможные потери по ссудам строится в разрезе балансовых счетов по субъектам, их формам собственности, кредитующими банками по срочной и просроченной задолженности.

С 2018 г. банки начали осуществлять переход на новую модель обесценения финансовых активов – модель ожидаемых потерь (expected loss model). Согласно ей, они будут обязаны отражать ожидаемые потери с первого дня постановки кредита на баланс. Резервы по потерям также должны формироваться на протяжении всего срока использования актива. Очевидно, что «expected losses» подход, предложенный в МСФО 9, будет существенно более консервативным по сравнению с «incurred losses» моделью, применяемой в настоящий момент [5].

Таким образом, при организации учета кредитных операций казахстанские банки второго уровня сталкиваются с проблемами минимизации кредитных рисков. Решение данных проблем видится через внедрение новых принципов бухгалтерского учета для достоверного представления финансовой отчетности коммерческими банками.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кожукина Е. Э. Влияние экономического кризиса на внедрение принципов и методик МСФО в бухгалтерский учет банков Украины // http://www.rusnauka.com/16_ADEN_2010/Economics/68119.doc.html
2. Обзор БВУ 01.01.2018 – 01.01.2019 // http://www.afk.kz/2019/01/%D0%91%D0%92%D0%A3_01.01.2019.pdf
3. Постановление Правления Национального Банка Республики Казахстан от 25 февраля 2013 года № 64. Об утверждении Правил определения стоимости залога и другого обеспечения // <http://adilet.zan.kz/rus/docs/V1300008682>
4. Методические рекомендации по применению эффективной ставки процента при ведении бухгалтерского учета финансовых активов и финансовых обязательств. Официальный сайт НБРК // <http://www.nationalbank.kz>
5. Новые стандарты: как изменит отчетность банков реформа МСФО. Коллегия аудиторов. Профессиональный бухгалтер // <http://profa.kz>

ПЕРСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Сегодня малый и средний бизнес (МСБ) – опора экономического развития любого государства. Именно от него во многом зависит решение проблем занятости населения, наполнение внутреннего рынка отечественными товарами и формирование конкурентной среды. Для того чтобы и в Казахстане МСБ стал реальным «локомотивом» экономики, государству необходимо и дальше оказывать всестороннюю поддержку.

Мировой опыт показывает, что если государство хочет развиваться динамично и устойчиво, то его социально-экономические программы должны обязательно включать меры по стимулированию малого и среднего бизнеса. Сегодня в развитых странах на долю МСБ приходится от 40% до 90% объема [внутреннего валового продукта](#) (ВВП). А потому вполне естественно, что правительства этих государств уделяют первостепенное внимание поддержке данного сектора. Казахстанский МСБ движется в русле глобальных тенденций, однако его доля в экономике пока разительно отличается от мировых критериев.

Необходимо признать, что правительство достаточно активно и относительно эффективно работает в направлении развития как МСБ, так и бизнес-климата в целом. К примеру, все большей популярностью у МСБ пользуются инструменты государственной программы «Дорожная карта бизнеса-2020».

Единая программа поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020» разработана для реализации [Послания](#) Президента Республики Казахстан народу Казахстана «Новое десятилетие - Новый экономический подъем - новые возможности Казахстана» и Общенационального плана развития Казахстана до 2020 года, утвержденного Указом Президента Республики Казахстан от 17 февраля 2010 года № 925.

Программа направлена на достижение цели [посланий](#) Президента Республики Казахстан народу Казахстана «Стратегия «Казахстан - 2030» и «Казахстанский путь - 2050: единая цель, единые интересы, единое будущее».

От состояния и уровня развития частного предпринимательства и, в первую очередь, малого и среднего предпринимательства, зависит обеспечение устойчивого экономического развития страны в целом. Именно этот сектор экономики имеет огромные потенциальные возможности для решения многих проблем, влияющих на экономический рост государства, таких как неразвитая конкуренция, неэффективное использование материальных и нематериальных ресурсов, зависимость внутреннего спроса от импорта, безработица, бедность и другое.

В связи с этим, необходимо принятие системных мер по поддержке частного предпринимательства, которые будут включать, но не ограничиваться улучшением доступа к финансированию, обеспечением необходимой

инфраструктуры, содействием в повышении компетенции, получением консультационной поддержки и привлечением партнеров для совместной реализации предпринимательских инициатив.

Ключевой проблемой остается тема правовых рисков ведения бизнеса. Среди предпринимателей существует распространенное убеждение, что крайне редко можно рассчитывать на справедливое, беспристрастное отношение к нему во властных органах, судах и т.д. Многих людей, задумывающихся о собственном бизнесе, сдерживает мнение: предприниматели неизбежно сталкиваются с необходимостью постоянной уплаты коррупционной ренты, а если бизнес станет процветать, то его попытается кто-нибудь отобрать. И это системная проблема, которую необходимо решать. Кроме того, есть много других факторов, осложняющих ведение бизнеса. В их числе административные барьеры, налоговое администрирование и прочее.

Вторая трудность заключается в нехватке квалифицированных кадров и качестве человеческого капитала. Очень многие предприниматели жалуются на то, что запросы по зарплате не соответствуют квалификации и добросовестности сотрудников. Желание получать больше – понятно, цены растут, но компетентность и преданность работе оставляют желать лучшего. Отчуждение работника от сферы его труда – это очень интересный, но еще не достаточно изученный феномен для Казахстана. Сложившееся отношение наемных сотрудников к труду на работодателя еще не получило должного освещения на уровне публичных дискуссий. Словом, серьезного анализа нет, а значит, и огромная часть производственных отношений провисает.

Хотелось бы отметить, что с абсолютной точностью задача вовлечения казахстанцев в предпринимательство была поставлена президентом в Стратегии «Казахстан-2030» – «...создать условия, чтобы человек смог попробовать себя в бизнесе, стать полноценным участником проводимых в стране экономических преобразований, а не ждать, что государство решит за него все проблемы. Важно поднять общий уровень деловой культуры и стимулировать предпринимательскую инициативу».

Сейчас бизнес в регионах получил постоянную возможность публично информировать надзорные органы об имеющихся нарушениях своих прав. В этом есть и другой позитивный эффект – институциональный. Когда предприниматели и чиновники знают, что в «прямом эфире» перед главным надзорным органом ежемесячно поднимаются проблемные вопросы бизнеса в регионах, то это предостерегает все стороны от злоупотреблений.

Создана Национальная палата предпринимателей (НПП). Ее миссия представление, защита прав и законных интересов бизнесменов. НПП предполагается делегировать на принципах саморегулирования существенные функции, связанные с обеспечением привлекательного бизнес-климата. К примеру, участие в урегулировании налоговых споров, участие в управлении как индустриальными, так и свободными экономическими зонами, строительство инфраструктуры таможенных переходов на основе принципов государственно-частного партнерства, организация работы отраслевых комитетов по всестороннему и детальному изучению состояния отраслей экономики и другие.

Предусмотрено обязательное членство в НПП всех субъектов частного предпринимательства, но с уплатой членских взносов только крупным и средним бизнесом. В Казахстане свыше 750 тыс. активных субъектов предпринимательства, в том числе крупных и средних – порядка 10 тыс. компаний. Таким образом, основная часть – предприятия малого бизнеса: индивидуальные предприниматели, крестьянские хозяйства и т.д. будут только пользоваться услугами НПП, но не будут платить деньги.

Концепцией предполагается, что взносы для предприятий среднего бизнеса составят до 300 тыс. тенге в год, для крупных предприятий – до 3 миллионов тенге, что для их размеров достаточно незначительно.

В Казахстане 160 районных центров и 27 моногородов, итого – палата должна будет создать 187 представительств на районном уровне. Их основная функция будет заключаться в оказании сервисной поддержки малому бизнесу в регионах, который и будет основным выгодополучателем этой реформы. Предполагается широкое вовлечение в деятельность палаты существующих отраслевых и региональных ассоциаций. Последние получают квоту на значительное представительство в коллегиальных органах управления областных палат, а отраслевые – на республиканском уровне. В активах проявляется в первую очередь в квазигосударственных структурах.

У правительства есть абсолютно адекватное понимание направлений по улучшению бизнес-климата. В части системных вопросов необходимо постоянное, эффективное взаимодействие и консультирование с бизнесом, что, мы надеемся, институционально будет реализовано через создаваемую Национальную палату предпринимателей. Чтобы решения принимались не волюнтаристски, а в координации с бизнесом, в соответствии с его интересами.

В качестве ключевых направлений улучшения бизнес-климата – либерализация налогового и таможенного администрирования, по которому мы занимаем одно из последних мест в мире. Также в послании президента справедливо поднят вопрос по либерализации доступа на казахстанский рынок квалифицированной рабочей силы. В первую очередь инженеров, управленцев. И третье – проведение политики так называемого «тэтчеризма», для которой Стратегия «Казахстан-2030» создает все предпосылки. Это приватизация, выход государства из предпринимательской деятельности, самоограничение и либерализация регулирования.

Государство принимает программы, создает институты, выделяет финансы. Главным камнем преткновения является реализация этих программ, на этапах которой и выявляются все проблемы. Среди основных барьеров, помимо высоких процентных ставок, можно выделить бюрократию, отсутствие у заемщиков залоговой базы, недоразвитость финансовой инфраструктуры, коррупцию. Как показывают последние опросы представителей МСБ, более 90% предпринимателей считают, что необходимо усилить прямую господдержку, исключив из цепи взаимодействия «государство – МСБ» промежуточные звенья, например банки.

Однако и такое предложение вызывает определенные сомнения. Наглядный пример – «ДАМУ-Колдау», которая из-за затянувшихся внутренних согласований в институтах развития реально до сих пор не работает. При этом

требования фонда к заемщикам по рискам, финансовой устойчивости, организационной состоятельности и проработанности проекта по своей жесткости не очень отличаются от банковских.

На данный момент от 50% до 70% предпринимателей по-прежнему кредитуются в банках. Немногие, чуть более 10%, используют услуги микрокредитных организаций, у которых ставка еще выше.

В Казахстане есть и альтернативные кредитованию источники финансирования. Однако для МСБ это пока, скорее, теоретическая возможность. Одним из способов является привлечение бизнес-партнера или инвестиционного фонда. Еще недавно предприниматели, учитывая наши реалии, шарахались от таких вариантов. Сегодняшние проблемы заставляют менять позиции. Другой вариант – фондовый рынок, о необходимости развития которого все говорили... и говорят до сих пор. Условия по вхождению в него сейчас значительно либерализованы, особенно для малых и начинающих компаний. Главным из них остается прозрачность, к чему чаще всего не готовы сами предприниматели. Существует и вариант венчурного финансирования, однако, несмотря на длительную историю и имеющуюся инфраструктуру, эта отрасль не демонстрирует высоких результатов. Возможность обновить свои основные фонды МСБ мог бы получить через лизинг. Тем более что правительство отказалось от предполагавшихся ранее изменений в законодательстве по отмене льгот для лизинговых структур. Однако динамика этого рынка также замерла на фоне спада в производственном секторе.

Малый и средний бизнес – основа стабильного гражданского общества, и от его развития зависит благосостояние всех казахстанцев. МСБ не только выполняет огромную социальную роль, поддерживая экономическую активность большей части населения, но и обеспечивает значительные налоговые поступления в бюджет. В нынешней непростой ситуации именно МСБ может выступить в качестве стабилизатора, а потому вправе рассчитывать на соответствующее внимание общества и государства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Государственная стратегия-2050 / http://www.akorda.kz/ru/official_documents/strategies_and_programs
2. Государственная стратегия-2020 Гоч[https:// tengrinews.kz/zakon/prezident_respubliki_kazahstan/hozyaystvennaya_deyatelnost/id-U100000922/](https://tengrinews.kz/zakon/prezident_respubliki_kazahstan/hozyaystvennaya_deyatelnost/id-U100000922/)

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КАЗАХСТАНСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ВНЕДРЕНИЮ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТА

Развитие мировой рыночной экономики диктует предприятиям Казахстана свои условия по внедрению идей современного менеджмента в различные сферы деятельности. Эти идеи основаны на практике и знаниях успешных международных компаний, позволяющих решать в комплексе вопросы механизма регулирования рынка и влияющих на конкурентоспособность казахстанских предприятий.

2001 год стал стартовым для Казахстана по активизации деятельности предприятий по разработке и внедрению СМК в свою производственную и управленческую деятельность. В республике создана и продолжает совершенствоваться необходимая инфраструктура, нормативная и методическая база для внедрения международных стандартов в области менеджмента качества. Национальные стандарты РК аутентичны международным стандартам: ISO 9000 «Системы менеджмента качества», ISO 14000 «Системы экологического менеджмента», OHSAS 18001 «Система менеджмента профессиональной безопасности и здоровья», SA 8000 «Социальная ответственность», ISO 22000 «Системы менеджмента безопасности пищевой продукции», ISO 19011 «Руководство по проведению аудита систем менеджмента» и другие.

Создан технический комитет ТК 54 по стандартизации «Системы менеджмента качества», взаимодействующий с международным техническим комитетом ИСО/ТС 176 «Управление качеством и обеспечение качества» по вопросам разработки стандартов в области управления качеством и осуществляющий голосование по данным стандартам. Членами ТК 54 являются РГП «Казахстанский институт стандартизации и сертификации» Министерство обороны РК; Министерство энергетики РК; КазАТУ им.С.Сейфуллина; ЕНУ им. Гумилева Кафедра стандартизации; Союз проектных менеджеров Республики Казахстан; ТОО «Республиканский центр сертификации»; ТОО «KAZZINC HOLDINGS»; ТОО «НЦА»; ТОО «Центр сертификации продукции, услуг»; АО «НаЦЭкс»; ТОО «Казахстанская организация качества»; ТОО «Карагандинский институт качества»; ТОО «Центр сертификации «Астана менеджмент»; ОЮЛ «Союз проектных менеджеров РК»; ТОО «M&S CONSULTING»; АО «УМЗ»; АОНК «КазМунайГаз»; ТОО «EUROASIA MS»; ТОО «СапаИнтерсистем»; Аэрокосмический комитет; ЗАО «Интергаз Центральная Азия»; ТОО «Аналитик АФ»; ТОО «G-Certico»; ТОО «Казахстанские стандарты»; АО НК «КазМунайГаз».

Первые сертификаты ИСО 9001 получили строительные компании, так как их заказчики – известные зарубежные фирмы из нефтяной отрасли – предпочитали работать с казахстанскими предприятиями, имеющими сертификат ИСО. Многие отечественные предприятия из сферы производства продукции и услуг, торговли внедряли или внедряют СМК. Есть примеры

среди страховых, медицинских организаций. Достаточно бурно идет процесс внедрения СМК в вузах, поскольку Министерство образования и науки РК приняло соответствующую программу.

Государство как заказчик и покупатель продукции, услуг становится все более требовательным к их качеству. Во многих странах Европы законодательство, регулирующее государственные закупки, запрещает приобретать продукцию и услуги у компаний, не внедривших СМК. При участии в государственных закупках, согласно Закону РК «О государственных закупках», одним из критериев отбора фигурирует документ, подтверждающий «проведение добровольной сертификации предлагаемых товаров, работ, услуг в соответствии с законодательством Республики Казахстан о техническом регулировании; сертифицированной системы (сертифицированных систем) менеджмента в соответствии с требованиями государственных стандартов».

Таким образом, государственные закупки осуществляются только у самых надежных партнеров, подтверждающих качество своей продукции и услуг наличием сертификата на СМК.

В республике в течение последних лет активно проводится работа по внедрению на предприятиях и организациях систем менеджмента. На официальном сайте Комитета технического регулирования и метрологии Министерства индустрии и инфраструктурного развития Республики Казахстан представлены следующие данные по состоянию на 1 июня 2015 года 8527 предприятий Республики Казахстан внедрили и сертифицировали системы менеджмента на соответствие международным и национальным стандартам. Из них – 7281 по ИСО 9001; 13269 – ИСО 14001; 1221 – OHSAS 18001; 111 – ИСО 22000, 16 – SA 8000. Количество экспортоориентированных предприятий в Казахстане, внедривших системы менеджмента – 319. На стадии внедрения 85 предприятий это составляет 12,22 % от общего количества экспортоориентированных предприятий республики.

Из 8527 предприятий/организаций, сертифицированных на соответствие международным стандартам, наибольшее количество предприятий/организаций, внедривших системы менеджмента, сосредоточены в крупных областях и городах республики, таких как: г. Алматы – 2349 (27 % от общего количества внедривших и сертифицировавших системы менеджмента), Карагандинская область – 1317 (15 %), г. Астана – 1129 (13 %), Актюбинская область – 906 (10,6%), Южно-Казахстанская область – 882 (10,3%), Жамбылская область – 837 (9,8 %), Алматинская область – 794 (9,3 %). Наименьшее количество предприятий, внедривших системы менеджмента приходится на такие области как, Северо-Казахстанскую – 145 предприятий (1,7 % от общего количества, внедривших системы менеджмента), Костанайскую – 250 (2,9 %), Акмолинская – 283 (3,3%) [1].

В то же время достигнутые в Казахстане некоторые успехи в разработке и внедрении систем менеджмента нельзя считать достаточными. В отличие от Казахстана в странах дальнего зарубежья системы менеджмента широко внедряются именно на малых предприятиях. Так, в Австралии, где зарегистрировано почти 17 тыс. сертификатов соответствия по МС ISO 9001, в

подавляющем большинстве это малые предприятия: производства, сфера обслуживания, органы государственного и муниципального управления. В Китае сертификаты соответствия требованиям МС ISO 9001 имеют даже дошкольные учреждения. В Казахстане пока среди внедряющих и внедривших СМК очень мало представителей малого бизнеса, медицинских и различных других государственных учреждений.

Неблагоприятная экологическая обстановка в республике требует внедрения систем экологического менеджмента.

Во-первых, существуют следующие объективные причины:

- изменение климата, происходящее за счет «парникового эффекта», при котором разрушается озоновый слой Земли;
- большая часть Казахстана располагается в засушливой зоне и около 66% ее территории в разной степени подвержена опустыниванию.

Во-вторых, загрязнение окружающей среды предприятиями металлургии, теплоэнергетики, черной металлургии, транспорта, горнодобывающей и химической промышленности достигает колоссальных размеров. На территории Казахстана накоплено более 20 млрд. тонн отходов производства и потребления, в том числе 6,7 млрд. тонн токсических, наблюдается тенденция их увеличения. Только около 5% твердых бытовых отходов в республике подвергается утилизации или сжиганию.

Таким образом, дальнейшее развитие систем менеджмента в Казахстане должно происходить по двум направлениям:

1. Разработка и внедрение на предприятиях определенных сфер деятельности отдельных систем менеджмента, соответствующих стандартам ISO 9001; ISO 14001; ISO 22000; OHSAS 18001; SA 8000; ISO/IEC 16949; ISO 13485; ISO/IEC 27001 и др.

2. Разработка и внедрение интегрированных систем менеджмента (ИСМ).

Модель ИСМ – это единая система менеджмента, реализующая стандарты через девять модифицированных критериев TQM: роль руководства в организации работ; планирование в области управления окружающей средой и качества; использование потенциала работников; рациональное использование ресурсов; управление технологическими процессами и операциями выполнения работ; удовлетворенность потребителей; удовлетворенность персонала работой в организации; влияние организации на окружающую природную среду и общество; результаты работы организации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Система менеджмента. Сайт Комитета технического регулирования и метрологии Министерства индустрии и инфраструктурного развития Республики Казахстан [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://memst.miid.gov.kz>

ЭКОЛОГИЯЛЫҚ МӘСЕЛЕЛЕРДІ ШЕШУДІҢ ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ЖӘНЕ ЭКОНОМИКАЛЫҚ БАҒЫТТАРЫН АНЫҚТАУ

Қоғам мен табиғат арасындағы өзара байланыс бүгінгі таңдағы проблемалардың бастысы болып отыр. Қазіргі уақытта табиғатта және экономикалық дамуда экологиялық тепе – теңдікті сақтау міндеттері өзара байланысты. Өйткені, табиғат байлығын аяусыз сарқа пайдаланып, қоршаған ортаны бейберекет ластаумен экономиканың қалыпты дамуын қамтамасыз ету мүмкін емес. Табиғи-ресурстық әлеуеттің шектеулі екендігін және ғаламдық экологиялық апаттың жылжып келе жатқандығын әлем қауымдастығының жете түсінуі нәтижесінде туындаған тұрақты даму идеясы осынау тығырықтан шығудың жолын іздеуге адамзатты мәжбүр етеді.

Қоршаған ортаны сауықтыру ықпал етуде және экономиканың тұрақты дамуына жағдай жасауда табиғатты пайдалануды кешенді және үйлесімді түрде қалыптастыру ісі – әлем елдерінің алдында тұрған маңызды проблема болып табылады. Сондықтан қоғам мен табиғат арасындағы өзара қайшылықтардың кедергісінен өту – өндіріс пен экономиканы экологияландыру болмақ. Осылардың шешімін табу үшін экономика саласындағы мамандардың экономика мен табиғатты пайдалануды ұйымдастыру және экология негіздерінің ауқымындағы білімін талап етеді.

Экономика саласында жаңа экологиялық-экономикалық жобаларды қалыптастыру үшін экономикалық дамуды экологиялау қажет болады. Қоғамның техносферамен және оны қоршаған табиғи ортамен қарым-қатынасына экономиканың барлық құрылымдары мен салалары – өндіріс, бөлу және тұтыну қамтылған. Осыған байланысты экономиканың дамуы адамзат қоғамындағы қажеттіліктің шексіздігі, ал қажеттілікті қанағаттандыратын материалдардың ресурстар шектеулілігі туралы түбірлі жағдайды мойындауымыз керек. Ол жағдай шектеулі ресурстармен қажеттілікті неғұрлым толық қанағаттандыру үшін экономикалық процестерді оңтайландыру, тиімділігін арттыру қажеттілігін туғызады.

Экономиканың табиғат ресурстарымен қамтамасыз етілуі экология заңдылықтарына бағынышты екені ұзақ уақыт мойындалмай келді. Бірақ, соңғы он жылдықтарда өндіргіш күштердің қарқыны өсуіне байланысты бұл тәуелділік айқын сезіле бастады. Бұл мәселені әлеуметтік-экономикалық саланы экологиялау арқылы шешуге болады. Ол үшін:

- экологиялық факторлар мен ресурстарды, оның ішінде қалпына келетіндерін басқа экономикалық категорияларды байлықтың басқа категорияларымен тең қарастыру;
- ресурстарды пайдалану мен өндіріс экономикасын экологиялық шектеулерге және төлем жүйесін кеңейте отырып, табиғатты тепе-теңдік жағдайында пайдалану принципіне бағындыру;
- табиғат қорғау қызметтерін экономикаға тікелей қосу, технологиялық

қайта жарақтау негізінде өндірістің сапалы өсу стратегиясына өтуі.

Қазіргі күнге дейін табиғаттан қанша ресурс алуға болатыны, оған қаншалықты әсер етуге болады және оның салдары қалай болатыны айқындалған жоқ. Біздің экономикамыз ресурс тұтынушы бағытта екені белгілі. Бірақ, ресурс тұтынудың артуы ұлттық табыстың өсуіне шамалас емес. Яғни, мәселе пайдаланған ресурс көлеміне емес, экономикалық құрылымға байланысты. Қазіргі қалыптасқан үрдіспен экономиканың қарқынды дамуына табиғат ресурстары жетпейді. Оның үстіне көптеген ресурстар сарқыла бастады және пайдаланылуы шектелді. Экологиялық мәселелерді талдау және экономиканың ресурс үнемдеуші тұрақты даму жолына түсу үшін жаңа шешімдер қажет екенін талап етуде. Қазіргі нарық жағдайында қанша өнім шығару емес, табиғатқа зиян келтірмей қанша ресурс пайдалануға болады, табиғаттың қалыпты жағдайын өзгертпей қаншалық әсер етуге болады деген мәселені шешу керек. Ол үшін өндірістің алғашқы факторларын соңғы тұтыным өнімімен байланыстыратын мақсатты бағдарламалар керек. Осы өндірістік тізбектің (өндіру, тасымалдау, өндеу, тұтыну) өне бойында ресурс үнемдеу жолдарын, өндірістің тиімділігін арттырудың негізінде ең соңғы өнімді тұтынуды азайтуды ойластыру қажет.

Шешім қабылдаудағы маңызды мәселенің бірі – ҒТП нәтижесінде табиғат ресурстарын қаншалықты жасанды ресурстармен алмастыруға болатындығы. Ондай мүмкіндіктер өте шектеулі, ал кейбір адамға аса маңызды табиғат игіліктерін және экологиялық жүйені ештеңемен алмастыруға болмайды. Мысалы, отын ресурстарын бір-бірімен алмастыруға немесе олардың орнына күннің немесе желдің қуатын пайдалануға болады, ал табиғи ландшафтты, өсімдіктер мен жануарлар әлемін, олардың тұқым қорларын, ішетін суды, демалатын ауаны, өзен қабатын, т.с.с. жасанды заттармен алмастыруға болмайды. Тіпті, жасанды заттардың өзі алғашында табиғаттан алынады.

Қазіргі экономикалық теорияның кемшіліктерінің бірі экологиялық факторларды экономикалық категорияларға қосу, өйткені маркстік саяси экономия экономикалық категорияға адамның еңбек нәтижесін ғана қосты. Шындығында құндылықтар табиғат ресурстары мен экологиялық жағдайлардың қатысуымен құрылған нәтижелер мен шығындар жиынтығы. Жасалуына белгілі түрде табиғи ортаның факторлары мен жағдайы қатыспаған құндылық жоқ.

Экономиканың маңызды көрсеткіші – елімізде өндірілген тауар мен қызметтің бағасы. Бірақ өнімнің әр өлшемін өндіргенде одан 10 еседен артық қалдық шығарылады, ал табиғатты пайдалануда одан бірнеше есе көп. Бұл қалдықтар, табиғи ортаны ластап, тіршілік жағдайын қиындатумен бірге адамдардың игілігін кемітеді. Бірақ, зиян жалпы ұлттық өнімнен шегеріліп алынбайтындықтан халықтың жағдайы өспеді. Әзірге қол жеткізгеніміз ары қарап өндірісті экологиялау, табиғат ресурстарын пайдаланғаны үшін және табиғи ортаны ластағаны үшін төлем белгілеп, табиғат пайдалануды мемлекеттік тұрғыдан реттеу болып отыр.

Экологиялық мәселелерді шешудің ең тиімді экологиялық және экономикалық бағыты – «табиғат – тұтынушы емес» әрекеттер мен салаларды дамыту. Ең бірінші кезекте табиғатқа тікелей байланысты емес экологиялық

мәселелерді шешу нұсқаларын жүзеге асыру керек. Тікелей табиғат қорғау шараларын өндірістің басқа аз қалдықты технологияларын іске асыру мүмкін болмағанда қолдану керек. Жоғарыдағы экономиканы экологиялау бағыттарының ауқымы әр түрлі. Балама нұсқаларды жүзеге асыру – макроэкономикалық және салалық деңгейде мүмкін. Ресурс үнемдеуші, аз қалдықты технология кәсіпорын және аймақ деңгейінде жүзеге асырылады. Тікелей табиғат қорғау шаралары да осы деңгейде қолданылады.

Экологиялық мәселелерді шешудің балама нұсқалары ең бірінші кезекте экономиканың құрылымын өзгерту мүмкіндігіне байланысты.

Қазіргі экологиялық-экономикалық және әлеуметтік талаптар табиғат ресурстарының бар-жоғына қарамастан экологиялық мәселелерді тез де тиімді шешімін қажет етеді.

Экономиканың тұрақты дамуы үшін ұсыныстың үстемділігінен бас тарту керек. Осы уақытқа дейін ұзақ мерзімді экономикалық дамуды анықтаушы жалпы тұтыну емес, жалпы ұсыныс болып келді.

Аса зор масштабта ең көп пайда әкелетін қару-жарақ, есірткілер, алкоголь ішімдіктері, шылым, дәрі-дәрмектер шығарылады. Осыған байланысты егер өндіріске және адамның денсаулығы мен өмірін сақтау талаптарына сай келмейтін болса, ұсыныстың сұраныстан кез келген басымдылығы экологияға қарама-қарсы. Міне, сондықтан да экономиканы экологияландыру жаңа тұтыну талаптары мен экологиялық және медициналық-биологиялық бақылаудағы сұранысты ұсыныспен қатаң түрде үйлестіруден бас тартуды талап етеді. Қоғамды артық тұтынуды тықпалайтын жарнамалардан қорғау керек. Ұсыныстың үстемділігіне адамдардың жоғары тұтыну мәдениетін қарсы қою керек.

Әлеуметтік экологияның ең бір қиын мәселесі – адамдардың еліктеуші тұтынушылығын және тұтыну құрылымын өзгерту. Тұтынудың шексіз өсуін тоқтату қиын, ал тұтынуды шектемей экономиканы экологиялау мүмкін емес бос қиял болып қалады. Мәртебе үшін тұтынуға еліктеушілікті өзгерту өте қиын. Автомобильдердің көбеюі қоршаған ортаға жағымсыз екені белгілі, бірақ автомобил сатып алу көпшілігінде көлікке қажеттіліктен гөрі мәртебе үшін болады.

Қазір автомобильдердің табиғи ортаға зияндылығына қарамастан әлем елдерінің өндіріс потенциалының 20%-ы автомобиль шығаруға жұмсалады. Бір тонналық автомобиль шығару үшін оны қамтамасыз ететін өндірістерде 25 т-ға дейін қатты және сұйық қалдықтар шығарылады. Автомобильді пайдалану үшін жолдар, гараждар жөндеу, май құю инфрақұрылымдары салынып, оларға жер бөлінеді. Үлкен қалалар автомобильдердің түтініне тұншығуда және бұған қоса көлік құралы ретінде жеңіл автомобильдердің экономикалық тиімділігі барлығынан төмен. Жеке тұтынушы үшін ол екінші қатардағы қажеттілік екені сөзсіз. Бірақ, осындай жағымсыз факторларды мойындау тұтынушылардың оны жеке мәртебесі үшін пайдалануын, сұранысын кеміте қоймас. Бұл жерде автомобильді тұтынымнан шығаруға тырысқаннан гөрі оны табиғатқа зияндылығын азайтқан – отынын басқа зиянсыз қуат көздерімен ауыстырған тиімдірек болады. Экологиялық мәселелердің шешімі ретінде экспорт саясатын өзгертуді жатқызуға болады. Қазіргі кезде жағымсыз экологиялық жағдайда

табиғат сыйымдылығы жоғары, қоршаған ортаға зиян келтіруші өнімдерді экспортқа шығару едәуір күшейіп отыр. Мысалы, тропикалық орман ағашқа оталып, экспортқа шығарылады. Дамушы елдердің экспорттық тауарлары - негізінен табиғат ресурстары шикізаты. Қазақстанның да экспорттық потенциалының басым бөлігі – қалпына келмейтін табиғат ресурстары. Экспорттың 45%-ы отын ресурстарын құрайды.

Сыртқа шығарылатын кендерді, концентратты, металды, тыңайтқыштарды және т.б. есептегенде шикізат экспорты 80%-дан асады. Сыртқа шығарылатын шикізат көлемі өзіміздің өндірісте өндеуден өткізуден анағұрлым артық. Сонымен қатар технологиялық өнімдер экспорты 1%-ға жетпейді. Мұндай экспорт құрылымы еліміздің экологиялық жағдайын барған сайын қиындата түседі.

Экспорт құрылымын өзгерту арқылы табиғи ортаға экономиканың әсерін едәуір азайтуға болады. Экспорттан түсетін табыстың едәуір бөлігі халық тұтынатын тауарлар алуға жұмсалады. Ондай импорт қысқармай отыр. Еліміздің қалпына келмейтін табиғат ресурстарын қолдан жасалатын тауарларға айырбастау жүріп жатыр.

Сонымен қатар, елімізде өндірілетін ауыл шаруашылық шикізатының 25%-ға дейінгі шамасы жоғалтылады. Экология тұрғысынан мұндай ысырапқа жол бермеу табиғатқа жүктемені азайтқан болар еді.

Экология талаптарына сәйкес экономиканың әр түрлі салаларын және олардың ішінде күрделі қаржы жұмсау құрылымын жақсарту керек. Нарық механизмдерін қолданып, қаржыны өндіруші салалардан, өндеуші, дайын өнім өндіруші салаларға бұруға болады. Экологиялық тұрғыдан тиімді кәсіпорындар ашып, тиімсіз кәсіпорындарды жабұмен қатар өндіріс бағытын өзгерту де құрылымдық өзгерту шараларына жатады. Экологиялық тиімділігі бойынша брі шаралар жаңа кәсіпорын ашумен бірдей, ал шығындары анағұрлым аз.

Сонымен, экологиялық бағыттағы құрылымдық өзгерістер ресурстарды экономиканың бастапқы секторынан екінші секторына (өндеуші өндіріс, құрылыс, транспорт, байланыс) және одан кейінгі секторларға (қызмет көрсету және білім мен ақылды қажет ететін өндірістерге) ауыстыру болуы керек. Мұндай өндірістерге қазіргі қалыптаса бастаған нарықтық қатынастар, механизмдер мүмкіндік береді. Сонымен қатар, мемлекеттік реттеу және экономикалық ынталандыру маңызды роль атқарады.

Макроэкономикалық шаралар экономикалық және әлеуметтік тиімділіктермен қатар табиғатқа жүктемені азайтуды көздеуі керек. Табиғатты қорғау бағытында салық, төлемдер, қаржыландыру механизмдерін өзгерту оң нәтижелер береді. Мысалы, табиғат пайдаланушы алғашқы салаларға салық шамасын арттырып, кейінгі дайын өнімдер шығарушы салаларда салықты азайту соңғыларын дамытуға ынталандырады.

Қазіргі тарихи кезеңде қоғамның дамуының табиғатпен үйлесімділігі өте өзекті мәселеге айналды. Табиғатпен үйлесімсіз экономиканың өсуі болмайтындығын дамыған елдердің тәжірибесі көрсетіп отыр. Табиғат ресурстарын сарқылтып және қоршаған ортаны ластап ешқандай экономикалық өсу болмайтынына әлемдік қауымдастықтың көзі жетті. Сондықтан табиғатқа және табиғатты пайдалануға жаңа көзқарас қалыптасуы керек.

Табиғи ортаны сауықтыруға және экономиканы тұрақты дамытуға бағытталған кешенді және үйлесімді табиғатты пайдалану жүйесін қалыптастыру біздің еліміз үшін де өте өзекті мәселе. Өйткені бұрынғы кеңестік жүйе біржақты табиғат ресурстарын пайдалану саясатымен және әскери қару-жарақтар сынаумен біздің территориямызда көптеген экологиялық апатты жағдайлар қалдырды.

Қалыптасқан экономикалық жүйеде экономика және табиғатты пайдалану экономикасы тығыз байланыста қарастырылмайды. Болашақ экологиялық жағдайлар және тұрақты даму туралы ой-сана мұндай көзқарасты түбірімен өзгертуді талап етеді.

Экономикада табиғат ресурстарын ұтымды пайдалану және қоршаған ортаны қорғау басты мәселе етіп қойылғанның өзінде табиғатты пайдаланушы салалар және табиғатты қорғау қызметтері жеке қарастырылады. Олар барлық деңгейде біртұтас қарастырылуы тиіс. Өйткені көптеген экологиялық мәселелер бүкіл экономикалық-әлеуметтік қатынастар шеңберінде шешіледі. Қоғамның бүкіл әлеуметтік-экономикалық дамуын, әлеуметтік қатынастарын экономиканың құрылымын, олардың ерекшеліктерін айқындап барып қана экологиялық-экономикалық саясатты анықтауға және жүзеге асыруға болады.

Сондықтан табиғатты пайдалану экономикасын табиғатты қорғау мен табиғат ресурстарын ұтымды пайдалануды қамтитын кең мағынада қолдана отырып және оқулықтың басты мәселесі ретінде алып, соған байланысты әлеуметтік-экономикалық мәселерді қарастырдық. Басты назар экономиканың дамуына біртұтас әлеуметтік-экономикалық және экологиялық көзқарас қалыптастыруға аударылды.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Б. Асқаров «Экология және қоршаған ортаны қорғау» Алматы, 2007ж.
2. Қ.Н. Налмишова «Қазақстан Республикасының экономикалық және әлеуметтік географиясы», Алматы, 2006ж.
3. Е.М.Үпішев, С.Мұқаұлы «Табиғатты пайдалану және қоршаған ортаны қорғау» Алматы, 2006 ж.
4. А. Насанов «Экология және экономика мәселелері» Оңт.Қазақстан, 2006ж.

ECONOMIC MECHANISM OF AN EFFECTIVE AND SUSTAINABLE PUBLIC HEALTH SYSTEM DEVELOPMENT IN KAZAKHSTAN

In the conditions of the rapidly developing scientific and technological progress all over the world, the problems of innovation in all spheres of public life take the leading places. Medicine is one of the most sought-after areas of innovation. The public health reflects the socio-economic situation of the society and it shows the quality of life.

The President of Kazakhstan N. Nazarbayev in his message to the people of Kazakhstan, "Kazakhstan's Way - 2050: Common Goal, Common Interests, Common Future" defined health as a key factor in the state development and also set the basic principle of health care system development as responsibility of the state, the employer and the employee for his own health [1,2].

At the moment, there is "Densaulyk" State Program of Healthcare Development for 2016-2020 in Kazakhstan, which was developed of:

1. Decree of the Republic of Kazakhstan President dated February 1, 2010 N922 "Strategic Development Plan of the Republic of Kazakhstan up to 2020".

2. The message of the Head of State to the people of Kazakhstan dated November 11, 2014 "Nurlyzhol – the way to the future".

3. The National Plan "100 steps to implement five institutional reforms" /

4. The previous state programs of health care reform and development for 2005-2010.

5. "Salamatty Kazakhstan" for 2011-2015.

The main purpose of "Salamatty Kazakhstan" State Healthcare Development Program for 2011-2015 was the introduction of new mechanisms for managing financial flows and the relationship system effectiveness achieving of health care subjects in economical way. The basis was the introduction of the Unified National Health System, which provides patients with free doctor choice, medical organization, competitive environment for the provision of medical services and payment for medical services through the Unified Payer for each patient treated. All implemented activities contributed to improved health targets.

At the same time, the results of "Salamatty Kazakhstan" state program demonstrated the existing shortcomings of the system. First of all, it is a weak level of primary health care (PHC), and inadequate financing system with its growing needs. In OECD countries, the share of private expenditures on medical services is 19.6%; EU - 16.3%. Despite the funding increase and the advanced payment methods introduction, it was only 35.4% of total health care costs for medical services in Kazakhstan in 2014. The level of population spending on medical services excess of 20% and according to WHO. It signs the financial instability of the health system and high risk for the population. Keeping this significant amount of private spending by the GFMC indicates a shortage of funds in the system.

The current state program "Densaulyk" means the industry development to ensure compliance with the level of health care in OECD countries. It is planned to

allocate about 19 697 billion tenge for the entire program [1].

The purpose of "Densaulyk" state program is to ensure the development of an effective and sustainable people's health protecting system as the basis of social well-being and economic prosperity of the state. The main directions of its implementation are:

- 1 Development of public health as the basis of public health;
- 2 Integration of all health services around the needs of the population, based on the modernization and priority development of primary health care;
- 3 Ensuring the quality of medical services;
- 4 Implementation of the National Drug Supply Policy;
- 5 Improving the health system through the introduction of solidarity and increasing its financial sustainability;
- 6 Improving human resource management in the healthcare industry;
- 7 Ensuring the further development of the health infrastructure based on public-private partnerships, innovations and modern information and communication technologies.

Let us dwell on the fifth and seventh directions that are directly related to the economic mechanism of the health care system functioning.

To implement the mechanism of joint financing, a compulsory social health insurance system (OSHI) is provided. Since 2017, the Compulsory Social Health Insurance Fund has been established on the basis of the Single Payer of Services with a multi-channel financing system that ensures the joint responsibility of the state, employers and employees[3].

The purpose of introduction the OSMS is about another pronounced change - the withdrawal of health care funds from the state treasury system. On the one hand, it opens up opportunities for more flexible and effective health services financing, and on the other hand, it increases the responsibility of the participants system for rational use of OSMI funds.

A clear and transparent tariff and contractual policy in relations with providers of various medical services will be the basis for the effective work of the OSMS. A cost monitoring system will be implemented step by step on the basis of informatization of cost accounting and the introduction of electronic case histories, and by 2020 a personalized cost accounting system will be implemented in both outpatient and in-patient organizations. This will significantly improve the transparency and efficiency of the tariff policy based on actual costs.

In order to improve the financial sustainability of health care entities involved in the provision of OSHI services, the tariffs for medical services will gradually include expenses for depreciation, financial services (leasing, debt financing) and, in some cases, capital costs and profitability. This will increase the sector attractiveness for private investment and developing public-private partnership (PPP). Currently, the list of PPPs health care projects includes 109 projects, including 2 republican and 107 local ones.

First of all, health care investment planning and development will be carried out on the basis of stimulating and attracting private investment and developing PPPs.

Government investments will be planned and directed to the health care development in limited spheres using of concessions and PPPs, in economic

feasibility of developing PPPs and in strategically important sectors for the industry development (motherhood, tuberculosis, HIV, etc.).

As part of the implementation of the State Program the national health information system (NISS) development continues in terms of developing uniform standards, technological specifications and characteristics of various information systems in terms of the required system functionality based on close interaction with users.

Along with traditional informatization approaches of production processes in the industry, support will be provided for the innovative ICT introduction, such as remote automated monitoring of the patients health status using mobile computers and devices; creation and development of virtual medical teams for integrated management of complex diseases (for example, online monitoring and management of organ transplant patients). The smart medicine development is becoming the main trend of this industry.

The implementation of the state program is designed for 2016–2020 and consist of Stage I - 2016–2018 and Stage II - 2019–2020.

The second stage provides:

- further improving family practice and strengthening primary health care;
- increasing the medical organizations competitiveness;
- infrastructure development based on public-private partnerships;
- an effective quality management system formation for medical services consisting of three main elements: the state, the professional community and patients;
- health care development in the direction of high-science technologies, genetic, personalized, regenerative and nano-medicine.

The Message of the President of the Republic of Kazakhstan N. Nazarbayev to the people of Kazakhstan dated October 5, 2018 says: The main priority has to be the growth of the Kazakhstan people's welfare. Our well-being depends primarily on the stable income growth and quality of life. At the same time, the medical services quality is an essential component of the social well-being. The first step is to increase the availability of primary health care, especially in rural areas. From January 1, 2019, all clinics and hospitals have to have paperless, digital medical records management. This will allow to form electronic health passports for the entire population, to eliminate queues, bureaucracy, to improve the quality of services by 2020.

At the XVIII Congress of the Nur Otan Party the report February 27, 2019, the head of state allocated an additional 120 billion tenge for the health care development. The head of state noted that medicine in the republic should focus on the prevention and promotion of a healthy lifestyle and expenditures on public health services and primary health care have to increase from 40 to 60% of total funding.

Modernization of the East Kazakhstan region medical services sector is implemented in four main key areas: oncology, circulatory system diseases, motherhood and childhood, traumatology.

The execution plan in the public health field amounted to 11,508.9 million tenge, or 94.1% in 2018. 434.3 million tenge were allocated for the payment of services for the protection of motherhood and childhood, 1,892.1 million tenge for

the purchase of vaccines and immunobiological preparations, 149.4 million tenge for the promotion of a healthy lifestyle, fight against AIDS - 140.6 million tenge, for information and analytical services in the field of health care - 85.7 million tenge, for providing citizens with free or reduced fare for treatment - 48.7 million tenge, for capital expenditures of health care organizations - 5,028.8 million tenge [4].

In 2019, about 4 billion tenge will be allocated to health care in the East Kazakhstan region. There will be branches of the national cardiological center and the center of neurosurgery in Ust-Kamenogorsk and also the branch of the Research Institute of Traumatology and Orthopedics in Semey.

There are some medical institutions that provide high-tech medical care at the expense of the republican budget in the East Kazakhstan region. They are:

- East Kazakhstan Regional Hospital public state enterprise on the right of economic management (PSE on REM), Ust-Kamenogorsk;
- Eye Microsurgery Clinic limited liability company (LLC), Ust-Kamenogorsk;
- Mother and Child Center public state enterprise on the right of economic management (PSE on REM), Ust-Kamenogorsk;
- Municipal hospital #1 public state enterprise on the right of economic management (PSE on REM), Ust-Kamenogorsk;
- Regional oncology health centre public state enterprise on the right of economic management (PSE on REM), Ust-Kamenogorsk.

Thus, health care system development reviews and analysis in Kazakhstan shows that a complex of scientific, technological, financial, economic, organizational, commercial and other innovative activities is being implemented, designed to ensure the effective and sustainable system development.

REFERENCE

1. "Densaulyk" the Republic of Kazakhstan state program of health care development for 2016-2020 // Electronic resource: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/U1600000176>
2. Strategy Kazakhstan-2050// Electronic resource: http://www.akorda.kz/ru/official_documents/strategies_and_programs
3. <https://primeminister.kz/ru/news/all/gosprogramma-densaulik-itogi-2017-goda-16020>
4. The East Kazakhstan Region Strategic Health Management Plan for 2016-2019 // Electronic resource: www.econvk.gov.kz

АНАЛИЗ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье исследуются различные методы оценки экономической эффективности деятельности предприятия. Проводится их сравнительный анализ, выявляются сильные и слабые стороны каждого исследуемого метода.

Эффективность предприятия - это сложная экономическая категория, поэтому следует установить, что следует понимать под данным понятием. На данный момент существует очень много определений эффективности предприятия.

Питер Друкер определил эффективность как, равновесие, между всеми факторами производства обеспечивающее наибольшую отдачу при наименьших усилиях. Схожее определение дали такие ученые как, Роберт Каплан и Дэвид Нортон, указывая, что эффективность – это «относительный эффект, результативность процесса, операции, проекта, определяемые как отношение эффекта, результата к затратам, расходам, обусловившим, обеспечившим его получение» и исследователи А. М. Жемчугова и М. К. Жемчугов: «Эффективность – результативность процесса, операции, проекта, определяемая как отношение эффекта, результата к затратам, обусловившим его получение» [1].

При этом важное положение для теоретического представления об эффективности предприятия содержится в статье И.В. Матяш, предлагающей разграничить внутреннюю и внешнюю эффективность и характеризовать внутреннюю эффективность показателем нормы прибыли (рентабельности капитала), а внешнюю – сравнением нормы прибыли экономики (рыночной ставки процента) и нормы прибыли предприятия или проекта. Исходя из этой классификации, автор говорит о том, что предприятие может быть рентабельным с точки зрения внутренней оценки эффективности в то же время неэффективным для экономики в целом... проект может считаться эффективным с точки зрения окупаемости затрат общественного капитала, если рентабельность активов предприятия (в каждый момент реализации проекта) будет выше рыночной ставки», а иначе такой проект снижает эффективность.

На сегодняшний момент существует множество методов и подходов к определению экономической эффективности предприятия. Наиболее распространённая модель - это традиционная финансовая модель.

Суть этой модели в отстранении от внешнего влияния и оценке экономической эффективности предприятия на основе расчета внутренних показателей деятельности. Основным индикатором рента эффективности в указанной модели является повышение прибыли, достигаемое за счет снижения издержек. Анализ состояния предприятия проводится на основе данных отчетности предыдущих периодов, эффективность будущих периодов поставлена в прямую зависимость от ранее достигаемых результатов.

К преимуществам указанной модели можно отнести несложный алгоритм

вычислений, простоту внедрения и универсальность применения, общеизвестность и доступность информации об алгоритмах вычисления требуемых показателей, разработанность методической базы для анализа, наличие большого числа примеров адаптации данной модели к различным отраслям отечественной экономики.

Из недостатков традиционной финансовой модели хотелось бы отметить ее узконаправленную ориентацию, ограниченную информативность, относительную точность.

Альтернативой традиционной финансовой модели является многочисленные стоимостные модели определения эффективности предприятия, в которых повышение эффективности его деятельности связывается с приростом его стоимости. Автором стоимостных моделей является Джеймс Тобин, который в 1966 г. предложил «теорию выбора портфельных инвестиций» [2].

Автор утверждал, что при наличии альтернативных вариантов вложения средств, следует стремиться к достижению сбалансированности высокорисковых и малорисковых инвестиций в инвестиционном портфеле. Д. Тобин предлагал концепцию «Фактор Q» (коэффициент Тобина), который определяется как отношение рыночной стоимости активов в материально-вещественной форме к затратам на их замещение и применяется для определения эффективности капитальных вложений в предприятие.

С появлением модели связывается также возникновение понятия «стоимостное мышление», которое характеризуется усилиями менеджеров, направленными на максимизацию стоимости предприятия, вычисляемой посредством значений денежного потока с учетом различных внешних факторов (в отличие от традиционной, сфокусированной на анализе внутренних процессов).

На сегодняшний день самой распространенной концепцией в рамках стоимостного мышления является разработанная Д. Стерном и Б. Стюартом концепция экономической добавленной стоимости (EVA), в которой рост эффективности понимается как превышение рентабельности используемого капитала над затратами на его привлечение. В качестве результата внедрения системы управления на основании показателя EVA выделяются так называемые 4М, представляющие собой приоритетные направления использования модели (Measurement-измерение, Management system-система управления, Motivation-мотивация, Mindset- стиль мышления).

Показатель EVA определяется по формуле:

$$EVA = NOPAT - (CC * NOA),$$

где NOPAT-чистая операционная прибыль; CC-стоимость капитала;

NOA-чистый операционный капитал.

Показатель EVA рассчитывается на основе стоимости активов, приближенной к рыночной, путем корректировки данных бухгалтерской отчетности, для чего применяется около 150 поправок [3].

Важно отметить, что увеличение показателя EVA в истекшем периоде

возможно не только за счет повышения эффективности предприятия, но и за счет факторов, способных привести к отрицательным последствиям в будущем. Поскольку на величину показателя EVA оказывают влияние издержки производства, то примером таких факторов может служить попытка экономии на материалах, а следовательно, и на качестве продукции, которая в краткосрочной перспективе приведет к росту показателя EVA, а в долгосрочной – к его снижению по причине потери клиентов и уменьшению выручки от продаж. Кроме того, ориентация лишь на увеличение стоимости приводит к недооценке таких факторов долгосрочного успеха, как знания персонала, уровень использования современных компьютерных технологий и деловая репутация компании.

Поиски возможности соизмерить разнокачественную продукцию и разнокачественный труд каким-либо синтетическим показателем без применения стоимостных категорий привели к разработке различных условных показателей (чистая продукция, добавленная стоимость, нормативная трудоемкость). Основным недостатком существующих в настоящее время расчетных, условных показателей - их слабая научная обоснованность.

Развитие методологии оценки эффективности предприятия, по моему мнению, должно происходить по пути, для которого характерны следующие особенности:

1. не стоит полностью отказываться от традиционных финансовых методов.
2. нецелесообразно одновременно использовать несколько самостоятельных показателей [4].

Среди существующих стоимостных моделей нет такой, которая в полной мере позволяет учитывать всю совокупность факторов внешней и внутренней среды предприятия. Поэтому новые разработки по оцениванию эффективности предприятия, должны быть: гибкими, иметь алгоритм и быть готовыми к изменениям в зависимости от факторов внешней и внутренней среды.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Друкер П. Практика менеджмента. – М.: Вильямс, 2007. – 400 с.
2. Каплан Р., Нортон Д. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. – М.: Олимп-Бизнес, 2008. – 320 с.
3. Жемчугов А. М., Жемчугов М. К. Инновационный подход к сбалансированной системе показателей // Рос. предпринимательство. – 2010. – № 6. Вып. 2.
4. Матяш И. В. Проблемы анализа рыночной системной эффективности предприятий // Изв. АГУ. – 2010. – №2-1(66). – С. 253–262.

СОВРЕМЕННАЯ БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА КАЗАХСТАНА

Современная банковская система Казахстана сложилась в результате различных преобразований, приведенных в рамках банковской реформы, которая проводится в нашей республике с 1987 года. Переходный период, в течение которого сосуществовали старые и новые банковские структуры, оказался сравнительно непродолжительным. В результате в Республике сложилась двухуровневая банковская система, первый уровень которой представляет Национальный банк, а второй или нижний уровень представляют государственные, коммерческие, совместные и иностранные банки.

Национальный банк является главным банком Казахстана и находится в ее собственности. С одной стороны, он является юридическим лицом, осуществляющим определенные гражданско-правовые сделки с коммерческими банками и государством. С другой стороны, он же наделен широкими властными полномочиями по управлению денежно-кредитной системой республики, которые зафиксированы в Законе «О Национальном банке РК».

Основной задачей НБРК является обеспечение внутренней и внешней устойчивости национальной валюты Республики Казахстан, а также разработка и проведение денежно-кредитной политики, регулирование денежного обращения, организация банковских расчетов и валютных отношений, содействие обеспечению стабильности денежной, кредитной и банковской системы, защита интересов кредиторов и вкладчиков банка. НБРК также выступает эмитентом государственных ценных бумаг, участвует в обслуживании внутреннего и внешнего долга РК, гарантом которых является Правительство РК; Национальный банк осуществляет надзор за деятельностью коммерческих банков и организаций, осуществляющих операции по купле, продаже и обмену иностранной валюты и устанавливает пруденциальные нормативы, регулирующие деятельность банков.

Основной целью осуществляемой Национальным банком денежно-кредитной политики является поддержание стабильности национальной валюты, повышение ликвидности банковской системы и обеспечение адекватных условий для развития рынка. В банковской системе Республики Казахстан принадлежит важнейшая роль в достижении макроэкономической стабилизации, созданию условий для осуществления системных преобразований и формирования на этой основе предпосылок для преодоления спада производства и последующего роста инвестиций и производства.

Национальный банк Республики Казахстан использует классические денежно-кредитные инструменты: регулирования объема предоставляемых банком кредитов при финансировании определения официальной ставки рефинансирования установления нормы обязательных резервов, проведение интервенций на валютном рынке и операций как с государственными ценными бумагами так и с ценными бумагами Национальным банком.

С прошлого года активно функционируют межбанковский кредитный

рынок, созданный на базе Казахстанской центральной клиринговой платы. В проводимых торгах на межбанковском рынке участвуют национальный банк для поддержания ликвидности и приемлемого уровня процентных ставок. С 1995 года введена система ломбардного кредитования, при котором кредиты банкам предоставляются под залог государственных ценных бумаг. Кредиты Министерства финансов на покрытие дефицита бюджета предоставляются в объемах утвержденных Законом «О республиканском бюджете». Ставка рефинансирования Национальным банком постоянно поддерживается позитивной в реальном выражении и в полной мере является параметром регулирования спроса на деньги.

Другой важной задачей Национального банка является поддержание ставки на таком уровне, чтобы уровень формируемых с ее учетом депозитных ставок на рынке был несколько выше, чем уровень ставок по валютным депозитам с целью воздействия на степень долларизации экономики. Наблюдается устойчивая тенденция роста вкладов населения и увеличение роста доли вкладов населения в общей денежной массе, что, в свою очередь, позволяет увеличить ресурсы банков, а также возможности кредитования предприятий на микроуровне. Эта положительная тенденция может укрепиться в дальнейшем при непременном условии развитии конкуренции между банками и улучшения привлекательности вкладов, расширение видов и качества банковских услуг.

В Казахстане банки могут создаваться на основе любой формы собственности - частной, коллективной, акционерной, смешанной. Не исключается возможность создания банков, основанных исключительно на государственной форме собственности, которые в соответствии с действующим законодательством могут осуществлять свою деятельность на коммерческой основе.

Если на начальном этапе реформирования кредитной системы коммерческие банки создавались главным образом на паевой основе, то для нынешнего этапа характерно преобразование паевых банков в акционерные и создание новых банков в форме акционерных обществ. Для акционерного общества характерно, что собственником его капитала выступает само общество, т.е. банк. А паевые коммерческие банки собственниками своего капитала не являются, поскольку каждый из пайщиков сохраняет право собственности на свою долю капитала. Паявые коммерческие банки организованы на принципах общества с ограниченной ответственностью, т.е. общества ответственность каждого пайщика ограничена пределами его вклада в общий капитал банка. У банков, функционирующих как акционерное общество, уставный капитал разделен на определенное число акций равной номинальной стоимости, размещаемых среди юридических и физических лиц. Акционеры не вправе требовать от банка возврата этого вклада, что повышает устойчивость и надежность банка и создает для банка прочные основы для управления его ликвидностью. Акции банков открытого типа могут переходить из рук в руки без согласия других акционеров и распространяться в порядке открытой подписки. Подписка на ценные бумаги считается открытой, если список покупателей ценных бумаг не утверждается заранее учредителями или

руководящими органами банка-эмитента, и в результате эти бумаги может приобрести любое лицо. Открытая подписка требует от банка широкой информации о своей деятельности.

Организационное устройство коммерческих банков соответствует общепринятой схеме управления акционерного общества. Высшим органом коммерческого банка является общее собрание акционеров, которое должно проходить не реже одного раза в год. На нем присутствуют представители всех акционеров банка на основании доверенности. Общее собрание правомочно решать вынесенные на его рассмотрение вопросы, если в заседании принимает участие не менее трех четвертей акционеров банка.

Общее руководство деятельностью банка осуществляет совет банка. Состав совета, порядок и сроки выборов его членов определяет общие направления деятельности банка, рассматривает проекты кредитных и других планов банка, утверждает, планы доходов и расходов и прибыли банка, рассматривает вопросы об открытии и закрытии филиалов банка и другие вопросы, связанные с деятельностью банка, его взаимоотношениями с клиентами и перспективами развития. Непосредственно деятельностью коммерческого банка руководит правление. Оно несет ответственность перед общим собранием акционеров и советом банка. Правление состоит из председателя правления (президента), его заместителей (вице-президентов) и других членов.

Заседания правления банка проводятся регулярно. Решения принимаются большинством голосов. При равенстве голосов голос председателя является решающим. Решения правления проводятся в жизнь приказом председателя правления банка. При правлении банка обычно создаются кредитный комитет и ревизионная комиссия. В функции кредитного комитета входят: разработка кредитной политики банка, структуры привлекаемых средств и их размещения; разработка заключений по предоставлению наиболее крупных ссуд (превышающих установленные лимиты); рассмотрение вопросов, связанных с инвестированием, ведением трастовых операций.

В целях оперативного кредитно-расчетного обслуживания предприятий и организаций - клиентов банка, территориально удаленных от места расположения коммерческого банка, он может организовывать филиалы и представительства. При этом вопрос об открытии филиала или представительства коммерческого банка должен быть согласован с Нацбанком по месту открытия филиала или представительства. Филиалами банка считаются обособленные структурные подразделения, расположенные вне места его нахождения и осуществляющие все или часть его функций. Филиал не является юридическим лицом и совершает делегированные ему головным банком операции в пределах, предусмотренных лицензией НБРК. Он заключает договоры и ведет иную хозяйственную деятельность от имени коммерческого банка, его создавшего.

Представительство является обособленным подразделением коммерческого банка, расположенным вне места его нахождения, не обладающим правами юридического лица и не имеющим самостоятельного баланса. Оно создается для обеспечения представительских функций банка,

совершения сделок и иных правовых действий. Представительство не занимается расчетно-кредитным обслуживанием клиентов и не имеет корреспондентского счета. Работа в пределах реально имеющихся ресурсов означает, что коммерческий банк должен обеспечивать не только количественное соответствие между своими ресурсами и кредитными вложениями, но и добиваться соответствия характера банковских активов специфике мобилизованных им ресурсов.

Вторым важнейшим принципом, на котором базируется деятельность коммерческих банков, является экономическая самостоятельность, подразумевающая и экономическую ответственность банка за результаты своей деятельности. Экономическая самостоятельность предполагает свободу распоряжения собственными средствами банка и привлеченными ресурсами, свободный выбор клиентов и вкладчиков, распоряжение доходами банка.

Действующее законодательство предоставляет всем коммерческим банкам экономическую свободу в распоряжении своими фондами и доходами. Прибыль банка, остающаяся в его распоряжении после уплаты налогов, распределяется в соответствии с решением общего собрания акционеров. Оно устанавливает нормы и размеры отчислений в различные фонды банка, а также размеры дивидендов по акциям.

Третий принцип заключается в том, что взаимоотношения коммерческого банка со своими клиентами строятся как обычные рыночные отношения. Предоставляя ссуды, коммерческий банк исходит прежде всего из рыночных критериев прибыльности, риска и ликвидности.

Четвертый принцип работы коммерческого банка заключается в том, что регулирование его деятельности может осуществляться только косвенными экономическими (а не административными) методами. Государство определяет лишь "правила игры" для коммерческих банков, но не может давать им приказов. Одной из важных функций коммерческого банка является посредничество в кредите, которое они осуществляют путем перераспределения денежных средств, временно высвобождающихся в процессе кругооборота фондов предприятий и денежных доходов частных лиц. В результате достигается свободное перемещение финансовых ресурсов в хозяйстве, соответствующее рыночному типу отношений. Значение посреднической функции коммерческих банков для успешного развития рыночной экономики состоит в том, что они своей деятельностью уменьшают степень риска и неопределенности в экономической системе. Вторая важнейшая функция коммерческих банков - стимулирование накоплений в хозяйстве. Коммерческие банки, выступая на финансовом рынке со спросом на кредитные ресурсы, должны не только максимально мобилизовать имеющиеся в хозяйстве сбережения, но и формировать достаточно эффективные стимулы к накоплению средств. Стимулы к накоплению и сбережению денежных средств формируются на основе гибкой депозитной политики коммерческих банков.. Созданию гарантий служит формирование фонда страхования активов банковских учреждений, депозитов в коммерческих банках. Наряду со страхованием депозитов важное значение для вкладчиков имеет доступность информации о деятельности коммерческих банков и о тех гарантиях, которые

они могут дать. Решая вопрос об использовании имеющихся у кредитора средств, он должен иметь достаточную информацию о финансовом состоянии банка, чтобы самому оценить риск будущих вложений. Третья функция банков - посредничество в платежах между отдельными самостоятельными субъектами.

В связи с формированием фондового рынка получает развитие и такая функция банков, как посредничество в операциях с ценными бумагами. Банки имеют право выступать в качестве инвестиционных институтов, которые могут осуществлять деятельность на рынке ценных бумаг в качестве посредника; инвестиционного консультанта; инвестиционной компании и инвестиционного фонда. Выступая в качестве финансового брокера, банки выполняют посреднические функции при купле-продаже ценных бумаг за счет и по поручению клиента на основании договора комиссии или поручения. Как инвестиционный консультант банк оказывает консультационные услуги своим клиентам по поводу выпуска и обращения ценных бумаг. Если банк берет на себя роль инвестиционной компании, то он занимается организацией выпуска ценных бумаг и выдачей гарантий по их размещению в пользу третьего лица; куплей-продажей ценных бумаг от своего имени и за свой счет, в том числе путем котировки ценных бумаг, т.е. объявляя на определенные ценные бумаги "цены продавца" и "цены покупателя", по которым он обязуется их продавать и покупать. Когда банк размещает свои ресурсы в ценные бумаги от своего имени и все риски, связанные с таким размещением, все доходы и убытки от изменения рыночной оценки приобретенных ценных бумаг относятся за счет акционеров банка, то он выступает в качестве инвестиционного фонда.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. О ситуации на финансовом рынке. Банки Казахстана № 4, 2016 г..
2. Сейткасимов Г.С. Макроэкономические проблемы современной экономики Казахстана: Моногр. - Астана: Изд. КазЭУЭФМТ, 2010. – 3580 с.
3. Деловой Казахстан, № 47, 7 декабря 2007 г. - с.4
4. Агентство Республики Казахстан по регулированию и надзору финансового рынка и финансовых организаций (АФН), Пресс -релиз № 210 5. Концепция развития финансового сектора Республики Казахстан до 2050 Утверждена постановлением Правительства Республики Казахстан от 29.08.2014

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ САҚТАНДЫРУ НАРЫҒЫНЫҢ ЖАҒДАЙЫ

Сақтандыру - жеке немесе заңды тұлғалардың сақтандыру жағдайы немесе сақтандыру шартында айқындалған кез-келген басқа да оқиғалар кезіндегі сақтандыру ұйымы сақтандыру төлемі арқылы жүзеге асыратын заңды мүлктік мүдделерін қорғау жөніндегі қатынастар кешені болып табылады [1].

Қазіргі уақытта сақтандырудың маңыздылығы төмендегідей жағдайларға байланысты көбеюде:

1) табиғи апаттардың жиілігі мен ауырлығы және басқа да жағымсыз оқиғалардың объективті түрде өсуіне;

2) ғылыми-техникалық прогресс жаңа тәуекелдерді тудырады - жаңа технологияларды енгізу кезіндегі жарылыстар мен өрттерден бастап, жаңа ақпараттық технологиялармен, генетикамен байланысты тәуекелдерге дейін;

3) экономиканың дамуы шаруашылық байланыстардың күрделенуіне алып келеді, сонымен қатар, жүйе күрделі болған сайын, оның күйінен тепе-теңдікті шығару оңайырақ екені белгілі. Бұдан басқа, экономиканың қаржы нарығы саласында дамуы жаңа кәсіпкерлік тәуекелдердің көпшілігін тудырады;

4) экономикасы дамыған барлық елдер үшін жалпы халықтың қартаю проблемасы болып табылады, ол адамды қорғау қажеттілігін шиеленістіреді (оған қажетті медициналық көмек көрсету және кейін лайықты табысты қамтамасыз ету);

5) өндірістік объектілерді, тұрғын үйлерді, мәдени және тарихи құндылықтарды орналастыру тығыздығы тәуекелдің шоғырлану ықтималдығын күрт арттырады. Бір уақытта бір объект құнының өсуі жүреді (мысалы, басқа күрделі технологиялық құрылыстардың мұнай мұнаралары). Жиынтығында бұл екі құбылыс апатты залал қаупін арттырады;

6) ақырында, қоғамды криминализациялаудың жалпы процесін атап өтпеуге болмайды - мәдениеттен бастап және қылмыстар статистикасымен, сыбайлас жемқорлық фактілерімен және т.б. аяқтауға болады.

Мұндай жағдайларда қоғамды қорғау сақтандырудың көмегінсіз мүмкін емес.

Сақтандыру нарығы - бұл ерекше әлеуметтік-экономикалық орта, экономикалық қатынастардың белгілі бір саласы, онда сатып алу-сату объектісі сақтандыру қорғанысы болып табылады, оған сұраныс пен ұсыныс қалыптасады. Сақтандыру нарығын дамытудың объективті негізі - күтпеген қолайсыз жағдайларда зардап шеккендерге ақшалай көмек көрсету арқылы ұдайы өндіру процесінің үздіксіздігін қамтамасыз ету қажеттілігі.

Сақтандыру нарығының қатысушылары сатушылар, сатып алушылар және делдалдар мен қауымдастықтар болып табылады. Сатушылар санатын сақтандыру және қайта сақтандыру компаниялары құрайды. Сатып алушыларға сақтандыру шартын қандай да бір сатушымен ресімдеуді шешкен жеке және заңды тұлғалар жатады. Сатушылар мен сатып алушылар арасындағы

делдалдар ретінде сақтандыру агенттері мен сақтандыру брокерлері болып шығады.

Сақтандыру ұйымы - уәкілетті органның тиісті лицензиясы негізінде сақтандыру шарттарын жасасу және орындау жөніндегі қызметті жүзеге асыратын заңды тұлға.

Сақтандыру агенті - сақтандыру агенттерінің тізіліміне енгізілген және бір немесе бірнеше сақтандыру ұйымдарының атынан тапсырмасы бойынша сақтандыру шарттарын жасасу жөніндегі делдалдық қызметті жүзеге асыратын жеке немесе заңды тұлға.

Сақтандыру брокері - сақтанушының тапсырмасы бойынша сақтандырушымен сақтандыру шарттарын жасасуға және орындауға байланысты қатынастарда сақтанушының атынан өкілдік ететін немесе өз атынан сақтандыру болмаса, қайта сақтандыру шарттарын жасасуға байланысты қызметтер көрсету жөніндегі делдалдық қызметті, сондай-ақ сақтандыру және қайта сақтандыру мәселелері бойынша консультациялық қызметті жүзеге асыратын заңды тұлға [1].

2019 жылдың 01 қаңтар айындағы жағдай бойынша Қазақстан Республикасының сақтандыру нарығында 28 сақтандыру ұйымы (оның ішінде: 6-сақтандыру өмірі бойынша), 14 сақтандыру брокері мен 56 актуарий, 23 сақтандыру (қайта сақтандыру) ұйымы «Сақтандыру төлемдеріне кепілдік беру қоры» АҚ қатысушылары болып табылады (1-кесте) [3].

1-кесте. Қазақстан Республикасының сақтандыру нарығының құрылымы

Сақтандыру секторының құрылымы	01.01.2018 ж.	01.01.2019 ж.
Сақтандыру ұйымдарының саны	32	28
оның ішінде өмірді сақтандыру бойынша	7	6
Сақтандыру брокерлерінің саны	16	14
Актуарийлердің саны	59	56
«Сақтандыру төлемдеріне кепілдік беру қоры» АҚ-тың қатысушысы болып табылатын сақтандыру (қайта сақтандыру) ұйымдарының саны	22	23
ҚР бейрезиденті сақтандыру ұйымдарының кәсіпкерлерінің саны	3	3

2019 жылдың 01 ақпанындағы жағдай бойынша сақтандыру (қайта сақтандыру) ұйымдарының активтері 1080 млн. теңгені құрады, өткен аймен салыстырғанда (2019 ж. ай басына-1048,5 млн. теңге) 3%-ға, міндеттемелері 609 млн. теңге, ол 4%-ға, ал меншікті капитал жиынтығы 471 млн. теңге, ол 0,6%-ға ұлғайды.

2-кесте. Активтердің, меншікті капиталдың және сақтандыру резервтерінің сақтандыру динамикасы, млрд. теңге

	2012ж.	2013ж.	2014ж.	2015ж.	2016ж.	2017ж.	2018ж.
Активтер	443	523	613	825	862	921	1004
Сақтандыру резервтері	174	238	298	378	416	459	470
Меншікті капитал	240	254	287	404	411	419	468

2-кестенің деректері бойынша активтердің, сақтандыру резервтерінің және меншікті капиталдың өсу үрдісі бар деген қорытынды жасауға болады. Осылайша 2012 жылға қарағанда сақтандыру ұйымдарының активтері 126% - ға, сақтандыру резервтері 170% - ға, ал меншік капиталы 95% - ға өсті.

Қазақстан Ұлттық Банкі "Қазақстан Республикасының кейбір заңнамалық актілеріне сақтандыру және сақтандыру қызметі, бағалы қағаздар нарығы мәселелері бойынша өзгерістер мен толықтырулар енгізу туралы" 2018 жылғы 2 шілдедегі № 166-VI Қазақстан Республикасының Заңымен онлайн-сақтандыруға және электрондық нысандағы сақтандыру полисінің заңдылығын бекітуге қатысты заңнамалық түзетулер енгізілгенін хабарлады.

2019 жылғы 1 қаңтарынан бастап сақтандыру ұйымдарының клиенттері интернет-ресурстарды пайдаланып, электронды нысанда сақтандыру шарттарын жасап, электронды нысанда сақтандыру полистерін ресімдеу жүре бастады. Бұл соңғы жылдардағы сақтандыру нарығындағы ең ауқымды технологиялық өзгеріс.

Онлайндық сақтандыру - клиенттердің ыңғайлылығы және онлайн-қызмет көрсету үшін Қазақстан Ұлттық Банкінің талаптары мен талаптары бойынша Сақтандырушы жасаған делдалсыз қосымша сату арнасы.

Онлайндық сақтандыру сақтандырудың жеткілікті консервативті нарығын таратуға, мүмкіндіктерді кеңейтуге және қоғам мен бизнестің сақтандыру қызметіне қол жетімділігін арттыруға бағытталған.

Онлайн-сақтандыруды енгізумен міндетті сақтандыру шарттары бойынша қағаз полистер айналыстан шығарылады. Енді автокөлік иелеріне әкімшілік полиция қызметкерлеріне сақтандыру полистерін көрсетудің қажеті жоқ, себебі сақтандыру шартын жасау дерегі сақтандыру жөніндегі деректердің бірыңғай қорына сұрату жіберу арқылы тексерілетін болады. Ол халық және бизнес үшін сақтандыру құнын азайтады, офиске бармастан немесе делдалдардың қатысуынсыз сақтандыру компанияларының интернет-ресурстары арқылы тікелей шарт жасауға, сондай-ақ сақтандыру төлемдерін алуды тездетуге мүмкіндік береді.

Сонымен қатар, барлық мүдделі тұлғалар электронды нысандағы заңды сақтандыру полисінің болуын «Мемлекеттік кредиттік бюро» АҚ-ның ресми интернет-ресурсында тәулік бойғы режимде тексере алады.

Осылайша, онлайн-сақтандыру сақтандыру компаниясының бланкісінде қағаз сақтандыру полисінің болмауын білдіреді, ресімделген сақтандыру

полистері бойынша барлық ақпарат сақтандыру компаниясының ақпараттық жүйесінде және бірыңғай деректер базасында болады. Бұл, мысалы, автокөлік құралдарының жүргізушілеріне жол полициясы қызметкерлеріне ұсыну үшін басып шығарылған сақтандыру полисін өзімен бірге алып жүруге мүмкіндік береді, өйткені барлық ақпарат сақтандырудың бірыңғай деректер базасы арқылы тексерілуі мүмкін.

Онлайн-сақтандыруды іске қосқаннан кейін алғашқы айда сақтандыру компаниялары автокөлік иелері міндетті сақтандырудың 300 мыңнан астам электрондық полистерін іске асырды.

Қаңтар айында жасалған барлық КҚИ АҚЖМС шарттары бойынша сақтандыру сыйлықақыларын жинау 3,8 млрд теңгені құрады. Осылайша Қазақстан бойынша полистің орташа құны 12,8 мың теңгені құрады.

Онлайн-режимде КҚИ АҚЖМС шартын жасасу сақтанушыға сақтандыру компаниясынан полис құнының 10% - на дейін жеңілдік алуға мүмкіндік береді. Сақтандыру агентіне немесе сақтандыру компаниясының менеджеріне өтініш жасаған жағдайда полис Жеңілдіктерсіз сатылады.

Қазіргі уақытта КҚИ АҚЖМС онлайн полисі бар сақтандыру компаниялары: Евразия, Halyk-Казахинстрах, Виктория, Қазақмыс, Nomad Insurance, Kommesk, Центрас Иншуранс, Kaspi Сақтандыру, НСК, Amanat, Interteach, Цесна Гарант, Лондон-Алматы, Freedom Finance Insurance, АСКО.

Қазақстанда сақтандыру жүйесін одан әрі дамыту үшін мемлекеттік және өңірлік деңгейде сақтандыру қызметтері нарығын жандандырудың тиімді әкімшілік және экономикалық әдістері қажет.

Олар бір жағынан, халықтың, шаруашылық жүргізуші субъектілер мен мемлекеттің мүдделерін қорғаудың қаржылық құралы ретінде сақтандыруды бюджет жүктемесін төмендетіп пайдалануға және екінші жағынан сақтандыру компанияларының қаражаты сақтандыру қорғанысын ұсыну үшін сақтанушылардың ақша ресурстарын шоғырландыратын тиімді қаржы институттары ретінде тартуға мүмкіндік береді.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР

1. Закон Респубоики Казахстан от 18 декабря 2000 года №126-ІІ «О страховой деятельности».
2. Баймагамбетова З.А. Страхование: учебное пособие. – Астана: КазГАТУ
3. Официальный сайт Национального Банка РК
<https://www.nationalbank.kz/>
4. А.Ибраева Шоғырлану 2.0: Сақтандыру компанияларының 2018 жыл ІІІ тоқсанындағы рэнкингі: <https://kursiv.kz/>
5. За январь в Казахстане приобретено 300 тыс.электронных полисов автострахования <https://allinsurance.kz>

ЭЛЕКТРОНДЫ АҚШАЛАР ЖӘНЕ ОЛАРДЫ БУХГАЛТЕРЛІК ЕСЕПКЕ АЛУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Ақпараттық технологиялардың кең таралуы, Дүниежүзілік Интернет байланыс желісін мен оның мүмкіндіктерінің дамуы, одан туындайтын бизнестің жаңа түрлерінің пайда болуына себепші болды.

Интернет желісінің қазақстандық сегментінде көбінесе, оның қалған бөлігі туралы айтпағанда, фирмалардың электрондық беттері пайда болады, онда компанияның қызметі, ол өткізетін өнімдер және/немесе көрсетілетін қызметтері туралы түсінік алуға ғана емес, өкілдердің байланыс деректерін анықтауға, сондай - ақ нақты уақыт режимінде (онлайн) ұнаған затты сатып алуға тапсырыс беруге болады.

«Қазақстан Республикасының Ұлттық Банкі туралы» 1995 жылғы 30 наурыздағы Қазақстан Республикасының Заңына сәйкес және «Қазақстан Республикасының кейбір заңнамалық актілеріне электрондық ақша мәселелері бойынша өзгеріс пен толықтырулар енгізу туралы» Қазақстан Республикасының 2011 жылғы 21 шілдедегі Заңын іске асыру мақсатында Қазақстан Республикасы Ұлттық Банкінің Басқарма қаулысы бойынша Қазақстан Республикасының аумағында электрондық ақшаны шығару, пайдалану және өтеу ережесі, сондай-ақ электрондық ақша эмитенттеріне және электрондық ақша жүйелеріне қойылатын талаптары бекітілген.

Электрондық ақша – электрондық түрде ұсынылатын және айналыста жүретін төлем қаражаты. Электрондық ақшаның айналымы есеп айырысуға қатысушы тараптардың құпиялығына кепілдік береді: сатушы мен сатып алушы, банкілер мен олардың клиенттері арасындағы ақпаратты кодтау және оны автоматтық өңдеу құралдарын қолдана отырып, компьютерлік желі, байланыс жүйелері арқылы қолма-қол ақшасыз есеп айырысу жүзеге асырылады.

Электрондық ақша әдетте екі түрге бөлінеді: смарт-карта негізінде (ағылш. card-based) және желі базасында (ағылш. network-based). Әрине, «карталар негізінде» - бұл шартты белгі, картаның рөлін ақпаратты сақтауға арналған құралы бар кез келген зат орындай алады.

Электрондық ақшаның негізгі артықшылықтары:

- 1) банкноттарды басып шығару қажеттілігі жоқ, банкноттарды қолдан жасау мүмкіндігі жоқ;
- 2) сандық кеңістікте таза таралуына байланысты тозу жоқ;
- 3) ақшаны сақтау үшін сейфтер қажет емес және физикалық салмағы жоқ, бұл үлкен көлемді беру немесе тасымалдау кезінде маңызды;
- 4) қолмен қайта есептеу және есеп жүргізу қажеттілігі жоқ.

Электрондық ақшаның негізгі кемшіліктері:

- 1) тиісті техникалық инфрақұрылым мен криптографиялық қорғау құралдарының болуы қажеттілігі;
- 2) электрондық ақша саласындағы заңнама юрисдикцияға байланысты өте өзгеше болуы мүмкін, сондай-ақ жетілмеген болуы мүмкін;

3) жүйенің ерекшелігіне байланысты ақша олардың бір иесінен екіншісіне жіберілмейді;

4) теориялық хакерлік шабуылдар жүйені тұрақсыздандыруы немесе электрондық ақшаны ұрлауы мүмкін.

Электрондық ақшаның операцияларын қолдану үшін электрондық әмиян қолданылады. Электрондық әмиян - микропроцессор (чип), дербес компьютерді бағдарламалық қамтамасыз етуі, электрондық ақша сақталатын және/немесе оған қол жеткізуді қамтамасыз ететін өзге бағдарламалық техникалық құрал. Электрондық әмиянды ұсынатын ұйым - электрондық ақша эмитенті, сатып алушы мен сатушы арасындағы делдал болып табылады. Интернет желісінде «электрондық ақша» арқылы төлем жасаған кезде эмитент электрондық төлем бірліктерінің мәлімделген санын сатып алушының әмиянынан сатушының әмиянына аударады, бұл ретте төлем бірліктерінің бір бөлігін жүргізілген транзакция үшін эмитентке сыйақы ретінде ұсталынып қалады.

Электрондық ақшаны пайдалана отырып төлемді жүзеге асырғаннан кейін оның иесіне - жеке тұлғаға электрондық хабарлама не қағаз тасымалдауыштағы электрондық ақшаны пайдалана отырып операцияларды жүзеге асыру фактісін растайтын сауда чегі беріледі.

Сауда чегінде мынадай деректемелер болады:

- 1) төлем сомасы;
- 2) төлемді жасау уақыты мен күні;
- 3) чектің реттік нөмірі;
- 4) жеке кәсіпкердің немесе заңды тұлғаның атауы (коды) және ЖСН, БСН;
- 5) транзакция коды немесе төлемді электрондық жүйеде сәйкестендіретін басқа код;

6) электрондық ақша иесі-жеке тұлға әмиянының сәйкестендіруші коды. Сауда чегінде қосымша деректемелер болуы мүмкін.

2016 жылы қазақстандық эмитенттермен Қазақстанның аумағында электрондық ақшаны пайдалана отырып 154,2 млрд. теңге сомаға 43,3 млн. транзакция көлемінде транзакция өткізді (2015 жылмен салыстырғанда операциялар саны 2,7 есе ал соммасы 3,5 есе өсті).

2016 жылы электрондық ақша арқылы жеке кәсіпкерлер мен заңды тұлғалардың пайдасына жүргізілген төлемдер 130,4 млрд. теңгені құрады (2015 жылдың осы кезеңімен салыстырғанда 3,4 есе өсті).

2016 жылдың 1 қаңтарында операцияларды жүзеге асыру мүмкін электрондық әмияндар саны 2 943 477 әмиянды құраса, 2017 жылдың 1 қаңтарында ол көрсеткіш 5 913 356 әмиянды құрады, яғни орташа алғанда әрбір қазақстандыққа 0,3 электрондық әмиян келіп отыр.

Сонымен қатар 2016 жылы 129,7 млрд. теңге көлемінде электрондық ақша шығарылды. 2017 жылдың 1 қаңтарында айналыстарға ақша соммасы 3,3 млрд. теңгені құрады.

1-ші кестеде 2019 жылдың 11 ақпандағы жағдайы бойынша Қазақстанның электрондық ақша жүйесі келтірілген.

Кесте 1

2019 жылдың 11 ақпандағы жағдайы бойынша Қазақстанның электрондық ақша жүйесі

№	Электрондық ақша жүйесі	Эмитент	Электрондық ақша жүйесінің операторы
1	2	3	4
1.	«E-KZT»	«AsiaCredit Bank» АҚ «Хоум Кредит Банк» АҚ ЕБ	«Қазақстан Республикасы Ұлттық Банкінің Қазақстан банкаралық есеп айырысу орталығы» РМК
2.	«Woorpay»	«Евразийский банк» АҚ «Қазақстанның Халық Банкі» АҚ «Capital Bank Kazakhstan» АҚ «Хоум Кредит Банк» АҚ ЕБ «Альфа-Банк» ЕБ АҚ	«Woorpay» ЖШС
3.	«QIWI кошелек»	«AsiaCredit Bank» АҚ «Қазақстанның Халық Банкі» АҚ «Альфа-Банк» АҚ ЕБ	«QIWI Kazakhstan» ЖШС
4.	«Личная Касса»	«Цеснабанк» АҚ	«Личная Касса» ЖШС
5.	«Paypoint»	«Хоум Кредит Банк» АҚ ЕБ «AsiaCredit Bank» АҚ	«PayPoint» ЖШС
6.	«Dar»	«ForteBank» АҚ	«Dar ecosystem» ЖШС
7.	«Номерpay»	«Хоум Кредит Банк» АҚ ЕБ	«Интернет төлемдер орталығы» ЖШС
8.	«Халық»	«Қазақстанның Халық Банкі» АҚ	«Қазақстанның Халық Банкі» АҚ
9.	«AllPay»	«AsiaCredit Bank» АҚ	«Allpay (Олпэй)» ЖШС
10.	«Kaspi Bank»	«Kaspi Bank» АҚ	«Kaspi Bank» АҚ
11.	«MyBonus»	«AsiaCredit Bank» АҚ	«Smart Pay» ЖШС
12.	«Homebank Wallet»	«Қазақстанның Халық Банкі» АҚ	«Қазақстанның Халық Банкі» АҚ
13.	«TengriWallet»	«Tengri Bank» АҚ	«Tengri Bank» АҚ
14.	«Wallet One»	«AsiaCredit Bank» АҚ	«W1 Kazakhstan» ЖШС
15.	«Казпочта»	«Казпочта» АҚ	«Казпочта» АҚ
16.	«РПС»	«AsiaCredit Bank» АҚ	«RPS Asia» ЖШС
17.	«Indigo24»	«AsiaCredit Bank» АҚ	«INDIGO24» ЖШС
18.	«Пейтех»	«AsiaCredit Bank» АҚ	«Пейтех» ЖШС
19.	«Senim»	«AsiaCredit Bank» АҚ	«Senim» ЖШС
20.	«КАЗЕВРОМОБ АЙЛ»	«ForteBank» АҚ	«КАЗЕВРОМОБАЙЛ» ЖШС

Прогресс орнында тұрмайды және 2019 жылдың 1 қаңтарынан бастап Қазақстандағы шоттардың типтік жоспарында 1000 бөлімінде 1070 жаңа шот пайда болды, ол «Электрондық ақшаны есепке алу» деп аталады және электрондық ақшаның болуы мен қозғалысын есепке алу үшін пайдаланылады. Қазір электронды ақшаны бухгалтерия бойынша есепке алуға болады. Бұған дейін олар бухгалтерияда есепке алынбады, бірақ оларды компанияның ағымдағы шотына аударуын және нақты ақшаны есепке алуды күту қажет болды. Немесе ішкі есеп саясаттарына сәйкес олардың жазбаларын сақтауға

арналған бөлек субшот жасау керек болды. 2-ші кестеде 1070 «Электрондық ақшаны есепке алу» шоты бойынша жасалатын шоттар корреспонденциясы келтірілген

Кесте 2

1070 «Электрондық ақшаны есепке алу» шоты бойынша жасалатын шоттар корреспонденциясы

N p/н	Операцияның мазмұны	Дебет	Кредит
1	Электрондық төлем жүйесіне ағымдағы банктік шоттан ақша қаражаты енгізілді	1070	1030
2	Сатып алушының (жеке тұлғаның) электрондық ақшасымен алынған төлем	1070	1210
3	Электрондық төлем жүйесінен ағымдағы банк шотына ақша аудару	1030	1070
4	Ағымдағы банктік шотқа ақша қаражатын алуға міндеттенеді	3390	1070

Электрондық ақша - бұл ақшаны пайдалану көлемін кеңейтуге мүмкіндік беретін өте икемді құрал. Олардың көмегі арқылы досқа (және қашықтыққа) ақшаны аудару оңай, сондай-ақ күнделікті «электронды емес» өмірде, Интернетте сатып алу үшін төлеуге немесе сол жерде өз бизнесіңізді орнатуға болады.

Алайда, бұл жолда көптеген проблемалар бар. Олардың негізгілері – заңды (мысалы, байланысты салықтарды) және проблемалар кезінде алаяқтық электрондық төлемдер. Бұл проблемаларды шешу міндетті түрде қажет, өйткені болашақ – сипатталған технологияларға-әлемдік ғылымның озық жетістіктеріне байланысты.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР

6. Закон Республики Казахстан от 31 августа 1995 года № 2444 «О банках и банковской деятельности в Республике Казахстан» (с [изменениями и дополнениями](#) по состоянию на 21.01.2019 г.)

7. <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/V1100007241>

8. <https://www.zakon.kz/>

9. <https://kk.wikipedia.org/wiki/>

10. Андреев А.Ф. Электронные деньги: интернет-платежи / А.Ф. Андреев, В.А. кузнецов, А.В. Шамраев, В.Г. Мартынов -М.:маркет ДС Корпорейшн, 2010.

ҚАЗАҚСТАН ЭКОНОМИКАСЫНА ТІКЕЛЕЙ ИНВЕСТИЦИЯЛАР

Елбасымыз Н.Ә.Назарбаев “Қазақстан-2050” стратегиялық бағдарламасында ұзақ мерзімді дамуымыздың жеті басымдығын көрсетіп берді. Осы басымдықтардың алғашқысы инвестициялық ахуалды жақсарту болатын. Еліміздің экономикасын өрістететін халықтың тұрмыс деңгейі мен әл-ауқатын арттыру үшін тартымды инвестициялық ахуал қалыптастыру басты міндет болып табылады [1].

Бүгінгі таңда Қазақстан Республикасы экономикасының дамуы негізінен инвестицияның көп мөлшерде тартылуына тікелей байланысты. Өйткені еліміз өндірісінің жалпы деңгейі мен оның даму болашағының деңгейі қазіргі өндіріс ауқымынан 10 есеге артық болып табылады. Бұл шамаға жету үшін шетелдік инвестицияларды тартумен қатар, отандық инвестицияның да үлесінің артуын басты орынға қойып, ұлттық инвесторлардың, яғни корпорациялардың инвестициялық саясатын өндірістің өнеркәсіп және өңдеуші саласына сонымен қатар баламалы энергия көздерін өндіруге тартуына ынталандыруымыз керек.

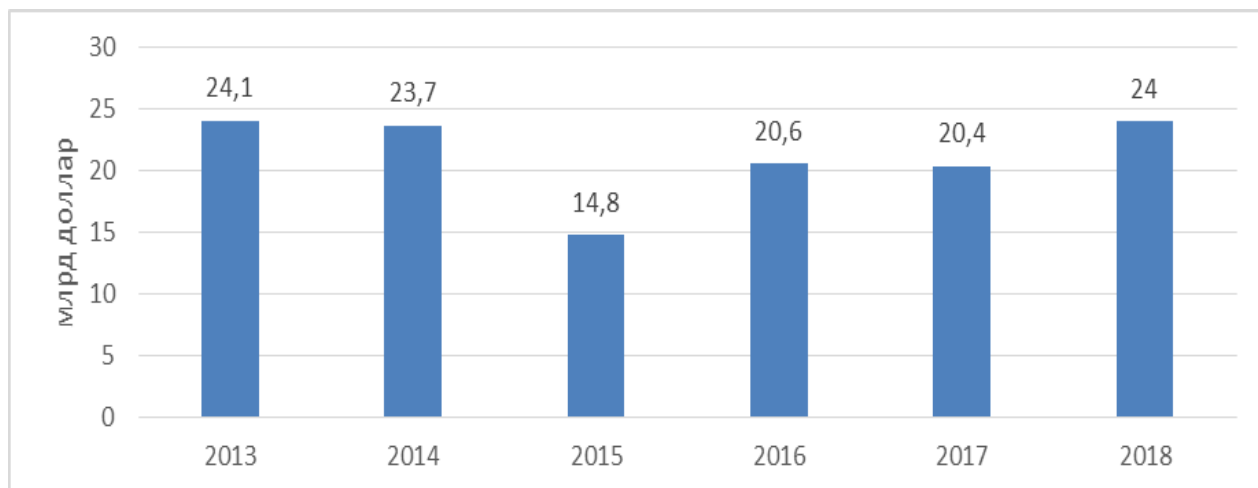
Дамудың қазіргі кезеңінде Қазақстан Республикасының инвестициялық саясатының мақсаты – бәсекеге қабілетті, жоғары технологиялық, ғылым тұтынушылық өндірістердің дамуына бағытталатын сыртқы инвестициялар ағымының жоғары деңгейіне жету болып табылады.

Қазіргі кезде мемлекеттің алдында тұрған маңызды міндеттердің бірі экологиялық, әлеуметтік, саяси, экономикалық жаһандану және дағдарыс жағдайындағы елдің экономикалық дамуының тұрақтылығын қамтамасыз ету болып табылады. Ел экономикасының стратегиялық мақсаттары мемлекеттімізге шетелдік инвестицияларды тартуға, интеграциялану қажеттілігі жаһандық экономикада модельдерді әзірлеуге қажеттілікті өсірді.

Қазақстан минералды ресурстарға, ауыл шаруашылығына қолайлы жерлерге, білікті кадрларға бай. Елде айтарлықтай өнеркәсіптік әлеуеті бар. Бірақ табиғи және еңбек ресурстарын одан әрі тиімді пайдалану үшін ірі капитал қажет.

ҚР-ның инвестициялық саясатын талдау арқылы мемлекеттің басты мақсаты болып, елдегі қолайлы инвестициялық ахуалды одан әрі қолжеткізу және экономикаға тікелей шетелдік инвестицияларды тарту болып табылатынын айта кеткен жөн. Қазақстан бүгінде ТМД елдер арасында жан басына шаққандағы тартылған шетелдік инвестициялардың көлемі бойынша жетекші орынға ие [3].

1 суреттен 2015 жылдары, яғни қаржы дағдарысы кезінде, әлемдік тікелей шетелдік инвестиция ағынының екі есеге дейін төмендегенін және Қазақстан, керісінше, олардың кірістерін күрт ұлғайтқанын көруге болады.



Сурет 1. ТШИ жалпы ағынының жалпы құрылымы

Мысалы: 2011 жылы инвестицияға байланысты заң жүйесіне бірнеше өзгертулер енгізу нәтижесінде инвесторларға қолайлы жағдайлар туындап 2013 жылы ТШИ ауқымы өскен.

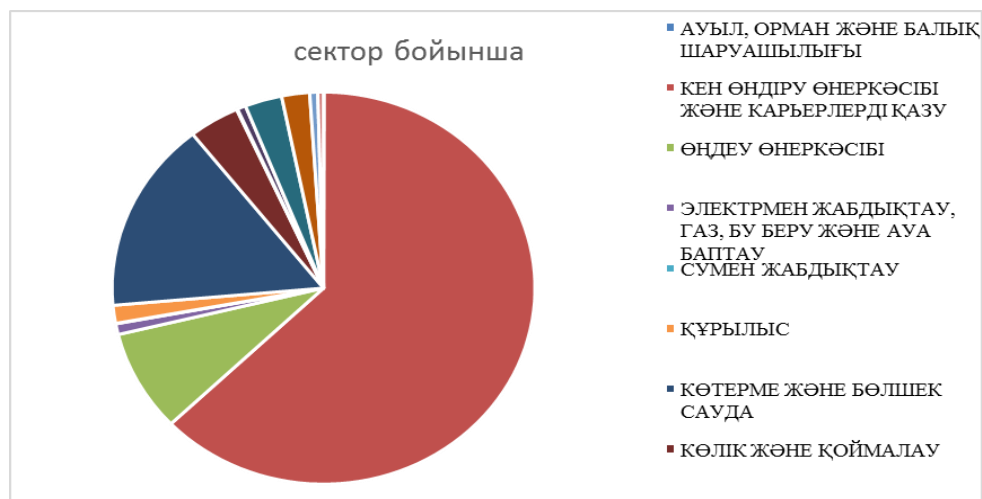
Кесте 1- Инвестиция тартылған елдер

Ел	2015		2016		2017		2018	
	млн. доллар	%	млн. доллар	%	млн. доллар	%	млн. доллар	%
Жалпы	14870	100	20646	100	20489	100	24339	100
Нидерланды	5701,1	38	7965,1	38,5	6088,5	29	7748,7	32
АҚШ	2772,2	18	3435,5	16	3710,7	18	5946,5	24
Қытай	838,4	5	974,7	4,5	1082,7	5	2153,8	9
Франция	963,6	6	1149,0	5,5	802,8	3,9	811,9	3
Ресей	527,7	3,5	867,4	4	1218,9	5,9	1578,7	6,4
Ұлыбритания	372,2	2,5	684,8	3	508,1	2,5	554,0	2,3
Германия	319,1	2	249,8	1,2	346,9	1,7	283,1	1,2
Жапония	391,8	2,6	476,1	2,3	357,3	1,7	354,1	1,5

Ал 2015 жылы дағдарыстан кейін инвестицияның жоғарылауына Қашаған мұнай кен орнының ашылу айтарлықтай себебін тигізді. «Шетелдік тікелей инвестициялардың 2016 жылғы ағыны Қазақстан төлем балансын қаржыландырудың негізгі қаржы көзі болды», – деп түсіндірді ҚРҰБ-да.

Өткен жылы елдердің тікелей шетелдік инвестициялардың жалпы ағыны құрылымында Нидерланды (жалпы ТШИ түсуі 32 %) көш бастап тұр, одан кейін АҚШ (24), Қытай (9), Ресей (6,4), Франция (3), Ұлыбритания (2,3), Жапония (1,5) және Германия (1,2) (1- кесте). Қазақстан экономикасына инвестицияны 120-дан астам ел құяды [4].

Инвестицияның сектор бойынша бөлінісі.



Сурет 2. Инвестицияның сектор бойынша бөлінісі.

Инвестиция ағыны динамикасынан әртараптандырудың болмағанын көруге болады. Қазақстанның салалық құрылымын талдауда 100 ірі инвестор-компаниялардың көпшілігі әлі күнге дейін мұнай-газ секторында жұмыс істейтінін көрсетеді. Қазақстан экономикасының нақты секторларына қарағанда отын-энергетикалық пен минералдық шикізат секторларына инвесторлардың белсенділігі әлдеқайда жоғары.

Атап айтқанда, 2018 жылдары \$ 24337,633 млрд тікелей шетелдік инвестиция тартылды. \$ 12786,2 млрд (63%) — кен өндіру өнеркәсібі және карьерлерді қазу жұмыстарын жүргізу үшін бағытталған. Саудаға шетелдік корпорациялар — \$ 3213,9 млрд (16%) инвестиция салды. Одан кейін өңдеуші салаға \$ 1702,1 млрд (8%), тасмалдау мен қоймалауға — \$ 788,6 млрд (4%), ғылымға \$ 436,3 млрд (2%), құрылысқа — \$ 301,8 млрд (1,8%), қаржылық қызметке — \$ 576,6 млрд (3%) инвестиция салынды. Экономикалық қызметтің басқа да түрлеріне тікелей шетелдік инвестициялардың тек 0,5% тиесілі (2-сурет).

Өңірлер бойынша тікелей инвестициялар көлемі.

Капитал салымының әр түрлі бөлінуі аймақтардың экономикалық даму деңгейіндегі үйлеспеушілікті ұлғайтады.

Өткен жылы Қазақстан Республикасының 8 өңірі ТШИ көлемінің ұлғайуына қол жеткізді. Атырау облысы әдеттегідей инвестиция көлемін елеулі түрде 23,7% арттырған. Инвестиция тарту бойынша екінші орын Алматы қаласының еншісінде. Яғни 17,6% көбейген. Үшінші орында Шығыс Қазақстан облысы, ТШИ көлемі айтарлықтай өскен 6,8%. Осы аймақтарда 80 % астам кәсіпорындарында шетелдік инвесторлардың үлесі бар. Қалған аумақтарда да өзгерістерді байқауға болады. Ал Солтүстік Қазақстан облысы бұл көрсеткіш бойынша регресс көрсеткен, яғни 17% төмендеп кеткен.

Инвестиция тарту бойынша Қазақстан ТМД елдері расында көш бастап тұр. Осы көшбасшылықты сақтап қалу үшін үкмет екі бағытта жұмыс жасауда. Біріншіден, Дүниежүзілік банк ұсынысының негізінде «Инвестициялар тарту

және ұстап қалу бойынша ұлттық стратегия» жобасын әзірледі, екіншіден, Kazakh Invest ұлттық компаниясын құрды. Сонымен қатар “Астана” халықаралық қаржы орталығында инвесторларға барлық қолайлы жағдайлар қарастырылған. Бұл жерде шетелдік сот өкілдері еркін түрде шетелдік инвесторлардың құқығын қорғайды және АХҚО қатысушылары 2065 жылға дейін салықтан босатылуына рұқсат беріледі [5].

Қорытындылай келе, инвестиция экономикалық дамудың негізгі ретсурстары болып табылады. Инвестицияның экономикалық маңызы негізінен инвестиция арқылы экономикалық салалардағы қаржылар бос саладан қаржыға немесе капиталға мұқтаж болып отырған салаларға қаржы аударымдарын қамтамасыз етеді және соның негізінде экономика тиімді дамуға бет алады. Әлемдік экономикадағы Қазақстанның интеграциялық қозғалысы жыл өткен сайын артып келеді. Алдағы жылдары шетелдік тікелей инвестициялардың құрылымын өзгерту процесінде мемлекеттің рөлі шешуші, сондықтан үкіметпен енгізілген жаңа құралдар «шикізаттық емес» инвесторларды тарту болып табылады. Дұрыс бағыттағы жұмыстар қарқынды түрде жүріп жатыр, шет елдерде біздің ресми делегациялардың өндірістік секторда жаңа меморандумдар мен келісімдер жүзеге асырылған. Соңғы Халықаралық даму институты мен KPMG бірлесіп дайындалған Change Readiness Index 2017 рейтингіне сәйкес, Қытай, Малайзия, Индонезия және Италия елдерінен кейін Қазақстан 130 елдің ішінде 42-ші орынға ие болды. Бұл рейтингте мемлекеттің әлемдік экономиканың тез өзгертін жағдайларына бейімделу қабілеті бағаланады, біз айтарлықтай Мексика, Тайланд, Үндістан, Бразилия, Түркия және Оңтүстік Африка елдерін арта қалдырдық. Ал ТМД біздің көршілес елдерін айтсақ, Украина 95 орында, Ресей тек 72-ші орынға ілікті.

Соңғы екі жылда дамушы елдер одан әрі тікелей шетелдік инвестицияларды алушы ретінде өз инвестицияларын арттырды, Қазақстанның басты тенденциясы ТШИ саласында сыртқы инвесторларды тарту болып табылады. Біз тек шикізат көзі болып қала бермей, инвестицияның өңдеуші сала мен баламалы энергия көздерін өндіруге тартылуын қадағалап, сол жағына бейімделуді басты мақсат етіп бекіту қажет.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР

1 Стратегия «Казахстан – 2050»: новый политический курс состоявшегося государства. Послание Президента Республики Казахстан

2 «Эк. Мем. Рет. өзекті мәселелері » Ихданов, Орманбеков: Алматы-2002, 142бет.

3 Национальный инвестиционный веб-сайт. — <http://invest.gov.kz>

4 Официальный сайт Национального банка Республики Казахстан. — <https://nationalbank.kz>

5 <http://finprom.kz>

ҚҰРЫЛЫСТАҒЫ САПАНЫ БАСҚАРУ ЖҮЙЕСІ: ӨЗЕКТІ МӘСЕЛЕЛЕР

Сапа менеджментінің жүйесі – әлем мойындаған және кез-келген ұйымды басқару құрудың тиімді құралы. Бүгінгі таңда Сапа менеджменті жүйесін ИСО 9000:2000 сериялы халықаралық стандарттар талабына сәйкестендіріп жасау және сертификаттау бойынша жұмыстар жүргізілуде.

Құрылыс сапасы - бұл табиғи орындалған ғимараттың және жабдықтардың және олардың бөлшектерінің жобалау шешімдерімен және нормативтерге сәйкес келуі болып табылады. Құрылыс сапасына қазіргі заманғы сатыда бірінші дәрежелі мән беріледі. Прогрессивті жобалау шешімдерін материалдарға және құрылымдарға кеңінен енгізу құрылысшы кадрлардың квалификациясын арттыру сапаның артуына мүмкіндік береді. Алайда құрылыс сапасының деңгейі әліде толығымен социалистік қоғамның сұранысын қанағаттандырмайды. Көптеген жағдайларда құрылыс сапасы төмен болып қала береді, ақауды жөндегеннен шығындар және қайта жөндеулер КЭҒЗИ (Қазақстан Экономикалық зерттеу институты) мәліметтері бойынша сметалық құнның 2,5% жуық болады, қолдануға нысандарды енгізу мерзімі созылады, ал алдын ала жөндеуге шығындар біршама көп қаржымен байқалады.

Құрылыс сапасы оның барлық қалыптасу сатысында жасалынады: өндірістен алдын (жоспарлау, жобалау, құрылыс материалдарының өндірісі және бұйымдары және оларды құрылыс аумағына жеткізу), өндірістік (құрылыс – жинақтау процесі) және өндірістен кейінгі (қолдануға қабылдау және қолдану). Осыған сәйкес сапаның қажетті деңгейіне қол жеткізу комплексті мәселе болып табылады, ол барлық қатысушыларға байланысты: жоспарлау ұйымдары, тапсырыс берушілер, жобалау және құрылыс – монтаждау ұйымдары, зауыттар- жеткізіп берушілер, қолданушы және бақылаушы ұйымдар.

Тұтынушылар сапасын тұтынушы талаптарына және өндірістік сапаның соңғы өнімдеріне сәйкестік дәрежесі ретінде бөледі- өнімнің бекітілген нормаларының талаптарына сәйкестік. Тұтынушылық сапаға нормативтік құжаттарда орнатылған сапа деңгейіне әсер етеді. Өндірістік сапа қызметтің үш сферасымен байланысты: жобалаумен, құрылыс материалдарын және бұйымдарын дайындау және құрылыс монтаждау жұмыстары.

Берілген бөлімде өндірістік сапа негізінен құрылыс монтаждау жұмыстарының сапасы ретінде қарастырылады.

Басқарудың негізгі функцияларының бірі бақылау болып табылады. Бақылау тапсырмасы жұмыста ақауларды ескертуден құрылады және бекітілген сапаны қамтамасыз ету. Бақылау нәтижелілігі біршама оны орындаудың таңдап алынған ұйымдастыру жүйесімен анықталады.

Сапаны басқару - бұл қажетті өнім сапасының деңгейін бекіту, қамтамасыз ету және ұстап тұру оны жобалауда, өндірісте және қолданылуда сапаны жүйелі бақылау және сапаға әсер етуші жағдайлармен және факторлар

арқылы жүзеге асырылады.

Құрылыста сапаны басқару жүйесін құру негізінде өнім сапасын басқарудың Біріңғай мемлекеттік жүйесінің негізгі принциптеріне негізделген.

Біріңғай жүйені құрудың және функциялаудың бірінші принципі – жалпы басқару жүйесінің СБ (сапаны басқару) органикалық байланысы; екіншісі – барлық деңгейде СБ бірлігі - мемлекеттік, ведомствалық және өндірістік; үшінші – циклдің барлық сатысында басқару бірлігі материалдарды және құрылымдарды дайындау, зерттеу, жобалау, КМЖ өндірісі және тұрғызылған кәсіпорынды қолдану; төртінші - СБ жиынтылығы - өнімнің сапасын бекіту, қамту және ұстап тұру бойынша барлық іс шараларды жүзеге асырудың біріңғайлылығы (техникалық, технологиялық, экономикалық, ұйымдастырушылық, құқықтық, әлеуметтік - тәрбиелілік); бесінші- өнімнің СБ функцияларын жүзеге асырудың біріңғайлылығы. Сапаны басқарудың бөлек функциялары оның функцияналдық жүйелерін түзеді. Бірінші принципке сәйкес құрылыста СБ толық жүйесінің бөлігі социалистік кәсіпорынды басқарудың жалпы принциптерінде базаланады және сол әдістерді және ұйымдастырушылық құралдарының жиынтығын жүзеге асыру процесінде қолданылады.

Өнім сапасын мемлекеттік басқарудың Біріңғай жүйесінің ұйымдастырушылық техникалық негізі стандарттаудың Мемлекеттік жүйесі болып табылады, ол сапа сауалында біріңғай мемлекеттік саясатты жүргізу үшін негіз қалаушы болып табылады.

Сапа құрылыс жобалары жетістігінің басты факторларының бірі болып табылады. Жоба құрылысының сапасын, сондай-ақ жобаның табысын жобаға қатысушылардың басты мақсаты ретінде есептеуге болады. Сапа, құн және уақыт-компания клиентін таңдауды анықтайтын негізгі факторлар. Соңғы уақытта клиенттер сапаға көбірек көңіл бөледі[4]. Сапа менеджменті жүйесі (СМЖ) ұйымда тұтастай басқару деңгейінде немесе жоба деңгейінде іске асырылуы мүмкін. Құрылыс жобаларында, сапа тұжырымдамаларында сапа менеджментін жүзеге асыру үшін былайша ұсынылады:

- жоспарлау (сапа стандарттарын анықтау);
- сапаны тексеру (жобаның жалпы тиімділігін бағалау);
- сапаны басқаруда сапаны бақылау (жобаның нақты нәтижелерінің мониторингі).

Сапаны басқару құралдары мен әдістері:

- іске асыру процесінің бір бөлігі;
- пайда мен шығындарды талдау;
- бенчмаркинг;
- графиктер ағыны;
- астам кішкентай эксперименттер;
- сапа шығындары;
- сапаны бақылау (тексеру);
- жұмыс барысын бақылау карталары;
- Парето диаграммалары;
- сынамаларды статистикалық іріктеу;
- графиктер ағыны және үрдістерді талдау.

Көшбасшылық және адам ресурстарын басқару – басқару сапасының мықты предикторы. Құрылыс саласы үшін ұжымның тұрақты жұмысын, технологиялық және уақытша талаптарды орындауды, аралас, тапсырыс берушілермен, мердігерлермен өзара іс-қимыл жасауды қамтамасыз етуге қабілетті көшбасшы және оның командасының бейнесі аса маңызды. Осылайша, құрылыс сапасын басқаруда команданың имиджі мен фирманың имиджі маңызды рөл атқарады.

Бостондағы менеджмент мәселелерін зерттеу институты құрылыс кәсіпорындарына талдау жүргізді [3]. Құжатқа құрылыс жобаларындағы СМЖ зерттеу бойынша сауалнама негізінде бес баллдық шкала кіреді. Ол сапалы басқару құралдары мен құрылыс алаңдарындағы сапа критерийлеріне негізделген мәселелерді қамтыды. Алынған нәтижелер сапа көрсеткіштерінің тәуелділігі СМЖ жүйесін енгізу басшылықтың саналы және шынайы саясатымен қамтамасыз етілуіне қарай өсуде.

Ішкі сапа жүйесі ұйымды басқаруға сенімді қамтамасыз етуге бағытталған қызметті қамтиды.

Сонымен қатар, сыртқы сапа жүйесі клиенттің сенімін қамтамасыз етуге бағытталған іс-шараларды қамтиды, өнім берушінің сапа жүйесі Клиентті қанағаттандыратын өнімді немесе қызметті қамтамасыз етеді [5].

Тиімді жоспарлау ұйымның жұмыс бағдарламасын, құн бағдарламасын, жоба сапасының жоспарын, еңбек, материалдық және өзге де ресурстарды, жұмыс өндірісінің жобасын орындау кестесін ұсыну жолымен ресурстар мен құрылыс жұмыстарын жоспарлауды талап етеді. Демек, құрылыстың негізгі бағыты сәйкестік пен тиімділікті бақылау және бағалау процесі болып табылады-өлшеу процестері [2].

Құрылыс саласын жоспарлаудағы сапаны қамтамасыз ету үшін басқару принциптері:

- консультанттарды, қосалқы мердігерлерді және жеткізушілерді қоса алғанда, барлық тиісті тараптар жобаның сапасын жоспарлау міндеттеріне кіруін қамтамасыз ету;
- сапа жүйесінің мақсатын орнату және анықтау;
- күш-жігерді және шығындарды азайту жоспарын іске асыру кезінде құжаттардың көшірмелеріне өзгерістер енгізу талап етіледі;
- команда тиімді жоспарды әзірлей алатындай сапа жүйесін әзірлеушілер командасын қалыптастыру;
- сапаны жоспарлау міндеттері тұтынушының талаптарына үнемі бағдарлануын қамтамасыз ету.

Құрылыс – бұл бірыңғай жобаны іске асыру бойынша көптеген ұйымдарды қамтитын көп қырлы процесс, алайда орындаушылар, консультанттар мен клиенттер кез келген жобаның табысы үшін шешуші мәнге ие. Мердігерлер-мемлекеттік және өнеркәсіптік секторлар арасындағы байланыстырушы буын. Олар құрылыс саласының көпшілік тұлғасы болып табылады[5]. Олардың іс-әрекеттері, саясаты, процестері мен әдістері саланың барлық мүдделі тараптарына тікелей әсер етеді.

Саладағы кез келген ұйымдастырылған процесс мердігерлердің тиімді жұмысын жасайды және барлық индустрияға оң әсер етеді. Сапаны бақылау

құрылысқа қолайлы өнімділікке қол жеткізуде өте маңызды.

Мердігердің сапасын бақылауды бағалау мердігерлерге құрылыс сапасын жақсартатын стратегияларды әзірлеуге көмектеседі. Мердігерден түпнұсқалық өнімнің және/немесе қызметтің сенімділігі, құзыреттілігі, қызметкерлер мен қолдау қызметтерінің адалдығы мен жеделдігі талап етіледі. Осы талаптарды орындау бизнес-ойлаудың жылжуын қамтамасыз етеді, жұмыс режимін сақтау жылдам пайда алудың басымдығына айналады.

Сапа менеджменті жүйесі қазір құрылыс саласында белсенді қолданылады. СМЖ компания деңгейінде немесе жоба деңгейінде іске асырылуы мүмкін. Құрылыс тұрғысынан алғанда, құрылыстағы сапаны басқару Клиентті қанағаттандыруды қамтамасыз ету үшін құрылыс-монтаждық және әрлеу жұмыстарының сапасын талап етілетін деңгейде ұстап тұруды білдіреді, бұл компания бизнесінің бәсекеге қабілеттілігі мен өмір сүруін арттыруды қамтамасыз етеді.

Осылайша, сапа менеджменті жүйесі жобаны Орындаушының ғана емес, сонымен қатар оны іске асыруға тартылған барлық мердігерлер мен қосалқы мердігерлердің жұмысын қамтиды, бұл барлық тартылатын құрылымдар мен компаниялардың жұмысы үшін бірыңғай сапа жүйесін әзірлеуді көздейді.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Манжилевская С. Е., Евлоева И. А. ұйымдық инжиниринг жүйесі мен модельдері: өзекті мәселелер және оларды шешу жолдары / техникалық ғылымдар – теориядан практикаға дейін/ Сб. XLVI халықаралық материалдар бойынша мақала. ғыл.-практ. конф. № 5 (42). Новосибирск: Изд. "СибАК", 2015. – 57-63 с.

2. Манжилевская С. Е., Шилов А. В., Швецов В. В. жүйелік модельдеу принциптері // ғылым кеше, бүгін, ертең / Сб. XXXI Халықаралық материалдар бойынша аға оқытушы. Ғыл.-практ. Конф. № 2 (24). 2 бөлім. Новосибирск: Изд. "СибАК" АНС, 2016. С. 70-75.

3. Подольский В. П. құрылыс Технологиясы және ұйымдастыру автомобиль жолдары / М.: Академия, 2012. – 297 б.

4. Побегайлов О. А., Погорелов А. В. Модель интеграция құрылыс өндірісі. Инженерлік хабаршысы Дона, 2013. – № 3. URL: www.ivdon.ru/magazine/archive/n3y2013/1777 ескерту. / (Жүгіну күні: 03.10.2016).

ШАҒЫН ЖӘНЕ ОРТА КӘСІПКЕРЛІКТІ ҚАРЖЫЛАНДЫРУ ЖӘНЕ ДАМУ ЖОЛДАРЫ

Шағын және орта кәсіпкерлікті дамыту ол – кез келген ел экономикасының негізі. «Тәуелсіздіктің 25 жылы ішінде Қазақстан кәсіпкерлік саласында орасан зор экономикалық өзгерісті жүзеге асырды. Бұл – жаңа бизнес-бастамаларды қолдау, кәсіпкерлік секторды сауықтыру, валюталық тәуекелдерді азайту, кәсіпкерлердің әлеуетін арттыру және тағы басқа. Сондықтан бүгінгі таңда шағын және орта бизнес өкілдері бюджетке салмақты үлес қосып отыр.

Дамыған елдердің тәжірибелері көрсетіп отырғандай, шағын және орта бизнесті қалыптастыру мен дамыту экономиканы нығайту үшін қолайлы алғышарттар жасайды. Атап айтқанда, салалық және өңірлік монополизм жойылады, рынокта тауарлар мен қызметтер көбейеді, жаңа жұмыс орындары ашылады, ғылыми-техникалық прогрестің жетістіктері өмірге енгізіледі, қоғам тұрақтылығының кепілі болып табылатын орта тап қалыптасады. Нәтижесінде шағын және орта кәсіпкерлік жүздеген мың адамдар үшін тартымды сипатқа ие болып, нарық экономикасының қажетті элементіне айналады. Қазақстанда жеке кәсіпкерлікті қолдау мәселесі алғаш рет 1992 жылғы «Жеке кәсіпкерлікті қолдау және қорғау туралы» заңында көрініс тапты. Экономикалық өсу қарқыны бойынша Қазақстан ТМД-да көшбасшысы орында нық тұр.

«Бизнестің жол картасы – 2020» бағдарламасының мерзімі 2025 жылға дейін ұзартылуын ескере отырып, 2019 жылға осы мақсатта жоспарланған 1,2 млрд. теңгені кемінде 2 есеге ұлғайтылды. Бұл жаңадан ашылатын кәсіпкерлік пен кәсібін кеңейтетін бизнестің үлесін 30%-ға арттыруға және жаңа жұмыс орындарын ашуға мүмкіндік береді. Шағын кәсіпкерлікті қолдау мақсатында «Даму» қорымен бірлесе қаражат бөлу принципімен 2018 жылы облыстық бюджеттен 500 млн. теңге, «Даму» қорынан 1 млрд.теңге қарастырылған. Ал, ауыл тұрғындарына шағын несие беру үшін жергілікті бюджеттен қосымша 1,0 млрд.теңге бөлініп, жалпы сомма 5 млрд.теңгеге жетті.

Статистика агенттігінің 2018 жылғы 1 қазандағы мәліметі бойынша, еліміздегі шағын және орта бизнес құрылымдарына 3233273 адам жұмысқа тартылған және 200967 жеке тұлғаға 76361607 теңге, 148 заңды тұлғаға 981872 теңге көлемінде шағын несие берілген. 2019 жылғы 1 ақпанға жағдай бойынша жұмыс істеп тұрған ШОК субъектілер саны өткен жылғы тиісті кезеңдегі сәйкес мерзіммен салыстырғанда 10,1%-ға өсті. ШОК субъектілерінің жалпы санында дара кәсіпкерлер үлесі 65,6%, шағын кәсіпкерліктегі заңды тұлғалар – 18,4%, шаруа немесе фермер қожалықтары – 15,8%, орта кәсіпкерліктегі заңды тұлғалар – 0,2%-ды құрады [1].

Бизнесті мемлекет тарапынан қолдау – еліміздің сауатты қаржылық саясатының көрсеткіші. ҚР-ның Президентінің «Қазақстан — 2050» бағдарламасында экономикалық өсу стратегиясының принципі ретінде шағын кәсіпкерлікті дамытудың мақсаты — оны дамыту үшін қолайлы жағдай жасау.

Негізгі басымдылықтар:

- 1) мемлекеттік, қоғамдық және халықаралық ұйымдардың шағын кәсіпкерлікті қолдау жөніндегі өзара іс- қимылы;
- 2) несиелендіру тиімді және қол жеткізілетін жүйелерін қалыптастыру;
- 3) шағын кәсіпкерлікті қолдаудың инфрақұрылым дамыту.

Шағын кәсіпкерлікті мемлекеттік қолдау мен дамыту келесі жолмен іске асырылады:

- 1) қаржылық қолдау көрсету;
- 2) шағын кәсіпкерлікті қолдау орталықтары желілерін ұйымдастыру;
- 3) бизнес-инкубаторлар мен технопарктер қызметін ұйымдастыру;
- 4) шағын кәсіпкерлік субъектілеріне сенімділік басқару немесе қолданылмайтын мемлекеттік меншік объектілерін бір жылдан астам мерзімге жалға беру;
- 5) жалға беріліген объектілерді шағын кәсіпкерлік субъектілеріне қайтарымсыз негізде меншікке беру немесе өнеркәсіптік өндіріс бен тұрғындарға қызмет көрсетуді дамыту үшін объектілерді басқаруға беру.

Осы кезеңде, саудалық-делдалдық қызметтерді іске асырушы шағын кәсіпкерлік субъектілеріне жоғарыда аталған мемлекеттік қолдау шаралары көрсетілмейтіндігін атап өткен жөн («Жеке кәсіпкерлік туралы» ҚР Заңы, 2т.19бап).

Әрбір кәсіпкерлікті дамытуға жәрдем беретін мекемелердің өзіндік артықшылықтары мен кемшіліктері болады. Олардың барлығы әртүрлі факторларға байланысты. Кәсіпкерлерге тиісті шешімдер қабылданған кезде кейбір мекемелер әлеуметтік мақсаттарға аса назар аударады, ал басқалардың басшылары бәлкім жеке басының қасында ойлайды [2].

Мемлекеттің қолдауымен құрылған мемлекеттік органдар мен мекемелер

Қазақстан Республикасының Индустрия және Сауда Министрлігі - жеке кәсіпкерлікті дамытуға және тиісті саясатты жүргізуге жауапты жоғарғы мемлекеттік орган. Министрлік орталық атқарушы органдарына тиісті және ел Президенті мен Үкімет алдында есеп береді.

Индустрия және Сауда Министрлігі құрамына кіретін Кәсіпкерлікті дамыту Департаменті кәсіпкерлікті қолдау және дамытудағы мемлекеттік саясатты қалыптастыру және кәсіпкерлікті дамыту мен қолдау саласындағы нормативті-құқықтық реттеу функциясын атқарады.

Қазақстан Республикасының кәсіпкерлікті қолдау саласындағы мемлекеттік құрылымның келесі деңгейі - ол жергілікті атқару органдары – яғни, облыстық және Алматы мен Астана қалалары Әкімдерінің аппараттары. Кәсіпкерлікті дамыту және қолдау саласындағы мемлекеттік саясатты жүзеге асыру үшін Әкімшіліктердің жанынан Кәсіпкерлік пен Өндіріс жөніндегі Департамент (Басқармалар) құрылған. Олардың құрамына Кәсіпкерлік жөніндегі бөлімшелер кіреді. (2005ж. 1 қаңтарынан бастап ҚР үкіметінің 2004ж. 4 қазанындағы №1022 қаулысымен жергілікті басқарудың барлық органдарының типтік құрылымы еңгізілген.)

Президент жанындағы Кәсіпкерлер кеңесі кәсіпкерлік саласындағы мемлекеттік саясатты қалыптастырып, оны жүзеге асыру мен қатар мемлекет жағынан кәсіпкерлікті қаржылай, ақпараттық-талдау және материалдық-

техникалық жағынан қолдау функциясын атқарады. Жоғарыда аталған міндеттерді атқаратын мекемелер қатарына кіретіндер:

«Инжиниринг және технологиялардың трансферті орталығы» АҚ. Орталықтың негізгі мақсаты Қазақстан экономикасының нақты сектор салаларының жаңа технологиялар трансферті және республикадағы инновациялық іс-әрекетті белсендіру арқылы бәсекеге жарамдылығын арттыру болып табылады ;

"Kazneph" экспортты дамыту және ілгерілеті корпорациясы» АҚ - үкіметке мемлекеттік саясатты, соның ішінде кәсіпкерлікті дамытуға қатысты, құру саласында ақпараттық-талдау жағынан қолдау көрсетеді;

«Даму» Шағын кәсіпкерлікті дамыту қоры» АҚ - қаржылық, консалтингтік қызметтерді ұсыну интеграторы және операторы рөлінде ШОБ-н, сонымен бірге Қазақстанның микроқаржы ұйымдарының сапалы дамуына жәрдемдеседі;

«Ұлттық инновациялық қоры» АҚ - кәсіпкерлік бастамаларға инвестицияларды тарту және жобаларды қаржылау арқылы қаржылай қолдау көрсетеді ;

«Қазақстанның инвестициялық қоры» - жаңа және алдыңғы қатарлы технологияларды қолданып, шикізат пен материалдарды тереңдетіп қайта өңдейтін кәсіпорындардың жарғылық капиталына инвестиция құю арқылы қаржылай қолдау көрсету;

«Қазақстанның Даму Банкі» АҚ - қаржылық қолдау көрсетеді;

Технопарктер, бизнес-инкубаторлар, өндірістік аймақтар – қалыптасу және даму кезеңіндегі кәсіпкерлікті материалды-техникалық жағынан қолдау.

Ел Президентінің «Азаматтар жөніндегі құқығын қорғау туралы» жарлығының қабылдануы мемлекеттік кәсіпкерлікті дамыту мәселесіне зор маңыз бергенін дәлелдейді. Әр жылдың сәуір айында Алматыда өтетін республика кәсіпкерлерінің жыл сайынғы форумында да осы мәселеге көп көңіл бөлінеді. Мұнда кәсіпкерліктің дамуына баға беру мәселесі қаралып, оның нәтижесінде кәсіпкерлікті дамытудағы кедергілер мен оларды жою бағыттары қарастырылады.

Әрине, кәсіпкерліктің құқықтық-ұйымдастырушылық негізін құруда әлі де болса шешімін күткен мәселелер айтарлықтай. Оның үстіне лицензия беруші, тексеруші органдардың көптігі, кеден және салық заңдарының жетілмегені, кемшіліктер, несие алудың қиындығы, кәсіпкердің мүддесін қорғайтын органның болмауы, бюрократия кәсіпкерлікті дамытуға елеулі кедергі жасайды. Сондықтан да экономикада кәсіпкерлік субъектілерінің сандық үлесі артса да, одан түсетін салықтық кіріс мөлшері аз. Бюджетке салықтың аз түсуі салық жүйесінің жетілмегені де әсер етеді. Себебі салықтың жоғары болуынан кәсіпкерлер табыстарын жасырады [4].

Кәсіпкерлік қызметті дамыту мақсатында мынадай іс-шараларды жүзеге асыру қажет:

- мемлекет тарапынан кәсіпкерлікті барынша қолдау;
- мақсатты бюджеттік қаржыландыру саясатын жүргізу;
- жеңілдетілген несие беру саясатын жүргізу;
- кәсіпкерлер құқығын қорғайтын орган жұмысын жандандыру;

- кәсіпкерлік қызметті тіркеуден өткізу кезіндегі қиыншылықтарды жою;
- тексеруші органдар санын қысқарту;
- заңдардың орындалуын қамтамасыз ету, т.б.

2019 жылдан бастап шағын және орта бизнес үшін салықтық амнистия жүргізілу көзделуде. Қаржылық мониторинг комитетіне қызмет тапсырылды. Оның негізгі міндеті көлеңкелі экономикаға қарсы күрес болуы тиіс.

Жалпы кәсіпкерліктің экономикалық белсенділігі мен әлеуметтік бағдар ұстауының кепілі оның өздігінен қоғамның орташа топтарына жататындығы емес, оның дәулеті мен тұрмысының нақты шынайы меншікке негізделуі болып табылады. Қазір уақытта шағын кәсіпорындар жұмыс істеп тұрған барлық шаруашылық жүргізуші субъектілердің 80 % құрайды.

Жалпы қорыта келе, **Қазақстандағы шағын бизнесті дамытудың мәні келесіде:** халықтың жұмысбастылығын қамтамасыз етеді; бәсекелестік ортаны қалыптастырады; жергілікті билік органдарының экономикалық базасын нығайтады; ауылдар, шағын және орта қалалардың дамуына оң әсерін тигізеді. Сонымен қатар, шағын бизнес республиканың перспективалы бағыты болып танылғандықтан, оны дамыту және оны жан-жақты қолдау іс-шаралары тиімді нарықтық экономиканы қалыптастыру үшін маңызы зор.

Шағын және орта бизнесті мемлекеттік қолдау жөнінде белсенді жұмыстардың жүргізілуі елімізде бизнестің дамуына оң әсер етеді.[3]

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР

1. Қазақстан Республикасы Президенті Н.Ә.Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауы, «Қазақстан-2050».

2. Шағын және орта бизнестің дамуын қаржы-несиелік қолдау саясатын жетілдіру бағыттары /Д.Ж. Инкабекова//Қазіргі замандағы маңызды мәселелер = Актуальные проблемы современности. -2013. -№2.

3. «Шағын және орта бизнесті дамытуда мақсатында» //- Егемен Қазақстан газеті №1423. -2013 жыл. – 28 ақпан.

4. <https://lektsii.org/14-27315.html>

5. http://stat.gov.kz/faces/mobileHomePage?_afLoop=1113555130243715#%40%3F_afLoop%3D1113555130243715%26_adf.ctrl-state%3D11xfb3u6ly_25

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Характерной тенденцией последних десятилетий в экономике является фундаментальная переоценка производительных сил, обусловленная глобальным трендом на инновационное развитие. Постепенно роль и значение материального капитала уступает пальму первенства способностям и навыкам человека, его высокому профессионализму и компетенциям. Планомерно возрастает роль наукоемких технологий, высокотехнологичного производства, IT-индустрии.

Сегодня успешность компании в первую очередь характеризуют не запасы материальных благ, а обладание специфической информацией, наделяющей своих владельцев колоссальными конкурентными преимуществами. Иными словами, приоритетом современной экономики становится привлечение, аккумулирование, развитие и удержание человеческого капитала как главного фактора экономического роста и основы конкурентоспособности государства в глобальной экономике.

В связи с этим вопрос объективной оценки человеческого капитала и дальнейшего применения полученных результатов на практике весьма актуален. Стоит отметить, что сегодня существует достаточно большое количество подходов к оценке человеческого капитала, но не все они практически применимы или подвержены адаптации [1].

Предлагаемый подход ориентирован преимущественно на оценку уровня профессионального развития госслужащих. Суть его сводится к анализу активности персонала в вопросах повышения уровня собственной интеллектуальной капитализации, передачи опыта в профессиональной среде и вне ее, стажа работы и пр. Таким образом, для дальнейшего отождествления проводимого исследования с рассматриваемой проблематикой введем в оборот наименование данного инструмента: индекс профессионального развития (ИПР).

При его расчете предлагается использовать количественные данные (единица измерения — человек) по следующим критериям (индикаторам):

I. Общие, характеризующие образовательный уровень:

- 1) наличие высшего образования;
- 2) наличие двух и более высших образований;
- 3) получение очередного высшего образования;
- 4) наличие диплома зарубежного вуза;
- 5) наличие ученой степени (кандидата наук, доктора наук);
- 6) прохождение обучения в аспирантуре или докторантуре;
- 7) осуществление преподавательской деятельности в образовательных организациях;
- 8) осуществление научной деятельности в научных организациях, вузах и т. д.

II. Специальные, характеризующие профессиональный уровень:

- 1) владение иностранным языком на уровне, позволяющем вести переговоры по направлению профессиональной деятельности;
- 2) участие в наставничестве в органе власти;
- 3) наличие работника в резерве органа власти или резерве управленческих кадров субъекта;
- 4) частота повышения квалификации;
- 5) стаж государственной гражданской службы.

Расчет индекса включает заполнение табличной формы (см.табл. 1) соответствующими количественными данными и последующие расчеты с их использованием. Подчеркнем, что строки табл. 1 соответствуют вышеприведенным показателям, по которым осуществляется оценка; а столбцы включают количественные характеристики того или иного показателя. Расчет ведется на основании данных за год.

Рассмотрим подробнее алгоритм вычислений по предлагаемой нами методике. На основании данных кадровой службы заполняется графа 3, отражающая общее количество работников, соответствующих критерию подсчета (строки 1–14). Далее определяются доли каждого из показателей по отношению к общей численности служащих. Рассчитав графы 3 и 4, определим максимальное значение каждого показателя. Для удобства вычислений примем суммарную величину всех значений графы 5 за 100. Тогда каждый из 13 показателей будет иметь максимальный удельный вес, равный $100/13$ [2].

Как установлено НИИ труда [2, с. 61–63], стаж в 4 раза меньше влияет на результативность труда, чем образование. Поэтому максимальная величина показателя стажа государственной службы будет $\frac{1}{4}$ от максимально возможного значения остальных показателей. Таким образом, расчет значений показателей по графе 5 можно описать следующим выражением:

$$12x + 1/4x = 100, \quad (1)$$

где x — максимальное значение каждого показателя.

Максимальные значения всех показателей, кроме стажа государственной гражданской службы, составляют 8,16, а максимальное значение стажа с учетом вышеприведенной рекомендации НИИ труда составит 2,04. Вычислив максимальный вес каждого показателя, рассчитаем фактическую величину каждого из них (графа 6). Результатом будет произведение значений граф 5 и 4. Например, если из числа рассматриваемой выборки работников все имеют высшее образование, то значение показателя, соответствующее графе 5, будет равно максимальному весу данного показателя в общей структуре, то есть 8,16.

В случае, если из общего числа работников никто не имеет, например, ученой степени, то значение показателя — 0. Далее рассчитывается удельный вес каждого показателя: на основании фактической величины определяется доля каждого показателя в структуре оценки. Рассчитав данный показатель, появляется возможность проанализировать сильные и слабые стороны кадрового состава; определить, за счет какой (каких) из составляющих оценки преимущественно зависит итоговый результат.

Отдельного внимания заслуживает алгоритм расчета двух многосоставных показателей — стажа государственной гражданской службы и частоты повышения квалификации. Предлагаемая автором методика включает деление показателя «стаж государственной гражданской службы» на 5 временных отрезков, характеризующих величину накопленного опыта работы: менее одного года (0,5), от одного года до пяти лет (0,75), от пяти до десяти лет (1,0), от десяти до пятнадцати лет (0,9), более пятнадцати лет (0,75).

Указанные в скобках значения — коэффициенты, характеризующие эффективность служебной деятельности в зависимости от стажа госслужбы. Значение показателя «частота повышения квалификации» складывается из трех значений: количество служащих, повышающих квалификацию раз в три года, количество служащих, повышающих квалификацию более одного раза в три года, и количество служащих, не повысивших квалификацию в течение последних трех лет. Соответственно, если в составе органа власти все госслужащие регулярно повышают квалификацию в соответствии с требованиями законодательства, то значение показателя составит 8,16 (максимальное значение); в случае, если в течение трех лет гражданские служащие не проходили обучение, то максимально возможное значение показателя корректируется на процент прошедших обучение. Напомним, что показатели условно поделены на две группы — общие и специальные. Имея заполненную таблицу, можно оценить долю каждой из групп в формировании итогового значения ИПР.

При расчете учитываются показатели, так или иначе характеризующие вовлеченность персонала органов власти в научно-педагогическую деятельность, а именно: прохождение обучения в аспирантуре или докторантуре, наличие ученой степени, осуществление преподавательской деятельности в образовательных организациях, осуществление научной деятельности в научных организациях, вузах и т. д. Сумма значений данных показателей, соответствующих графе 7, и представляет собой накопленный научный потенциал отдельно взятого работника, органа власти или всей системы в зависимости от целей исследования.

Также важным является вопрос ранжирования результатов. Очевидно, полученные значения ИПР будут лежать в интервале $[0; 100]$. Необходимо пояснение: 0 — в том случае, когда каждый из 13 показателей равен 0, хотя даже гипотетически такой исход невозможен. Это значило бы, что по двум ключевым и неотделимым от государственной службы показателям (наличие высшего образования и минимального стажа) результат равен нулю. В реальности же требование к наличию высшего образования на государственной службе не предъявляется к весьма ограниченному перечню должностей, доля которых в штатном расписании ничтожно мала [3].

Таблица 1
Оценка уровня профессионального развития государственных гражданских служащих

№ п/п	Наименование показателя	Итого, человек	% от общей численности	Максимальная величина показателя, %	Фактическая величина показателя, %	Удельный вес показателя в общей оценке, %	Образовательный уровень, доля	Профессиональный уровень, доля	Научный потенциал
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Фактическая численность гражданских служащих (на конец отчетного периода), из них								
2	- имеют высшее образование								
3	- имеют более одного высшего образования								
4	- получают очередное высшее образование								
5	- имеют диплом зарубежного вуза								
6	- имеют ученую степень								
6.1	Кандидата наук								
6.2	Доктора наук								
7	- проходят обучение в аспирантуре/докторантуре								
8	- осуществляют преподавательскую деятельность в образовательных организациях ВКО								
9	- осуществляют научную деятельность								
10	- являются наставниками								
11	- состоят в резерве								
12	- владеют иностранным языком								
13	За последние 3 года	Не повышали квалификацию							
		Повышали квалификацию 1 раз							
		Повышали квалификацию неоднократно							
14	Стаж государственной гражданской службы	До 1 года							
		От 1 до 5 лет							
		От 5 до 10 лет							
		От 10 до 15 лет							
		Более 15 лет							
		Более 20 лет							

Таким образом, минимальное пороговое значение включает значения как минимум двух показателей — наличие высшего образования и минимального

стажа до 1 года. Если подсчитать минимальное значение индекса не составляет труда, то с определением максимального значения не все однозначно. В случае расчета индекса отдельно взятого работника, гипотетически возможно получить максимальные результаты по каждому из показателей, таким образом, итоговое значение достигнет 100. В случае же подсчета ИПР отдельно взятого органа власти или всей системы в целом получение максимального значения практически невозможно. В обратном случае по каждому из показателей должны быть получены максимальные значения, что на практике невозможно в силу крайне ничтожной вероятности такого результата. Таким образом, наиболее уместным остается принять вышеуказанный диапазон за данность.

Для полноценного мониторинга уровня профессионального развития, безусловно, необходимо проведение многофакторного исследования, включающего широкий спектр испытаний, таких как: тестирование, решение кейсов, проведение собеседований и пр. Но в условиях ограниченности ресурсов (в первую очередь временных, а также численности персонала профессиональных оценщиков), предлагаемый подход является весьма подходящим и актуальным.

Рассмотренный подход позволяет проводить оценку уровня профессионального развития в отношении госслужащих в рамках категории или группы должностей, отдельного органа государственной власти или всей системы госорганов субъекта и т.д.

Кроме того, методика позволяет осуществлять межрегиональные сравнения по уровню развития человеческого капитала, определять направление и динамику изменений как общего уровня развития человеческого капитала, так и его составляющих. Предложенный индекс может быть внедрен в систему ключевых показателей эффективности (KPI), позволяющих определять результативность деятельности органов государственной власти, их подразделений и отдельных работников [4].

ЛИТЕРАТУРА

1. Багрецов Н.Д., Шелепова Н.А. Современные подходы к оценке человеческого капитала // Вестник АГАУ. 2012. № 4. С. 94–96.
2. Тугускина Г.Н. Методика оценки человеческого капитала предприятий // Управление персоналом. 2009. № 5. С. 42–46.
3. Меньшикова М.А., Коптева К.В. Теоретико-методологические подходы к оценке человеческого капитала // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2013. № 4. С. 12–14.
4. Агентство по делам государственной службы и противодействию коррупции Республики Казахстан [Электронный ресурс]. URL: <http://kyzmet.gov.kz/ru>

ПАЙДАНЫҢ МӘНІ ЖӘНЕ ОНЫ КӘСІПОРЫНДА КӨТЕРУ ЖОЛДАРЫ

Нарықтық экономиканың қазіргі заманғы жағдайларында кәсіпорынның жұмысы тиімділігінің ең маңызды көрсеткіштерінің бірі пайда болып табылады. Сондай ақ, пайда экономикалық дамудың негізі көзі. Пайда арқылы кәсіпорынның бюджет, бюджеттен тыс қорлар, сондай-ақ басқа ұйымдар алдында өз міндеттемелерін орындауға мүмкіндігі бар. Кәсіпорынның бухгалтерлік есебінің алдында тұрған негізгі міндеттердің бірі оң қаржылық нәтижені есептеу мен бөлудің толықтығы мен дұрыстығы болып табылады.

Пайда ежелгі уақыттан бастап-ақ ең танымал санаттардың бірі, ол елдің қазіргі экономикалық даму жағдайында жаңа мазмұн алады. Көптеген шағын және ірі кәсіпорындар өз қызметінен барынша пайда алуға бағытталған, өйткені пайда нарықтық экономиканың негізгі қозғаушы күші бола отырып, ұйымның меншік иесінің, оның қызметкерлерінің және мемлекеттің мүдделерін қамтамасыз ете алады. Сондықтан, басшылар мен қаржы менеджерлері шаруашылық қызмет процесінде пайданы қалыптастыру мен бөлуді неғұрлым тиімді басқару әдістерін үнемі жетілдіру қажеттілігін анықтайды.

Пайданың өзі кәсіпорын қызметінің түрлі аспектілерін сипаттайтын жеткілікті мазмұнды көрсеткіш болып табылады.

Маңызды экономикалық санат ретінде пайда келесі функцияларды орындайды:

- бағалау функциясы-оның мәні өндіріс деңгейін барынша толық және дұрыс көрсетеді және ұйымның қаржы-шаруашылық қызметіне баға береді;
- ынталандыру функциясы-кәсіпорынның жұмысқа қабілеттілігін арттыруды ынталандырудан тұрады;
- фискалдық функция-пайда бюджеттердің түрлі деңгейлеріне аударымдар көзі болып табылады.

Әрбір басшы өз ұйымы алатын пайда деңгейін арттыруға мүдделі, алайда оның деңгейі мен өзгеруіне фирманың өзіне әрдайым тәуелді емес әртүрлі факторлар әсер етеді.

Ынталандыру функциясының мәні пайда кәсіпорынның ақшалай түсімдерінің негізгі көзі болып табылады. Бұл дегеніміз, алынған пайда есебінен ұйым өзін-өзі қаржыландыруы жүзеге асырылады. Салық пен алымдардың барлық түрлерін төлегеннен кейін кәсіпорынның иелігінде қалатын таза пайдадан ғылыми – техникалық прогресті арттыруға, өндірісті кеңейтуге, сондай-ақ кәсіпорын қызметкерлерін ынталандыруға бағытталған іс-шараларды қаржыландыру жүргізіледі. Тәжірибелі басшы алынған пайданың бір бөлігін бизнестің даму деңгейін арттыруға бағытталуы тиіс екенін түсінуі тиіс, бұл табысты барынша алуға алып келеді. Сондай-ақ қазіргі экономикалық тұрақсыздық жағдайында кейбір ұйымдардың монополиялық жағдайы пайда көрсеткішінің рөлін бұрмалайды және барынша көп пайда алу үшін кәсіпкерлердің тауарларға баға деңгейін арттыруға әкеп соғады.

Фискалдық функция бойынша пайда бюджеттердің әр түрлі деңгейдегі аударым көздерінің бірі болып табылатындығымен сипатталады. Ұйымның пайдасынан мемлекеттік және аймақтық бюджеттерге аударымдар салықтар мен алымдар түрінде түседі, ал одан әрі мемлекеттің өз функцияларын орындауын қамтамасыз ету үшін пайдаланылады.

Сауда әлі күнге дейін даулы және анық емес қызмет саласы болып қала береді. Жалпы сауданың қоғамдық өндіріс процесіне қолайлы әсерін мойындауға қарамастан, оны ғалымдар әр түрлі ұстанымдармен бағалайды. 20 ғасырда саудасаттығының дамуының тән ерекшелігі шаруашылық қызметті интеграциялау мен әртараптандыруға байланысты ресурстарды шоғырландыру процестері болды. Осылайша, экономиканың қазіргі даму жағдайында ғылыми айналымға "сауда индустриясы" ұғымын енгізу ұсынылады.

Сауда индустриясы оқшауланған сауда делдалдары болып табылады, олар үшін сауда операциялары негізгі қызмет түрі болып табылады. Делдал ол сататын тауарларды өндіруші де, ол өндіріс саласынан тұтыну саласына жылжытатын тауарларды тұтынушы да болып табылмайды. Делдал қызметін табиғи тауар тапшылығын еңсеру ретінде қарастыру керек:

- қажеттіліктерді тікелей қанағаттандыру үшін қажетті тауарлардың болмауы;

- оларға сұраныс орны бойынша тауарлардың болмауы;

- тікелей оларға сұраныс берген сәтте тауарлардың болмауы.

Кез келген түрдегі тауар тапшылығын еңсеру шаруашылық энергияның ерекше түрлерін қолдануды талап етеді.

Пайда – кәсіпорын мен кәсіпкерлердің шаруашылық қызметі қаржылық нәтижелерінің аса маңызды көрсеткіштерінің бірі. Ол шаруашылық қызметтің өнімін сатудан түскен ақшалай түсім мен өндіріс факторларының осы қызметке ақшалай жұмсалған шығындарының сомасы. Пайданың алынуын немесе оның алынбауын екі нәрсе алдын-ала айқындайды, олар: өнімді өндіру мен өткізуге (жұмыстарды орындауға және қызметтер көрсетуге) жұмсалған жалпы шығын және негізгі қызметтен тыс жұмсалған шығын. Әдетте, табыс негізгі қызметтен алынған табыс пен негізгі қызметтен тыс қызмет түрінен алынған табыс болып бөлінеді. Кәсіпорынның негізгі қызметінен алынған табыс өнімді өткізуден (жұмыстарды орындаудан, қызмет көрсетуден) түскен табыстарды, сыйақыны, дивидендті, роялтиді, жалгерлік ақыдан түскен табыстарды, т.б. қамтиды. Тапшылықтың жоғарыда аталған түрлерінің бірін еңсере отырып, өндірістің әрбір түрі пайдалылықтың ерекше түрін қосады және сол арқылы олардың экономикалық құнын арттырады.

Уақытпен байланысты пайдалылық тауарлардың уақытша тапшылығын жою процесінде көрінеді. Ол сондай-ақ тауарлардың осы түріне қажеттіліктің пайда болу уақытына сәйкес тауарларды түпкілікті тұтынушыларға жеткізу процесімен байланысты.

Осыған орай, сауда өндірістің ерекше түрі ретінде сипатталуы мүмкін, оның функционалдық мақсаты жергілікті және уақытша тауар тапшылығын жөну болып табылады.

Макроэкономика тұрғысынан сауданы сауда индустриясы ретінде анықтауға болады, яғни халық шаруашылығының дербес саласы, оның объектісі

жеке индивид пен жалпы қоғамның қажеттіліктері болып табылады, ал нысаналы бағдар - орын мен уақытқа байланысты пайдалылықты іске асыру тетігі арқылы жергілікті және уақытша тауар тапшылығын еңсеруді талап етеді.

Сатып алу-сату актісінің нәтижесінде сатып алушылар тауарды, яғни олардың қажеттіліктерін қанағаттандыруға арналған материалдық субстанцияны өз пайдалануына алады. Бұл ретте, айналым саласында көрсетілетін қызметтер сауда кәсіпорындарының қызметтері сияқты материалдық нәтижеге ие болуы мүмкін.

Өндіріс саласы мен айналым саласын кәсіпкерлік табыс пен пайда алу тұрғысынан теңдестіру керек. Пайданың мәнін анықтаудың мұндай тәсілінің теориялық ғана емес, сонымен қатар практикалық маңызы бар, өйткені сол немесе өзге өнімді өткізетін сауда қызметкерлерінің еңбегі өндіргіш болып табылатындығы туралы қорытынды жасауға мүмкіндік береді және сатудан түскен пайда тауарларды өткізу бойынша қызметтер көрсету барысында айналым саласында құрылады. "Сауда пайдасы" санатының көп қырлылығы сауда кәсіпорны пайдасының түрлері мен көрсеткіштерін жіктеудің әртүрлі тәсілдері мен критерийлерінің болуына себепші болды. Бізге пайда түрлерін жіктеу негізіне оның атқаратын функциялары алынуы тиіс.

Экономикалық тиімділік көрсеткіштеріне тауар айналымы мен пайданың дәстүрлі көрсеткіштерінен басқа фирманың елдің жалпы ішкі өніміне қосқан үлесін көрсететін "қосылған құн" көрсеткіштерін жатқызуға болады.

Сауда фирмасының рентабельділігін бағалау үшін рентабельділік көрсеткіштерінің дәстүрлі жүйесіне өзін-өзі қаржыландыру базасы ретінде оның иелігінде қалатын құн үлесін көрсететін көрсеткішті, таза пайданың және қосылған құнның арақатынасын және дамуға пайдаланылған пайда мен таза пайданың арақатынасының көрсеткіштерін, кеңейтілген молықтыруға нақты пайдаланылған құн үлесін көрсететін көрсеткішті енгізген жөн. Пайданың сапасы осы сауда фирмасына қол жеткізілген пайда деңгейі, сондай-ақ оған қол жеткізу үшін шаруашылық резервтерін пайдалану дәрежесі қаншалықты тән екенін көрсетеді. Тұрақтылықтың болмауы шаруашылық қызметтің тәуекел дәрежесін арттырады. Сауда пайдасының сапасын арттырудың негізгі резервтері: әртараптандыру жолымен сауда қызметінің сапасын арттыру, шығындар құрылымын бақылау, материалдық және еңбек ресурстарынан қайтарымның өсуі болып табылады.

Ұйымдастыру тұрғысынан пайданы басқару жүйесі пайданы қалыптастырудың жекелеген мәселелері бойынша басқарушылық шешімдерді әзірлеуді және қабылдауды қамтамасыз ететін және осы шешімдердің нәтижелілігі үшін жауапты кәсіпорынның құрылымдық бөлімшелерінің өзара байланысты жиынтығын білдіреді. Сауда кәсіпорнында пайданы басқаруды ұйымдастыруды I жетілдіру мақсатында екі деңгейлі жүйені енгізу орынды. Бірінші деңгей — кәсіпорынды басқару аппараты, Екінші деңгей-кәсіпорынның құрылымдық бөлімшелері.

Сауда фирмасының экономикалық жай-күйін оңтайландыру және тұрақтылығы кері байланысқа және басқару шешімдерінің орындалуын бақылауға негізделетін сапалы басқару арқылы қамтамасыз етілуі мүмкін. Фирмаішілік аналитикалық бақылау пайда сапасының мониторингі жүйесінің

моделіне негізделуі мүмкін. Жұмыста ұсынылған модель интегралдық көрсеткішті шығара отырып, көрсеткіштердің нормативтік мәндер жүйесінің әдісін пайдалануды болжайды

Сауда қатынасы—бұл мемлекеттердің экономикалық ынтымақтастығының маңызды саласы болып табылады. Қазақстандық тәжірибе мен доктринада сыртқы экономикалық келісім түсінігі жоқ, сондықтан сыртқы экономикалық келісімде: біріншіден, "Сыртқы экономикалық келісімдер жасалатын саланың қатынастар аясы анықталады".

Табысты басқару стратегиясын қалыптастыру кәсіпкерлік тәуекел теориясының ережелерін ескере отырып жүзеге асырылуы тиіс:

- фирманы құру кезеңінде табысты басқарудың негізгі құралы жоспарлау түрінде өзін-өзі сақтандыру, ал басқарудың негізгі нысаны шығынсыздықты болжау және пайданы басқарудың ұйымдастырушылық аспектілері болуы тиіс;

- пайданы басқарудың негізгі әдістері қауіп - қатерді болдырмау, ал объект-шығынсыздық нүктесіне жету болуы тиіс;

- тұрақтандыру кезеңінде кәсіпкерге тәуекелдің ішкі факторларын сақтандыруға ерекше көңіл бөлу керек, өйткені тәуекелдің негізгі көзі фирманың ішкі ортасында және оның нарықтағы жағдайын бағалаудың пысықталу дәрежесіне жатады; тәуекелдің негізгі әдістері пайда сапасының ағымдағы мониторингін жүзеге асыру және пайда өсуінің ішкі резервтерін іздеу жолымен тәуекелдің алдын алу және беру болуы тиіс;

- регрессия фазасында кәсіпкердің кез келген іс - әрекеті тәуекелмен ұштасады, сондықтан кәсіпкерге өз іс-қимылдарының тәуекелділігін азайтуға және фирма ішінде күштерді қайта топтастыруға күш-жігерді шоғырландырған жөн; осы кезеңде тәуекелді басқарудың негізгі әдісі тәуекелді болдырмау, басқару объектісі-шығындар құрылымы және операциялық тұтқаның әсер ету күші болуы тиіс.

Сондай — ақ ақшалай аударымдар қоғамдық қажеттіліктерді қанағаттандыруға және мемлекеттік, инвестициялық, өндірістік, ғылыми-техникалық және әлеуметтік бағдарламаларды жүзеге асыруға бағытталады.

Пайданың тағы бір маңызды функцияларының бірі ұйымды банкроттық қаупінен қорғау болып табылады, өйткені ол кәсіпорынның бюджеттен тыс қорлармен және басқа да ұйымдармен есеп айырысуының экономикалық тұрақтылығын қамтамасыз етеді.

Бұдан басқа, тұрақты пайда салынған капиталға дивиденд түрінде көрінеді және жаңа инвесторларды тартуға ықпал етеді, демек, кәсіпорынның меншікті капиталының ұлғаюына әкеледі.

Демек, кәсіпорынның жұмыс істеу тиімділігі оның пайда әкелу қабілетімен анықталады. Сондықтан ұйымның табыстылығын арттыруға деген қызығушылық туындайды.

Пайда мөлшеріне әртүрлі факторлар әсер етеді, олардың бірі өнімнің өзіндік құны болып табылады.

Кәсіпорынның пайдасына әсер етудің (ұлғаю, азаю) келесі екі жолы бар: өнімнің өзіндік құнын төмендету; түсімді, яғни сату көлемін ұлғайту.

Өнімнің өзіндік құны кәсіпорынның жұмыс қабілетін, сондай-ақ ұйымның иелігіндегі өнімді өндіруге ресурстарды (тұрақты және ауыспалы

капиталды) пайдалану деңгейін сипаттайтын сапалық көрсеткіштер болып табылады.

Кәсіпорында өнімнің өзіндік құнының неғұрлым елеулі төмендеуіне тұрақты жұмыс істейтін шығындарды төмендетудің кешенді бағдарламасын әзірлеу және іске асыру жолымен қол жеткізуге болады және мән-жайлар өзгерген кезде түзетіледі.

Кәсіпорынның сату көлемі мен түсімінің ұлғаюы келесі факторлар есебінен жүзеге асырылуы мүмкін:

- өнімнің көлемі мен ассортиментін кеңейтуді көздейтін икемді өндіріс.
- жасалған шарттарды сақтау.
- баға мен баға белгілеуді оңтайландыру.
- өнім, жұмыс, қызмет сапасын арттыру.
- коммерциялық кредит беру саясатын кезең-кезеңімен қайта қарау.
- басқа факторлар .

Осылайша, пайда кәсіпорын, фирма, жеке тұлға және мемлекет қызметінің маңызды экономикалық көрсеткіші болып табылады, сондай-ақ ол пайда салығы түрінде мемлекет бюджетінің бір бөлігі қалыптасатын негізгі құрамдас бөлігі болып табылады.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Мельников В. Д., Ли В. Д. Қаржының жалпы курсы: Оқу құралы, Алматы: Қазақ университеті, 2005. 1676 б.
2. Кулагин П. «Рынок в социалистической экономике» - Қаржы экономика 2005.- 356 б.
3. Майдан - Әли Байгісиев. Халықаралық экономикалық қатынастар, Алматы 1998. 125 б.
4. Абрютина, М. С. Экономический анализ товарного рынка и торговой деятельности: учебное пособие / М. С. Абрютина. – Москва: Дело и сервис, 2010. – 462 с.

RESEARCH OF DEVELOPMENT TRENDS OF MODERN HIGHER EDUCATION

Modern higher education. Currently, there is an acceleration of changes in all areas of activity. Knowledge is rapidly becoming obsolete, and the volume of its production is growing rapidly. The expectations and needs of society in relation to higher education has changed. Universities are now required to become more dynamic, flexible, sensitive to social, scientific, technical and technological challenges, work more productively and efficiently, be ready for innovation and international competition.

Today, relations between governments and universities cannot be established once and for all. Transformations of these relations are aimed at encouraging universities to respond quickly and flexibly to changing priorities and emerging opportunities in higher education and science, as well as to increasing the value of the quality of educational and management processes and accountability.

In most countries, public funding for higher education decreases or does not meet modern requirements. In only a few countries does it cover the cost of the university's mission of learning and research. Modern universities are large educational, scientific and industrial complexes. They unite educational and research institutes, colleges, faculties, departments (departments, departments), industry centers, problem laboratories, design and technology bureaus, school laboratories. Today, there is such a trend everywhere in the world: not only governments, but also numerous public organizations and groups, conventionally called stakeholders, want universities to directly contribute to the creation of unique know-how for their country. Institutions of higher education are compelled to meet these wishes in the face of declining state support. To survive, universities have to adapt to the rapid changes taking place around them. Suddenly, terms such as "competition", "income", "economic efficiency", "productivity", "marketing" have increasingly begun to appear in the literature on university management.

New conditions force universities to work, guided by a scientifically based, specific for each university concept that meets the realities of the specific socio-economic situation in the region and takes into account the future development of the external environment.

The context of world higher education. The world community has long recognized the value of higher education in terms of not only the socio-economic development of a single country, but also increasing its competitive advantage in the global market for goods and services. Higher education can be seen as a marker of the state's level of development. Today, out of 193 sovereign states of the world, 180 have an established education system, including university education. Of course, all these systems have certain common features and features, but they are differently organized. Moreover, a change in the external environment of the functioning of universities inevitably leads to the need for their organizational transformation. The dynamic external environment does not allow one to dwell on the methods of

university management once chosen and its structure.

The last decades of the last century were marked by a boom of research, analytical and innovative projects devoted to the problems of university education, approaches to improving university management at the national, regional and institutional levels, issues of updating the content of education and teaching methods. Having formed as an interdisciplinary direction, first in the USA, then in Western Europe, university management is already a sphere of dynamically developing research and practice, where theoretical concepts and authoritative schools have been formed. Worldwide, the total flow of social demands, demands and expectations, fundamental changes in the labor market and the emergence of new trends in it (Figure 1) have made the primary task of modernizing national education systems and forced the governments and higher education authorities to pursue new policies, to motivate improved performance academic work.

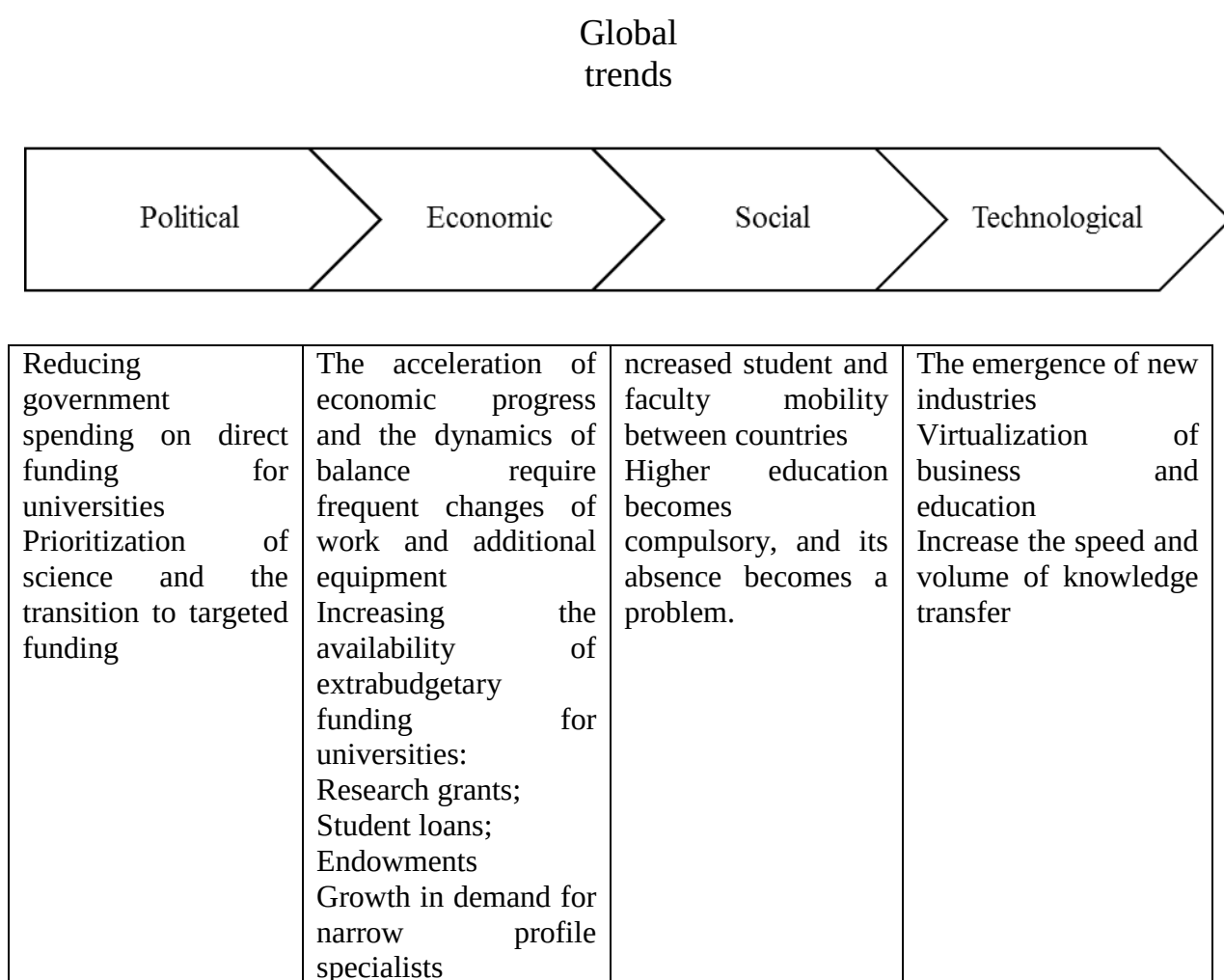


Figure 1 – PEST analysis of global trends higher education systems

The influence and role of the state in relation to higher education, manifested primarily in the reduction of budget funding, has increased. At the same time, higher education institutions are under constant pressure from the same state, which seeks efficiency from them in the use of labor and funds assigned to universities. In addition, in all countries, universities are faced with the need to justify their resource

needs, to account for the use of public finance. Reforms of higher education in foreign countries affected all major areas of the university's activities: its scope, functions, formation of student contingents, the content of educational programs, forms and methods of training, the organization of the educational process, research, advanced training and retraining of specialists.

The results of a study of similar reforms in the UK showed that direct government funding there was declining, while funding research activities remained almost unchanged, the amount of direct government order for educational programs varied. In 2010, a law on the transition to the “money follows a student” system came into force in the UK – a student chooses a university and receives a grant or a preferential student loan for education from the state. The introduction of this practice has led to an increase in competition within the British education system, as well as to an increase in the competitiveness of UK higher education on the world market. Thus, the PEST analysis of global trends in the higher education system is presented in Figure 1.

Against the background of declining state funding, universities should look for alternative sources of funds, but to attract and use them in society, adequate financial mechanisms should be used – both to control income and create new teaching and research opportunities, and to guarantee the quality of the basic activities of universities.

The endowment today is one of the most productive market mechanisms used in international practice for additional financing of educational activities and other significant social projects. In the USA, where endowments are most developed, there are universities, museums, theaters, and other organizations at the expense of income from the placement of endowment funds. The state in many countries of the world encourages the development of the system of endowments through the introduction of special tax measures. For example, income from investing in endowment funds is not taxable.

The growth rate of assets today is led by the funds of target capital of universities, which are not distinguished by the largest capital figures. The size of the endowment largely depends on the activity of work with graduates and on the correctness of the chosen strategy.

The advantages of the endowment fund include the ability to use the body of fixed capital as a financial guarantee when an organization attracts financial resources from external sources or borrowed funds. Therefore, the endowment significantly expands the range of effective financial management tools used at the university.

Based on the purpose of endowments, there are two strategies that universities follow with regard to endowments: 1) actively building up the endowment as a goal; 2) passive use of the endowment as a savings account.

Today, the boundaries of the educational industry are becoming increasingly blurred, bringing competition from where it is not expected. The largest transnational corporations, such as IBM, Motorola, Microsoft, create their own institutions of higher education, conducting serious basic scientific research and building their educational activities on their basis.

European governments encourage universities to move towards commercialization and create the institutional conditions for the globalization of the

educational and scientific services market in the framework of the overall European integration process.

In the 1990s, foreign countries began to restructure the higher education system. This was due to a number of factors: first of all, the need to resolve the main contradiction between the high demands made by modern society on specialists and the insufficient level of their professionalism; the need to provide ample opportunities to obtain versatile training for professionals of any age; updating the content of higher education due to the growth of information; the emergence of many new professions; and most importantly, the need to ensure democratic conditions for the development of the educational sphere.

Universities accepted the challenge and, for the most part, were able to adequately respond to changes in the external environment by proposing new programs and teaching methods, diversifying funding sources, and introducing modern management methods. However, there are reverse examples. Unlike most universities, which currently indicate only the date of foundation, Southeastern University in the USA now also has a completion date of its activities - 2009. Founded in 1879 in Washington State, it failed to adapt to the new conditions, in recent years only reducing costs through the closure of programs and taking the teaching staff (faculty) behind the staff. The university relied on only one source of income - payment for education, was unable to make the necessary changes in positioning in time and develop a strategy for effective university management.

The main direction of the transformation of universities in modern conditions., In our opinion, is seen in the movement towards the formation of an adaptive professional entrepreneurial organization. The structure of income items in a successful university is diversified. No university in the current market conditions can function with a single item of income.

REFERENCES

1. Thomas, L. Friedman. Flat world. Brief history of the XXI century / L. Thomas. - M: AST, 2007.
2. Antonio Padilla-Meléndez, Aurora GarridoMoreno. Open innovation in universities: What motivates researchers to engage in knowledge transfer exchanges? International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 2012
3. David C. Mowery and Bhaven N. Sampat Universities in national innovation systems.
4. Gaponenko N. Assessment of Russian NN activity. NANORUCTR, 2011
5. Hanadi Mubarak Al-Mubarak and Michael Busler. Innovation Systems in European Countries: A SWOT Analysis. European Journal of Business and management, 2012

INSTRUMENTS OF CHANGE MANAGEMENT IN UNIVERCITY

Modern higher education all around the world is characterized by a number of tendencies leading to increased attention to the problems of managing change in universities. Among these trends is the democratization of education, the transition of universities to the entrepreneurial type behavior, increasing competition in the educational market, toughening the requirements of the founder in the introduction of modern organizational, technological and substantive innovations.

An effective educational institution receives strategic development opportunities only when it uses clear mechanisms and tools for initiating, developing, implementing various changes, providing adaptation to new conditions and needs of society.

At the same time, it can be stated that there are no standard ways of managing changes in educational organizations, in many respects the experience of transferring universities to an innovation-oriented or entrepreneurial development path develops spontaneously. This leads to the need to study and systematize the experience of managing changes in higher education institutions, which will help shape further steps to improve their activities.

Change as a subject of study of management science is considered most often as a way to implement innovation. Opportunities for innovative development in the higher education system are associated with both conceptual and substantive attitudes relating to the educational process, as well as with the introduction of organizational and managerial innovations that enable the university to master modern management technologies and become a full-fledged competitor.

Managing universities means striving for ambiguous objectives, involving various electoral groups, relatively ill-defined technologies, highly specialized core professionals (or professors), and working in an exposed and vulnerable environment. Correspondingly, university management has to incorporate such factors and to develop an approach with an appropriately matching style. Frequently, questions of shared governance, the role of leadership and the changeover from bureaucratic management to a more professional approach has been of major concern.

The main characteristic of a higher education institution having a formed change management system is its strategic ability for constant change, which is expressed both in the aggregate of competitive educational programs and in the wide use of design methods for managing various processes.

At the same time, a characteristic feature of the modern stage of development of education is the contradiction between the strong need for innovative changes and the large number of attempts to implement these changes and the spontaneity of the emerging experience of managing this process.

In the current market reality, the university can be considered as a “company” providing educational services to its clients, students and employers. Similar to other companies and institutions, it should also be natural for higher education institutions to change their ongoing processes and activities, and implement a new institutional

model reflecting the provision of educational services within a new social environment. Hence, at the very core of universities is a need to be companies of knowledge, developing teaching, research and outreach activities without ever losing sight of the business vision contained within its administrative structure.

However, given the environmental imperatives of this century, there are also rising tensions between the needs of universities, understood as the need for professional (or entrepreneurial) management, and the traditionally resistant form of its organizational structure. Birnbaum observed three particular tensions:

1. In an institution that creates and disseminates knowledge, immobility and the absence of change cannot be accepted.

2. Considering the growing need of universities to provide efficient internal operations, the ineffectiveness of excessively bureaucratic administrative departments cannot be accepted.

3. There is a rising disparity between institutional agility, focus, innovation and entrepreneurialism and the traditional culture of the academic department.

Among the main trends shaping the modern sphere of higher education, it should be noted:

- The sharp increase in competition among higher education institutions
- Reduced budget funding for universities
- Digitalization, distribution of information technologies in the field of education

Schools are forced to train specialists.

- Continuous adjustment of specials in demand
- In order to remain effective in the market, we are forced to revise our programs and training methods.

Thus, the task of management facing modern universities includes many areas and roles assumed by universities, which, in turn, is the complexity of the university environment.

At the same time, financial constraints, rapid technological change, and growing coordination difficulties increase the level of uncertainty and dynamism of university management.

The implications of this scenario for the organization and management of universities can be analyzed as part of the evolution from a classical university to the current university environment. The analysis shows the need to organize and manage universities to adapt to more complex and dynamic environments.

This environment, as a rule, leads to a more organic one than a bureaucratic university, equipped with more flexible structures, less formal rules, and a greater mutual adjustment. University organizations in this format are more innovative and easier to adapt to changes in the environment.

Modern universities should develop and begin to act in the same way as business organizations, expecting a reduction in state control and stimulating the participation of universities in the market.

This allows organizations to strive for higher standards of professional and business management, focusing on areas such as marketing, strategy and finance.

At the same time, companies are turning their attention to universities. Technological development and innovations are now characterized as one of the most

important differences in the market, and they in turn can be obtained through universities.

However, there are limitations. It is important to remember that a special public mission is assigned to higher education institutions. In general terms, this means that they produce services that benefit society. In addition, the government imposes certain standards regarding the quality of services provided and access to services. However, to a large extent, the state provides ample room for maneuver for universities in the field of teaching and research content. Universities obtain and maintain social legitimacy through ways and means of guaranteeing quality. And this is one of the current problems, namely responsible management.

University modernization, through taking on a more entrepreneurial basis, may involve a significant social change, thus contributing towards the sustainable development of the regions covered by the university.

However, change is not an easy process. The biggest problem lies in understanding and preparing for the characteristics of universities. Therefore, blindly applying business sector practices is unlikely to have any significant effect.

Being a complex organization, the university will be presented with a strong resistance to change.

Change management in universities is a rather unpleasant task: it usually takes place during periods of financial contraction and affects organizational goals.

The motivations for action taken by those involved in the governance process are generally rather unclear to other participants. In addition, hierarchies are traditionally ambiguous and uncertain only with weak governance structures. Organizational culture is diverse, since different subjects have scientific guidelines and orientations that are often contradictory.

It is resistance from internal university subjects causes a number of administrative problems, in particular, poorly designed plans that are never implemented, the inability to change the traditional university culture, the lack of commitment of top management to the results, dependence on increasingly insufficient public sources of funding, organizational structure, incompatible with reality, the isolation of individuals and departments, the loss of the quality of teaching and research, the absence of close proximity to society and insufficient attention paid to stakeholders with bonds to the institution.

The effectiveness of managing changes in universities is reflected in the specific indicators of the rating of their effectiveness. The definition of the rating position is based on the following integral factors, and almost all factors imply the existence of effective change management processes in both the external and the internal environment of the university. Among them:

1. Conditions for obtaining quality education at the university (assessment of changes in teaching, the ability of the university to international integration, the ability of the university to raise funds to ensure the educational process).

2. The level of demand for graduate students by employers (assessment of graduates' abilities for professional development, the use of various schemes of cooperation with employers).

3. The level of research activities of the university (assessment of innovation activity, scientific achievements and development of innovation infrastructure)

Analyzing the practice of managing change in higher education institutions, it can be argued that the above factors imply the use of a number of management tools in the changes at the higher education institution.

1. Involvement of scientific and pedagogical workers in the management of educational programs, which implies an annual update of curricula, content, funds of evaluation funds. This allows to ensure the quality of educational services.

2. Creating an e-learning environment serving as a platform for the demonstration, integration and implementation of various innovative practices (in the format of webinars, master classes, discussion platforms, etc.).

3. Development of network cooperation as a way to implement joint projects, including international scale (this may take the format of clinical practice bases, experimental sites, etc.).

4. Dissemination of research, consulting and other activities focused on an external customer and allowing to integrate the results of scientific work into the practice of enterprises and organizations (for example, performing contractual works, conducting customized research, etc.).

5. Stimulation of educational, research, innovation activities of scientific and pedagogical workers through the introduction of a system of performance indicators (for example, in the form of rating assessment systems, KPI indicator systems, etc.).

These mechanisms are different and are aimed at updating the content of training and educational technologies, the development of electronic services supporting innovative processes, expanding network and international cooperation, stimulating innovative activity of scientific and pedagogical workers.

REFERENCES

1. Burganova L.A. Change management in higher education: methodology problems // Bulletin of Economics, Law and Sociology. 2014.
2. Kudryavtsev D.I. Resistance to managerial innovations in the university organization in the context of the modernization of education. 2012
3. Rubin Yu.B. Problems of managing changes in the university // Statistics and Economics. 2004
4. Makarkin NP, Tomilin OB University development with new management approaches // Education Integration. 2005.
5. Cameron, K., 'Organizational Adaptation and Higher Education', 1984

ПРОБЛЕМЫ РЕЦИКЛИНГА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ В КАЗАХСТАНЕ

В мире ежегодно увеличивается численность населения и промышленных предприятий, одновременно с этим растет количество мусора. Еще несколько десятилетий назад отходы вывозились на свалки и постепенно увеличивались до необъятных размеров. Немного позже появились специальные полигоны, которые перерабатывали мусор и использовали его вторично. Сегодня этот процесс называется рециклингом.

Рециклинг отходов- это процесс, позволяющий переработать полезный мусор и отходы производства с целью их дальнейшего использования и возврата в производственный оборот. Полезность данной операции также заключается в рациональном природопользовании, потому как перерабатывается скопившийся мусор. [1]. В итоге, рециклинг отходов представляет часть того, что и обозначают утилизацией отходов. В современном мире эта проблема с каждым годом становится первоочередной, что свидетельствует об актуальности проводимого исследования.

Вторичная переработка определяется как промышленная переработка продукции, с целью восстановления первоначальных потребительских свойств или получения новых видов продукции. К последним можно отнести, например, органическую переработку. Переработку отходов для получения энергии в официальные определения «вторичной переработки» обычно не включают. Общеизвестно, что наиболее эффективно возвращать в оборот такие промышленные отходы, как: лом черных, цветных и драгоценных металлов; гаджеты; тканей; разные виды пластмасс и пластика и многое другое.

В связи с необходимостью решения данной проблемы, а также ряда других эколого-экономических задач была разработана и подписана 30 мая 2013 года Концепция по переходу Казахстана к «зеленой» экономике. В Концепции по переходу Республики Казахстан к «зеленой» экономике утилизация и рециклинг отходов определены как приоритетные виды деятельности. К 2030 году в Республике Казахстан необходимо достичь 40% уровня переработки отходов, к 2050 – 50%. Для достижения целей Концепции государством проводится большая работа по совершенствованию законодательства, формированию государственной программы по переработке и утилизации ТБО. [2]

Что нужно, чтобы развивать рециклинг? Во-первых, требуется государственная поддержка на всех уровнях: государственном и региональном. Она должна быть закреплена в правовых актах и стимулироваться бюджетными средствами. Поскольку, большинство предприятий, базирующихся именно на вторичной переработке; находятся на грани закрытия, так как сталкиваются с отсутствием постоянного финансирования, низким спросом, высокими штрафами за хранение отходов в некоторых компаниях.

Современное состояние экономики Казахстана, характеризуется колоссальными размерами отходов тяжелой, горнодобывающей и

других отраслей промышленности, накопленными еще со времен существования СССР; ростом объемов твердых бытовых отходов (ТБО), из-за повышения доли городского населения.

Для Казахстана, сравнительно «молодой стране» относительно других развитых стран, процесс рециклинга является новым понятием. И для его развития формируется новая система комплексного управления отходами, разрабатываются организационные и правовые нормы, определяются возможности финансирования.

В современном мире опасные отходы, которые не прошли переработку являются проблемой и причиной многих санитарно-эпидемиологических ситуаций. В целом по стране перерабатываются около 10% мусора, правительство сейчас проводит мероприятия по увеличению этого показателя. Остальные 90% отходов вывозятся за пределы больших населенных пунктов на свалки, мусорные полигоны, местом нахождения которых чаще всего становятся заброшенные здания, котловины, берега рек и многое другое. В Казахстане насчитывается чуть больше 3800 полигонов, и только 16 из них соответствуют экологическим требованиям, а также санитарным нормам.

В развитых странах мира рециклингом отходов занимаются давно и серьезно, разработкой эффективных технологий занимаются лучшие лаборатории, в обществе меняется взгляд на отходы и мусор, как конечный продукт использования. На долю рециклинга в этих странах, приходится 60 % всех отходов производства и потребления, а оставшиеся 40 % по-прежнему закапываются на полигонах. В Казахстане этот показатель пока остается на уровне 6-10 %, основная масса отходов вывозится на свалки и полигоны.

Во многих странах Европы, США, Японии, Бразилии и другие используют контейнеры для раздельного сбора мусора. Проблема переработки отходов, стоит остро во всем мире, и каждая страна прибегает к самым различным методам ее решения. Обычно использует способы, мотивирующие само население к сортировке отходов. Так, например, в Германии, Италии, Южной Корее, Бразилии выдают финансовое вознаграждение за собранный мусор, который попадает на вторичную переработку. В Нидерландах гражданам, которые сортируют свой мусор выдают купоны, которыми можно воспользоваться для оплаты жилья и коммунальных услуг. В Японии, которая отличается развитой экономикой, отсутствием сырья, высоким уровнем урбанизации, ученые нашли способ создавать из непригодных для рециклинга отходов, новые острова для производства и проживания.

В Казахстане с 2017 года началось поэтапное внедрение раздельного сбора отходов, стали использовать контейнеры. В отдельные контейнеры собирается: бумага, стекло, пищевые отходы, разные виды пластика. Но технология и количество предприятий, имеющих сегодня в Казахстане, не дает возможность полностью решить поставленную проблему. По данным Минэнерго, в стране свыше 100 предприятий, сортирующих и перерабатывающих отходы. Они выпускают около 20 видов продукции. Сортировочные комплексы располагаются в 18 населенных пунктах. В диаграмме 1 видно, что количество мусороперерабатывающих заводов больше всего в Актюбинской и Восточно-Казахстанской областях. Количество

переработанного мусора во всем Казахстане меньше отсортированного, что свидетельствует о практическом отсутствии рециклинга в стране.

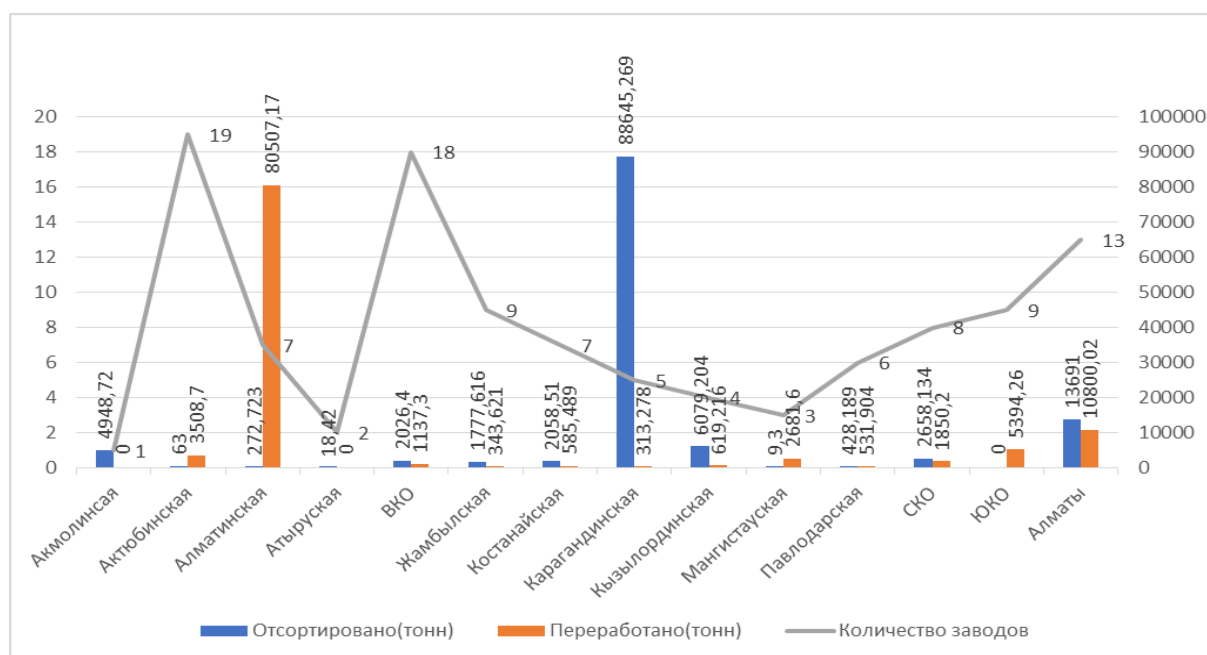


Диаграмма 1- Сортировка и переработка мусора в Казахстане на 2017 год

Серьезную проблему для Казахстана представляют твердые бытовые отходы. Ежегодно в стране накапливается свыше 14 млн кубических метров ТБО при норме от 1,3 до 2,2 м³ на одного жителя. Динамика объемов отхода за 2012-2017 годы представлена в таблице 1.

Таблица 1

Динамика объемов отходов за период 2012– 2017

Наименование показателя	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Темп роста 2017 к 2012г. , %
Сельское хозяйство, лесоводство и рыболовство, в 1000 т/год	1 136,4	1146,8	1 049,5	1410,8	1804,3	2025,0	178,2
Горнодобывающая промышленность и разработка карьеров, в 1000 т/ год	283 685,9	298918,8	268 367,1	185300,0	88486,7	88271,0	31,1
Обрабатывающая промышленность, в 1000 т/ год	46 000,0	49402,5	44 918,2	42929,5	39160,9	13302,3	28,9
Снабжение электричеством, газом, паром, в 100 т/ год	21 713,1	28832,8	18 844,3	17942,8	17920,0	19211,0	88,47

Продолжение таблицы 1

Наименование показателя	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Темп роста 2017 к 2012г. , %
Строительство, в 1000 т/ год	138,8	267,6	247,4	225,6	285,6	108,0	77,8
Другие виды деятельности, в 1000 т/ год	3 278,3	3 645,8	3 988,3	3756,9	3733,6	3957,0	120,7
Общий объем муниципальных отходов, в1000т/год	3 588,3	3547,7	3446,3	3235,5	2813,6	2983,9	83,2
Из них отходы домохозяйств, в 1000т/ год	2 429,9	2495,5	2421,0	2318,0	1988,5	2073,4	85,3
Всего отходов, в 1000т/ год	359 540,8	385 762,0	340 861,1	254 801,1	154 204,7	129 858,2	36,12
Из них опасные отходы, в 1000т/ год	355 952,5	382 214,3	337 414,8	251 565,6	151 391,1	126 874,3	35,64
Население, в тыс. чел	16792, 1	17035,	17288,3	17542,	17794	18037	107,4
Муниципальные отходы на душу населения, в кг/	213,7	208,3	199,3	184,4	158,1	165,4	77,4
ВВП сопоставимых ценах 2011 года (ППС), в млн.доларов	369200,0	391348 ,0	407784,6	412678 ,0	41721 7,5	43390 6,2	117,5
Промышленные отходы на единицу ВВП, в кг/ 1000 долл. США	124,6	126,2	110,2	104,0	93,9	30,7	24,6
Общее количество образовавшихся отходов на единицу ВВП, в кг/ 1000 долл. США	973,8	985,7	835,9	617,4	369,6	299,3	30,7
Опасные отходы на единицу ВВП, в кг/1000 долл. США	964,1	976,7	827,4	609,6	362,9	292,4	30,3

По этой таблице можно сделать следующие выводы. Объемы отходов имеют тенденцию к увеличению, за исключением горнодобывающей и обрабатывающей промышленностей за период 2012-2017гг., где объем отходов уменьшился в 3 раза. Идет значительное уменьшение опасных отходов, что положительно влияет, и на экономику, и на общее состояние окружающей среды. Растет численность населения, что ведет к увеличению общего объема отходов. В Восточно-Казахстанской области имеется 24 компании, осуществляющих сбор, сортировку и переработку различных отходов в зависимости от их специализации. На территории области 435 действующих

полигонов, из них узаконено только 25.

Предложения, с помощью которых можно решить проблемы с ТБО:

Во-первых, создание очень жестких правил обращения с бытовыми отходами, нарушение которых сопровождается денежными штрафами. Такой метод уже давно начали использовать в развитых странах. Иной раз несоблюдение подобных правил, может достигать до 1000\$.

Во-вторых, организовать коммерческие стационарные пункты приема вторичных ресурсов. Они уже существуют в Казахстане, но пункты приема бумаги расположены только в городе Алматы. Размещение таких пунктов в разных регионах страны, сильно бы упростила сортировку отходов после ее сбора, и ускорила процесс вторичной переработки.

В-третьих, строительство малых предприятий для мусоропереработки, т.к. большие заводы, которые уже сформированы в Казахстане, находятся в бездействии из-за нехватки объемов вторсырья. На сегодняшний день существует большое количество планов, для создания мусороперерабатывающих предприятий. Особенно выделяют ВКО, в этом регионе большое количество природных ресурсов, последствия использования которых приносит большой вред в виде накопления отходов на полигонах, или загрязнения экологии в целом. Так, например, в Риддере будет построен мусороперерабатывающий завод, способный сортировать до 30 тысяч тонн твердо-бытовых отходов в год общей площадью 18 гектаров. [3]

В-четвертых, прибегать к информированию населения и его заинтересованности в проблемах экологии в регионе проживания. Необходимо проводить разъяснительную работу по данной проблеме в образовательных учреждениях, не только в крупных центрах государства, но и также в районных центрах и других населенных пунктах.

В-пятых, предоставление транспортных средств, для еженедельного, возможно и ежемесячного сбора каких-либо ТБО не только в крупных и мелких городах, но также и с других населенных пунктов (пригородные поселки, села, аулы). Возможно, этого объема будет предостаточно для заводов, которые на сегодняшний год являются не рентабельными.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. <https://golubevod.net/recikling-otxodov.html>
2. Указ Президента РК Н.А.Назарбаев от 30 мая 2013 г. «Концепция по переходу Республики Казахстан к «зеленой экономике»»
3. <https://ust-kamenogorsk.city/novosti-ust-kamenogorska/7250/>

РАЗВИТИЕ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В КАЗАХСТАНЕ

Значительную роль в экономике государства выполняет ипотечное кредитование. Механизм развития ипотечного кредитования способен сыграть положительную роль для развития экономики любой страны. Так как удовлетворение потребности в жилье является приоритетной задачей любого государства, развитие сегмента жилой недвижимости приобретает первостепенное значение для развития национальной экономики. Жилая недвижимость обладает высокой стоимостью, особенно в сравнении с доходами домохозяйств. Расширение финансовых возможностей населения по приобретению жилья во многих странах достигается путем успешного применения жилищного ипотечного кредитования. В данном случае, роль ипотечного кредитования состоит в преодолении дисбаланса между текущими доходами домашних хозяйств и потребительскими стандартами на жилье.

Ипотечный кредит – это долгосрочный кредит, выдаваемый банками под заклад недвижимого имущества, право собственности на которое переходит на время кредитования к кредитору, хотя само имущество находится в пользовании заемщика.

Развитие ипотечного бизнеса позитивно сказывается на развитии реального сектора экономики.

Ипотека способствует реализации построенных домов, рост же строительства вызывает оживление в производстве строительных материалов и конструкций, строительного и дорожного машиностроения, в деревообработке и производстве мебели и т.д. Развитие ипотечного кредитования оказывает положительное влияние на преодоление социальной нестабильности.

Ипотека влияет на проблему занятости (дополнительные рабочие места в строительстве и других отраслях) и помогает удовлетворить потребность населения в жилье.

Огромное значение ипотека имеет и для повышения стабильности и эффективности функционирования банковской системы страны. Обеспеченные кредиты более безопасны для банков, так как при невозврате кредита банк реализует залог и возвращает свои средства. Снижению риска при ипотечном кредитовании также способствует целевой характер ссуд. Операции с недвижимостью зачастую являются менее рискованными по сравнению с текущими кредитными операциями коммерческих банков.

Ипотечное кредитование, бесспорно, - перспективное направление банковской деятельности.

Основными участниками системы жилищного кредитования являются кредитор и заемщик. В лице заемщиков выступают домохозяйства или отдельные индивиды, которые имеют потребность в улучшении своих жилищных условий. В лице кредиторов выступают финансовые учреждения, которые аккумулируют денежные средства и предоставляют ипотечные кредиты. Обеспечивая гражданам доступность заемных средств, ипотечное

кредитование решает как социальные, так и экономические, задачи.

Таблица 1- Анализ ипотечного кредитования населения банками

Период	12.2016 год		12.2017 год		12.2018 год	
	млн. тенге	%	млн. тенге	%	млн. тенге	%
Всего кредитов	982 240	100	1 096 547	100	1 303 335	100
в том числе:						
в нац. валюте:	856 631	87	1 016 316	93	1 254 541	96
краткосрочные	6 491		6 857		2 482	
долгосрочные	850 141		1 009 459		1 252 059	
в ин. валюте:	125 609	13	80 231	7	48 793	4
краткосрочные	108		59		163	
долгосрочные	125 500		80 172		48 630	
<i>Примечание: Таблица составлена по официальным данным Национального Банка РК</i>						

Из представленных данных видно, что в Республике Казахстан наблюдается рост выданных кредитов населению банками на приобретение жилья. Так в 2017 году рост составил 12%, в 2018 году 33% по отношению к 2016 году и составил на конец 2018 года 1 303 335 млн. тенге. Ипотечное кредитование в Казахстане преимущественно осуществляется в национальной валюте. Так удельный вес кредитов в иностранной валюте в общей сумме ипотечного кредитования составляет 13%, 7%, 4% в 2016, 2017, 2018 гг. соответственно.

Кредитование в национальной валюте, значительно выгоднее в равной степени для кредиторов и заемщиков. Так как, позволяет укрепить национальную валюту и поддержать состояние экономики республики в целом, решая одновременно социальные и экономические цели.

Прослеживая динамику ипотечного кредитования по срокам предоставления, можно сказать, что самым массовым является долгосрочное кредитование, потому что ипотеку можно распределить на более долгий срок с невысокими ежемесячными выплатами, но с большей переплатой по кредиту и более высокой процентной ставкой.

Удельный вес долгосрочного ипотечного кредитования в национальной валюте в 2018 году составил 99,8%, краткосрочного кредитования 0,2%, в иностранной валюте 99,6% и 0,4% соответственно.

Проводя анализ долгосрочного ипотечного кредитования в региональном разрезе в 2018 году, можно отметить, что наибольший удельный вес выданных кредитов в национальной валюте приходится на город Астана в общей сумме 329 611 млн.тенге (26,3%), г. Алматы 299 410 млн.тенге (24%), Восточно-Казахстанская область 74 646 млн.тенге (6%), наименьший удельный вес 1,5% (18 832 млн. тенге) приходится на Кызылординскую область [4].

Таблица 2 - Ставки вознаграждения по кредитам на строительство и приобретения жилья гражданами в Республике Казахстан

Период	2016 год	2017 год	2018 год
Процентная ставка (%)	9,3	8,6	8

Из данных таблицы 2 видно, что ставки на кредиты, выданные на

строительство и приобретения жилья гражданами имеют тенденцию к снижению. Так в 2018 году ставка снизилась на 1,3% по отношению к 2016 году.

В марте 2018 года Глава государства в рамках Первой социальной инициативы поручил запустить Программу «7-20-25», призванную улучшить жилищные условия для населения. Запуск Программы «7-20-25» состоялся в июле 2018 года. Банками-партнерами данной программы являются: Евразийский Банк, АТФ Банк, Halyk Банк, Цеснабанк, ForteBank, Банк ЦентрКредит, RBK Bank, Сбербанк [2].

Первоначальная цель программы "7-20-25" – создание доступной для многих слоев населения жилищной ипотеки. Программа разработана в рамках реализации поручений Главы государства и предусматривает выдачу ипотечных займов по следующим условиям: ставка вознаграждения - 7% годовых, первоначальный взнос - 20%, срок займа - до 25 лет.

Жилищный заем выдается в национальной валюте, а право на участие в программе имеет любой казахстанец, имеющий доход от трудовой и (или) предпринимательской деятельности, а также не имеющий жилья на праве собственности.

Главными факторами при одобрении ипотеки являются платежеспособность и стабильный доход. Банковские организации в настоящее время обрабатывают дополнительные критерии. Это нужно для того, чтобы ипотекой смогли воспользоваться те, кто действительно нуждается в приобретении жилплощади (те граждане, у которых невысокий доход; семьи с трудной жилищной ситуацией; молодые семьи и т.д.). Граждане с высоким уровнем дохода, претендующие на третью квартиру, воспользоваться льготной программой не смогут.

Максимальная стоимость приобретаемого жилья 25 млн. тенге для городов Астана, Алматы и их пригородных зон в пределах границ, определенных законодательством Республики Казахстан, Актау, Атырау, Шымкент и 15 млн. тенге – для других регионов.

Максимальная сумма займа составляет 80% от стоимости залогового обеспечения.

В рамках реализации программы «7-20-25» по состоянию на 30 января 2019 года принято 7 949 на получение займа на сумму 92 млрд. тенге. Из них одобрено 4 612 заявок на предоставление займа на сумму 55 млрд.тенге [2].

По словам Главы Национального Банка РК «Одним из ограничителей в настоящее время является недостаток первичного жилья, прежде всего в регионах. В этой связи важно обеспечить строительство жилья, соответствующего условиям Программы, в перспективных регионах Казахстана с учетом спроса на жилье, демографического роста и миграции населения. По предварительным оценкам потребность граждан в жилье по Программе в 2019 году составит порядка 16 тысяч квартир».

Для активизации программы «7-20-25» были внедрены механизмы субсидирования первоначального взноса по льготной ипотеке в форме выдачи жилищных сертификатов работникам социальной и бюджетной сфер.

Как отмечено Президентом Республики Казахстан Н.А. Назарбаевым,

выдача таких жилищных сертификатов повысит доступность ипотеки для квалифицированных педагогов, медиков, полицейских и других специалистов, необходимых региону.

Кроме, программы «7-20-25» государство реализует и другие программы. Экономический рост и социальная ориентированность государства стали базой для становления системы жилищных строительных сбережений, которая регламентирована Законом РК "О жилищных строительных сбережений в РК" от 7 декабря 2000 г.

АО "Жилстройсбербанк Казахстана" является единственным банком в стране, реализующим систему жилищных строительных сбережений. Система ЖСС направлена на улучшение жилищных условий населения через привлечение денег вкладчиков в жилищные строительные депозиты и предоставления им жилищных займов.

АО «Жилстройсбербанк» реализует жилищную программу «Баспана», посредством системы жилищных сбережений. Система жилищных строительных сбережений (ЖСС) — это возможность производить накопление жилстройсбережений на счетах, а затем получить жилищные займы по низким процентным ставкам с целью улучшения жилищных условий.

Основные условия тарифной программы «Баспана»:

- срок накопления рассчитан в зависимости от значения оценочного показателя и размера взноса в жилищные строительные сбережения;
- минимальный срок накопления 3 года, максимальный – не ограничен;
- ставка вознаграждения по жилищному займу устанавливается в зависимости от достигнутого значения оценочного показателя [5].

Получение жилищного займа возможно при:

- 1) достижении минимального значения оценочного показателя;
- 2) накоплении минимально необходимого размера накопленных денег;
- 3) предоставлении необходимого обеспечения;
- 4) подтверждении платежеспособности клиентом, согласно внутренним документам Банка.

Значение жилищного ипотечного кредитования в экономике, кроме удовлетворения потребности в жилье и повышения уровня жизни граждан создает новые рабочие места в строительной отрасли и в смежных отраслях. В долгосрочной перспективе приводит к росту ВВП. Развитие сектора жилой недвижимости создает мультипликативный эффект развития на всю национальную экономику.

Одной из главных проблем, обсуждаемых при определении роли жилищного кредитования является учет инфляции.

Некоторые экономисты считают, что массовая выдача ипотечных кредитов на приобретение жилья ведет к увеличению темпов инфляции и тем самым окажет негативное влияние на экономику в целом. Если в экономике, которая характеризуется недостаточным уровнем обеспеченности жильем, увеличиваются объемы ипотечных кредитов, это будет способствовать увеличению роста спроса на жилую недвижимость, как на первичном, так и на вторичном жилищных рынках. Строительные компании, получив дополнительный доход, увеличат объем строительства. Но вследствие

длительности периода строительство, необходимое предложение на рынке жилья будет достигнуто лишь через несколько лет. Несоответствие спроса и предложения может привести к значительному росту цен и способствовать инфляции.

Несмотря на данный негативный факт, необходимо учитывать, что жилье является необходимым условием существования и первичной потребностью человека. В связи с высокой стоимостью жилья в сравнении с доходами граждан, ипотечный кредит является необходимым элементом экономики, позволяющим удовлетворить потребность граждан в жилье. Во-вторых, ипотечный кредит способствует экономическому росту в стране. В связи с этим необходимо, чтобы государство взяла на себя роль координирующего органа.

Ситуация когда массовое внедрение жилищного ипотечного кредитования может привести к необоснованному росту цен на жилье и росту инфляции может возникнуть только как результат неадекватной политики государства. В краткосрочном периоде массовое внедрение системы ипотечного жилищного кредитования вызовет рост спроса на жилье. В связи с неэластичностью предложения на рынке жилья в краткосрочном периоде естественно, что такая ситуация приведет к росту цен на жилье. Роль государства состоит в постепенном внедрении ипотечного кредитования и одновременно в планомерном расширении рынка жилья путем поддержки строительства новых домов и создания адекватного спроса. Только в этом случае развитие строительного сектора положительно скажется на развитии экономики в целом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Принципы жилищного кредитования / В.Аверченко, Р.Вессели, Г.Наумов, Э.Файкс, И.Эрти – Москва: Альпина Бизнес Букс, 2006 г.
2. Официальный сайт Национального Банка//www.nationalbank.kz
3. Статистический бюллетень Национального Банка №12 (227), декабрь 2017г.
4. Статистический бюллетень Национального Банка №12 (289), декабрь 2018
5. <https://hcsbk.kz> – Официальный сайт АО «Жилстройсбербанк»
6. Сайт Комитета по статистике «stat.gov.kz»

БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІК ДЕҢГЕЙІ КӘСІПОРЫННЫҢ ДАМУ КӨРСЕТКІШІ РЕТІНДЕ

Қазіргі нарық талаптарына сәйкес кәсіпорын нарықтағы орнын сақтап қалу үшін міндетті түрде даму жағдайында болуы керек. Кәсіпорынның дамуы – бизнес-үрдістер мен өндірісті тиімді басқару шаралары нәтижесінде сапалық және сандық көрсеткіштердің, алдыңғы деңгейден немесе басқа кәсіпорындардың қол жеткізілген деңгейіне қарағанда өсуі. Сонымен қатар, экзогендік және эндогендік факторлардың әсерінен жүзеге асырылған және басшылықтың қойған мақсатына жетуге бағытталған өмірлік циклі кезіндегі барлық формалары мен көріністеріндегі кәсіпорын өмірінің экономикалық компоненті. Яғни, кәсіпорынның дамуы дегеніміз ол кәсіпорын экономикасының сыртқы және ішкі өзгерістерге бейімделуі арқылы сандық және сапалық көрсеткіштерінің өсуі мен кәсіпорынның әлеуетін арттыруға алып келетін үрдіс.

Кәсіпорынның дамуын келесі көрсеткіштерден байқауға болады: өндіріс көлемінің артуы; сату көлемінің өсуі; пайда мен кірістілік көрсеткіштерінің өсуі; кәсіпорынның нарықтағы көлемінің артуы; жеке капиталдың өсуі; еңбек өнімділігінің артуы; өндірістік қуат пен аудандардың артуы; инвестициялардың өсуі және оның қайтарымының артуы және т.б. Бұл көрсеткіштер өз кезегінде кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін көрсетеді. Қазіргі таңда, кәсіпорын өзінің жүзеге асырып жатқан жұмыстарының тиімділігін күшейту үшін, орын алып жатқан өзгерістер жағдайларына бейімделіп, бәсекеге қабілеттілік деңгейіне арттыру мақсатында кәсіпорынның инновациялық даму концепцияларын құрастыруға тиіс. Бұл концепцияларды құру үшін бәсекеге қабілеттілік, оның ерекшеліктері мен белгілері сияқты экономикалық категорияны мұқият зерттеу қажет. Тұрақсыз экономика жағдайындағы өнімдерге деген бағалардың артуы, кез-келген өндірушінің, сатушының және өнімнің тұтынушы талғамына деген күресті күшейтеді. Бұл жағдайда тұтынушы талғамы қол жетімді және сапалы деген өнімге бағытталады, яғни бәсекеге қабілетті деп бағаланған өнімге.

Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі түсінігін анықтау үшін, ең алдымен бәсеке дегеніміз не екенін білуіміз керек. Өз кезегінде кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілік деңгейі бәсекеге қабілеттілік түсінігінен қалыптасқан мақсаттардың жүзеге асуы мен жетістіктерден анықталады.

Кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігі экономикалық және математикалық талдау әдістерін, қазіргі жағдайды неғұрлым дәл көрсете алатын және келешектегі сенімді даму болжамын бере алатын модельдік аппаратты қолдануды талап ететін сандық түрде өлшенетін санат болып табылады. Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігінің деңгейі белгілі бір уақыт аралығында белгілі бір нарықтарда (жеке сегменттерде) бәсекелестік шабуылға қарсы тұру қабілетінің сипаттамаларын көрсететін салыстырмалы көрсеткіш ретінде түсінілуі керек.

«Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі» деп кәсіпорынның нарықтағы

ағымдағы жағдайы (бірінші кезекте нарықтың алатын үлесі - нарық бойынша жалпы және бәсекелес кәсіпорындардың сату көлемдерімен салыстырудағы сату көлемі) және оның өзгеру үрдісі түсіндіріледі. Кәсіпорынның «нарықтық күші» бәсекелестермен салыстырғанда артықшылықтары («күшті тараптар») компания бизнесін жүргізу тиімділігінің бірқатар факторларына байланысты. Олар:

- сату жүйесінің тиімділігі (маркетингтік және өткізу инфрақұрылымы);
- кәсіпорынның өнімін өндіру мен өткізудің өзіндік құнына байланысты сатылатын өнімнің баға деңгейі;
- өндірілетін өнімнің сапалық сипаттамалары және басқалары.

Өзінің нарықтық артықшылықтарының есебінен кәсіпорын нарықтағы бәсекелестерді ығыстыру, сатудың меншікті көлемін арттыру, белгілі бір шамада сату көлемімен айла-шарғы жасау есебінен бағалардың орташа нарықтық деңгейіне әсер ету және, сайып келгенде, өзінің түпкілікті қаржылық нәтижелерін (таза пайда көлемін) арттыру мүмкіндігін алады. Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі мынадай факторлармен анықталады:

- өнімдер мен қызметтердің сапасы;
- маркетинг пен өткізудің тиімді стратегиясының болуы;
- персонал мен менеджменттің біліктілік деңгейі;
- өндірістің технологиялық деңгейі;
- кәсіпорын әрекет ететін салық ортасы;
- қаржыландыру көздерінің қол жетімділігі.

Бәсекеге қабілеттілік бәсекелестік артықшылықтардың болуын белгілейтін нәтиже болып табылады. Тауарлардың бәсекеге қабілеттілігінің себептерін оның жекелеген сипаттамаларының бәсекелестік артықшылықтарынан іздеу керек. Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін анықтайтын параметрлерді қарастырайық: өндірістік немесе сауда-өткізу әлеуеті (уақыт бірлігі үшін өндірілетін өнім көлемі; уақыт бірлігі үшін сауда кәсіпорнын өткізу көлемі); қаржы – несиелік әлеуеті (кредиторлық берешек, капитал айналымының жылдамдығы); кәсіпорынның имиджі-кәсіпорынның моральдық капиталы; тауар (ассортименттік құрылым, тауарлық қорлар, тауарлардың сапасы); ғылыми-техникалық прогресс (ғылыми зерттеулер, әзірлемелер жүргізілген ба); инвестициялық әлеует; еңбек ресурстары; басқару және ақпараттық-талдау әлеуеті; бенч-маркетинг (стратегиялық талдау бағыты) – кәсіпкерлік қызметте табысқа жету мүмкіндігін анықтау. Кез келген нарықтағы бәсекелестіктің басты элементі тұтынушы өзінің қажеттіліктерін қанағаттандыратын, ал өндіруші оған талап етілетін пайда алатын өнім болып табылады, демек, кәсіпорынның немесе саланың емес, өнімнің бәсекеге қабілеттілігі бәсекелестіктің базалық түсінігі болып табылады.

«Өнімнің (тауардың) бәсекеге қабілеттілігі» термині бүгінгі күні бір мағыналы және жалпы қабылданған анықтамаға ие емес. Авторлардың көпшілігі бұйымның сапалық және экономикалық сипаттамаларының жиынтығы деп келіседі. Осылайша, экономика және менеджмент бойынша каноникалық жол сілтемелер өнімнің екі өлшемді жазықтықтағы бәсекеге қабілеттілігін қарастырады, онда тұтынушылардың әлеуметтік психологиясын ескерместен тауар өндірісі және оны іске асыру басты орын алады. Алайда,

нарықты теориялық зерттеу бұйымның бәсекеге қабілеттілігіне тауарлардың көптігі кезінде сатып алушыларды түсіну үшін барынша қол жетімді болатын оның нақты сапасы ғана емес, құндық көрсеткіштері де, сондай-ақ осы тауардың имиджі сияқты мінездеме да әсер ететінін көрсетеді. Өнімнің (тауардың) бәсекеге қабілеттілігі сапалы және құндық сипаттамалардың жиынтығы бойынша да, аддитивті сапалы-құндық сипаттамаларды мультипликативті толықтыратын және оларға тікелей әсер ете отырып, осы тауардың белгіленген уақытта нарықтың белгілі бір сегментінде бәсекелест-тауардан басымдығын жасауға ықпал ететін брэнд көрсеткіші бойынша бәсекелестер-тауарлармен (үздік аналогпен, гипотетикалық үлгімен) салыстырғанда айқындалатын салыстырмалы көрсеткіштің көмегімен көрінеді. Тауардың бәсекелестер тауарларынан артықшылығы зерттелетін нарықта осы тауардың сатылу деңгейінің көрсеткіші арқылы көрінеді. Өнімнің бәсекеге қабілеттілігі - бұл сондай-ақ оның басқа бұйымдармен бәсекелесуге және белгілі бір уақытта оның конъюнктурасын құрайтын шарттардың, шектеулердің және тәуекелдердің өзара байланысқан жиынтығының көмегімен өзі бағдарланған тұтынушылардың барынша көп санын иелену қабілеті. Кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігінің мәнін нақтылау мақсатында әртүрлі ғалымдардың "бәсекеге қабілеттілік" ұғымына ұстанымдары жинақталған және бәсекеге қабілеттіліктің қолда бар ұғымдары жүйелілік пен кешенділік талаптарына толық көлемде жауап бермейтіні анықталды, өйткені зерттеудің белгілі бір саласындағы бәсекеге қабілеттіліктің көптеген аспектілерінің бірін ғана сипатталады және осы ұғымның мазмұнын нақтыланады. Бәсекеге қабілеттілік деп кәсіпорынның ұзақ мерзімді перспективада кәсіпорынның тұрақты нарықтық жағдайын, нарықтың басқа шаруашылық субъектілерімен салыстырғанда экономикалық артықшылықтарды және оның басым мақсаттарын іске асыруды қамтамасыз ететін жиынтық әлеуетті қалыптастыру және пайдалану қабілетін түсінеміз.

Шаруашылық жүргізуші субъектінің бәсекеге қабілеттілігінің мәнін негізге ала отырып, оны үш аспектіде қарауға болады:

1) бәсекеге қабілеттілік нақты тауар және аумақтық рынокқа қатысты қаралады;

2) бәсекеге қабілеттілік серпінді сипатта болады және белгілі бір уақыт бөлігіндегі субъектінің жай-күйін сипаттайды;

3) бәсекеге қабілеттілікті бағалау кезінде үш элементтің өзара іс-қимылы туындайды. Оларға: тікелей зерттелетін субъект – ұйым; субъектіні салыстыру жүргізілетін бәсекелес; кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігінің теориялық моделі (мүлдем бәсекеге қабілетті кәсіпорын) жатады. Кәсіпорынды ұйымдастыру мен басқарудағы барлық күш-жігер оның сапасын немесе фирманы әлеуетті немесе нақты бәсекелестерден тиімді ерекшелейтін, ол өткізетін өнімді дамытуға бағытталуы тиіс. Көптеген жетекші фирмалар өздерінің салыстырмалы артықшылықтарын ұрандар, фирманың барлық қызметкерлері ұстануға тиіс ережелер түрінде қалыптастырған.

Бәсекеге қабілеттілікті арттыру – кәсіпорынның қызметі саласындағы жетістігіне дұрыс қадам. Кәсіпорынның қызметін бағалау үшін экономикалық әлеуетті, яғни кәсіпорынның иелігіндегі ресурстар жиынтығын және тауарлар

мен қызметтерді құру және өткізу, барынша табыс алу мақсатында ресурстарды пайдалану қабілетін талдау және бағалау орынды. Бәсекеге қабілеттілікті жеке бағалаудың алынған нәтижелеріне сәйкес кәсіпорын басшылары фирманың жалпы қызметінің жекелеген бағыттары бойынша жұмысты жақсарту бойынша пәрменді шараларды таңдай алады. Сонымен қатар, кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін арттырудың басты бағыттарының бірі стратегиялық басқару болып табылады.

Бәсекелестіктің әртүрлі түрлері мен деңгейлері кәсіпорындардың нарықтағы өз позицияларын нығайтудың әртүрлі тәсілдерін іздестіруді және тиісінше нарықтық ортаның өзгергіштігіне адекватты ден қою стратегиясын әзірлеуді болжайды. Отандық және шетелдік экономистердің еңбектерін зерттеу, олардың арасында бірнеше негізгі топтарды бөліп көрсетуге мүмкіндік берді.

Төмен шығындар негізіндегі көшбасшылық стратегиясы. Осы стратегияның негізіне бәсекелестер алдындағы шығындардың тұрақты артықшылығын құру және тұтынушылардың кең ауқымы үшін тартымды ең арзан тауарлар нарығына жеткізуші болуға ұмтылу жатады. Осы стратегияны кеңінен қолдануға инфляция, заңнаманың жетілмегендігі, шикізатпен қамтамасыз ету проблемалары және т. б. сияқты факторлар кедергі келтіреді.

Дараландыру стратегиялары өз өнімін бәсекелестердің тауарларынан тиімді ерекшеленуі және осының есебінен сатып алушылардың кең ауқымы үшін неғұрлым тартымды болуы үшін бірегей жасауға ұмтылады. Осы стратегияны іске асыру кезінде табыс сатып алушылардың қажеттіліктерін мұқият зерделегенде ғана қамтамасыз етілуі мүмкін. Бұл стратегияны дұрыс пайдалану кәсіпорындарға тұрақты жоғары пайданы қамтамасыз етеді, бұл кезде өнім бағасын арттыру дельта өнімді дараландыруды жүзеге асыруға қосымша шығындардан асып түседі. Егер сатып алушылар осы сауда маркасының бірегейлігін бағаламаған және бәсекелестер өнімінің артықшылығын берген жағдайда, дараландыру стратегиясын іске асыру іс жүзінде сәтсіз аяқталады.

Нарықтық тауашаға шоғырлану стратегиясы нарықтың тар бөлігіне назар аударумен ерекшеленеді. Мұнда оның талғамы мен қажеттілігіне жауап беретін өнім нарығының тар сегментіне ұсыныс басым. Нарықтың мақсатты тауашасы өнімге қойылатын арнайы талаптардан туындайтын өңірлік ерекшеліктермен немесе осы нарықтық сегментке қатысушылар үшін тартымды тауардың арнайы қасиеттерімен айқындалуы мүмкін. Міндет бәсекелестер жасайтын, осындай нарықтық тауашаның сатып алушыларына қызмет көрсететін ең жақсы міндет болып табылады.

Ең жақсы құн стратегиясы онда төмен шығындарды үйлестіру және сапаны саралау жолымен тауардың нақты құндылығын тұтынушыларға ұсынуда ерекше көңіл бөлінеді. Кәсіпорын ең жақсы құны бар өндіруші болу және өнімнің жоғары сапасын қамтамасыз ету үшін бәсекелестермен салыстырғанда, шығындары төмен болған кезде ғана қажетті қасиеттерге ие бола алады.

Инновация стратегиясы кәсіпорынға монополиялық, аса жоғары пайда алуда және жылдам экономикалық өсуге қол жеткізуде бәсекелестік артықшылығын қамтамасыз ете алады. Осы стратегияны іске асыратын шаруашылық жүргізуші субъектінің артықшылығы оның осы бизнесте, не

белгілі бір аумақта, не жаңа нарықта (сегментте) бірінші болып табылатынына негізделген. Инновация стратегиясына байланысты бәсекелестік артықшылықтың негізгі ерекшеліктері өнімді, технологиялық, ұйымдастырушылық және басқа да жаңалықтарды пайдалану болып табылады. Бұл елеулі тәуекелмен байланысты, алайда табыс жағдайында монополиялық бағаларды белгілеу есебінен жоғары пайданы қамтамасыз етеді. Инновациялық қызметке бағдарланған кәсіпорындар нарыққа жаңадан келушілерді құру және шығару үшін жоғары білікті персонал, жеткілікті қаржылық ресурстармен болуы тиіс. Мұндай стратегия негізінен ірі компанияларға тән.

Фокустау стратегиясы, әдетте, нарықта өз орнын тауып, барлық күш-жігерін осы сегментке бағыттайтын шағын кәсіпорындар пайдаланылады. Көптеген шағын шетелдік кәсіпорындар осы стратегияны ұстануға тырысады. Оны шағын елді мекендерде орналасқан кәсіпорындарға пайдалану ұсынылады.

Қаралған стратегияларды тәжірибеде таза түрде қолдану отандық ғана емес, шетелдік өндірушілерде де жиі кездеседі. Стратегиялық тәсілдердің кейбір ұтымды үйлесімі түрінде стратегиялар комбинациясы жиі қолданылады. Сонымен қатар, келтірілген стратегиялар кәсіпорынның жалпы бәсекеге қабілеттілік деңгейіне және оның жекелеген құрамдас бөліктеріне байланысты болашақ қызметінің бағдары бола алады. Мамандар бірде-бір кәсіпорын бәсекеге қабілеттіліктің барлық сипаттамалары бойынша бәсекелестерден басымдыққа жете алмайды деп санайды. Басымдықтарды таңдау және нарықтық жағдайдың даму үрдістеріне барынша сәйкес келетін және күшті жақтарды пайдаланатын ең жақсы тәсілмен стратегияларды әзірлеу қажет.

ҚОЛДАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР

1. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. — М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002.
2. Маккей Х. Как уцелеть среди акул: (опередить конкурентов в умении продавать, руководить, стимулировать, заключать сделки). — Уфа: Акад. Менеджмента. — М.: Экономика, 1993.
3. [Чернопятов А. М.](#) Бенчмаркинг: учебное пособие. - Директ-Медиа, 2018 г.
4. Головачев А.С. Конкурентоспособность организации : учеб.пособие. — Минск: Выш.шк., 2012г.

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ КАК ЭЛЕМЕНТ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЦЕЛЕВОГО РЫНКА

Эмоциональный брендинг является стратегическим понятием. Разумеется, весь набор мнений не может быть реализован в рамках конкретного рекламного сообщения. Больше человек не усвоит, и рекламное сообщение будет перегружено. Но обозначить эти мнения нужно все. И доносить эти мнения нужно, так как это самый эффективный способ формирования ценностной оценки в отношении чего-либо. Иногда достаточно показать в рекламе представителя целевой группы и откровенного высказывания о том, какой личностной ценности соответствует бренд, иногда достаточно демонстраций каких-то символов в нужном контексте. Но смысл этого – связать бренд и личностную ценность, сделать их синонимами. Это манипулирование сознанием? Но бизнес вообще, не самое гуманистичное занятие. Так как рост конкуренции требует и соответствующих технологий влияния, и поэтому данный способ достаточно эффективный.

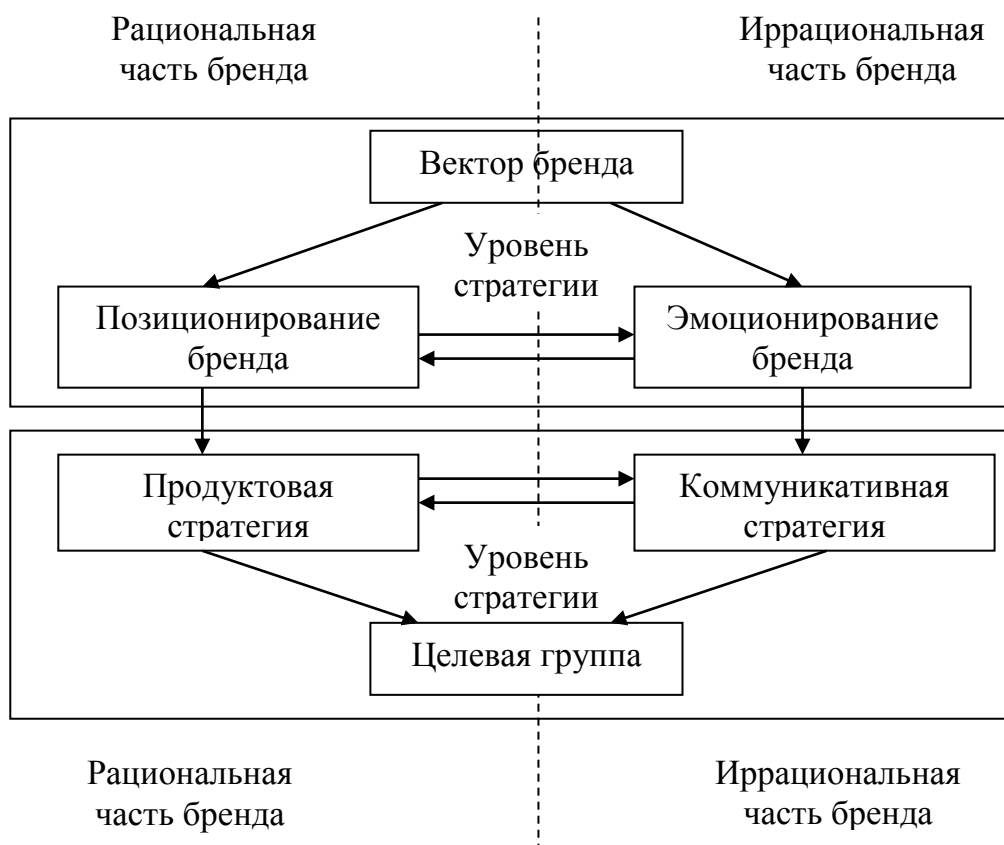


Рисунок 1 – Эмоционирование брендинга

Эмоционирование отвечает за то, чтобы в психическом пространстве ценностных оценок, бренд занял почетное место и возможно даже заменил бы некую абстрактную ценность своим именем. Как это сделали несколько

брендов, которые известны всем: Harley-Davidson, Apple, BMW и прочие. Эти бренды считаются «культовыми». Так сложилось исторически, в основном без каких-либо технологий влияния, а только за счет особенностей самого продукта. Но принцип тот же: никому не придет в голову рассуждать о том, престижны эти марки или нет, скорее они сами используются в качестве основы для ценностных оценок, а значит, являются личностными ценностями сами по себе.

Аналогичная ситуация и на всех прочих брендируемых рынках, где есть сильные бренды и которые потребитель использует в качестве характеристик личности, свойств человека или уровня его дохода. Потребитель старается мыслить примитивно, он создает стереотипы. То есть, определенные его личностными ценностями, а соответствующий эмоциональный фон появится как следствие. Если покупка соответствует ценностным представлениям – отчего же не порадоваться? По сути, мы говорим не только о том, чтобы сделать бренд привлекательным для потребителя. Цель эмоционального более глобальна. Привлекательность – это лишь часть. Для этого мы могли бы ограничиться лишь формированием самопредставления потребителя. Чтобы только он ощущал личное удовольствие или неудовольствие от покупок и пользования продуктом. Но задача эмоционального состоит и в том, чтобы сделать потребление бренда некой социальной нормой.

Социальная норма, сформулированная в рекламе через озвученные мнения целевой и референтной группы, с которой сверяет свою жизнь потребитель, не позволит ему это сделать. Впрочем, для кого как. Но в любом случае, это слишком маленькие целевые группы, чтобы ими интересовались крупные игроки. Да и для них можно найти свои способы влияния, если это потребуется. Очень много продуктов, особенно на рынке услуг – авиаперелеты, гостиницы определенного класса, туризм, косметология, фитнес и прочие, выбираются исходя из степени престижности. То есть исходя из соображения «соответствует ли той социальной группе, к которой я себя отношу». Эмоциональное же заведомо формирует именно такой имидж, и возможность возникновения сомнений и отказа потребителя почти исключена.

Потребитель может объяснять себе свою приверженность совершенно иными причинами. Мало кто признается сам себе, что на него вообще влияет реклама. На словах, каждый склонен превозносить свой рациональный выбор. Подавляющее большинство женщин, к примеру, покупают косметику не для того, чтобы привлечь мужчину или хотя бы просто нравиться другим. Нет, они покупают ее «для уверенности в себе». Потребитель не просто хочет обмануть сам себя, свои инстинкты и мотивы. Мы и даем потребителю такую возможность, предоставляя ему целый ряд рациональных аргументов позиционирования. Но в реальности выбор очень часто осуществляется по другим принципам. И на этот выбор можно влиять.

Это помимо его потребности в этом продукте – ему приятно употреблять эту продукцию, пользоваться ею, иметь ее, данный продукт характеризует его имидж, повышает его самого в глазах себя и т.д.

РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ТОО «МОЛОЧНЫЙ ЭКСПРЕСС»

Маркетинговая стратегия предприятия позволяет понять, как планировать и реализовывать всевозможные мероприятия в компании, направленные на реализацию планов и задач. Стоит помнить: маркетинговая стратегия является одной из частей общего стратегического плана фирмы. Маркетинговая стратегия связана с вопросами, направленными на то, чтобы увеличить продажи и доход предприятия. Маркетинговая стратегия, разработать которую могут опытные специалисты, позволяет больше узнать о правильном использовании имеющихся у предприятия ресурсов, научиться динамично сбывать продукцию на длительный срок. Это и есть цель маркетинга.

Задачи маркетинговой стратегии – это: комплексное изучение всего рынка; объективная оценка спроса и потребностей; разработка маркетинговой стратегии и выработка методов, позволяющих ее реализовать. Стратегия маркетинговой деятельности, таким образом, должна давать ответы на следующие вопросы: Как компании удержаться «на плаву» в современных рыночных условиях и занять лидирующие позиции? Как предприятию наиболее выгодным образом добиться увеличения доли на рынке? Обычно маркетинговая стратегия компании закрепляется документом «маркетинговая политика». Маркетинговая стратегия, в зависимости от рыночной ситуации, конкретной отрасли и других факторов, может разрабатываться на период 1-25 лет. На современном отечественном рынке разработка маркетинговой стратегии обычно ведется на 1-3 года. Хотя некоторые предприятия ориентируются и на срок в 5-10 лет [1].

В рыночной экономике предприятие постоянно вынуждено приспособливаться к усиливающейся нестабильности внешней среды и в первую очередь бороться с конкурентами, выпускающими аналогичную продукцию. Это объективно требует, чтобы каждое предприятие вырабатывало и искало свой путь развития в соответствии с требованиями рынка, т.е. чтобы быть финансово устойчивым, нужно расти, изыскивать новые формы применения капитала, новые экономически эффективные технологии производства, новые формы доведения продукции до рынка. Стратегия представляет собой совокупность перспективных планов и задач, которые необходимо выполнить, чтобы достичь поставленных целей.

Стратегия деятельности разрабатывается и реализуется в целом для предприятия. Однако каждое предприятие представляет собой сложную многофункциональную систему, поэтому экономическую стратегию деятельности предприятия, которую иначе можно назвать генеральной стратегией, детализируют с помощью функциональных стратегий, которые отражают конкретные пути достижения специфических целей предприятия, стоящих перед его отдельными подразделениями и службами.

Таким образом, функциональная стратегия является одним из видов

стратегии в зависимости от уровня управления, в данном случае это уровень отдельных подразделений и служб, т. е. замыкается иерархическая цепочка: «портфельная стратегия» – уровень крупных корпораций – «деловая стратегия (конкурентная)» – уровень предприятия – «функциональная (рабочая) стратегия» – уровень подразделения [3].

Каждая функциональная стратегия имеет определенный объект, на который она направлена. В этой связи могут разрабатываться следующие функциональные стратегии: финансовая стратегия, стратегия производства, стратегия организационных изменений, стратегия маркетинга и др.

Набор функциональных стратегий на том или ином конкретном предприятии определяется составом специфических целей, которые ставит перед собой руководство предприятия.

Главная цель предприятия расчленяется на основные функциональные цели, средством осуществления которых служат функциональные программы развития (функциональные стратегии).

Функциональные стратегии для своего осуществления предопределяют тактические цели, воплощение которых в жизнь происходит с помощью организационно-технических мероприятий (мини-проектов). Для задания тактических целей анализируется технология управления по подразделениям и службам, состав и характер тактических управленческих решений, принимаемых на разных уровнях управления.

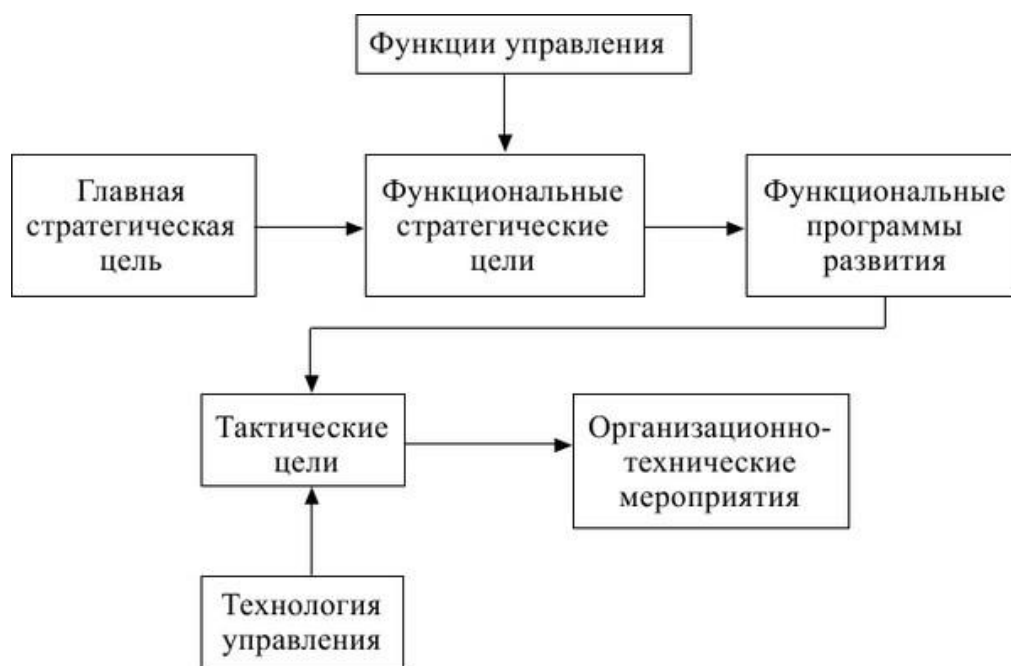


Рисунок 1 – Схема применения функционально-программного подхода

Функциональные цели определяют ключевые направления деятельности предприятия. Каждая из них увязана с функциями конкретных руководителей высшего и среднего звена. На них также возложена ответственность за реализацию функциональных стратегий.

О мере развития рыночных отношений роль маркетинга в экономике и

управлении предприятием возрастает. Это объясняется тем, что происходит переход от «рынка продавца» к «рынку покупателя», т. е. главным на рынке становится не производитель-продавец, а потребитель-покупатель, именно его запросы определяют количество и качество продукции, которая будет реализована на рынке. Маркетинг, изучая потребности рынка и продвигая на рынок произведенную продукцию, призван приспособить средства производства к требованиям рынка. Таким образом, маркетинг определяет не только сбытовую сферу предприятия, но и выступает в качестве стратегического маркетинга.

Стратегия маркетинга – это способ действия на рынке, руководствуясь которым предприятие выбирает цели и определяет наиболее эффективные пути их достижения, которые формируются с помощью выбора стратегических направлений развития и стратегических зон хозяйствования – сегментов рынка.

Маркетинговая стратегия может включать несколько функциональных блоков, в том числе:

- анализ рынков и рыночных возможностей;
- сегментирование, отбор целевых рынков и позиционирование;
- ценовую стратегию и политику;
- товарную стратегию.

До внедрения маркетинговой стратегии предприятию необходимо выявить своих целевых потребителей и определить, под воздействием чего они делают свой выбор. Выделяют четыре группы факторов, оказывающих влияние на поведение покупателя при выборе товара: это факторы культурного уровня, социального, личного и психологического порядка. Задача исследователя рынка состоит в том, чтобы понять различных участников процесса покупки и разобраться в факторах влияния на покупательское поведение. Это позволяет разработать эффективную стратегию маркетинга для своего целевого рынка.

Маркетинговая стратегия – это система организации деятельности предприятия по разработке, производству и сбыту товаров с учетом запросов потребителей. Разработка стратегии маркетинга опирается на прогнозы относительно долгосрочных перспектив развития рынка и потенциальных возможностей предприятия. Внедрение маркетинговой стратегии осуществляется через применение товарной стратегии, которая является частью хозяйственной политики предприятия.

Предприятие, специализирующееся на производстве молока и молочных продуктов, реализующее марку «Молочный экспресс», должно стать серьёзным конкурентом как в ВКО, так и на всей территории Республики Казахстан. Залогом успеха данной компании должны стать основополагающие мотивы: качество, надежность, стабильность. Рынок потребителей молочной продукции следует рассматривать как растущий, т.е. имеющий реальные возможности для увеличения объемов реализации. Представляется, что привлекательность рынка сбыта нашей продукции имеет уровень, выше среднего; товары будут пользоваться спросом, возможно привлечение инвестиций. Но прежде чем рассчитывать на прибыль, нужно войти в доверие к потребителю и сохранять честное имя. Стоит взять во внимание наиболее успешные и продуктивные торговые марки: Эмиль, Исток, Фуд-Мастер, Багратион – все эти компании

добивались своего успеха не только с помощью грамотно организованной маркетинговой службы, но в основном за счет высококачественной продукции, разнообразия ассортимента, наилучшего отношения к потребителю. Витаминный комплекс в детском молоке будет максимально приближен к суточной норме потребления. Наше предприятие шагнет вперед устройством технологических линий. Мы пойдем по пути интенсивного развития технологий и включим изначально все последние достижения молочной индустрии [5].

Ставя перед собой долговременные задачи, ТОО «Молочный экспресс» стремится быть лидером по доле рынка, который оно охватывает своими товарами. С этой целью в расчете на высокие прибыли в перспективе можно снизить текущие цены на некондиционные товары и увеличить цены на высококачественный и свежий товар. Наладить торговые связи с крупными компаниями, получить сертификат международного стандарта ISO. Стать поставщиком продукции в крупнейшие учреждения как в ВКО, так и за рубежом. Открыть филиалы в нескольких регионах, странах.

Первоначальной концепцией осуществления предпринимательской деятельности станет «Концепция совершенствования производства», плавно переходящая в «Концепцию совершенствования товара». Эти меры определены для стимулирования первоначальной прибыли, не забывая о нуждах потребителя, чтобы спросом пользовалась именно наша марка. Ведь для успешного ведения бизнеса разнообразие ассортимента, учет интересов покупателя являются ключевыми характеристиками, потому что суть этой концепции является постоянное совершенствование товаров.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Маркетинговая стратегия: виды, разработка и анализ: <https://www.gd.ru/articles/8148-marketingovaya-strategiya>
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. 5-е изд. / Ф. Котлер, А. Гари. - М.: Вильямс, 2016. - 752 с.
3. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга: Учебное пособие, 8-е изд.(изд:8) / Ю.В. Морозов. - М.: ИТК Дашков и К, 2016. - 148 с.
4. Реброва, Н.П. Основы маркетинга. учебник и практикум для спо / Н.П. Реброва. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 277 с.
5. Отчеты ТОО «Молочный экспресс» за 2015-2017 гг.

ЖЕР РЕСУРСТАРЫН ҚОРҒАУ ЖӘНЕ ҰТЫМДЫ ПАЙДАЛАНУДЫҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Жерді пайдаланудың функциялық ерекшелігі оның табиғи ресурстардың арасындағы орнын анықтап береді. Жер өндірісінің, әсіресе, өндірістің қолдан жасалған құралымен салыстырып қарағанда өзіндік ерекшелігі болады.

Біріншіден, жер - табиғаттың өнімі, сондықтан да бастапқы жағдайда оның құны болмайды, өйткені оны жасайтын адам еңбегіне жұмсалатын шығын жоқ. Өндірістің басқа құралдары адам еңбегімен жасалатындықтан, олардың құны болмайды.

Екіншіден, өндірістің қолдан жасалған құралы физикалық тозуына қарай ұдайы өндірілуі мүмкін. Жердің топырақ жамылғысы да жаңғыртылатын табиғи ресурс болып табылады, алайда оны табиғи жолмен қалпына келтіру үшін жүздеген жылдар қажет. Бұл мынаны білдіреді: келешекте бүлінген топырақ қабаттары қарқынды шаруашылық қызметке жарамсыз болады. 2,5 см қалыңдықтағы топырақ қабатының қалпына келуі үшін 300-100 жыл керек, ал 18 см егістік қабатының қалпына келуі үшін 2-7 мың жыл қажет болады екен.

Жер қорын қорғауды және пайдалануды экономикалық тұрғыдан қарайтын болсақ, оның құндылығын, пайдалану ұтымдылығын арттыру арқылы одан алынатын өнімдерді қазіргіден едәуір көбейтуге болатынына көз жеткіземіз. Оның басты бағыттары: топырақтың құнарлығын арттыру, жерді суландыру, батпақ жерлерді құрғату, сортаң жерлердің тұздылығын азайту, эрозияға жол бермеу, бүлінген жерлерді қалпына келтіру, т.б. агрономиялық шаралар және жерді пайдалану құрылымын жақсарту болып табылады.

Жер-тіршілік орны, байлықтың басты көзі, экономикалық дамудың барлық материалдық, табиғи, экологиялық, рухани әлеуметтік факторлары. Жер-еңбек құралы, еңбек заты және өндіріс пен тіршілік орны. Жерден өнім алу үшін ол еңбек заты болып табылады, өнімділігінің арқасында жер еңбек құралы қызметін атқарады. Жердің осы қызметтерін басқа еш нәрсемен алмастыруға болмайды. Жерді өндіргіш күші ретінде пайдаланудың басты мақсаты-оның өнімділігін арттыру. Жердің табиғи, жасанды және экономикалық өнімділігі болады. Табиғи өнімділігі ұзақ уақыт қалыптасқан табиғи, геологиялық, климаттық, топырақ түзуші биологиялық процестердің нәтижесі. Жасанды өнімділігін қосымша еңбек жұмсап, агротехникалық шараларды қолданып арттыруға болады. Табиғи және жасанды өнімділіктер жиынтығы экономикалық өнімділік болады. Ол жерден қанша биомасса өндіруге болатынын көрсетеді. Жердің өнімділігі топырағының құнарлығына байланысты.

Қазақстан территориясы Еуразия құрлығының ортасында 272,5 млн.га жерді алып жатыр. Орманды дала, дала, шөлейт және шөл тау зоналарында орналасқан.

Солтүстік және солтүстік шығыс бөлігінді қара топырақ басым, республика территориясының 9,5%-ын қамтиды, қара шірік қабатының 6-9%-ы

1-2 метрге жетеді. Мұнда зонааралық орманның сұр топырағы кездеседі.

Қызыл қоңыр топырақ негізінен дала зонасында 53°с.е. оңтүстікке қарай территориямыздың 34,3%-ын алып жатыр, ондағы, қарашірік құрамы 4-6%.

Қоңыр және қоңырсұр топырақ 48°с.е. оңтүстікке қарай шөлейтті зонаның 43,6%-ын алып жатыр. Ондағы қарашірік құрамы 2-3%.

Қазақстанның оңтүстігінде шөл зонасында ашық-қоңыр, құм және құмды топырақ таралған қарашірігі аз, қоңыр топырақта 1-1,5%, ашық-қоңыр топырақта 0,7-1,2%. Шөл зонасының едәуір бөлігін сортаңдар басып жатыр.

Қазақстан жерінің оңнан бірі таулы аудандар. Таудағы топырақ түрі биіктеген сайын өзгеріп отырады. Мұнда сұр, қызыл, қоңыр, қара топырақ құм кездеседі.

Жер ресурстарын пайдалану мақсатына байланысты келесі санаттарға бөлінеді:

1. Ауыл шаруашылығы мақсатындағы жерлер.
2. Елді мекендер орналасқан жерлер.
3. Өнеркәсіп, көлік, байланыс, қорғаныс және өзге мақсаттағы жерлер.
4. Сауықтыру, рекреациялық, табиғатты қорғау, ерекше қорғалатын табиғи, тарихи-мәдени мақсаттағы жерлер.
5. Орман қорының жерлері.
6. Су қорының жерлері.
7. Босалқы жерлер.

Орманды дала, зонасының жерлері егістікке және жайылымға пайдаланады. Шөлейт зонадағы ашық-қоңыр топырақта егіншілік қауіпті, өнімділік тұрақсыз. Аздаған бөлігі егіншілікке пайдаланады, көпшілік бөлігі жайылым болып табылады. Шөл зонада тау аңғарларында негізінен суармалы егістік қолданылады. Таулар жазғы жайылымға, ал шөлдер қысқы жайылымға пайдаланады. Егістік жердің 30%-ы эрозияға ұшыраған, суармалы егістіктің 40% мелиоративтік кешенді шаралар жүргізу керек.

Жайылымдардың 75%-ы шөлейт және шөл зоналарында оның 33%-ы жайлау, 44%-ы көктеу, және күзеу, 13%-ы жыл бойы пайдаланады. Жайылымдарды жүйесіз пайдалану салдарынан 50-60%-ы шөбі жұтаңданған және тақырланған, көптеген аудандар суландыруды қажет етеді.

Қазақстанның жері кең байтақ болғанымен егіншілікке онша қолайлы емес, 9,7%-ы ғана жарамды. Ауыл шаруашылық жерлерінің 42%-ы сортаңданған, оның ішінде егіс алқабы 23%, тақырланған жерлер 12%. Дегенмен, республикамыздың жер ресурстары халқымызды азық-түлікпен, жеңіл тамақ өнеркәсіптерін шикізатпен және артық өнімді экспортқа шығаруға мүмкіндік береді.

Қазақстан территориясы шұғыл континентті климаттық аймақта орналасқан, қысы суық, жазы ыстық, жауын-шашын және жер беті суларының мөлшері жеткіліксіз. Арктикалық және тропиктік ауа массаларының әсерінен көктемде үсік, жазда аңызақ тағы боран мен көктайғақтың зияндары да аз емес. Осындай қауіпті аймақта 1954-55 жж. 18 млн.га жер жыртылды. Тың көтеру алғашқы жылдары жақсы өнім бергенімен, кейіннен жыртылған жерлер эрозияға ұшырап өнімділігі төмендеді. Жайылымдарға нұқсан келтірілді.

Техногендік өндіріс жерден өнім алуды молайту үшін ауыл

шаруашылығын индустриалды жолға қою деп білді, техникамен жабдықтау арттырылды, ол экология мәселелеріне көңіл бөлмеді. Тыңайтқыштар мен улы химикаттар қолдануда ғылыми негіз болмады және нормаларын сақтауға бақылау болмады. Орынсыз өзендерді бөгеу, арнасын өзгерту орын алды. Жақсы жайылымдар, шабындықтар жыртылды, ауыр техникамен тапталды. Сонымен қатар мал кешендері құрылып, отырықтандырылып жайылымдарды тақырлады, құнды өсімдіктері жойылып, орнын арам шөптер басты. Осылардың салдарынан ауыл шаруашылығының экологиялық мәселелері қиындай түсті. Жұмсаған қаржының қайтарымы төмендеді.

Қайта құру кезінде бұрынғы қателіктер түзелудің орнына күрделене түсті. Ауыл шаруашылығының тиімділігі азайды, бөлінетін қаржы қысқарды. Жекешелендіру нәтижесінде қуатты шаруашылықтар бөлшектенді. Бөлінген шаруа қожалықтарының жерді өңдеуге, тиімді пайдалануға техникасы, қаржысы т.б. мүмкіндіктері болмады. Пайдаланудан шығарылған жерлерді арамшөп басты, зиянкестері көбейді, сортаңдануы, эрозиясы т.б. бүлінулері көбейді. Ауыл шаруашылық жерлерін өңдеу, тыңайтқыш беру, орман отырғызу, суландыру, өртпен күрес т.б. агромелиоративтік шаралар күрт азайды, тіпті жүргізілмеді десе де болады. Осының барлығы ауыл шаруашылық жерлерінің экологиялық жағдайын бұрынғыдан да нашарлатты.

Ауыл шаруашылығына енді ғана көңіл бөліне бастады. Қазіргі жағдайда ауыл шаруашылық жерлерінің ұтымдылығын арттыру үшін көлемді агромелиоративтік шаралар жүргізу керек, оның ішінде егістікті және су көздерін қорғайтын орман өсіру, суландыру, тыңайтқыштар беру, өңдеу, жер ресурсын пайдалану құрылымын жақсарту. Суармалы егістікте суғару жүйелерін жетілдіру, озық технологиялар мен тәжірибелерді қолдану, ауыл шаруашылық дақылдарының сорттарын жақсарту, мал шаруашылығында жайылымдарды суландыру, маусымдық жайылымды қалпына келтіру, мал тұқымдарын асылдандыру.

Дүние жүзі халықтарын азық-түлікпен қамтамасыз ету үшін ғалымдардың пікірі бойынша екі жол бар.

Бірінші, қазіргі жағдайындағы ең негізгі жол-ауыл шаруашылық технологиясын жетілдіру, өндірісті интенсификациялау, өнімділікті арттыру, химияландыру және мелиорация негізінде топырақтың құнарлылығын арттыру, өнімдерді жинау, өңдеу, тасымалдау кездерінде ысырапты азайту.

Екінші, болашақта ауыл шаруашылық өнімдерін алудың жаңа биотехнологияларын игеру және кеңінен қолдану, өндіріс процестерін автоматтандырып, жасанды ортада жыл бойы тұрақты өнім алу.

Қазіргі техногендік өндіріс өнімді арттыруға бұрынғыдан әлдеқайда артық шығын жұмсауды талап етеді. Соңғы 60 жылда дәнді дақылдардың өнімділігі 2 есеге өскенде қолданылатын трактор құны 100 есе, комбайн-250 есе, тыңайтқыштар-350 есе артқан, өнімнің бір өлшемін алуға жұмсалатын қаржы 1100 есе өскен. Мәліметтер енді өнімділікті осындай шығындармен 2 есе арттыруға ешқандай ресурстар жетпейтінін көрсетеді. Сондықтан ауыл шаруашылығын ресурс үнемдеуші жолға қою керек. Ауыл шаруашылық өндірісінің негізі экологиялық принциптер болуы керек. Соның негізінде механикаландыру және автоматтандыру, химияландыру, мелиорация, т.б. ҒТП

жүзеге асырылуы тиіс.

Ауыл шаруашылығын техногендік өндірістен экологиялық түрге шұғыл ауыстыру керек. Мұнда қаржы жұмсау, технология, экономикалық басқару, сауда-саттық, халықаралық байланыстар барлығын оңтайландыру қажет.

Жер ресурстарын қорғаудың басты бағыттары:

1. Эрозиядан (жел, су техногендік) қорғау.
2. Сортаңданудан (тұзданудан) қорғау.
3. Құм басудан қорғау.
4. Батпақтанудан қорғау.
5. Топырақтағы қоректік заттарды сақтау.
6. Топырақты уланудан қорғау.
7. Бүлінген жерлерді (топырақты) қалпына келтіру.

8. Жерді пайдалану құрылымын жақсарту, құнарлы жерлерді ауыл шаруашылық айналымнан шығаруды болдырмау.

9. Жерді тақырланудан қорғау, көгалдандыру.

Жерді қорғау заңдық-ұйымдастырушылық экономикалық және олардың ұтымды пайдаланылуына, ауыл шаруашылығы айналымынан жерді алып тастауға, зиянды әсерден қорғауға, жердің өнімділігін қалпына келтіруге, топырақ құнарлылығын қалпына келтіруге және жетілдіруге бағытталған басқа да шаралар жүйесін қамтиды. Жерді пайдаланудан түсетін табыс бір емес, бірнеше мәрте түсетіндіктен экономикалық бағалауда бұл табыс пайдаланылған уақыт ішінде осы учаскіден түскен табыстың жалпы шамасын анықтау үшін жиынтықталуы қажет деп саналады. Жерді пайдаланудан түсетін табыс бір емес, бірнеше мәрте түсетіндіктен экономикалық бағалауда бұл табыс пайдаланылған уақыт ішінде осы учаскіден түскен табыстың жалпы шамасын анықтау үшін жиынтықталуы қажет деп саналады.

Жер ресурсын дамыту үшін ауыл шаруашылығын техногендік өндірістен экологиялық түрге шұғыл ауыстыру керек. Мұнда қаржы жұмсау, технология, экономикалық басқару, сауда-саттық, халықаралық байланыстар барлығын оңтайландыруды қажет етеді.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Үпішев Е.М., Мұқаұлы С. Табиғатты пайдалану және қоршаған ортаны қорғау. – Алматы: Экономика, 2013.
2. А.Б.Молдахметова, М.Ө.Өтебаев. Микроэкономика, Астана – 2014
3. Мұқаұлы С., Сатбаева Г.С., Алтеева Н.К. 2015 ж. Табиғатты пайдалану экономикасы.

СТРАТЕГИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Предприятия осуществляют свою деятельность на рынке в условиях жесткой конкуренции. Те из них, которые проигрывают в этой борьбе, становятся банкротами. Для того, чтобы не обанкротиться, хозяйствующие субъекты должны постоянно отслеживать изменения рыночной среды, набирать методы противодействия негативным моментам для сохранения своей конкурентоспособности.

Основой эффективной конкурентной стратегии субъектов предпринимательства выступают наличие знаний и достоверной информации о структуре рынка, характере конкуренции на нем, оценка внутреннего потенциала компании и определение направлений достижения конкурентных преимуществ. Перед компаниями возникает множество альтернатив, но в итоге кропотливой работы субъекты рынка выбирают наиболее эффективную реально осуществимую стратегию развития, которая способна обеспечить ей конкурентное преимущество в долгосрочной перспективе. Ключевым компонентом конкурентоспособности предприятия (организации) выступает его операционная эффективность, поскольку, базируясь на рациональном употреблении существующих в наличии ресурсов, предприятие имеет возможность оперативно реагировать на изменяющиеся внешние условия и вводить нововведения. В связи с этим, одним из существенных условий экономического выживания предприятия служит разработка стратегии повышения его конкурентоспособности, то есть повышения способности предприятия удовлетворять спрос рынка на базе сравнительно эффективного применения ограниченных финансовых средств по сравнению с конкурентами. Создание конкурентной стратегии предприятия — наиважнейший аспект в стратегическом управлении.

Под конкурентной стратегией развития предприятия следует понимать совокупность принципов деятельности предприятия и его связей с внешним и внутренним миром, перспективных целей предприятия, а также соответствующих решений по выбору инструментов достижения указанных целей и ориентированности на деловую активность. Конкурентная стратегия — план, программа, генеральный курс предприятия, направленный на достижение стратегических целей и способствующий формированию конкурентных преимуществ на рынке. По мере движения предприятия к поставленным целям, оно должно на постоянной основе наблюдать за промежуточными результатами и осуществлять контроль изменений в микро- и макросреде. Нередко бизнес-сообщество остается весьма стабильным достаточно длительное время, и его развитие соответствует прогнозным данным. Тем не менее, имеют место случаи, когда обстановка непредсказуема и стремительно изменяется. В подобных случаях фирма должна проанализировать очередность собственных действий, а также программы, стратегии и даже цели [1, с.107].

Наличие конкурентной стратегии служит фактором роста конкурентоспособности предприятия. Четыре составляющие стратегии повышения конкурентоспособности предприятия за счет совершенствования операционной деятельности представлены на рисунке.

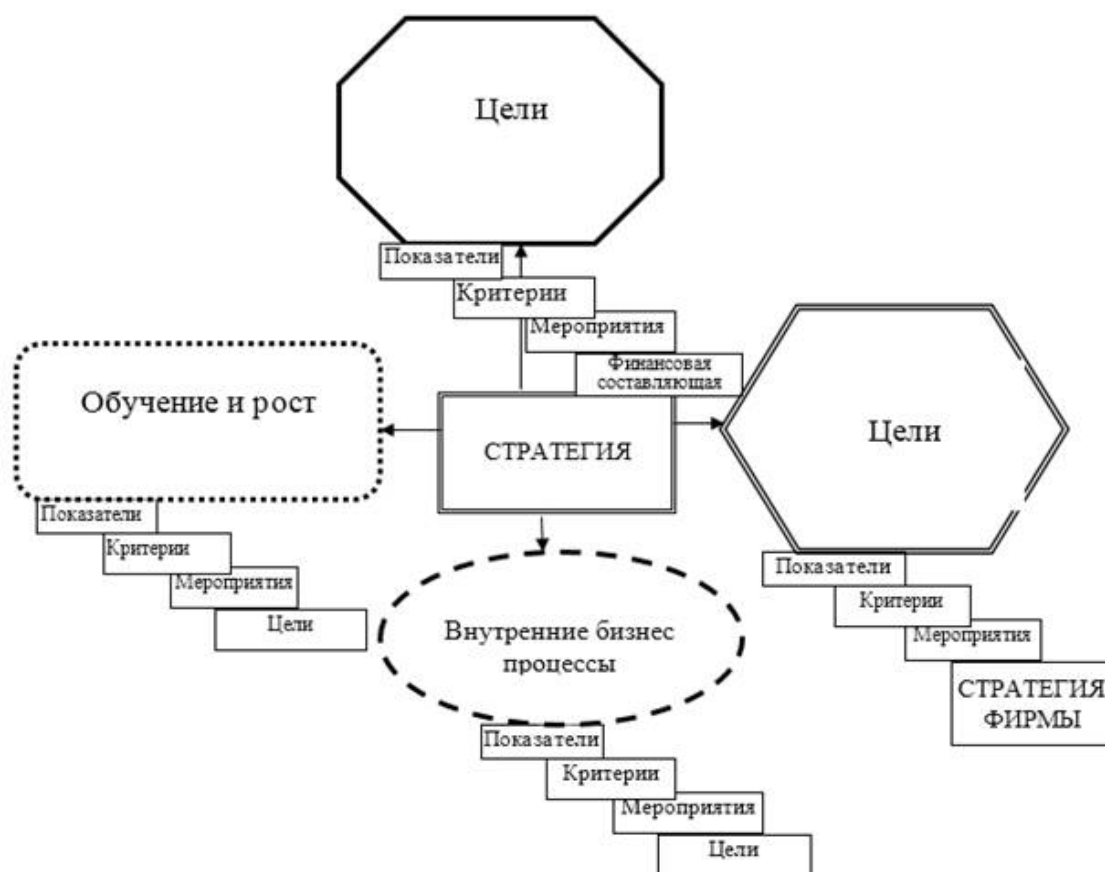


Рис. 1. Четыре составляющие стратегии повышения конкурентоспособности предприятия [2]

Следует выделить два важных направления стратегических управленческих решений, направленных на повышение эффективности:

1. Повышение эффективности функционирования предприятия;
2. Обеспечение процессов взаимодействия подразделений предприятия.

Основные направления стратегических решений повышения конкурентоспособности предприятия [2].

В контексте повышения результативности функционирования структурных подразделений предприятия выступают стратегические решения по:

- привлечение внутренних запасов с рациональным применением ограниченных средств предприятия и их развитием;

- управлению инновациями и инвестициями;
- управлению ресурсным потенциалом;
- управлению введением информационных технологий;
- разумной товарной стратегии с повышением конкурентоспособности

продуктов и услуг на базе составления комплекса продвижения и целесообразности процесса планирования ассортимента продукции;

- управлению общественными процессами на основании инновационных социальных инвестиций, образования и развития человеческого капитала и управления организационной культурой [2, с.86]. Стратегические решения, направленные на реализацию процессов взаимодействия структурных подразделений предприятия базируются на подходах маркетинга отношений, формировании гибких организационных структур и обеспечении конфликтной устойчивости взаимодействия. Стратегические показатели результатов представляют «сбалансированный» взгляд на общую конкурентную стратегию, отражающий в дополнение к традиционной финансовой составляющей клиентскую, внутренние бизнес — процессы, а также обучение и развитие. Указанный подход позволяет уже на первоначальной стадии дать оценку уровню успешности деятельности предприятия. Финансовый компонент состоит из последовательности действий, которые следует реализовать в рамках всех четырёх составляющих системы с целью достижения желаемого долгосрочного результата. Клиентская составляющая сосредоточена на определении круга клиентов и сегментов потребительского рынка, на котором предприятие намерено функционировать. Избранные сегменты представляют собой как раз тот источник доходов, задача повышения которых ставится в финансовом компоненте комплекса критериев. Основные показатели клиентской составляющей, такие как: удовлетворение клиентских потребностей, его лояльность, доходность, сохранение и увеличение клиентской базы дают возможность соотнести их с состоянием ценовых потребительских групп и сегментов рынка, а также выявить потребительскую ценность предложений, являющихся ключевыми показателями в процессе оценки результатов работы с клиентами [3, с.12]. Составляющая внутренних бизнес-процессов выявляет разновидности деятельности, наиболее существенные в целях достижения целей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Нурмуханова Г. Ж. Формирование конкурентоспособной экономики Республики Казахстан: методологические подходы, проблемы и перспективы развития Дисс. докт.экон.наук. Алматы, 2013. — 131 с.
2. Есмагулова Н. Д. Конкурентоспособность предприятия: проблемы и механизм Дисс. канд.экон.наук. Алматы, 2009. — 119 с.
3. Абен А. С. Конкурентоспособность экономики Казахстана в условиях глобализации: теоретические аспекты, проблемы и перспективы развития: Автореферат дисс.. канд.экон.наук.- Алматы: КазНУ, 2013, 36 с.

ФУНКЦИИ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Материально-техническое обеспечение (МТО) – это способ контроля и распределения ресурсов в процессе производства, основной целью которого является предоставление материальных ресурсов производствам предприятий, в определенное договором место.

Для более детального рассмотрения представим в общем виде отдел МТО промышленного предприятия:



Рисунок 1. Отдел материально-технического обеспечения

Исходя из вышеприведенных связей, обеспечивающих эффективную деятельность материально-технического подразделения, можно сформулировать функции МТО предприятия:

1. Коммерческие

- основные (покупка/аренда материальных ресурсов);

- вспомогательные:

а) маркетинговая – решение вопросов определения и соответствующего выбора поставщиков;

б) юридическая – правовое обеспечение и защита прав собственности, сопровождение деловых переговоров, заключение сделок и мониторинг за их исполнением.

2. Технологические (решение процесса доставки и хранения материальных ресурсов, которым предшествуют распаковка, консервация, заготовка материальных ресурсов и предварительная их обработка)

При этом формы материально-технического обеспечения подразделяются:

1. Транзитная – продукция поставляется потребителю от предприятий-изготовителей, а приобретаемая продукция поставляется от поставщиков в

розничные точки.

2. Складская – продукция поставляется с помощью промежуточных и распределительных складских комплексов, и терминалов.

Формы организации управления МТО:

1. Централизованная - предполагает выполнение функций единой службой МТО, что обусловлено территориальной целостностью организации, узкой номенклатурой материалов.

2. Децентрализованная - предполагает рассредоточение функций, что обусловлено производственной самостоятельностью предприятия, с обширной номенклатурой материалов.

3. Смешанная - предполагает объединение предыдущих форм.

Недостатки в организации МТО могут привести к нижеследующим проблемам:

- недовыпуск продукции и тем самым снижение прибыли;
- возрастание постоянных расходов из-за простоев при отсутствии ресурсов;
- выпуск брака;
- снижение конкурентоспособности продукции;
- потеря из-за порчи материалов в запасах.

В рамках конкретного проекта, реализуемого на промышленном предприятии, можно выделить следующую организационную структуру МТО:



Рисунок 2. Материально-техническое обеспечение проектов

Систематизация служб МТО предполагает три вида структур управления:

1. Функциональная структура означает специализацию подразделений на выполнении определенных функций. Используется предприятиями единичного или мелкосерийного типа производства, с небольшой номенклатурой и объемами материалов.

2. Согласно товарному принципу отдельные подразделения специализируются на выполнении полного комплекса работ по снабжению материалами. Характерна для крупносерийных и массовых производств, с широкой номенклатурой и объемом материалов.

3. Комбинированная – означает, что в подразделении на предприятии функции выполняет группа специалистов по материальным ресурсам и внешнему ресурс обеспечению. Внутренние структурные подразделения выполняют внутрипроизводственное перемещение закрепленных за ними материалов в силу специализации подразделений.

Также потребность в материальных ресурсах рассчитывает отдел МТО вместе с отделами главного механика, главного энергетика, техническим и планово-экономическим отделами. МТО на предприятии выполняет функции, связанные с закупкой сырья, материалов, топлива, энергии и оборудования, их хранением и распределением. А объем задач МТО разделяется на две основные группы:

1) материальное обеспечение производственного процесса путем предоставления необходимых товаров и услуг в нужном количестве и надлежащем качестве, придерживаясь требований относительно времени и места;

2) закупка, складирование и распределение товаров, необходимых для экономической деятельности.

Нельзя не сказать про экономическое значение материально-технического обеспечения предприятия, оно заключается в том, чтобы обеспечить:

- бесперебойное обеспечение предприятия необходимыми средствами производства;
- оптимизацию хозяйственных связей между предприятием и поставщиком;
- создание экономически обоснованных материальных запасов и маневрирование материальными ресурсами;
- применение прогрессивных путей и средств транспортировки грузов с целью ускорения и удешевления процесса обмена;
- рациональное и экономическое использование средств производства в производстве;
- уменьшение затрат относительно материально-технического обеспечения предприятия.

План МТО делим на две части:

1. расчет потребности в материально-технических ресурсах;
2. баланс материально-технического обеспечения.

В процессе разработки плана МТО должна предусматриваться максимальная экономия ресурсов. Это достигается путем замены дорогих и дефицитных материалов более дешевыми, уменьшения отходов за счет внедрения новых прогрессивных технологий, более точного расчета конструкций и ряда других методов. Экономия материальных ресурсов содействует ускорению темпов роста производства. Именно поэтому основной задачей плана МТО является определение оптимальной потребности предприятия в материальных ресурсах для осуществления производственно-хозяйственной и коммерческой деятельности.

Планирование обеспечения осуществляется в определенной последовательности:

- подготовительные работы (обеспечение бланками-формами,

инструктаж);

- определение источника обеспечения потребности в материалах;
- расчет потребности в материальных ресурсах;
- разработка норм производственных запасов.

Таким образом, разработка годового плана МТО представляет собой определение потребностей в материальных ресурсах, которые необходимы для выполнения производственной программы, строительных и ремонтных работ. Исходными данными разработки плана являются производственная программа выпуска продукции, план капитального строительства, план технического развития, нормы и нормативы затрат материалов. Суммируя потребность по каждому из направлений, определяют общую потребность в материальных ресурсах, источники ее покрытия и составляют баланс МТО по определенной форме.

Система МТО имеет ряд функций, следуя которым, она поддерживает производительность труда и эффективность производства:

1) планирование потребности в материальных ресурсах. Это значит, что МТО на основе имеющихся данных о таких показателях производства, как материалоемкость и фондоотдача, определяет оптимальное количество ресурсов, которые необходимы для осуществления одного производственного цикла и выпуска определенной партии товаров и услуг;

2) заготовительная функция. МТО ведет на предприятии оперативно-заготовительные работы в соответствии с планами потребностей, контролирует процесс заключения договоров, обрабатывает все «ошибки» производства;

3) хранение заготовленного сырья и материалов, т. е. организация складского характера. Кроме того, МТО разрабатывает указания, принципы соответствия с которыми хранение и использование запасов должны осуществляться;

4) осуществление учета и строгого контроля над выдачей сырья и материалов производству.

Посредством системы МТО предприятие осуществляет покупку и расход сырья и материалов для производства наиболее рациональным способом.

Само по себе материально-техническое обеспечение одной из своих задач имеет покупку необходимых предприятию материальных ресурсов, а также их централизованное распределение по производственным подразделениям – цехам, где они проходят дальнейшую обработку.

Определяя структуру собственной потребности в факторах производства, организация делает вывод о том, насколько необходимо наличие рациональной системы МТО.

ФОРМИРОВАНИЕ И РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТРУДА

Рынок труда - это рынок ресурсов труда как товара, равновесная цена и количество которого определяются взаимодействием спроса и предложения.

Рынок труда является неотъемлемой составной частью рыночной системы. Он существует для работодателей и наемных работников. Он сложился как система общественных отношений, отражающих уровень развития и достигнутый на данный период баланс интересов между предпринимателями, трудящимися и государством. Рынок труда является одним из важнейших связующих звеньев между различными отраслями экономики. Если какая-нибудь отрасль процветает, там устанавливается более высокий уровень заработной платы, туда стремятся люди из других отраслей, в которых, следовательно, будет снижаться объем производства. Уровень заработной платы будет расти быстрее в отраслях, хорошо развивающихся.

Рынок труда является важнейшим системообразующим фактором территориальной социально-экономической системы. От эффективности его функционирования в значительной степени зависят как направления и темпы макроэкономического развития региона, так и уровень, и качество жизни населения. Рассмотрим состав элементов рынка труда (рисунок 1).



Рисунок 1. Рынок труда и его элементы

Анализируя информацию рисунка 1, можно отметить, что рынок труда имеет сложную структуру, основополагающим в которой является ее функциональность и особенность, которые необходимы и достаточны для его возникновения и функционирования.

В соответствии с выбранным критерием, основными составляющими

рынка труда являются:

- субъекты рынка труда - это наемные работники и их объединения (профсоюзы), работодатели (предприниматели) и их союзы, государство и органы местного самоуправления;
- институты рынка труда - это формальные и неформальные правила и нормы, ограничивающие и стимулирующие поведение участников рынка;
- механизм рынка труда - основан на стоимостных принципах увязки и согласования социально различных интересов разнообразных групп работодателей и трудоспособного населения, занятого в экономике, нуждающегося в работе и желающего работать по найму, включающий цену, спрос и предложение рабочей силы.

Предложение на рынке труда региона рассматривается чаще всего как сложившаяся (при данных экономических, демографических и социальных условиях) общая численность занятых в экономике региона и ищущих работу численность (экономически активное население). Спрос на рынке труда выступает как сложившаяся при данных условиях суммарная численность занятых и вакантных рабочих мест в экономике региона.

Регулирование рынка труда заключается в более полном удовлетворении потребностей работников в рабочих местах, а экономики – в рабочей силе. Для ее реализации необходимо дать количественную оценку ключевой рыночной пропорции между спросом и предложением и возможных ее изменений в перспективе. Сложность заключается в том, что это соотношение складывается под воздействием демографических, экономических, социальных и других факторов, которые тесно взаимосвязаны, постоянно оказывают влияние друг на друга и вместе с тем развиваются по своим собственным законам.

Главными целями государственного регулирования рынка труда являются:

- обеспечение полной занятости, под которой понимается отсутствие циклической безработицы при сохранении «естественного уровня безработицы», определяемого размерами ее фрикционной и структурной форм;
- создание «гибкого рынка труда», способного быстро приспосабливаться к изменениям внутренних и внешних условий развития экономики, сохранять управляемость и стабильность. Эта «гибкость» по сравнению с традиционным рынком труда, проявляется в использовании работников на условиях неполного рабочего дня, временной занятости, сменяемости рабочих мест, изменения количества смен, расширения или добавления в зависимости от необходимости рабочих функций.

Государственная политика на рынке труда осуществляется в двух основных формах:

- активной – создание новых рабочих мест, повышение уровня занятости и преодоление безработицы путем обучения и переобучения работников;
- пассивной – поддержка безработных путем выплаты пособий.

Источниками формирования человеческого потенциала территории являются естественный прирост и миграция населения в сочетании с показателями уровня и качества жизни населения. Уровень жизни населения может быть измерен через доходы населения и их покупательную способность,

обеспечивающую воспроизводство человеческого потенциала. Естественный прирост, миграция и доходы населения являются базовыми источниками формирования человеческого потенциала на территории. Качество жизни населения будет измерено через услуги инфраструктуры и экологические проблемы городов и районов.

По данным Комитета по статистике РК по численности экономически активного населения ВКО в 2017 году занимала 4 место среди регионов Казахстана это 722,4 тыс. человек или 7,99% от всей численности экономически активного населения Казахстана [1]. По численности занятого населения ВКО также занимала 4 место среди регионов Казахстана это 688 тыс. человек или 7,98% от числа занятого населения Республики (рисунок 2).

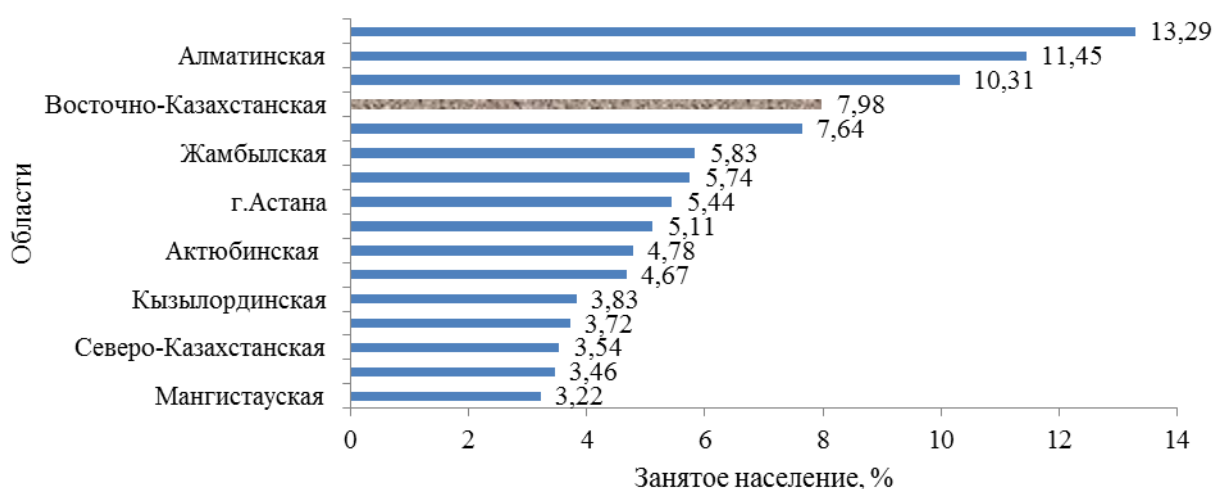


Рисунок 2. Региональный профиль занятого населения Казахстана за 2017 год

Так же далее был проанализирован региональный профиль занятого населения Республики Казахстана уже за 2015-2017гг (рисунок 3).

Анализ динамики основных индикаторов рынка труда в ВКО в период с 2015 по 2017 годы выявил отрицательную тенденцию, связанную с сокращением численности экономически активного населения на 10,1 тыс. человек (или на 1,38%) [2]. Отрицательными фактами являются уменьшение численности занятого населения на 1,25%; сокращение уровня безработицы на 4,18%; небольшой рост доли наемных работников на 0,02% [1].

Уровень безработицы снизился с 2015 года по 2017 год на 1,5 тыс. человек и составил 34,4 тыс. человек либо 4,9%. Кроме того, на рынке труда фиксируется скрытая безработица – практика перевода работников на неполную рабочую неделю или сокращенный рабочий день, предоставление отпусков без сохранения заработной платы.

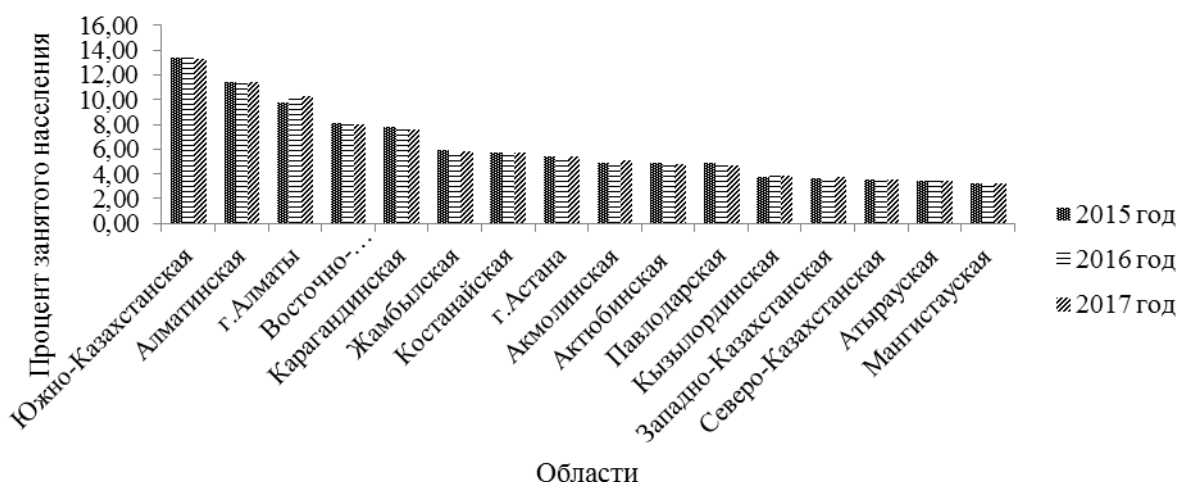


Рисунок 3. Региональный профиль занятого населения Казахстана за период 2015-2017гг, %

Размещение трудового потенциала в разрезе город-село характеризуется преобладанием городского экономически активного населения 55,8% над сельским 44,2% [2]. Аналогично 55,51% занятого населения преобладает в городе, а 44,49% в сельской местности [3].

Оценка влияния уровня доходов на распределение человеческого потенциала по территории области на основе действующей статистической базы некорректна, т.к. показатель «заработная плата» характеризует только один источник доходов населения, от наемной занятости. Другие показатели доходов в региональном разрезе статистике области в среднесрочном периоде не представлены.

В 2016 года среднемесячная номинальная заработная плата одного работника составила 133648 тенге, по сравнению с предыдущим годом она возросла на 19,0 %. А в 2017 году среднемесячная номинальная заработная плата одного работника составила 142082 тенге, по сравнению с 2016 предыдущим годом она возросла на 6,3 % [4]. Повышение оплаты труда наемных работников отмечается по всем видам экономической деятельности, кроме искусства, развлечения и отдыха, операции с недвижимым имуществом, профессиональной, научной и технической деятельности. При этом высокий уровень оплаты труда сохраняется в промышленности, в профессиональной, научной и технической деятельности, в финансовой и страховой деятельности, в информации и связи, на транспорте и складировании, в строительстве.

В среднем за 2017 год среднедушевой номинальный денежный доход населения Восточно-Казахстанской области составил 71827 тенге, что на 11,5 процента ниже, чем в среднем по республике [1]. Темп роста среднедушевого номинального денежного дохода к данным за 2016 год – 110 %, реального денежного дохода – 102,9 % [1].

Величина прожиточного минимума в среднем на душу населения, рассчитанная исходя из минимальных норм потребления основных продуктов питания, в январе 2016 года по сравнению с соответствующим месяцем предыдущего 2015 года увеличилась на 7,1%, а в январе 2017 года по

сравнению с соответствующим месяцем предыдущего 2016 года увеличилась на 8,0%., а в январе 2018 года по сравнению с соответствующим месяцем предыдущего 2017 года увеличилась на 21,3% [2]. Величина прожиточного минимума восточноказахстанца в среднем за месяц в 2017 года оценивалась в 25955 тенге, в среднем по республике – в 25084 тенге. По сравнению с данными 2016 года потребительская корзина для жителя области подорожала на 10,3 процента.

Следовательно, можно сказать, то, что распределение человеческого потенциала сконцентрировано следующим образом на территории ВКО за 2017 год проживало 1 383 620 жителей, в том числе 58,74% составляют казахи, 37,46% — русские, 1,08% — немцы, 1,18% — татары, 0,91% — украинцы, 0,63% — другие. Численность населения в ВКО с каждым годом уменьшается в среднем на 6000 человек в год. Так с 2015 по 2017 годы численность уменьшилась на 12256 человек. Область имеет среднюю плотность населения 4,9 человек на 1 км² [1].

Экономический потенциал региона, где традиционными направлениями экономики является лесная, военная и энергетическая промышленность, металлургия (цветная), строительство машин [5]. Города Восточного Казахстана держатся на достаточном экономическом уровне, производя цинк, магний, кадмий, висмут, обогащенные медные руды [4]. Наличие богатых месторождений полезных ископаемых создает условия для роста экономики области. Базовой отраслью экономики является цветная металлургия, на долю которой приходится около 60 % промышленного потенциала области.

Важнейшим итогом индустриальной урбанизации явилось формирование ряда городов, из которых только города Усть-Каменогорск и Семей достигли размеров крупного города и стали многофункциональными центрами, фокусами социально-экономического пространства, играющими решающую роль в территориальной организации жизнедеятельности людей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Комитет по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан - www.stat.gov.kz

2 Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / Г.В. Савицкая. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016.

3 Идирисова К.А. Значение инвестиционной политики в развитии регионов страны / К.А. Идирисова // Вестник кыргызско-российского славянского университета. -2015. -№ 5. -С. 15-18.

4 Нурланова И. Практика оценки уровня устойчивости развития регионов Казахстана / Под ред.—Алматы: Ин-т экономики МОН РК, 2016.— 26 с.

5 Жильников А.Ю. Определение стимулирующих и сдерживающих факторов инновационной активности региона / А.Ю. Жильников // Экономические науки. -2015. -№ 99. - С. 77-82.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ГОРОДОВ И РАЙОНОВ ВКО

Восточный Казахстан обладает высоким потенциалом природных ресурсов, что способствует широкому развитию промышленного сектора экономики. В результате возникает ряд экологических проблем.

В связи с ярко выраженным техногенным типом экономического развития Восточно-Казахстанской области (ВКО), состояние окружающей среды на отдельных локальных территориях, несмотря на богатство региона в целом, находится в критическом состоянии по сравнению с любым другим регионом Казахстана.

Проблемы экологии связаны, прежде всего, с антропогенным воздействием промышленности и негативно отражаются на миграционном оттоке населения и неблагоприятном отношении населения к промышленным объектам в целом.

По данным ОО «Центр развития местного самоуправления», 85% опрошенных жителей связывают ухудшение здоровья с экологической обстановкой в ВКО. Если структурировать экологические проблемы ВКО можно выделить: загрязнение атмосферного воздуха; загрязнение водных ресурсов; радиоактивные загрязнения; накопление промышленных и бытовых отходов [1].

Рассматривая загрязнение атмосферного воздуха можно отметить то что, в атмосферу области ежегодно выбрасывается 150 тыс. тонн загрязняющих веществ, основными загрязняющими веществами являются сернистый ангидрид, окись углерода, окислы азота, тяжелые металлы. Основные объемы загрязняющих веществ были сформированы на территориях г.Усть-Каменогорска (51,2 тыс. тонн), г.Семей (25,0 тыс. тонн), Зыряновского района (13,5 тыс. тонн) и г.Риддер (7,8 тыс. тонн). Из анализа информации можно выделить то, что выбросы по сравнению с 2015 годом меньше, но уменьшение не значительное. Большую долю выброшенных веществ составляют газообразные и жидкие вещества. Из общего объема выброшенных в атмосферный воздух загрязняющих веществ 78,0% составили газообразные и жидкие вещества, 21,9% - твердые. На г. Усть-Каменогорск приходится более 40% всех выбросов, причем источники загрязнения (3 крупных металлургических завода) находятся в городской черте, в непосредственной близости от жилой зоны. В Риддере основным загрязнителем является свинцовый завод, причем выброс газа производится залпом, именно в этот период времени концентрация вредных веществ наиболее высока (рисунок 1).

По информации рисунка 1 можно заметить то, что наибольшее количество вредных веществ сконцентрировано в г.Усть-Каменогорск, г.Семей, г. Риддер и в Зыряновском районе. Также значительны выбросы загрязняющих веществ в атмосферу гг. Семей, Зыряновск, пос. Глубокое.

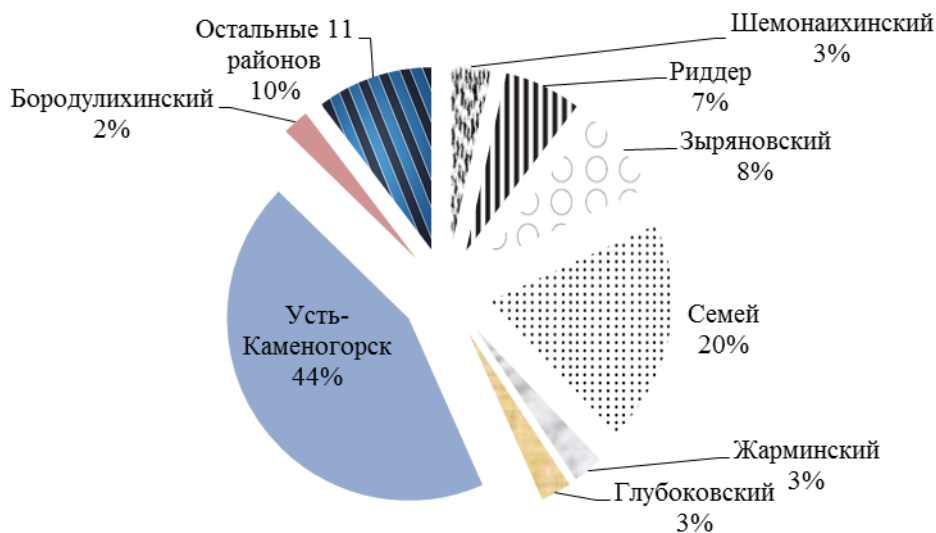


Рисунок 1. Динамика объемов выбросов вредных веществ в атмосферу ВКО

Согласно данным РГП «Казгидромет», индекс загрязнения атмосферы (ИЗА-5) в г. Усть-Каменогорск за 2017 год составил 10,4. По данному показателю город находится на втором месте среди городов РК (первое место г. Шымкент – 10,7) (рисунок 2).



Рисунок 2. Индекс загрязнения атмосферы в городах РК, 2017г

На протяжении последних лет наблюдается рост числа стационарных и передвижных источников выбросов, что является прямым следствием экономического развития области. В динамике за 2015-2017 годов число источников загрязнения увеличилось от 18 064 ед. до 18 592 ед. За рассматриваемый период количество автотранспортных средств увеличилось с 310,9 тыс. ед. до 358,3 тыс. ед., в том числе по г. Усть-Каменогорск с 92,7 тыс. ед. до 105,5 тыс. ед. В области 238,9 тыс. ед. или 76% легковых автомобилей имеют возраст старше 10 лет. Более 98,9% всех автомобилей функционирует на бензине.

Следует отметить, что предприятиями - природопользователями (ТОО

«Казцинк», АО «УК ТМК», АО «AES УК ТЭЦ», АО «УМЗ») за счет собственных средств реализуется комплекс природоохранных мероприятий. В 2017 году затраты на охрану окружающей среды предприятий и организаций в ВКО составили 17 830,7 млн. тенге (7 место среди регионов РК). В структуре затрат 47,4% приходится на охрану атмосферного воздуха и климата, 28,0% - на охрану водных источников от загрязнения сточными водами, 19,1% - на управление обращением отходов, 2,7% - на защиту и восстановление почвы, подземных вод и поверхностных водных источников.

Далее анализируя загрязнение водных ресурсов замечается тенденция того что, загрязненность поверхностных вод региона тяжелыми металлами продолжает оставаться высокой, р. Ертис, Оба, Емель и оз. Маркаколь считаются умеренно-загрязненными водоемами. Основными причинами такой ситуации являются следующие:

- действующие промышленные производства горнорудной промышленности и теплоэнергетики. Ежегодно в поверхностные водоемы сбрасывается порядка 250 млн. куб. сточных вод;

- исторические загрязнения. Загрязнение поверхностных и подземных вод нерекультивированными отвалами вскрышных пород, хвостохранилищ, шахт и штолен, расположенных в водоохранных зонах водоемов;

- трансграничное загрязнение реки Иртыш. По данным пограничного створа вода из Китая поступает умеренно-загрязненная, и сохраняется таковой на всем протяжении реки до границы с Россией;

- говоря о радиоактивные загрязнения отмечается то что, наряду с этим во многих промышленных регионах Восточного Казахстана отмечается неблагоприятная радиационная обстановка.

В первую очередь, необходимо отметить, локальные очаги радиоактивного загрязнения находятся в г. Усть-Каменогорске и последствия деятельности Семипалатинского испытательного ядерного полигона. По разным данным в г. Усть-Каменогорске в настоящее время насчитывается от 80 до 217 радиоактивных участков. Из них на территории жилой зоны сейчас зафиксировано 35. По данным Информационного агентства «Kazakhstan Today» в Усть-Каменогорске радиационный фон в тысячу раз выше допустимого. Также радиоактивные аномалии обнаружены на различных промышленных площадках крупных горно-обогатительных комбинатов области [2].

Также рассматривая накопление промышленных и бытовых отходов на территории области необходимо отметить, что было накоплено огромное количество техногенных минеральных образований предприятий горнопромышленного производства, представленных всеми охарактеризованными типами первичных природных горных пород. На ВКО приходится 80% всех отходов страны. Согласно данным ГУ МД «Востокказнедра» на промышленных предприятиях региона накоплено 1203,6 млн. тонн опасных отходов производства [1]. На предприятиях ежегодно образуется 1,4 млн. тонн токсичных отходов, с учетом исторических. Наибольшее их количество находится в Шемонаихинском, Зыряновском, Глубоковском районах, городах Риддере, Семей, Усть-Каменогорске.

Актуальным для ВКО остается вопрос утилизации и переработки

отходов, которые в зависимости от их образования условно можно разделить на следующие категории: отходы горно-обогатительного комплекса; отходы металлургического производства; золошлаковые отходы топливно-энергетического комплекса; твердо-бытовые отходы (ТБО).

Суммарные запасы отходов горно-металлургических производств цветных, редких, благородных и радиоактивных металлов уже сопоставимы с запасами соответствующих достаточно крупных месторождений. Вместе с тем, как среди основных, так и в числе сопутствующих компонентов, присутствуют в значительных количествах токсичные элементы такие, как свинец, цинк, кадмий, ртуть, мышьяк, сурьма, селен, сера и др. Последние в процессах добычи и переработки руд накапливаются в хранилищах, откуда поступают в компоненты окружающей среды (почву, воду, воздух, биоту).

Золошлаковые отходы (ЗШО), представляющие собой отходы от сжигания угля, относятся к IV классу опасности. Крупные предприятия топливной энергетики области имеют свои золоотвалы, общей площадью 127,5 га, в которых размещено около 6,5 млн. т золошлаковых отходов. Количество золошлаковых отходов в самых крупных золоотвалах АО «АЭС Усть-Каменогорская ТЭЦ» и АО «АЭС Согринская ТЭЦ» уже превысило их проектные мощности.

Практически во всех городах и районах области имеется проблема несанкционированного накопления отходов ТБО вследствие отсутствия полигонов захоронения, несоответствия имеющихся требованиям санитарно-эпидемиологического надзора.

Число предприятий и организаций по сбору и вывозу коммунальных отходов в 2017 году составило в ВКО 29 единиц. За 2017 год собрано и вывезено 169,6 тыс. тонн отходов, из которых основная доля (72,8%) приходилась на отходы домашних хозяйств, 18,9% составили отходы производства, 7,4% - мусор, собранный с улиц, 0,3% - рыночные отходы, 0,04% - парковые отходы, 0,2% - отходы со строек и 0,3% - прочие отходы.

Из общего числа собранных и вывезенных отходов 6,5% собрано предприятиями государственной формы собственности, 93,5% – частной формы собственности. В 2017 году на официально действующие полигоны (свалки) поступило 126,7 тыс. тонн коммунальных отходов. Из них 100% поступило для их дальнейшего депонирования: 99,6% - составили смешанные коммунальные отходы, 0,4% - прочие отходы. На конец 2017 года на официально действующих полигонах (свалках) накоплено более 7,1 млн. тонн отходов.

В первую очередь, необходимо отметить, что экологические проблемы наиболее остро проявлены в пределах более урбанизированных и промышленных территорий. Следовательно, можно выделить сильные стороны стабильной экологической обстановки в условиях роста объема промышленного производства - ежегодное выполнение предприятиями - природопользователями природоохранных мероприятий; наличие аккумулирующих водоемов многолетнего режима регулирования; река Иртыш отнесена к водным объектам особого государственного значения; стабилизация и увеличение численности основных промысловых видов диких животных; ежегодный сбор и

демеркуризация (переработка) ртутьсодержащих приборов и изделий.

Слабые стороны - низкий объем переработки и утилизации отходов; неразвитая система сбора мусора, в т.ч. раздельного сбора твердо-бытовых отходов; несоответствие существующих объектов захоронения твердых бытовых отходов требованиям санитарных правил; высокая пожароопасность лесов; недостаточная штатная численность (имеется 60%) и материально-техническая оснащенность коммунальных государственных учреждений лесного хозяйства (имеется 1/3 от норматива); низкая численность основных охотничье-промысловых видов животных; отсутствие квалифицированных кадров и слабая материально техническая база охотохозяйств; неполное выделение средств, поступающих в бюджет от эмиссий на окружающую среду на реализацию природоохранных мероприятий; исчезновение пушно-меховой промышленности, отсутствие спроса на пушно-меховую продукцию, высокие затраты на ее производство [3].

Таким образом, в процессе анализа можно выделить следующие проблемы:

- 1) тенденция сокращения численности населения;
- 2) зависимость экономики городов от градообразующих предприятий;
- 3) низкий уровень диверсификации местной экономики и отсутствие современных технологий в агроиндустрии, пищевой промышленности;
- 4) высокая ресурсо- и энергоемкость производства продукции, низкая конкурентоспособность производимой продукции;
- 5) низкая инвестиционная привлекательность городов;
- 6) неблагоприятная экология и высокий уровень заболеваемости социально-значимыми болезнями;
- 7) высокий износ инфраструктуры ЖКХ;
- 8) неудовлетворительное состояние значительной части жилого фонда в большинстве городов.
- 9) высокий износ объектов социальной, транспортной инфраструктуры и жилищно-коммунального хозяйства, проблемы доступа к базовым социальным услугам, ограничения доступа к широкополосному Интернету;
- 10) наличие исторических и текущих загрязнений окружающей среды.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Комитет по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан - www.stat.gov.kz
- 2 Нурланова И. Практика оценки уровня устойчивости развития регионов Казахстана / Под ред.—Алматы: Ин-т экономики МОН РК, 2016.— 26 с.
- 3 Экономический потенциал Восточно-Казахстанской области в контексте перспектив размещения производительных сил и расселения населения на период до 2030 года, 2016.

КАДРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК РЕШАЮЩИЙ ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Кадры предприятия - это коллектив работников с определенной структурой, соответствующей научно-техническому уровню производства, условиям обеспечения производства рабочей силой и установленным нормативно-правовым требованиям. Категория "персонал предприятия" характеризует кадровый потенциал, трудовые и человеческие ресурсы производства.

Ресурсное обеспечение предприятия предполагает отбор кадров, для чего существует несколько подходов:

- агрессивный хедхантинг – охота за перспективными сотрудниками компаний-конкурентов;
- HR-брендинг – формирование привлекательного образа компании;
- автоматизация подбора персонала – использование IT-систем, так называемых ATS;
- дистанционный подбор персонала – наём на работу удаленных сотрудников;
- использование социальных сетей для поиска сотрудников.

После устройства на работу у каждого сотрудника проходит адаптационный период. Адаптация – процесс вхождения новых сотрудников в коллектив и ознакомление их со спецификой работы. Кадровые службы компании должны способствовать быстрой адаптации новых членов команды, при этом используются следующие методы:

- наставничество – помощь со стороны опытного сотрудника;
- семинары и тренинги по развитию коммуникативных навыков, по изучению специфики предприятия;
- специальные ролевые игры, разработанные для сплочения коллектива и укрепления командного духа;
- беседа нового сотрудника с менеджером по персоналу и руководителем.

Нельзя не отметить, что эффективная и продуктивная деятельность любой компании невозможна без эффективных и релевантных методов управления персоналом. В современной теории менеджмента принято выделять следующие методы управления персоналом:

- экономические методы - методы материального и морального стимулирования сотрудников;
- социально-психологические методы - методы воздействия на интересы личности или коллектива, основанные на знаниях менеджерами законов психологии и социологии;
- административные методы - применение власти и нормативное обеспечение трудовой деятельности сотрудников.

Основные позиции современных методов управления можно обобщить на следующей схеме:



Рисунок 1. Методы управления персоналом

Кадры всегда играют ведущую роль в операционном процессе фирмы. Именно от них зависит, насколько эффективно используются на фирме основные фонды и оборотные средства и насколько успешно работает фирма в целом. Поэтому каждая фирма должна разрабатывать и осуществлять кадровую политику, которая должна быть направлена на достижение следующих целей:

- приобретение (наем) таких трудовых ресурсов, профессионально-квалификационная характеристика которых соответствовала бы целям и задачам фирмы, обеспечивала конкурентное преимущество;
- рациональное использование кадров (персонала) при развитых уровнях организации, нормирования труда и системы управления;
- своевременное пополнение кадрового состава путем заблаговременного планирования подготовки кадров и расчетов потребности в них подразделений фирмы и ее системы управления;
- стимулирование производительности труда с учетом складывающейся на рынке цены рабочей силы.

Система управления персоналом организации представляет собой систему, в которой реализуются функции управления персоналом. Система управления персоналом состоит из ряда функциональных подсистем, которые специализируются на выполнении однородных функций.

В казахстанской системе менеджмента выделяют 9 функциональных подсистем в системе управления персоналом:

1. подсистема условий труда – осуществляет соблюдение требований психофизиологии труда, эргономики, технической эстетики, охраны труда и окружающей среды;

2. подсистема трудовых отношений – выполняет следующие функции: анализ и регулирование групповых и личностных взаимоотношений, анализ и регулирование отношений руководства, управление производственными конфликтами и стрессами, осуществление социально-психологической диагностики, соблюдение норм и взаимоотношений, управление взаимодействиями с профсоюзами;

3. подсистема оформления и учета кадров – включает в себя: оформление и учета кадров, увольнений перемещение, информационное обеспечение системы кадрового управления, профессиональную ориентацию, обеспечение занятости;

4. подсистема планирования, прогнозирования и маркетинга персонала – выполняет следующие функции: разработка стратегии управления персоналом, анализ кадрового потенциала, анализ рынка труда, планировании и прогнозирование потребностей в персонале, организация рекламы, планирование кадров, оценка кандидатов на вакантные должности, текущая периодическая оценка кадров;

5. подсистема развития персонала – осуществляет: техническое и экономическое обучение, переподготовку и повышение квалификации, работу с кадровым резервом, планирование и контроль деловой карьеры, профессиональную и социально-психологическую адаптацию новых работников;

6. подсистема анализа и развития средств стимулирования труда – объединяет: нормирование и тарификацию трудового процесса, разработку систем оплаты труда, использование средств морального поощрения, разработку форм участия прибылях и капитале, управление трудовой мотивацией;

7. подсистема юридических услуг – выполняет следующие функции: решение правовых вопросов трудовых отношений, согласование;

8. подсистема развития социальной инфраструктуры – осуществляет: питание, управление жилищно-бытовым обслуживанием, развитие культуры и физического воспитания, обеспечение охраны труда и отдыха, обеспечение детскими учреждениями, управление социальными конфликтами и стрессами;

Управление персоналом рассматривается, как стратегически важное направление в системе менеджмента предприятия и отражает уровень развития бизнеса компании. Так, на стадии формирования фирмы управление персоналом носит хаотический характер и сведено, в основном, к соблюдению норм трудового законодательства, то есть к кадровому делопроизводству. И решающий фактор развития предприятия.

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Появление и развитие информационно-коммуникативных технологий дали ряд преимуществ. Это упрощение доступа населения и бизнеса к государственным услугам, ускоренный обмен информацией, появление новых возможностей для ведения бизнеса, создание новых цифровых продуктов. Чтобы быть в тренде современных технологий, Президент Казахстана Нурсултан Назарбаев инициировал государственную программу «Цифровой Казахстан». Главная цель программы – повышение качества жизни населения посредством прогрессивного развития цифровой системы и конкурентоспособности экономики Казахстана.

Цифровая экономика – это деятельность, непосредственно связанная с развитием цифровых компьютерных технологий, в которую входят и сервисы по предоставлению онлайн-услуг, и электронные платежи, и интернет-торговля, и краудфандинг и многие другие. Обычно главными элементами цифровой экономики называют электронную коммерцию, интернет-банкинг, электронные платежи, интернет-рекламу, а также онлайн-игры.

По словам, Главы государства, главная цель программы «Цифровой Казахстан» – это ускоренная технологическая модернизация экономики.

При разработке указанной программы учтены основные положения Окинавской хартии глобального информационного общества (г. Окинава, Япония, 2000 год), Декларации принципов построения информационного общества (г. Женева, Швейцария, 2003 год), Тунисского обязательства и 88 Тунисского плана действий (г. Тунис, Тунисская Республика, 2005 год), а также других международных документов и рекомендации международных организаций ВБ, ОЭСР и ООН [1].

Реализация государственной программы «Цифровой Казахстан» будет проводиться в четырех ключевых направлениях. Создание «Цифрового шелкового пути» предполагает развитие надежной, доступной, высокоскоростной и защищенной цифровой инфраструктуры. Формирование «Креативного общества» даст импульс к развитию компетенций и навыков для цифровой экономики, позволит проводить работу по повышению цифровой грамотности населения и готовить отраслевых ИКТ-специалистов. Цифровые преобразования в отраслях экономики обеспечат повсеместное внедрение цифровых технологий для повышения конкурентоспособности различных отраслей экономики. Формирование «Проактивного цифрового правительства» гарантирует возможность усовершенствования системы электронного и мобильного правительства, а также оптимизацию сферы предоставления государственных услуг [1].



НАПРАВЛЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ



Рисунок 1 – Направления реализации программы

Исходя из данных представленных на рисунке 1, можно проследить направления развития, которые дадут свои «плоды» к 2022 году:

- повысится уровень производительности труда в экономике до уровня ТОП-30 стран мира;
- появятся конкурентоспособные экспортные производства в приоритетных отраслях;
- произойдет капитализация крупнейших компаний Казахстана, что позволит им выйти на принципиально новый уровень;
- вырастет объем местной электронной торговли;
- снизится доля теневой экономики до уровня ТОП-30 стран мира.

Широкое использование цифровых технологий в промышленности позволяет в значительной степени повысить эффективность производственных процессов, обеспечить безопасность труда, а также генерировать новые источники доходов за счет изменения бизнес-моделей компаний.

Добывающая, обрабатывающая промышленность и электроэнергетика составляют основу реального сектора экономики Казахстана и требуют передовых цифровых решений, представленных на рисунке 2. Из рисунка 2 видно, тенденцию развития внедрения цифровых технологий в промышленность, которые способствуют увеличению роста экономического эффекта на 348,6 млрд. тенге. А так же, рост доли крупных и средних предприятий в использовании цифровых технологий на 2020 год до 5%, до 11% на 2022 год.



ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ В ГОРНО-МЕТАЛЛУРГИЧЕСКУЮ И ОБРАБАТЫВАЮЩУЮ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

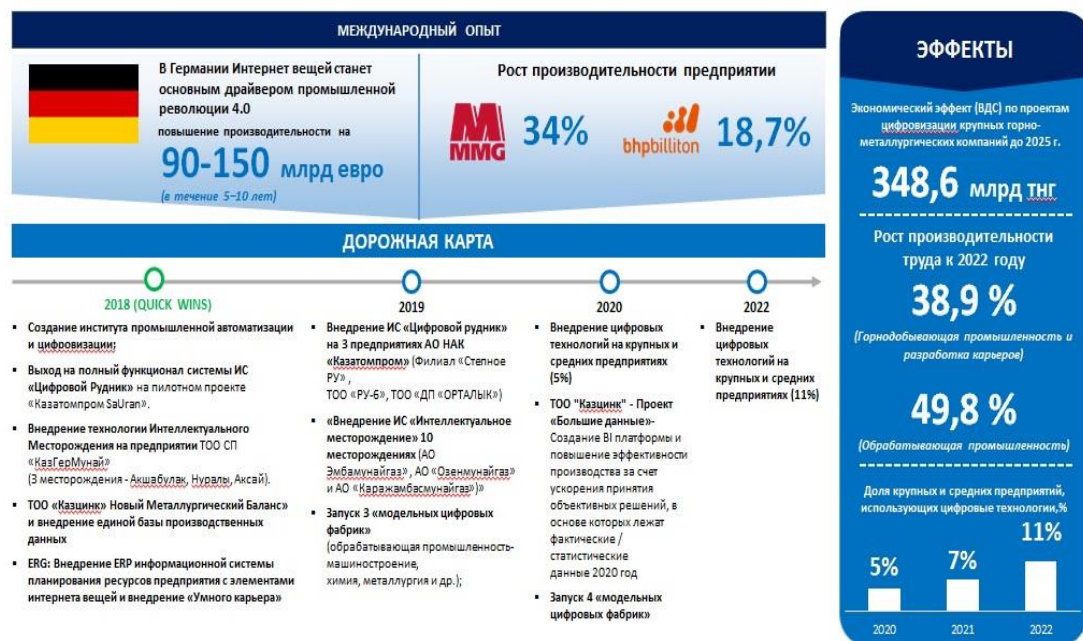


Рисунок 2 - Внедрение технологий в промышленность

В связи с этим, можно выявить целевые индикаторы государственной программы «Цифровой Казахстан»:

- рост производительности труда по секции «Горнодобывающая промышленность и разработка карьеров» в 2022 году - 38,9%.
- рост производительности труда по секции «Транспорт и складирование» в 2022 году - 21,2%.
- рост производительности труда по секции «Сельское, лесное и рыбное хозяйство» в 2022 году - 45,1%.
- рост производительности труда по секции «Обрабатывающая промышленность» в 2022 году - 49,8%.
- доля электронной торговли в общем объеме розничной торговли в 2022 году - 2,6%.
- рост созданных рабочих мест за счет цифровизации в 2022 году - 300 тыс. человек.
- доля государственных услуг, полученных в электронном виде, от общего объема услуг в 2022 году - 80% [1].

Одним из проектов развития цифровой экономики является проект «Цифровой рудник», который внедряется на предприятии АО «Казатомпром». Цифровой рудник с помощью «умных» датчиков позволяет контролировать объемы и скорость добычи, следить за рациональным использованием оборудования, а также объединять эти данные в единую информационную систему. Эта система минимизирует человеческий фактор и обеспечивает онлайн-контроль за производством.

В результате внедрения цифрового рудника «Казатомпром» ожидает получить экономический эффект более 12 млрд. тенге к 2025 году за счет

увеличения производительности труда и снижения себестоимости. Компания планирует завершить в этом году внедрение цифрового рудника на одном предприятии. В следующем году цифровой рудник будет внедрен еще на двух производственных объектах.

Как появятся высокотехнологичные производства, и будут созданы новые рабочие места в промышленном секторе Казахстана:

2018 год

- внедрение проекта «Интеллектуальное месторождение»;
- внедрение проекта «Цифровой рудник»;
- изменение законодательства в части применения цифровых технологий для повышения безопасности на производстве;
- создание правовых условий для развития промышленного интернета вещей.

2020 год:

- создание модельных цифровых фабрик.

2021 год:

- создание информационной системы учета нефти с применением контрольных приборов учета;
- развитие системы «Единая государственная система управления недропользованием РК» с функциями онлайн-аукциона, прогноза баланса сжиженного нефтяного газа.

2022 год:

- в рамках Индустрии 4.0 внедрение цифровых технологий крупными компаниями горно-металлургического комплекса (АО «НАК «Казатомпром», АО НК «КазМунайГаз», ERG, ТОО «Казцинк», ТОО «Корпорация «Казахмыс» и др.).

В малом и среднем бизнесе ожидается развитие новых направлений. Интенсивный рост будет происходить за счёт развития новых «цифровых» сегментов бизнеса – так, только в сфере электронной коммерции прогнозируется создание около 200 тысяч новых рабочих мест. Рост будет идти в сфере удалённых электронных услуг, всевозможного фриланса. В государственном секторе также ожидаются значительные дополнительные доходы – к примеру, только за счёт цифровизации таможенных и налоговых услуг будут полностью исключены теневые «серые» и разного рода криминальные схемы, в результате бюджет получит как минимум 120 – 130 миллиардов тенге.

Для государства в процессе цифровизации становится особенно важной поддержка стартапов в различных инновационных отраслях. В малом и среднем бизнесе много эффективных идей и проектов, но мало денег для их воплощения. Цель единой государственной политики поддержки «цифровых» бизнесов-стартапов – создать на начальном этапе работы наилучшие, «тепличные» условия для роста доходов и капитализации этих проектов. Этот опыт также давно проверен в мире, например, именно на таком государственном патернализме в своё время выросли ныне крупнейшие высокотехнологичные корпорации Южной Кореи. Казахстан планирует уже к 2022 году нарастить до 67 – 70 млрд. тенге объёмы

инвестиций в стартапы.

В результате уже к 2025 году благодаря реализации программы «Цифровой Казахстан» уровень производительности в основных отраслях казахстанской экономики будет сопоставим с экономиками, входящими в топ-30 наиболее развитых государств. А это, собственно, и есть прямой путь в группу мировых лидеров.

В Казахстане будет появляться всё больше развитых, современных, конкурентоспособных экспортных производств, создающих продукцию с высокой добавленной стоимостью. По мере развития таких проектов в бизнесе будет происходить всё более интенсивный рост доходности и капитализации. Экономический ландшафт страны, сами предприятия преобразятся. Причём изменения будут столь быстрыми, что многие даже не успеют понять, что живут уже совсем в другой реальности [2].

Помимо достижения экономического эффекта и роста конкурентоспособности, цифровизация окажет положительное влияние на социальные сферы, нацеленные на улучшение качества жизни населения, одну из ключевых целей Программы. Такие инициативы не предполагают прямого возврата от инвестиций в краткосрочной перспективе, но они важны для долгосрочного успеха Программы и развития страны (например, развитие образования), а также необходимы как квинтэссенция роли государства (развитие здравоохранения, электронного правительства, «умных городов»).

Совокупный эффект от таких инициатив имеет отложенный характер и будет очевиден в полной мере только спустя годы. К 2022 году ожидается начало эффекта от качественного развития образования, здравоохранения и инвестиционной среды. Этот эффект незначителен на горизонте реализации Программы, но в долгосрочной перспективе позволит существенно сократить разрыв в социально-экономическом развитии с топ-30 развитыми странами мира [3].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Государственная программа «Цифровой Казахстан».
- 2 Официальный сайт Премьер-Министра Республики Казахстан - <http://www.primeminister.kz/>
- 3 Новостной портал Республики Казахстан - <https://liter.kz/>

ОНЛАЙН-СТРАХОВАНИЕ В КАЗАХСТАНЕ

Страхование представляет собой комплекс отношений по защите законных имущественных интересов физического или юридического лица при наступлении страхового случая или иного события, определенного договором страхования, посредством страховой выплаты, осуществляемой страховой организацией [1].

Страховой рынок Республики Казахстан по итогам 2018 года собрал страховых премий на сумму 350 482 млн. тенге, что на 5,3% больше, чем в 2017 году. Объем страховых премий по обязательному страхованию достиг 92 237 млн. тенге, увеличение по отношению к 2017 году составило 12%, по добровольному личному страхованию – 127 053 млн. тенге, прирост 23%, по добровольному имущественному страхованию – 131 192 млн. тенге, снижение на 17% [2,4].

Объем страховых премий, переданных на перестрахование, составил 89 836 млн. тенге или 26% от всего объема страховых премий. На перестрахование нерезидентам Республики Казахстан передано 21% от страховых премий. Общий объем страховых выплат за 2018 год составил 70 759 млн. тенге что на 3 % меньше, чем на аналогичный период 2017 года. Объем активов страхового сектора превысил 1 триллион тенге, увеличение на 12%. Рост объема страховых резервов составил 10,2%, увеличившись до 519 477 млн. тенге [2,4].

С 1 января 2019года в Республике Казахстан введено онлайн-страхование, в том числе по самому популярному и массовому виду – обязательному страхованию гражданско-правовой ответственности автовладельцев. Это самое масштабное технологическое изменение на страховом рынке за последние годы.

Онлайн страхование - это дополнительный канал продаж без посредников, который создан Страховщиком на условиях и требованиях Национального Банка РК для удобства клиентов и предоставлением сервиса онлайн.

Онлайн-страхование призвано разогнать достаточно консервативный страховой рынок, расширить возможности и увеличить доступность страховых услуг для населения и бизнеса. С введением онлайн-страхования исключается обращение бумажных полисов по договорам обязательного страхования. Автовладельцам больше не нужно предъявлять сотрудникам административной полиции страховой полис, так как теперь факт заключения договора страхования проверяется путем направления запроса в единую базу данных по страхованию.

Введение онлайн-страхования снижает стоимость страхования для населения и бизнеса, также позволяет заключать договоры напрямую через интернет-ресурсы страховых компаний без посещения офиса или участия посредников, и ускоряет получение страховых выплат.

Законом Республики Казахстан от 2 июля 2018 года № 166-VI «О

внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам страхования и страховой деятельности, рынка ценных бумаг» внесены законодательные поправки, касающиеся онлайн-страхования и закрепления легитимности страхового полиса в электронной форме.

Проверка наличия легитимного страхового полиса в электронной форме всеми заинтересованными лицами работает в круглосуточном режиме на официальном интернет-ресурсе АО «Государственное кредитное бюро».

Для того, чтобы приобрести электронный страховой полис, нужно выполнить следующие условия:

1. Клиент должен зайти на сайт страховой компании
2. Выбрать страховой продукт
3. Заполнить заявление (анкету)
4. Получить SMS-подтверждение абонентского номера
5. Оплатить страховую премию
6. Получить уведомление и уникальный номер полиса

Вся информация будет храниться в Единой базе данных по страхованию (ЕСБД).

Преимущества онлайн страхования [3]:

1) вседоступность – основное преимуществ online-страхования. Оформить полис можно в любом городе страны. Единственное условие – доступ в интернет;

2) доступность страхования 24/7. Как правило, оформить страховой полис на сайте можно в любое удобное для Вас время, ведь интернет-магазин работает круглосуточно. Даже если Вы купите полис online в 12 часов ночи и в это время страховые консультанты не будут в сети, то с Вами обязательно свяжутся на следующий день;

3) комфорт и удобство. В интернете нет очередей;

4) сравнить и выбрать лучшее. Поскольку большинство страховых компаний на своих корпоративных сайтах предоставляют основную информацию по предлагаемым страховым продуктам, то у клиента есть возможность сравнить условия страхования, особенности страховых полисов, их стоимость;

5) онлайн-калькулятор. Рассчитать стоимость страхового полиса по основным страховым продуктам можно через онлайн-калькулятор. Вписав в него свои данные, данные своих родственников или данные страхуемого имущества, Вы сразу будете знать, в какую сумму Вам обойдется страховой полис;

6) возможность получения скидки. Возможность получения скидки до 10%. Очень часто при оформлении страхового полиса онлайн компания предоставляет своим клиентам дополнительные скидки;

7) Call-center. При возникновении любых вопросов Вы можете связаться со страховыми консультантами на сайте через форму обратной связи или позвонить в Call-center.

8) удобные способы оплаты. Оплатить страховой полис можно несколькими способами: банковской картой на сайте через платежную систему

Е-рау, через электронный кошелек POS-терминала или наличными курьеру при доставке;

9) бесплатная доставка. После оформления страхового полиса с Вами обязательно свяжутся и договорятся о доставке документов для окончательного оформления - подписания бумаг вами и страховым офицером (курьером, агентом). Доставку можно оформить на работу или домой в удобное для Вас время.

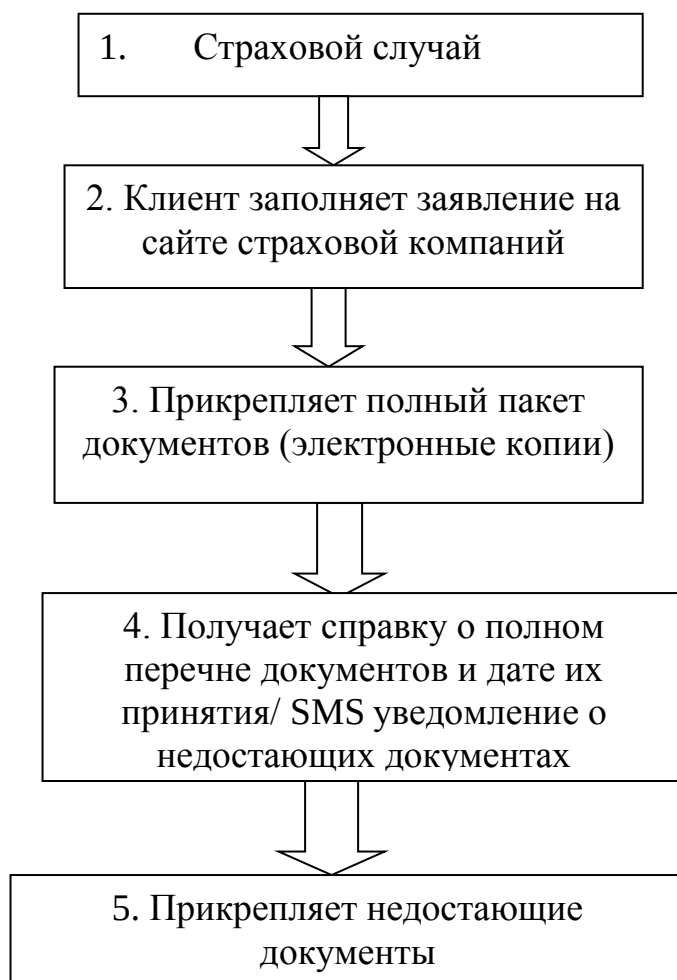


Рисунок 1 - Порядок подачи заявления на получения страховой выплаты

Таким образом, онлайн-страхование подразумевает отсутствие бумажного страхового полиса на бланке страховой компании, вся информация по оформленным страховым полисам находится в информационной системе страховой компании и Единой страховой базы данных. Это позволит, к примеру, водителям автотранспортных средств не иметь при себе распечатанный страховой полис для его предъявления сотрудникам дорожной полиции, так как вся информация может проверяться путем запроса в Единую страховую базу данных.

Сервис страховых компаний по онлайн-страхованию также дает возможность в дальнейшем по зарегистрированному номеру телефону или e-mail, указанным при заключении договора страхования (страхового полиса), изменить, переоформить или досрочно расторгнуть ранее заключенный договор страхования. Помимо этого, при наступлении страхового случая дается

возможность через сайт или мобильное приложение страховой компании подать заявление на получение страховой выплаты, прикрепив к нему электронные или сканированные документы.

Недостатки онлайн-страхования [3]:

- 1) возможен отказ сервера, либо сайт может быть не доступен;
- 2) при недоступном сервере невозможно будет проверить факт наличия страховки;
- 3) отсутствует компетентное лицо, объясняющее все условия страхования;
- 4) при страховом случае нет контактного лица, которое может проконсультировать;
- 5) потеря данных из-за ошибки на сервере;
- 6) некому ответить на возникшие вопросы в момент покупки;
- 7) возможны ошибки при вводе, в результате которых будет отказ в выплате.

В дополнение следует сказать, что страхование является системой защиты имущественных интересов граждан при возникновении каких-либо неблагоприятных случаев и обстоятельств. Страхование принадлежит к числу наиболее старых и устойчивых форм обеспечения социально-экономической защиты имущественных интересов населения вне зависимости от вида - электронного или бумажного.

В настоящее время идет период адаптации с устранением недочетов и технических проблем при взаимодействии с базами данных в онлайн-режиме.

Национальный Банк РК и страховые компании предполагают, что в эпоху повсеместной цифровизации различных услуг новый вид сервиса по онлайн-страхованию станет одним из востребованных продуктов в нашем интернет-пространстве.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Закон Республики Казахстан от 18 декабря 2000 года №126-ІІ «О страховой деятельности».
2. Статистический бюллетень Национального Банка Республики Казахстан N12 (289) ЖЕЛТОҚСАН/ ДЕКАБРЬ 2018
3. www.nationalbank.kz
4. corp.kommesk.kz//Страховой рынок РК-2019: тенденции и вызовы
5. Назарчук И.М. Учебное пособие по дисциплине «Страхование»- Алматы, 2014-160 с.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

В условиях рыночной экономики налоги являются основным источником финансирования деятельности государства и содержания его аппарата. Используя налоговые рычаги, государство в состоянии активно воздействовать на экономические процессы, происходящие в стране, подталкивая их развитие в направлениях, выгодных обществу. Денежные средства, собранные посредством налогов, дают государству возможность проводить социальную политику, в том числе оказывать материальную помощь тем слоям и группам населения, которые не в состоянии обеспечить свое существование на минимальном уровне.

Важнейшим аспектом налоговой политики любого государства является налоговая система, которая призвана создать условия мотивации деятельности хозяйствующих субъектов независимо от форм собственности, стимулировать предпринимательскую деятельность и трудовую активность; ограничивать социально не оправданные денежные доходы отдельных граждан; осуществлять ограничение роста цен и доходов с учетом инфляционной сбалансированности; обеспечивать рост и укрепление базы государственного бюджета. В конечном счете, налоговая система как инструмент экономической и налоговой политики должна способствовать реализации и повышению эффективности социально-экономической политики государства.

Показателем благополучия любого общества является количественный и качественный состав представителей среднего класса. Источником формирования, которого являются предприятия малого и среднего бизнеса. Так как эти предприятия составляют большую часть налогоплательщиков, законодательство в сфере их налогообложения должно постоянно совершенствоваться.

Малый бизнес в Республике Казахстан сталкивается с рядом проблем, которые необходимо решить для достижения экономического процветания всей страны. При описании развития малого бизнеса в прошлом году в Казахстане можно отметить два ключевых момента. Первое - бизнес стал популярным. Это огромное достижение. По данным статистики, доля занятых в Казахстане достигло 12%, при численности экономически активного населения в 23% . Число малых предприятий увеличилось в 3 раза, а объем выпускаемой продукции вырос более чем в четыре раза. Второй положительный аспект - бизнес приобрел высокий социальный статус. Согласно проведенным исследованиям по программе Бизнес-Советник Фонда «Даму» среди 10000 предпринимателей 75 % респондентов считают, что отношение к бизнесу в обществе улучшилось. Сейчас занятие бизнесом становится престижным и среди молодого поколения. Это все - позитивные изменения. Наряду с этим имеются и негативные моменты. С первых лет независимости Казахстана, начиная с 1992 года, были введены программы поддержки развития

предпринимательства, это происходит в развитых странах. Мы немного отстаем по количеству малого бизнеса в европейских странах, но мы далеки от них в плане. Процент производительности Казахстанского Малого бизнеса варьируется в пределах 23 %, а тот же показатель в США равен 103 %, а в восточноевропейской Польше - 49 %.

Следует понимать, что любой налогоплательщик заинтересован в снижении налоговой нагрузки. Представители малого и среднего бизнеса не являются исключением. Благодаря уменьшению налогового бремени в предприятиях аккумулируются свободные финансовые средства, которые в последующем способствуют росту и развитию данных предприятий. Что несомненно входит в поле интересов государства и общества в целом.

Государство предпринимает различные меры по совершенствованию налоговой системы. Одной из таких мер является освобождение от уплаты подоходного налога и НДС по основной деятельности некоммерческих организации, кроме АО и потребительских кооперативов. Также не облагаются подоходным налогом и НДС доходы, предназначенные для поощрения социальных проектов некоммерческих организаций, такие как благотворительная или спонсорская помощь, гранты.

Более того у предпринимателей имеется возможность не становиться на учет по НДС, если его оборот в течение календарного года, с 1 января по 31 декабря каждого года, составляет менее 30 тыс. МРП (с 2019 года — это 75750 тыс. тенге в год).

Также для снижения налоговой нагрузки на малый бизнес применяются специальные налоговые режимы. В налоговой практике применяются следующие виды специальных налоговых режимов (далее СНР)

СНР для субъектов малого бизнеса:

- на основе упрощенной декларации;
- на основе патента;
- с использованием фиксированного вычета.
- СНР для крестьянских или фермерских хозяйств;
- СНР для производителей сельскохозяйственной продукции, продукции аква-культуры и сельскохозяйственных кооперативов.

Но для применения таких специальных налоговых режимов вновь зарегистрированным или действующим компаниям или ИП, соответствующим указанным в Налоговом кодексе признакам, необходимо подать налоговое заявление в налоговый орган по месту своего нахождения. Без подачи такого заявления предполагается, что налогоплательщик уплачивает налоги в общеустановленном порядке (компании — 20%, ИП — 10%).

Вновь зарегистрированные компании и ИП могут применять налоговый специальный режим сразу после их регистрации при подаче заявления об этом в момент постановки их на учет в налоговом органе. Им также не обязательно соответствовать в момент регистрации установленным в статье условиям по доходу, поскольку его еще может не быть. Действующие компании и ИП могут перейти на специальный налоговый режим только с 1 января года, следующего за годом подачи ими соответствующего заявления.

Применение специальных налоговых режимов доступно, например, для

предпринимателей, которые не используют труд наемных работников, а доход за налоговый период не превышает 300-кратный минимальный размер заработной платы, могут подать налоговое заявление на использование специального налогового режима на основе патента. Ставка подоходного налога для них в таком случае составит в сфере торговли 2% от доходов, в других сферах — 1%.

Индивидуальные предприниматели, у которых предельная средняя численность работников за налоговый период составляет 30 человек, включая самого индивидуального предпринимателя, а предельный доход за налоговый период (полугодие) не превышает 10 млн тенге, смогут применять специальный налоговый режим на основе упрощенной декларации со ставкой подоходного налога 3%. Для компаний (ТОО или АО), желающих применить такой же режим и ставку 3%, предельная среднесписочная численность работников за налоговый период должна составлять 50 человек, а их предельный доход за налоговый период не должен превышать 25 млн тенге.

Единственным условием применения такого специального режима является необходимость уплаты подоходного налога со всего дохода без осуществления вычета расходов.

СНР — с использованием фиксированного вычета. Его вправе применять налогоплательщики, где средняя численность работников за налоговый период не превышает 50 человек, а доход за налоговый период составляет не более 12 260-кратного минимального размера заработной платы (на сегодня чуть более 346,7 млн тенге).

Ставка корпоративного подоходного налога для таких налогоплательщиков составит 20% для компаний и 10% для индивидуальных предпринимателей с суммы дохода за вычетом расходов. Также из этой суммы дохода налогоплательщику позволено произвести дополнительный фиксированный вычет в размере 30% от суммы дохода.

Для производителей сельхозпродукции сумма подоходного налога, социального налога, налога на имущество и на транспорт уменьшается на 70% от общеустановленной для других категорий налогоплательщиков ставки. Для крестьянских и фермерских хозяйств объектом обложения является оценочная стоимость принадлежащих им на праве собственности или землепользования земельных участков по ставкам от 0,15% до 0,6% от их оценочной стоимости. При этом площадь земельных участков должна быть от 500 до 5 тысяч гектар, в зависимости от определенной в Налоговом кодексе территориальной зоны.

Указанные специальные налоговые режимы не могут затрагивать предпринимателей, занимающихся производством, хранением, оптовой реализацией подакцизных товаров, нефтепродуктов, сбором, хранением, переработкой лома черных и цветных металлов, недропользованием, проведением лотерей, консультациями. Также специальный налоговый режим не смогут применять предприниматели, предоставляющие бухгалтерские, аудиторские, финансовые, страховые, юридические услуги и другие.

Отметим, остальные компании, которые не подпадают под критерии малого бизнеса, крестьянских или фермерских хозяйств, сельхозкооперативов или производителей сельхозпродукции, или которые соответствуют этим критериям,

но не подали в налоговый орган заявление о применении специального режима, будут платить либо корпоративный подоходный налог (юридические лица) по ставке 20%, индивидуальный подоходный налог по ставке 10%.

Наиболее инновационным направлением совершенствования налоговой системы является налогообложение представителей электронной торговли. Интернет-магазины также могут получить налоговые освобождения. Подоходный налог для интернет-магазинов уменьшается на 100%, по сути, составляет 0%. «Но для получения этой льготы необходимо встать на специальный регистрационный учет в налоговом органе по месту осуществления деятельности. И для применения такой льготы доходы предпринимателя от осуществления электронной торговли товарами должны составлять не менее 90% его совокупного годового дохода.

Не платить подоходный налог вправе и организации, оказывающие медицинскую деятельность. Также под это законное освобождение подпадают школы, вузы, академии. А именно учреждения, оказывающие услуги по начальному, основному среднему, общему среднему образованию, техническому и профессиональному, высшему и послевузовскому образованию. К тому же подоходный налог могут не платить учреждения, оказывающие услуги по дополнительному образованию, услуги по дошкольному воспитанию и обучению. Кроме того, подоходный налог не будут платить компании, занятые в сфере науки, то есть организации, занимающиеся проведением научных исследований.

Деятельность в сфере спорта, кроме спортивно-зрелищных мероприятий коммерческого характера, также позволяет налогоплательщику уменьшить свой подоходный налог по доходам от такой деятельности на 100%.

К тому же освобождением от подоходного налога могут воспользоваться предприятия культуры, оказывающие услуги по сохранению (за исключением распространения информации и пропаганды) объектов историко-культурного наследия и культурных ценностей, занесенных в Государственный список памятников истории и культуры, а также организации, осуществляющие деятельность в области социальной защиты и социального обеспечения детей, престарелых граждан и лиц с ограниченными возможностями.

Следует отметить что, от подоходного налога освобождаются и компании, в которых средняя численность работников с инвалидностью за налоговый период составляет не менее 51% от общего числа работников, а расходы по оплате труда инвалидов за налоговый период составляют не менее 51%. В специализированных организациях, в которых работают лица с инвалидностью по потере слуха, речи, а также зрения, — не менее 35% от общих расходов по оплате труда.

Совершенствование системы налогообложения заключается в совершенствовании законодательной базы, а также в совершенствовании механизма обложения.

Одним из главных условий успешного осуществления налоговой реформы является максимальное сближение не совпадающих, а то прямо противоположных интересов и точек зрения всех участвующих в процессе налогообложении сторон.

Положительные изменения, внесённые в Налоговый Кодекс Республики Казахстан, должны способствовать достижению этих целей.

Однако проанализировав все недостатки и достоинства действующего механизма налоговой системы целесообразным предложить следующее:

- перейти на ранее существовавший кассовый метод;
- авансовые платежи заменить текущими;
- установить ставки, которые бы не сталкивали интересы плательщиков и государства, качественная разработка системы предоставления скидок и льгот;
- создание качественных секторов информационного разъяснения, периодически вводимых новшеств в Закон, с целью доведения их до населения;
- дальнейшее совершенствование информационно-технического обеспечения налоговых органов, которая бы облегчала деятельность налоговых инспекторов в организации учета и контроля налогоплательщиков, с учетом развития цифровых технологий.

Малый бизнес и предпринимательство обладает потенциалом, который способствует переходу нашей страны к свободному рынку. В настоящее время, казахстанская экономика и социальное развитие государства в большинстве случаев зависит от крупных, регулируемых в основном государственным предприятием, а роль малого бизнеса в данном процессе остается не достаточно большой. Поэтому очевидно, что этот сектор должен получить большое внимание, участия и поддержки со стороны правительства, научных кругов и различных международных источников, имея большой потенциал для этого.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Выступление Президента РК на заседании Совета предпринимателей 10.02.2016г.
2. Налоговый Кодекс РК (с изменениями и дополнениями на 1 января 2018г.)
3. www.economy.gov.kz – официальный сайт Министерства Национальной экономики Казахстана.
4. www.stat.gov.kz – официальный сайт Комитета по статистике Республики Казахстан.
5. www.online.zakon.kz - информационная система Параграф.

МОНИТОРИНГ И АНАЛИЗ ПРОЦЕССОВ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА (НА ПРИМЕРЕ ВКО)

В Казахстане малому и среднему бизнесу (МСБ) отводится одна из ведущих ролей в формировании рыночной экономики, а поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства законодательно признаны приоритетной сферой государственной экономической политики. И хотя в Казахстане в настоящее время влияние этого сектора на социальное и экономическое развитие общества не столь существенно, как в промышленно-развитых странах Западной Европы, Америки и Юго-Восточной Азии, где на его долю приходится более половины валового внутреннего продукта, МСП в нашей стране стало массовой, динамично развивающейся частью деловой жизни.

Развитие малого и среднего бизнеса – вот главный инструмент индустриальной и социальной модернизации Казахстана в XXI веке [1]. Чем больше доля малого и среднего бизнеса в экономике – тем более устойчивое развитие Казахстана.

Малый и средний бизнес, или малое и среднее предпринимательство, представляет самый многочисленный слой собственников, которые в силу своей массовости в значительной мере определяют социально-экономический и отчасти политический уровень развития страны. По своему уровню жизни и социальному положению они принадлежат к большинству населения, одновременно являясь как непосредственными производителями, так и потребителями широко спектра товаров и услуг. Сектор малого и среднего предпринимательства образует самую разветвленную сеть предприятий, действующих в основном на местных рынках и непосредственно связанных с массовым потребителем товаров и услуг. В совокупности с небольшими размерами малых предприятий, их технологической, производственной, управленческой гибкостью, это позволяет чутко и своевременно реагировать на изменяющуюся конъюнктуру рынка.

Роль малого и среднего бизнеса в экономике страны велика:

- во-первых, он обеспечивает необходимую мобильность в условиях рынка, создает глубокую специализацию и кооперацию, без которых немыслима его высокая эффективность;
- во-вторых, он способен не только быстро заполнять ниши, образующиеся в потребительской сфере, но и сравнительно быстро окупаться;
- в-третьих, - создавать атмосферу конкуренции;
- в-четвертых, он создает ту среду и дух предпринимательства, без которых рыночная экономика невозможна.

Важность малых предприятий еще и в том, что, ведя ожесточенную конкурентную борьбу за выживание, они вынуждены постоянно развиваться и адаптироваться к текущим условиям рынка.

В рыночной экономике малый и средний бизнес не противостоит крупным компаниям, а взаимодействует с ними, участвует в ускорении

инновационного процесса и в структурной перестройке народного хозяйства. Развитие малого бизнеса способствует возрождению народных промыслов; сокращению нерентабельных и убыточных предприятий; рациональному использованию небольших местных источников сырья и отходов крупных производств; формированию конкурентной среды на рынках факторов производства.

Малое предпринимательство – необходимый элемент рыночной экономики, позволяющий решать важные социально-экономические задачи. Это подтверждается опытом развитых стран, где малый бизнес занимает прочные позиции в развитии национальных хозяйств.

В Казахстане роль предпринимательства постоянно и неуклонно возрастает. Предпринимательство призвано решить такие важные проблемы в сегодняшней экономике, как:

- значительно и без существенных капитальных вложений расширить производство многих потребительских товаров и услуг с использованием местных источников сырья;
- создать условия для трудоустройства рабочей силы, высвобождающейся на крупных предприятиях;
- ускорить научно-технический прогресс и многие другие.

Дальнейшее развитие малого и среднего бизнеса, использование инновационного потенциала предпринимательства, его стимулирование, развитие таких форм взаимодействия, как подрядное кооперирование, совместное производство, выполнение госзаказов, лизинг, франчайзинг и венчурное финансирование, должны обеспечить устойчивое функционирование экономической системы Республики Казахстан, главной опорой которой будет выступать сильный предпринимательский класс.

Восточный Казахстан сегодня - экономически самодостаточный, динамично развивающийся регион с уникальным природным миром, огромным промышленным потенциалом, разветвленной социальной инфраструктурой и сильным аграрным сектором.

Немаловажную роль в развитии Восточного Казахстана занимает малый и средний бизнес, который способствует формированию конкурентной среды, созданию дополнительных рабочих мест, и в целом – рыночному равновесию. В этой сфере работает четвертая часть активного населения, которая обеспечивает половину налоговых поступлений в бюджет.

Развитие современной экономики ВКО за последнее время характеризуется в основном позитивными тенденциями. Основная сумма валовой добавленной стоимости производится в промышленности. Отмечается рост большей части социально-экономических показателей за период 2013-2018 годы.

По состоянию на 1 января 2019 года количество действующих субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) составило 87678 единицы, что к аналогичному периоду 2018 года составляет 109,6% (79966 единицы). В целом объем валового регионального продукта увеличился на 104 процента. Темпы роста промышленности составили 118 %, сельского хозяйства – 107% [3,4].

Индекс выпуска продукции субъектами МСП составил 116,5%. Численность занятых в МСБ на 1 октября 2018 г. составила 231 907 человек, что к 2017 г. составила 105,9% (218 956 человек). За 2018 г. в сфере малого и среднего предпринимательства создано 13149 новых рабочих мест.

В целях финансовой поддержки предпринимательства в рамках Государственной программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020» с 2010 года:

- просубсидировано 1012 проектов на общую сумму кредитов 148,6 млрд. тенге, сумма выплаченных субсидий составила 13,6 млрд. тенге.

За 2018 год подписаны договора субсидирования по 115 проектам на общую сумму кредитов 7,3 млрд. тенге. Всего объем выплаченных субсидий составляет 1 885,9 млн. тенге (за 2017 год просубсидирован 191 проект на общую сумму кредитов 14,7 млрд. тенге). Всего объем выплаченных субсидий составил 1,6 млрд. тенге. По количеству просубсидированных проектов область занимает 1-е место по Республике;

- прогарантировано 359 проектов на общую сумму кредитов 11,8 млрд. тенге, сумма предоставленных гарантий составила 5,0 млрд. тенге. За 2018 год прогарантировано 75 проектов на сумму гарантий 771,3 млн. тенге, при сумме кредитов 2,1 млрд. тенге (за 2017 год прогарантировано 84 проекта на сумму гарантий 1,0 млрд. тенге, при сумме кредитов 2,6 млрд. тенге). По количеству заключенных гарантий область занимает 3-е место по Республике;

- предоставлено грантов по 143 проектам на сумму 390,7 млн. тенге, в том числе в 2018 году выдано 56 грантов на 150,0 млн. тенге.

За 2018 год в рамках нефинансовой поддержки по обучению основам ведения бизнеса потенциальных и начинающих предпринимателей консультационному сопровождению по компонентам «Бизнес - Советник» и «Бизнес - Рост» прошли обучение 1285 слушателей, по проекту «Школа молодого предпринимателя» - 95 человек.

В рамках проекта «Сервисная поддержка ведения действующего бизнеса» оказано 7184 сервисных услуг 2814 клиентам. В центрах поддержки предпринимателей 13 769 клиентам оказано 28015 консультационных услуг.

Для кредитования приоритетных проектов предпринимателей совместно с Фондом «Даму» в области запущена региональная программа льготного финансирования под 8,5% годовых на 7 лет. На эти цели из средств областного бюджета и Фонда «Даму» выделено 3,3 млрд. тенге. На текущий момент одобрено к финансированию 69 проектов на сумму 3,7 млрд. тенге, с учетом возвратных средств.

В рамках Карты поддержки предпринимательства области реализуется 71 инвестиционный проект на общую сумму 1,3 трлн. тенге с созданием 15,2 тысяч рабочих мест.

Согласно Закона Республики Казахстан «О частном предпринимательстве» с 1 июля 2006 года введен в действие порядок направления центральными и местными исполнительными органами проектов нормативных правовых актов, затрагивающих интересы субъектов частного предпринимательства, через экспертные советы в аккредитованные объединения субъектов частного предпринимательства для получения

экспертного заключения.

В целях реализации данной нормы Закона постановлением областного акимата от 30 июня 2006 года № 667 образован Экспертный совет по вопросам предпринимательства Восточно-Казахстанской области, в который вошли представители аккредитованных объединений субъектов частного предпринимательства, государственных органов.

В 2018 году в установленном порядке прошли аккредитацию следующие объединения предпринимателей [2]:

- 1) Региональная Ассоциация предприятий лесной, деревообрабатывающей и мебельной промышленности Восточно-Казахстанской области;
- 2) Профсоюз работников предпринимательства Восточно-Казахстанской области;
- 3) Ассоциация «Союз автоперевозчиков Восточного Казахстана»;
- 4) Палата предпринимателей Восточно-Казахстанской области;
- 5) Объединение юридических лиц «Туристская ассоциация Восточного Казахстана».

Обзор итогов развития МСБ позволяет констатировать, что оно осуществляется на долговременной, систематической основе, при государственной поддержке. Вместе с тем темпы развития малого и среднего предпринимательства не достаточно высоки. Так, в докладе 27 февраля 2019 г. на XVIII съезде партии «Нур Отан» глава государства отметил, что за последние годы не удалось добиться положительных изменений в экономике, справиться со структурными реформами. В этой связи актуальность дальнейшего развития МСП возрастает.

Главная задача государственного регулирования предпринимательства - создание благоприятных условий для инновационной и инвестиционной деятельности предпринимательских структур, расширение косвенного регулирования, в рамках которой необходима увязка налоговой и финансово-кредитной политики.

Во-первых, должны быть созданы благоприятные условия для развития инвестиционной деятельности в предпринимательской сфере:

- совершенствование системы налогов, механизма начисления амортизации и использование амортизационных отчислений;
- предоставление на конкурсной основе государственных гарантий по инвестиционным проектам за счет средств государственного бюджета.

Во-вторых, необходимо повысить роль государства в формировании и развитии инфраструктуры предпринимательства, способствующей повышению эффективности предпринимательской деятельности. Схема взаимодействия предпринимательских единиц с основными субъектами инфраструктуры:

- областные, региональные и местные органы власти осуществляют законодательное и административное регулирование предпринимательской деятельности;
- агентства по поддержке предпринимательства разрабатывают программы его развития;
- фонды поддержки предпринимательства оказывают ему финансовую

помощь;

- бизнес-школы обеспечивают обучение и повышение квалификации предпринимателей;

- аудиторские и консалтинговые фирмы осуществляют аудит текущей деятельности, оказывают консультационную помощь предпринимателям в области менеджмента и права, проводят маркетинговые исследования по их заказам и т.п.;

- бизнес-инкубаторы предоставляют материальные ресурсы, необходимые для становления предпринимательских единиц;

- бизнес-центры предоставляют помещения, связь и прочую оргтехнику для начинающих предпринимателей;

- общественные объединения предпринимателей оказывают им различную помощь и лоббируют их интересы в официальных структурах.

Данные направления по совершенствованию государственного регулирования в той или иной мере, прямо или косвенно в конечном итоге нацелены на повышение эффективности предпринимательской деятельности. Государство, применяя инновационные меры организационно-управленческого, административно-экономического и законодательного порядка, регулирует предпринимательство и способствует его динамичному развитию.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Послание Главы государства Нурсултана Назарбаева народу Казахстана - 2014: «Казахстанский путь–2050: Единая цель, единые интересы, единое будущее»

2. Кодекс Республики Казахстан от 29 октября 2015 года № 375-V «Предпринимательский кодекс Республики Казахстан» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 21.01.2019 г.)

3. <http://upiir.vko.gov.kz>

4. <http://stat.gov.kz>

КӘСІПКЕРЛІКТІ ДАМУ СТРАТЕГИЯСЫН ҚАЛЫПТАСТЫРУДАҒЫ ИННОВАЦИЯНЫҢ ҚОЛДАНУЫНЫҢ ӘЛЕМДІК ТӘЖІРИБЕСІ

Қазіргі экономикалық жағдайда, инновациялар кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігінің басты факторы болып табылады.

Ұлттық бәсекеге қабілеттілік, экономиканың барлық деңгейлеріндегі қол жеткізіледі, бірақ, ең алдымен, ұлттық және халықаралық нарықтарда бәсекелесіп, халықтың нағыз әл-ауқатын қалыптастыратын жеке компаниялар деңгейінде қол жеткізіледі. Мемлекеттің міндеті ұлттық компаниялардың бәсекеге қабілетті артықшылықтарын дамыту мен жетілдіруге қолайлы ұлттық ортаны қалыптастыру және қолдау болып табылады. Қазіргі кезеңде бұл екі тұжырымдама ұлттық экономиканың инновациялық дамуы тұжырымдамасымен толықтырылып, инновациялық компаниялардың жалпы бәсекелестік стратегиясына енеді [1].

Бірінші тәсіл шеңберінде инноватор-ұйым қысқа мерзімді перспективада елеулі пайда алуға бағдарланады, бұл жағдайда инновациялық қызмет көп дәрежеде секіріс тәрізді, үзік болып табылады және сұраныстың күрт өсуі немесе шығындардың елеулі төмендеуі кезінде бұрынғы тауарларды/қызметтерді жаңасымен ауыстыруда ғана көрінеді. Екінші тәсіл инновациялық Қызметтің үздіксіздігі есебінен ұзақ мерзімді перспективада пайда алуға және қызметтің өзге де көрсеткіштерін жақсартуға бағытталған оның ұзақ мерзімді тұрақты инновациялық стратегиясы негізінде Компанияның тұрақты ғылыми-техникалық қызметімен байланысты [2].

Шетелдік тәжірибеде инновациялық менеджменттің интеграцияланған жүйесі кеңінен қолданылады, оның мәні инновациялық саясатты және инновациялық менеджментті іске асырумен айналысатын бөлімшелер, негізінен басқару құрылымының әртүрлі деңгейлерінде бөлінеді, бірақ өзара әрекеттесу мен үйлестірудің айқын арналарына ие. Инновациялық процестің осындай ұйымы, басқалармен қатар қолданатын, кафедралар арасындағы көлденең байланыстарды пайдаланатын инновациялық басқару құрылымдарының икемділігіне қол жеткізуге мүмкіндік береді.

Ұйымның инновациялық қызметін кешенді басқару жүйесі ұйымның ұзақ мерзімді даму стратегиясын, оның миссиясын, техникалық саясатты және салалық ерекшеліктерді ескере отырып әзірленген инновациялық бағдарламаны дайындау және орындау арқылы жүзеге асырылады.

Жүйенің осы түріндегі инновациялық қызметті басқару компаниясының ұзақ мерзімді мақсаттарын негізге ала отырып, компанияның сыртқы факторларының болжауға ие болған мүмкіндіктері мен қауіптеріне сәйкес қызметті жүзеге асыруға, сондай-ақ ішкі ортаның ерекшеліктерін ескере отырып жүзеге асыру болып табылады: негізгі құзыреттілік, бәсекелестік артықшылықтары және бизнестің әлсіз жақтары.

Инновациялық процестерді басқару жүйесін дамытудың стратегиялық бағыты жаңа технологиялар мен техниканы кең ауқымда енгізуді, жабдықтың,

өнімнің, идеялардың физикалық тозуы мен моральдық қартаю проблемаларын шешуді және ұйым қызметінің өндірістік және экономикалық көрсеткіштерін арттыруды негіздейді [3].

Жаһандық инновациялық менеджменттің дамуының негізгі үрдістері арасында мамандар инновациялық әзірлемелерге және технологиялық әртараптандырудың ұлғаюына, патенттеудің өсуіне және технологиялардың, өндіріс пен маркетингтің кешенді дамуына арналған шығындардың өсуін атап өтті. Индустрияландырылған елдер ғылыми және инновациялық даму критерийіне сәйкес шартты түрде үш топқа бөлінуі мүмкін [4]:

- ғылым саласындағы көшбасшылыққа, елдің ғылыми-зерттеу және өндірістік циклінің барлық кезеңдерін қамтитын ауқымды инновациялық жобаларды іске асыруға бағытталған: АҚШ, Ұлыбритания, Франция;

- инновацияларға және елдің қолайлы инновациялық ортасын құруға бағытталған: Германия, Швеция, Швейцария;

- инновациялық инфрақұрылымды дамыту, әлемдік ғылыми-техникалық прогреске бағдарлану және елдің әр түрлі ғылым салаларын бір мезгілде дамыту жолымен ынталандыратын инновациялық үдерістер: Жапония, Оңтүстік Корея.

АҚШ-тың инновациялық саясатының басымдықтарының бірі ғылыми-техникалық прогресті көтермелеу болып табылады. Соңғы онжылдықта ғылыми-технологиялық өзгерістер сауда саласын, банк саласын, азық-түлік және дәрі-дәрмектер өндірісін қозғап отыр.

Ұйымдардың инновациялық қызметі өнеркәсіпте автоматтандырудың таралуына, инновациялық басқарудың интеграцияланған жүйелерін пайдалануға және ғылыми зерттеулерді жүргізудің жаңа әдістерінің пайда болуына ықпал етеді [5].

АҚШ-та мемлекет венчурлық қорлар мен ғылыми орталықтар құруды ынталандырады. Ұлттық ғылыми қордың деректері бойынша ең үздік ғылыми орталықтар мен венчурлық қорлар алғашқы 5 жыл ішінде федералдық бюджеттен толық немесе ішінара қаржыландырылуы мүмкін. Жоғары технологиялық зерттеулер толығымен мемлекет қаржыландырады. Мемлекет инновациялар нарығын қалыптастыруға өз үлесін қосады, өйткені ол инновациялар саласында тарату орталықтары мен консалтингтік орталықтар желісін қалыптастырады.

АҚШ-та сондай-ақ бюджеттік зерттеулер барысында патенттелген және коммерциялық мақсатта федералдық үкіметтің меншігіндегі өнертабыстарды пайдалануға тегін лицензия алу мүмкіндігі бар. Инновация саласындағы басқару шешімдерін болжау, стандарттау, оңтайландыруға, инновациялық жобаларды мемлекеттік сараптауға, мемлекеттік инновациялық статистиканы сақтауға көп көңіл бөлінеді [6].

Осы факторлардың жиынтығы инновациялық қызметті тек өнеркәсіп кәсіпорындарымен ғана емес, сонымен қатар қызмет көрсету саласындағы ұйымдармен басқарудың түрлі жүйелерін белсенді дамыту мен қолдануды айқындайды.

Германия, АҚШ сияқты, үлкен ғылыми әлеуетке ие, бұл ретте осы елдегі ғылыми-зерттеу әзірлемелеріне жұмсалатын шығындар әлемдегі ең жоғары

жобалардың бірі болып табылады. Германия - жан басына шаққандағы патенттер алуда әлемдік көшбасшылардың бірі. Алайда, машина жасау саласында, атап айтқанда көлік жасау саласында ұйымдарға жоғары инновациялық белсенділік, жаңа технологиялық бағыттар тән, мысалы, ақпарат, коммуникация немесе биологиялық зерттеулер салалары АҚШ-қа, Жапонияда, Ұлыбританияға қарағанда әлсіз дамыған [7].

Айта кету керек, кредит беру саласындағы мемлекеттік реттеу арқылы жапон ұйымдары төмен бағамен жаңа технологияларды дамыту және енгізу үшін айтарлықтай қаржы ресурстарын алады.

Жапондық инновациялық қызметті басқару жүйесінің тән ерекшелігі мемлекеттік және жеке меншік ұйымдар арасында дамыған көлденең байланыстардың болуы. Жапонияда инновациялық қызметті басқарумен және ғылым мен техниканы дамытудың барлық бағыттарын қамтитын интеграцияланған инновациялық саясатты қалыптастыру мүмкіндігімен ерекшеленеді.

Мемлекет тарапынан қолдау министрліктер мен ведомстволар бойынша мемлекеттік бюджеттен қаржы ресурстарын бөлу арқылы ұйымдардың инновациялық қызметіне мақсатты ықпал етуде көрінеді. Жапон мемлекеттік зертханаларында, жеке фирмаларда және ғылыми-зерттеу ұйымдарында зерттеулер белсенді түрде жүргізілуде [8].

Қазіргі заманғы экономикадағы және жалпы қоғамдағы инновациялар технологиялық инновациялармен ғана шектелмейді.

Инновациялар – бұл экономикалық, технологиялық, ұйымдастырушылық, әлеуметтік және т.б. практикада жүзеге асырылған жаңашылдықтар, олар іске асырылып жатқан облысқа нақты пайдалы әсер етеді. Басқаша айтқанда, барлық идеялар емес, барлық білім мен ғылыми жетістіктер инновацияның негізіне жатқызылмайды, тек коммерциялық түрде қолданылатын немесе сол пайдалы әсерге қол жеткізуге мүмкіндік береді.

Кез келген компанияның шын мәнінде тиімді бәсекелестік инновациялық стратегиясын қалыптастыру, оның ішінде оны іске асыру мемлекет пен мемлекеттік саясаттың ықпалына тап бола алмайды.

Сонымен бірге, компанияның инновациялық стратегияларына мемлекеттің инновациялық саясаты ғана емес, институционалдық аспектіні, кәсіпкерлік қызметке қатысты заңнама, Инфрақұрылым (тек ғылыми және технологиялық ғана емес, сонымен қатар банктік, Әлеуметтік және т.б.) қоса алғанда, мемлекеттік саясат пен қызметтің басқа да аспектілері де әсер етеді. Бұл жағдайды мемлекет экономикалық саясатты әзірлеу кезінде ескеруі тиіс.

Қоғамның бәсекеге қабілеттілігі мен нақты әл-ауқатын арттырудағы мемлекеттің функциялары:

- ұлттық компаниялардың дамуына ықпал ететін бәсекелестік ортаны құру;
- компаниялардың инновациялық стратегияларын іске асыруды қолдау саласындағы саясатты қалыптастыру;
- ұлттық компаниялардың бәсекелестік бастауларын қолдауды қамтамасыз ету мақсатында теңдестірілген экономикалық саясатты

қалыптастыру, бірақ сонымен бірге экономикаға артық араласуға және бәсекелі ұлттық ортаның бұзылуына жол берілмейді.

ҚОЛДАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР

1. Мустяца А. Г. Өнеркәсіптік кәсіпорындардың инновациялық стратегияларын қалыптастыру және енгізу механизмі: халықаралық және ресейлік тәжірибе: автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.14 / А. Г. Мустяца ; Дипломат. Акад. Мин-ва иностр. дел Ресей Фед. – М., 2009. – 24 с.

2. Кәсіпорындағы инновациялық саясатты басқару [Электрондық ресурс] // Экономика және кәсіпорынның дамуы : дистанционды білім берудің бірыңғай орталығы. – Кіру режимі: <http://goo.gl/Vir4RM>. – Тақырып экран бетінен (өтініш күні: 18.03.2015).

3. Инновациялық процестің жалпы құрылымы [Электронды ресурс] // Шағын бизнестің инновациялық жобалары : [инновациялық процестердің ақпараттық қолдау порталы]. – Кіру режимі: <http://goo.gl/HVVemt>. – Тақырып экран бетінен (өтініш күні: 16.04.2015).

4. Бойко А. Н. ЕО мен ТМД елдерінің инновациялық ынтымақтастық тәжірибесі [Электронды ресурс] / А. Н. Бойко [және басқалары] // Эволюционды экономика институты : [тәуелсіз қоғамдық ұйымның веб-сайты]. – Кіру режимі: <http://goo.gl/nvfkwt>. – Тақырып экран бетінен (өтініш күні: 16.05.2015).

5. Стюарт Т. Интеллектуалды капитал. Ұйым байлығының жаңа көзі/ Т. Стюарт // Батыстағы жаңа постиндустриалды толқыны : антология / под ред. В. Л. Иноземцева. – М. : Academia, 1999. – С. 372-400.

6. Толмачев П. И. Ұлттық инновациялық жүйелер : бенчмаркингтік талдау [Электронный ресурс] : лекция материалдары / П. И. Толмачев // Беті П. Толмачева : [П. И. Толмачева профессордың жеке сайты]. – Кіру режимі: <http://goo.gl/IbaXfV>. – Тақырып экран бетінен (өтініш күні: 16.10.2015).

7. Фадеева В. Ұлттық инновациялық жүйе Германия [Электронды ресурс] / В. Фадеева // Өндірісті басқару : [іскерлік портал]. – Кіру режимі: <http://goo.gl/nPQhqU>. – Тақырып экран бетінен (өтініш күні: 16.11.2015).

8. Жариков В. В. Инновациялық процессті басқару : оқу құралы / В. В. Жариков. – Тамбов : ТГТУ, 2009. – 180 с. – Сондай-ақ, қол жетімді: <http://www.aup.ru/books/m620>.

РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Новое тысячелетие предъявляет к персоналу, предприятиям, экономикам регионов, странам новые масштабные требования. Глобализация рынков и структуры промышленности, ориентация на высокие доходы собственников, быстрые и непрерывные технологические изменения, а, следовательно, сдвиги в архитектуре рабочих мест и демографии рабочей силы, вызывают необходимость организационных изменений, изменений корпоративного управления, пересмотра стратегических концепций.

Наиболее обоснованными и эффективными в данном контексте являются решения, базирующиеся на моделях стратегического управления предприятием, соединяющие цели и инструменты бизнес-стратегий и стратегий конкурентных преимуществ, включающие концептуальные основы стратегического управления человеческими ресурсами (УЧР) и корпоративного управления. Для создания эффективной модели управления наиболее важным является достижение оптимального соответствия целей компании и личных устремлений сотрудника. И, соответственно, избегания противоположного эффекта в случае несовпадения этих векторов. Для иллюстрации таких несоответствий можно использовать многочисленные примеры последних двух десятилетий, когда западные подходы управления, внедренные на казахстанских предприятиях, не принося значительной экономической пользы, вызывали отторжение в рядах сотрудников, зачастую вынуждая их к смене работодателей, а иногда и сферы деятельности, что для многих отраслей стало огромной потерей кадрового потенциала производства. С другой стороны, смена модели управления и попытка сотрудников приспособиться к ней зачастую вызывает внутренние противоречия ценностно-мировоззренческого характера, в итоге лишая человека «почвы под ногами» и вызывая иногда даже кризисные психологические состояния. Следовательно, необходимо построение модели управления, учитывающей ментально-мировоззренческие национальные черты населения, позволяющей эффективно решать поставленные бизнес-задачи, реализовывать стратегические цели, генерировать и внедрять инновации.

Изначальные социально-культурные условия в отечественном народном хозяйстве больше приспособлены к восприятию японских методов и подходов (мягкая модель), чем американских (жесткая модель) – с их жесткой нацеленностью на индивидуализацию, строгую расчетливость, личную карьеру. Заложенный в мягкой модели императив для управляющих организовать групповую работу, воспитать коллективизм, бережное и внимательное отношение к работникам близок и созвучен отечественным национально-историческим и культурным традициям; он соответствует и передовой отечественной практике управления организациями и предприятиями.

В любом коллективе непременно находятся работники как сугубо

исполнительского склада, так и работники, обладающие творческим потенциалом. Любая из моделей будет хороша для одних и совершенно неприемлема для других. Надо быть готовым к тому, чтобы при переходе к мягкой модели дать шанс работникам, привыкшим к исполнительскому режиму деятельности, постепенно перейти в другой режим. Иначе говоря, при смене модели возможно и даже полезно применение двойного стандарта, предусматривающего постепенное сокращение доли строго регламентированных функций и увеличение доли самостоятельности, самоконтроля и самоуправления.

Суммируя все предпосылки, следует сделать выбор в пользу мягкой модели как генеральной перспективы организационного развития предприятий. При этом необходимо отчетливо осознавать, что переход к этой модели лежит только через промежуточную, гибкую комбинированную модель, в которой постепенно, шаг за шагом уменьшается доля элементов жесткой модели и соответственно увеличивается доля элементов мягкой модели управления.

Выявленные несоответствия и потребности систем управления привели нас к необходимости разработки ценностно-ориентированной модели стратегического управления человеческими ресурсами (ЦОМСУ ЧР). Предлагаемая модель позволяет решить противоречия между нарастающей необходимостью повышения конкурентоспособности компании и необходимостью учитывать ограничения и возможности коллективов компании, позволяет устранить разнонаправленность бизнес-стратегии и личных устремлений сотрудника, выстроить сбалансированную систему взвешенных показателей соответствия развития компании и персонала, стимулировать и интегрировать личный инновационный потенциал сотрудника и компании в целом.

Для построения ЦОМСУ ЧР необходимо определить теоретическую основу разрабатываемой модели, выбрать из существующих базовых и прикладных теорий, подходов и принципов те, которые наиболее удовлетворяют требованиям к её построению.

Выбор базовых теорий при разработке модели управления человеческими ресурсами основывается на следующих основных положениях:

- 1) ЦОМСУ ЧР является частью общей системы управления предприятием;
- 2) создание ЦОМСУ ЧР должно обеспечить конкурентные преимущества предприятия.

Ценности человека, отношение к действительности являются важной областью оценки особенностей личности. Ценности, убеждения человека лежат в основе его мотивации и определяют его поведение. Иными словами анализ ценностей и мировоззрения человека позволяют нам понять мотивы его поступков, получить ответ на вопросы: Что им движет? Что его мотивирует? Современные компании пытаются раскрыть и использовать потенциал каждой личности, понимая, что мотивированные сотрудники являются залогом успеха компании. Если карьера – продолжение личности человека, то его не надо дополнительно мотивировать, он просыпается утром с желанием идти на работу, поскольку работа соответствует его системе ценностей и убеждений и

позволяет полностью реализовать свой потенциал. В разработанной модели предлагается рассматривать каждого сотрудника как совокупность личностных характеристик. Такой подход позволяет определить уровень значимости той или иной характеристики в структуре личности и выявить возможные инструменты воздействия.

Личностные характеристики описание ценностные мотивации, характеризует ценности и мотивационную направленность сотрудника, определяя его поведение. Основными функциями ценностных ориентаций являются воспроизводство и развитие образцов поведения, так как они не что иное, как представления личности о желаемом, регулирующие процессы принятия решений. Психофизиологические Связан с природной подструктурой трудового потенциала работника, определяет выносливость и особенности работоспособность, устойчивость к стрессам, концентрацию и стиль поведения в кризисных ситуациях. Профессиональные навыки, характеризует компетентность, профессиональные знания, умения и навыки, как общие, входящие в должностные обязанности, так и те, которые позволяют выявлять, предупреждать и ликвидировать кризисные ситуации. Аналитические способности, к аналитическим способностям сотрудника можно отнести умение целеполагания, системное мышление, видение развития процессов, аналитические способности, способность к обучению и самообучению. Инновационный потенциал определяет уровень интеллектуального развития, креативные и познавательные способности, инициативность, способность к обучению, отношение к нововведениям, способность работать в изменяющихся условиях, степень консерватизма, решительность, целеустремленность. Коммуникативно-организаторские особенности характеризует организаторские качества, навыки планирования, объективной оценки ситуации, обеспечение выполнения и контроля работ, самоанализ, самостоятельность, способность к кооперации и работе в группе, лидерские качества, общительность и открытость. Исследования показали, что совокупность данных личностных характеристик составляет интегральный личностный профиль сотрудника и позволяет отнести его к тому или иному типу персонала: специалист, профессионал, мастер, координатор, стратег, аналитик, предприниматель, инноватор. Опишем некоторые особенности каждого из предложенных типов: специалист – сотрудник с хорошими профессиональными навыками, специализирующийся на узком круге выполняемых работ, не требующих творческого подхода, стремящийся к регламентации жизни; профессионал – сотрудник с хорошими профессиональными навыками, выполняющий и стремящийся к расширенному кругу выполняемых задач, обладает широким кругозором и знаниями в смежных областях, выполняет творческие задачи; мастер – сотрудник с хорошими профессиональными навыками, выполняющий и стремящийся к расширенному кругу выполняемых задач, обладает широким кругозором и знаниями в смежных областях, выполняет творческие задачи, обладает хорошими коммуникативными навыками, стремится к общению и передаче знаний; координатор – сотрудник, обладающий хорошими коммуникативными и аналитическими навыками, стремится к общению, созданию коллективов и совместному решению задач; стратег – сотрудник,

аналитического склада ума, способный к созданию стратегических планов разных уровней и внедряющий их; аналитик – сотрудник, не склонный к общению, предпочитающий абстрактные категории и анализ данных, способен к выявлению сложных теоретических зависимостей и формализации данных; предприниматель – сотрудник, стремящийся к внедрению прогрессивных, а иногда рискованных методов ведения бизнеса; инноватор – сотрудник, обладающий наиболее высоким инновационным потенциалом, стремящийся к усовершенствованию и созиданию, склонный к научному творчеству. Следует отметить изменчивость составляющих показателей и, вследствие этого, возможность перехода сотрудника из одного типа в другой. С учётом предложенной типологии персонала, рассмотрим соответствие стратегии УЧР и стратегии промышленного предприятия. Базовыми стратегиями предприятия, в нашем случае, являются стратегия инноваций, стратегия конкуренции и стратегия конкурентных преимуществ. Основу выработки инновационной стратегии составляют теория жизненного цикла продукта, рыночная позиция организации и проводимая ею научно-техническая политика. В качестве модели, как правило, принимаются следующие типы инвестиционной стратегии:

1. Наступательная – характерна для фирм, основывающих свою деятельность на принципах предпринимательской конкуренции. Она свойственна малым инновационным организациям.

2. Оборонительная – направлена на то, чтобы удержать конкурентные позиции организации на уже имеющихся рынках. Главная функция такой стратегии – активизировать соотношение «затраты – результат» в инновационном процессе. Данный тип стратегии требует интенсивных НИОКР.

3. Имитационная – используется компаниями, имеющими сильные рыночные и технологические позиции, которые не являются пионерами в выпуске на рынок тех или иных нововведений. Суть модели в том, что при производстве копируются основные потребительские свойства (но не обязательно технические особенности) нововведений, выпущенных на рынок малыми инновационными организациями или организациями-лидерами.

Для выбора конкурентных стратегий рассмотрим классификацию по Ф. Котлеру. Компания разрабатывает конкурентные стратегии в зависимости от той роли, которую она играет на целевом рынке. Роли могут быть следующими: лидер, претендент на лидерство, последователь, обитатель ниши. Для того чтобы сохранить доминирующее положение, лидер стремится к расширению рынка, к защите завоеванной на нем доли и, возможно, к ее увеличению. Претендент на лидерство, стремясь к расширению своей доли рынка, агрессивно атакует ведущую компанию и других конкурентов по фронту, с флангов, окружая противника, совершая обходные маневры и ведя партизанские действия. В рамках специальных стратегий претендент может вести ценовую войну, снижать издержки производства, производить престижные товары, расширять ассортимент продукции, разрабатывать новые товары, совершенствовать каналы распределения, повышать уровень обслуживания или разворачивать рекламные кампании. Последователь – компания, которая стремится сохранить свою долю рынка, исполняя роли

подражателя, двойника, имитатора или приспособленца. Компания, оперирующая в нише, обслуживает небольшие сегменты рынка, оставшиеся вне сферы внимания крупных фирм. Ключ к пониманию особенностей деятельности в нишах — специализация. Нишевые компании выбирают одну или несколько областей специализации. При этом несколько рыночных ниш предпочтительнее единственной. В условиях современных глобальных рынков крайне важным представляется определение позиции компании по отношению к конкурентам. Но не следует забывать о поддержании баланса внимания как к потребителям, так и к соперникам. В соответствии с типологией М.Портера используем две стратегии конкурентных преимуществ: стратегию минимизации затрат и стратегию дифференциации. В рамках первой стратегии компания ставит своей целью наладить малозатратное производство товаров отрасли. Обычно у такой компании широкая сфера деятельности: компания обслуживает несколько сегментов индустрии, при этом захватывая по возможности и смежные отрасли, — зачастую именно такая широкая сфера деятельности и позволяет компании добиться лидерства в минимизации издержек. Источники преимуществ в области издержек могут быть весьма разнообразны, они варьируют в зависимости от типа отрасли. Второй из наиболее общих стратегий конкуренции является стратегия дифференциации, которая состоит в том, что компания пытается занять уникальное положение в той или иной индустрии, придавая продукту такие характеристики, которые будут по достоинству оценены большим количеством покупателей. Таких характеристик или атрибутов может быть один или несколько — главное, чтобы они были действительно важны для покупателей. В этом случае компания, чьи продукты благодаря этим атрибутам удовлетворяют определенные потребности покупателей, позиционирует себя некоторым уникальным образом, и наградой за эту уникальность становится готовность покупателей платить высокие цены за продукцию компании. Способы дифференциации различаются от отрасли к отрасли. В основе дифференциации могут лежать уникальные свойства самого продукта, особенности реализации, особые маркетинговые подходы, а также самые разнообразные прочие факторы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость; Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.— 715 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. — СПб.: Питер, 2006. — 464 с.

МЕСТО СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОБЩЕЙ СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯ

В современных условиях развития рыночных отношений, глобализации экономики и интеграции страны в мирохозяйственные связи наиболее важными факторами национальной конкурентоспособности являются не природные и финансовые ресурсы, а ресурсы человеческие: то есть люди, их профессиональные и личностные качества, их трудовая мораль и стремление к достижению поставленных целей, их знания и умения, их творческие и новаторские способности.

Сегодня вновь подтверждается популярнейшая формула 30-ых годов прошлого столетия «кадры решают всё», которая и для нашего времени нисколько не утратила своей актуальности. Персонал является одним из важнейших ресурсов организации, необходимый для достижения всех её целей и задач. Сотрудники – главное достояние организации, которое надо сохранять, развивать и использовать для успеха в конкурентной борьбе.

Без управления людьми не может существовать ни одна организация. Гибкая организация труда, самоорганизация работника и групп трудящихся, их сознательное участие не только в производственном процессе, но и в управлении производством становится отправной точкой создания систем управления человеческими ресурсами. Современное управление персоналом – это система идей и приемов эффективного построения и управления организациями. Само же понятие управления персоналом (HR management) можно сформулировать следующим образом. Управление персоналом (УП) – это область знаний и практическая деятельность, направленная на своевременное обеспечение организации персоналом и правильную его расстановку.

Система управления персоналом является основой менеджмента организации, поскольку реализует основную задачу менеджмента – организацию деятельности. Под термином «система управления персоналом» (СУП) принято понимать целостную и упорядоченную совокупность взаимосвязанных элементов (направлений кадровой работы), закономерно образующих единое целое, обладающее новыми качествами, не присущими каждому из входящих в нее элементов в отдельности.

С переходом к рыночной экономике происходят принципиальные изменения в системе управления предприятиями. Следствием таких изменений становятся новые подходы к организации и качеству управления предприятием, а также к управленческим кадрам. Изучение развития стратегий УП показало, что УП превратилось в такую же важную организационную функцию, как управление финансами или технологическим развитием. Произошли существенные изменения в стратегии УП и приоритетными стали такие задачи как обеспечение соответствия уровня квалификации сотрудников жестким требованиям современной экономики, где базовые навыки устаревают каждые

пять лет, обеспечение строгого контроля издержек на рабочую силу, сохранение при этом конкурентоспособности индивидуальных пакетов компенсации.

Основополагающими принципами современных подходов к УП являются интеграция процессов УП в общую стратегию развития организации, активизация и эффективное использование трудового потенциала работников, формирование персонала в качестве ключевого фактора, определяющего эффективность использования всех остальных ресурсов, имеющихся в распоряжении организации. Для максимального использования потенциала сотрудников организации управление персоналом должно стать частью организационной стратегии предприятия, при этом основной ее частью. СУП должна обеспечить достижение предприятием перспективных целей развития и создать систему оценки (показателей) степени реализации этих целей. Таким образом, актуальна задача создания путем проектирования такой управленческой модели, которая позволила бы повысить эффективность управления персоналом организации.

Стратегия управления персоналом – это путь совершенствования системы управления персоналом, направленный на обеспечение эффективной реализации бизнес-стратегии, а также на создание условий по раскрытию человеческого потенциала для достижения стратегических целей организации в условиях изменяющейся конкурентной среды.

Можно выделить ряд принципов, которые необходимо учитывать при формировании стратегии управления персоналом:

- удовлетворять текущие и предугадывать будущие потребности организации в персонале;
- соответствовать существующей или желаемой культуре организации;
- иметь способность изменить характер и направление развития бизнеса;
- способствовать эффективным действиям организации в противостоянии внешнему давлению и вызовам окружающей среды;
- обеспечивать привлечение и развитие персонала с нужной квалификацией, что позволит укрепить устойчивость организации в ходе выполнения намеченных целей;
- состоять из согласующихся между собой и взаимно-поддерживающих элементов общего процесса формирования стратегии управления персоналом;
- иметь способность трансформироваться в программы конкретных действий.

Также существуют некоторые проблемы, с которыми сталкиваются промышленные предприятия при разработке стратегии управления персоналом. Проблемы, возникающие под влиянием внешней среды: многообразие стратегических процессов, уровней и стилей управления при диверсификации производства; недостаток информации о состоянии внешнего рынка труда; дефицит на рынке труда отдельных категорий персонала, особенно инженерно-технических специалистов и рабочих высокой квалификации; устаревание знаний специалистов высокой квалификации, в связи с длительным отсутствием работы по специальности.

Проблемы, возникающие во внутренней среде: отсутствие подразделений

в структуре предприятия, занимающихся вопросами стратегического управления; устаревание знаний административно-управленческого персонала и специалистов высокой квалификации; недостаточный уровень профессионально-квалификационной подготовки персонала; применение подходов к управлению персоналом, не соответствующих современным технологиям управления. Для построения СУП на предприятии, которая обеспечивала бы его поступательное развитие и совершенствование конкурентных преимуществ, необходима разработка вопросов формирования системы управления персоналом на базе комплексного проектирования и оценки ее эффективности на разных стадиях. При создании проектов комплексной СУП исследуются в основном организационные и управленческие вопросы построения СУП, в то время как ее социально-психологическая, информационная и нормативно-правовая основы остаются без должного внимания, недостаточно полно используется системный подход к структуре системы управления персоналом предприятия вообще и процессу ее проектирования в частности.

Высокая эффективность системы управления персоналом на предприятии достигается в том случае, если после реализации проекта увеличивается эффективность использования трудовых ресурсов предприятия. Эффективное управление персоналом – это не вопрос простого манипулирования людьми, оно означает понимание значимости человеческих ресурсов и уважительное отношение к людям.

Таким образом, основное условие нормального функционирования предприятия, это – формирование целостной системы управления персоналом на базе комплексного проектирования этой системы, которое должно предшествовать изменениям внутренней и внешней среды организации, а не следовать за ними, обеспечивая ее постоянное развитие и совершенствование, являясь залогом ее экономической и социально-психологической эффективности. Необходимость внедрения на предприятиях модели комплексной системы управления персоналом с помощью эффективного процесса проектирования этой системы – основное условие их дальнейшего развития и эффективной стабильной работы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баринов В.А., Харченко В.Л. Стратегический менеджмент: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2008. - С. 125.
2. Джордж Дж.М., Джоунс Г.Р. Организационное поведение. Основы управления. – М.: Юнити-Дана, 2007. - С. 120.

ПРОБЛЕМЫ ТАРИФИКАЦИИ ИНТЕРНЕТА В КАЗАХСТАНЕ

Internet развивается стремительно. Быстро растет количество изданий, посвященных Сети, что предвещает широкое ее распространение даже в далеких от техники областях. Internet превратился из большой игрушки для интеллектуалов в полноценный источник всевозможной полезной информации для всех. Процессы развития глобальных информационно-коммуникационных технологий очень динамичны в настоящее время, а их возможности для общества и экономики еще только начинают масштабно использоваться.

Еще два-три года назад Интернет рассматривался преимущественно как гигантская библиотека и главной его задачей считалась помощь в поиске нужной информации и организация доступа к ней. В настоящий "коммуникационный" этап своего развития главной задачей сети Интернет - являться основным источником в поиске желательных партнеров и предоставление средств для организации с ними нужного вида коммуникаций с необходимой интенсивностью. Результаты последних исследований показали, что использование Internet-технологий может принести реальную экономию и прибыль.

Для большинства индивидуальных пользователей Интернета – это, прежде всего, социальные сети, форумы, блоги и электронная почта. Постепенно Интернет становится самостоятельным каналом продаж и способом автоматизации бизнес-процессов. Государство использует интернет для предоставления услуг населению и компаниям, а также играет ключевую роль в формировании законодательной базы, оказывающей непосредственное влияние на развитие Интернета в Казахстане.

Разумеется, Интернет оказал огромное влияние и на коммерцию. Сегодня можно легко найти не только сайты-визитки, или представительские сайты разных компаний и фирм, но и Интернет-магазины, в которых продается все – от одежды до бытовой техники. Посредством Интернета делается реклама, гораздо более заметная, доступная, и охватывающая намного большую аудиторию, чем реклама в печатных СМИ – именно поэтому она более эффективна.

Какова на сегодня маржинальность интернет бизнеса, если они не опасаются ее падения при снижении прежних цен, ведь рынок фактически не растет уже несколько лет? Для начала необходимо разобраться из чего же складываются тарифы интернет-провайдеров и стоит ли интернет-трафик своих денег. Поэтому мы решили сравнить качество доступа, скорость и цены на Интернет в РК и других странах.

Интернет в Казахстане появился в 1994 году. Именно тогда был зарегистрирован домен верхнего уровня ".kz". Но интернетизация в РК крайне неравномерна: если в финансовом центре (г. Алматы) доступ к фиксированному интернету есть у 56% жителей, то в густонаселенных регионах на юге - Южно-Казахстанской, Кызылординской и Жамбылской областях - всего у 4-6%.

Ближайшим и одним из крупнейших сегментов Всемирной паутины считается российский. Именно Россия является одним из лидеров в Европе по количеству пользователей. Отметим и инфраструктурные моменты: например, в московском общественном транспорте, в том числе и в метро, существуют точки бесплатного доступа Wi-Fi, о чем предупреждают соответствующие наклейки. Во всех крупных городах России существует множество точек с бесплатным Wi-Fi от различных операторов.

Стоит отметить, что в Казахстане также активно развивают данное направление. В Алматы и Астане уже существуют точки доступа в общественных местах и транспорте. Например, в Алматы есть зона свободного Wi-Fi на улице Панфилова, между улицами Толе би и Кабанбай батыра. Помимо этого во многих кафе, ресторанах и торговых центрах есть свои точки доступа.

Вообще доступ в Интернет стал уже не просто услугой, а необходимостью, а потому многие города мира предоставляют бесплатный доступ Wi-Fi, правда, с некоторыми ограничениями. Особенно это касается городов с туристической направленностью, где можно приобрести специальный пропуск, который не только заменит билет в музеи или на туристические объекты, но и даст доступ к Wi-Fi.

Ограничения могут быть разными: например, в Гонконге можно получить 15 минут бесплатного доступа пять раз в сутки, а в центре Парижа разрешается использовать Интернет два часа, после чего снова можно будет подключиться и начать сессию заново.

Скорость доступа широкополосного Интернета можно оценить с помощью популярного сервиса SpeedTest. Согласно последним данным, средняя скорость широкополосного Интернета в Казахстане равна 28,90 мегабитам в секунду, это 57-й результат из 130 представленных стран Россия находится на 44-м месте с показателем 42,18 мегабита в секунду. Кыргызстан находится на 80-й строчке (19,39 мегабита), Узбекистан – на 114-й (8,69 мегабита). Из европейских стран наилучшая скорость зафиксирована в Исландии – 153,17 мегабита в секунду. Это второе место, островитяне уступили только Сингапуру (184 мегабита в секунду). В США со скоростью тоже все в порядке – 101,95 мегабита в секунду, девятая строчка в рейтинге.

Хуже в Казахстане ситуация с качеством мобильного Интернета, страна только на 70-м месте с показателем скорости 19,48 мегабита в секунду. Показатель Казахстана оказался наилучшим среди стран СНГ, представленных в рейтинге SpeedTest: Россия – на 78-м месте (18,28), Кыргызстан – на 89-м (16,52), а Узбекистан занял только 110-ю строчку (9,93).

Стоит отметить, что рейтинг SpeedTest обновляется каждый месяц и показатели могут существенно меняться в зависимости от различных факторов. В месяц стоимость широкополосного доступа (ШПД) со скоростью 10 мегабит в секунду в России обходится примерно в две тысячи тенге. В Германии этот показатель равен 7,6 тысячи тенге, в Китае – около 10 тысяч тенге, а в США и вовсе порядка 15 тысяч тенге. В Казахстане оплата за месяц пользования Интернетом со скоростью около 10 мегабит в секунду составит около четырех-пяти тысяч тенге, если подключать

определенный тариф от официального провайдера. Куда дешевле обойдется подключение к операторам, которые ставят общий модем на многоквартирный дом, а в квартире находится только Wi-Fi-роутер. Тут и минимальная скорость выше, и качество связи вполне приемлемое. В среднем подключение со скоростью в 100 мегабит в секунду будет стоить около четырех тысяч тенге и выше, но зато многие операторы за это предлагают дополнительные услуги в виде кабельного телевидения или выгодного тарифа сотовой связи.

В Узбекистане ШПД стоит около 100 тысяч сум (около 4,5 тысячи тенге), а в Кыргызстане – 1 250 сом (6,7 тысячи тенге). О мобильном Интернете. Приведем результаты исследования агентства Content Review, которое летом 2018 года опубликовало список стран с самым дешевым мобильным Интернетом. Оценка проводилась по стоимости одного гигабайта трафика. Средняя цена за один гигабайт составила чуть более 1 500 тенге.

Казахстан занял в рейтинге четвертое место с показателем примерно в 275 тенге за гигабайт. Впереди нас только Венесуэла (128 тенге), Польша (93 тенге) и Иран (30 тенге).

Вернемся к снижению тарифов на интернет в 2019 году, по сообщениям Министерства информации и коммуникаций. инициатива снизить цены на Интернет и мобильную связь исходила от самих поставщиков услуг. Операторы сообщили, что у них есть возможность снизить стоимость тарифов как для социально незащищенных слоев населения, так и для остальных абонентов.

Таким образом, тариф со сниженной ценой от Казахтелекома появится уже с начала следующего года. Его стоимость составит 3 499 тенге, а это на 5% дешевле, чем прежний тарифный план. В него войдут Интернет, скорость которого будет равна 10 Мбит/сек, и безлимитные звонки на территории всего Казахстана. Казтранском же готов предложить своим абонентам скидки на подключение, размер которых может достичь 50%, скидку в 10% на абонентскую плату и 15%-ю скидку на оплату Интернета.

На деятельность операторов влияет экономическая ситуация: инфляция, рост затрат на оборудование, контент, увеличение инвестиционных расходов на модернизацию сетей, и, чтобы продолжать оказывать качественные услуги, операторы обычно пересматривают стоимость услуг в сторону повышения.

В нынешней конкурентной ситуации на рынке операторы могут учитывать интересы клиентов, особенно, если будут снижены цены на интернет-канал для операторов мобильной и фиксированной связи и провайдеров, как это сделали в августе 2018 года в соседнем Узбекистане, где «Узбектелеком» снизил цену на интернет-канал на 31. Кроме того, государство может изменить правила маршрутизации интернет-трафика и контроль его соблюдения.

ПРОБЛЕМЫ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В КАЗАХСТАНЕ

Современный период развития Казахстана предоставляет много возможностей любому желающему попробовать применить свои предпринимательские способности, достичь успеха и жить в благополучии.

Одним из основных приоритетов экономической политики Республики Казахстан сегодня является развитие малого и среднего предпринимательства. Всё больше людей заинтересованы в открытии собственного бизнеса.

Человек осуществляет предпринимательскую деятельность от своего имени, за риск и под имущественную ответственность, а государство гарантирует ее свободу и обеспечивает защиту и поддержку предпринимателя.

Малое и среднее предпринимательство должно использовать свою гибкость, мобильность, рыночную объективность для ускоренного поиска собственной ниши в инновационной экономике[1]. Государство, в свою очередь, создает благоприятный бизнес-климат и условия для реализации инициатив предпринимательской среды и нацеливает свою помощь на предприятия малого и среднего предпринимательства, которые имеют наибольший потенциал с точки зрения конкурентоспособности и повышения научно-технологического потенциала страны[2].

Важную роль в развитии предпринимательства играют финансовая и денежно-кредитная системы.

Банковская система – одна из важнейших и неотъемлемых структур рыночной экономики. Её практическая роль определяется тем, что она управляет в государстве системой платежей и расчетов; большую часть своих коммерческих сделок осуществляет через вклады, инвестиции и кредитные операции; наряду с другими финансовыми посредниками банки направляют сбережения населения для покрытия потребностей в финансовых ресурсах фирмам и производственным структурам.

В настоящее время существует целый спектр финансовых институтов, кредитных организаций, оказывающих услуги малому и среднему бизнесу, а также ряд зарубежных учреждений и фондов поддержки предпринимательства, осуществляющих в Казахстане разнообразные программы финансирования малого и среднего бизнеса. В Казахстане одной из крупнейших правительственных организаций по поддержке малого бизнеса, является Фонд развития малого предпринимательства «Даму». Миссией Фонда является активная роль в устойчивом развитии микро, малого и среднего предпринимательства (ММСП) в Казахстане, посредством реализации комплексных и эффективных инструментов поддержки. Коммерческие банки также занимают ведущую позицию по объему оказания финансовых услуг малому и среднему бизнесу. В частности, они предоставляют малому и среднему предпринимательству финансовые консультации, депозитные, расчетно-кассовые, кредитные услуги и т.п.[8].

Большинство банков сегодня предлагает кредиты, предназначенные специально для предприятий малого и среднего бизнеса. Рейтинг кредитов на открытие и развитие бизнеса в банках Казахстана, которые предоставляются предприятиям малого и среднего бизнеса представлен в таблице 1[6]. Средняя реальная ставка по выбранным кредитам на 28.11.2018 составила 16,22%.

Таблица 1 - Рейтинг кредитов на открытие и развитие бизнеса в банках Казахстана

№	Название банка и кредита	Реальная ставка, %	Расходы по кредиту, тенге
1	2	3	4
1	АТФБанк Бизнес Стандарт	6,00	9 750,00 – переплата по кредиту от 26 479,45 до 25 123,29 – ежемесячный платёж
2	АТФБанк Кредит под залог за 3 дня	13,00	21 125,00 - переплата по кредиту от 28 205,48 до 25 267,12 - ежемесячный платёж
3	Народный банк Казахстана Бизнес Medium	13,46	21 875,00 - переплата по кредиту от 28 205,48 до 25 267,12 - ежемесячный платёж
4	Народный банк Казахстана Халык Предприниматель	13,96	22 687,50 - переплата по кредиту от 28 328,77 до 25 277,40 - ежемесячный платёж
5	ForteBank На инвестиции	15,00	24 375,00 - переплата по кредиту от 28 698,63 до 25 308,22 - ежемесячный платёж
6	Банк ЦентрКредит Экспресс кредит	16,81	27 375,00 - переплата по кредиту от 28 698,63 до 25 308,22 - ежемесячный платёж
7	Банк ЦентрКредит Микро кредит	16,81	27 375,00 - переплата по кредиту от 28 698,63 до 25 308,22 - ежемесячный платёж
8	Народный банк Казахстана Халык Предприниматель ускоренный	17,85	29 000,00 - переплата по кредиту от 28 945,21 до 25 328,77 - ежемесячный платёж
9	Эксимбанк Казахстан Кредитная линия	18,00	29 250,00 - переплата по кредиту от 29 438,36 до 25 369,86 - ежемесячный платёж
10	Нурбанк МСБ Бизнес	18,35	29 812,50 - переплата по кредиту от 29 068,49 до 25 339,04 - ежемесячный платёж
11	Цеснабанк Кредитная линия «Внимание, деньги!»	18,36	29 850,00 - переплата по кредиту от 29 438,36 до 25 369,86 - ежемесячный платёж
12	Банк ЦентрКредит Разовые займы под определенную сделку	18,70	30 425,00 - переплата по кредиту от 29 389,04 до 25 365,75 - ежемесячный платёж

1	2	3	4
13	ForteBank Кредитование с упрощенным рассмотрением	19,99	32 483,75 - переплата по кредиту от 29 929,04 до 25 410,75 - ежемесячный платёж
14	Tengri Bank (Punjab National Bank) Tengri Инвестиции	20,85	33 875,00 - переплата по кредиту от 29 684,93 до 25 390,41 - ежемесячный платёж

Как мы видим из таблицы 1, наиболее выгодные условия кредитования малого и среднего бизнеса предлагает АТФ Банк – здесь самая низкая годовая эффективная ставка по займам МСБ: от 6%. Следующий – Народный банк со ставкой от 13,46%. Замыкает тройку лидеров ForteBank – ставка от 15%[5].

Однако, несмотря на значительную государственную поддержку, показатели развития МСБ в Казахстане остаются относительно низкими в сравнении с другими странами, наблюдается существенное замедление кредитования малого и среднего предпринимательства. Кредитование малого и среднего бизнеса, после бурного роста в прошлые годы снижает обороты. Так, объемы займов малому и среднему бизнесу составили 2,72 триллиона тенге - это на 9,6% меньше, чем год назад. Доля кредитов малому бизнесу в ссудном портфеле банков второго уровня (БВУ) РК - всего 21,7%, против 24,3% годом ранее (рисунок 1)[7].

Десятка крупнейших по объемам ссудного портфеля БВУ перекрывает 85% всего кредитного рынка. Однако из ТОП-10 банков лишь 8 готовы поддержать кредитами малый и средний бизнес.

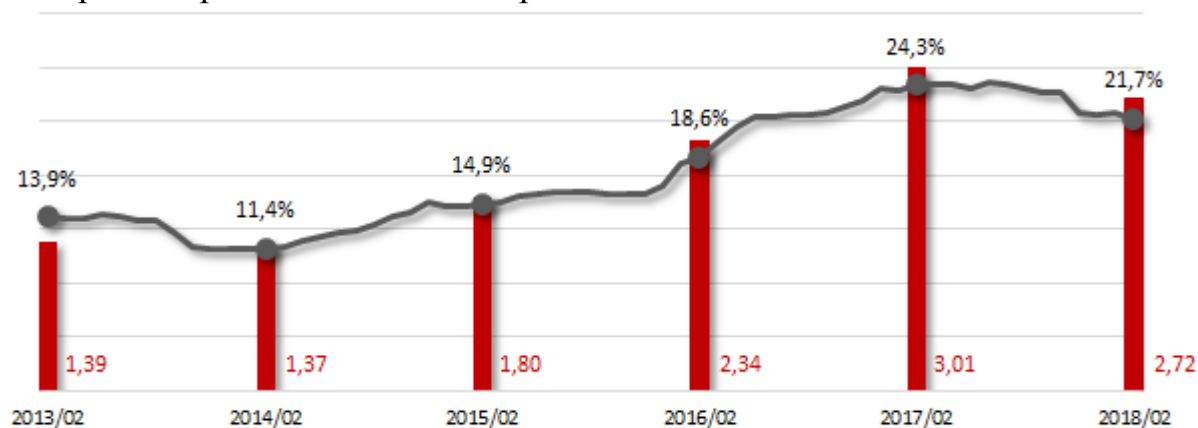


Рисунок 1 – Кредитование малого и среднего бизнеса

Итак, несмотря на незначительное увеличение объемов кредитования малого и среднего бизнеса их доля в общем объеме кредитов банков второго уровня не только не растет, но и снижается. Снижается также количество предприятий малого и среднего бизнеса.

Такая тенденция развития малого и среднего предпринимательства связана, прежде всего, с проблемой финансового обеспечения и поиском финансово-кредитной поддержки.

Основные проблемы, препятствующие развитию тесного сотрудничества кредитных организаций и предпринимательства можно разделить на две группы:

- 1) проблемы, ведущие к нежеланию банков кредитовать малый бизнес:
 - отсутствие механизма снижения рисков кредитования;
 - в большинстве малых предприятия не ведется официальная финансовая отчетность;
 - у большинства предприятий малого бизнеса отсутствует опыт работы с банками;
 - отсутствие у малого бизнеса ликвидных залогов;
 - слабая экономическая и юридическая грамотность у предпринимателей;
 - непрозрачность малого бизнеса.
- 2) проблемы, которые ведут к отказу предпринимателей от кредитования в банках:
 - недоступность кредитов, т.е. дороговизна;
 - первоначальный бизнес не кредитруется;
 - завышенные требования для получения кредита;
 - недостаточная государственная поддержка предпринимателя;
 - долгие сроки рассмотрения заявки.

Основным риском для банков при кредитовании клиентов малого и среднего бизнеса является финансовый риск, связанный с ухудшением финансового положения клиентов в период обслуживания кредита и отсутствием возможности его своевременного погашения. Рост рисков просрочки и невозврата является следствием падения спроса на продукцию предприятий, удлинения сроков расчетов с контрагентами, задержек расчетов с бюджетами всех уровней[3].

Малый и средний бизнес не получает кредитования из-за отсутствия залогового имущества и существующих административных барьеров. Банки не могут предложить меньшие процентные ставки из-за высокой доли риска невозврата кредита. Удельный вес таких кредитов сегодня достигает до 30% (то есть предполагается, что каждый третий, взявший кредит, не отдаст его).

В отраслевой структуре в кредитовании, по-прежнему, лидирует торговля и промышленность или крупные товаропроизводители.

Таким образом, малый производственный бизнес остается вне сферы интересов финансовых и банковских институтов, главным образом, в связи с отсутствием ликвидной залоговой базы, меньшей устойчивостью к неблагоприятным факторам и низкой степенью диверсификации производства[4].

Незаполненность данной ниши требует создания альтернативных кредитных организаций с использованием различных схем и источников финансирования. Сфера малого и среднего предпринимательства нуждается в крупных предприятиях как источнике вложений, рынке сбыта своей продукции. В этой связи необходимо найти способы, стимулировать формирование целенаправленных союзов и субподрядных отношений, позволяющих строить эффективное взаимодействие между крупным и малым предпринимательством. В таком случае в качестве инвестиций крупные предприятия могут

предоставить в аренду малым предприятиям основные фонды, долгосрочный кредит на льготных условиях, выступить поручителем при получении гарантированного займа, вступить в субподрядные отношения[9].

Из вышеизложенного можно сделать вывод, что требуется углубление экономических, правовых и институционально-структурных реформ путем систематизации работы по поддержке малого предпринимательства на основе международного опыта и опыта предыдущих лет.

Необходимо искать новые методы и продолжить создание соответствующих условий, обеспечивающих комплексную поддержку малого и среднего бизнеса на общегосударственном и региональном уровнях, в том числе, и возможности для его относительного безрискового финансирования (кредитования). Эти действия будут способствовать становлению и развитию последнего, и повышению на этой основе эффективности экономики в целом.

Развитие малого и среднего предпринимательства рассматривается сегодня как важный фактор экономического развития Казахстана. Совместные усилия малых и средних предприятий, банковского сектора при поддержке государства смогут решить проблему обеспечения экономики финансовыми средствами, что в конечном итоге послужит процветанию нашей страны.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Грузинов В., Грибов В. Предпринимательство. Формы и методы организации предпринимательской деятельности. – М.: Экономика предприятия, 2012.
2. Мамыров Н.К. Основы предпринимательства. – Алматы: Экономика, 2014.
3. Миндуллина А.И. Кредитная политика банка в сфере малого бизнеса // Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации. - 2016. – №2.
4. Скала В.И. Скала, Н.В Малый бизнес в Республике Казахстан. – Алматы: Экономика, 2014.
5. Тимомирова Е.В. Кредитование малого и среднего бизнеса – перспективное направление кредитной политики банков // Деньги и кредит. – 2012. – №1.
6. www.rfcaratings.kz.
7. www.nationalbank.kz.
8. www.damu.kz.
9. www.ranking.kz.

ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КАЗАХСТАНА

Место страны в мировом рейтинге конкурентоспособности зависит от многих факторов. Место и роль фактора "инновация" в экономике страны определяются его приоритетным значением в условиях технологического перевооружения мировой индустрии и сферы оказания услуг. В Казахстане на протяжении последних двух десятилетий проводится следующая активная политика государственной поддержки инновационной деятельности. [1]:

- подготовлена законодательная и нормативная правовая база для индустриально-инновационного развития;

- сформирована новая институциональная основа - институты развития, в целях содействия диверсификации экономики через создание системы развития и поддержки бизнеса на всех уровнях и эффективное управление инвестиционными ресурсами страны;

- разработаны соответствующие инструменты - техническое регулирование, таможенно-тарифная политика, налогово-инвестиционная политика, национальная инновационная система и др.;

- снижены ставки таможенных пошлин на сырье, необходимое для производства легкой, пищевой и деревообрабатывающей промышленности;

- разработан и принят новый Таможенный тариф Республики Казахстан с учетом принципа эскалации, в соответствии с которым максимальные ставки пошлин установлены на готовые изделия, средние - на комплектующие, минимальные - на сырье, оборудование и социально значимые товары, не производимые в республике [2].

Отправной точкой инновационного процесса в мире могут выступить: модель «технологического толчка»; модель инноваций, основанная на «вызове со стороны спроса»; модель «треугольника» Г.Сабато [3], в которой признается ведущая роль государства в инновационном развитии; «открытая инновационная модель», где связь между предприятием и внешней средой более значительная. Как подчеркивают эксперты [4], для перехода от закрытой инновационной модели к открытой требуется активное взаимодействие государства, бизнеса и науки.

Реальная выгода от внедрения модели стимулирования спроса на инновации заключается:

- в увеличении количества новых компаний, научных центров, востребованных потребителями и интересных для инвесторов;

- в повышении стоимости компании и возможности ее выхода на фондовый рынок путем размещения ценных бумаг, в том числе распространения их среди населения как одного из важных инвесторов;

- в формировании спроса со стороны поставщиков инновационной продукции на продукцию/услуги компаний, с учетом использования системы

государственных закупок;

- в создании на первом этапе конкурентной среды на внутреннем рынке товаров и услуг;

- в использовании преимуществ теории диффузии инноваций (рынки Средней Азии) [5].

Важную роль в продвижении рассматриваемых моделей играют показатели уровня развития инноваций, которые представлены в глобальном исследовании Индекса глобальной конкурентоспособности по версии Всемирного экономического форума.

Следует отметить, что показатели рейтингов конкурентоспособности, определяемые международными организациями, не всегда учитывают особенности и условия их развития в каждой конкретной стране. По мнению казахстанских ученых, это связано с запаздыванием в проявлении результатов экономической политики правительства республики, с недоучетом роли ожиданий в определении реакций частного сектора на государственную политику, с неопределенностью последствий экономической политики.

По данным Агентства статистики РК в настоящее время наблюдается рост объема внутренних затрат на исследования и разработки, которые составили 43,3 млрд тенге, на 29,5 %. Количество созданных и использованных новых технологий и объектов техники составило 1365 ед. против 1037 в 2015 г. При этом количество организаций, создавших и использующих новые технологии и объекты техники, увеличилось на 224 единицы и составило 562 единицы. В 2018 г. по отношению к 2017 г. количество приобретённых исследований и разработок за пределами Республики Казахстан возросло на 41,4 % и составило 41 единицу.

Свободный доступ казахстанских производителей к рынку инновационных технологий, устранение со стороны государства барьеров для распространения этих технологий на всей территории оценивается как существенный фактор улучшения позиций страны в рейтинге по показателю «Технологическая готовность». В целом можно говорить о готовности корпоративного и потребительского сектора использовать и внедрять современные технологии, но пока еще импортного производства. Изменение позиций страны в разрезе слагаемых показателя «Технологическая готовность» позволяет выявить особенности развития инновационной составляющей в структуре национальной экономики. Ранжирование слагаемых свидетельствует об интегрированности национальной экономической системы в мировой технологический рынок инноваций.

Кроме того, в последние годы наблюдается активность со стороны инноваторов. Если в период с 2012 по 2013 гг. было поддержано около 180 более 400 инновационных проектов, то за 2016-2018 гг. поддержку получили. В 2018 г. по программе технологического бизнес-инкубирования поддержано 20 проектов, отобрано 38 проектов на коммерциализацию технологий, в рамках проектного финансирования одобрено 3 проекта. Кроме государственной финансовой поддержки инновационной деятельности, в 2018 г. приняты меры по созданию инновационной инфраструктуры.

Своевременное и стабильное развитие инноваций принципиально важно для возможности полноправного присутствия Казахстана в мировом сообществе.

При анализе показателей индекса глобальной конкуренции «Технологии и инновации» необходимо отметить, что:

- во-первых, государственная поддержка, нацеленная на становление и развитие инновационной деятельности, является не только оправданной, но и с точки зрения экономики исключительно важной;

- во-вторых, вопросы инновационного развития в ближайшем будущем уже не могут решаться только на государственном уровне; проявление пассивности со стороны бизнес-структур может привести к потере позиций в индексе конкурентоспособности;

- в-третьих, ключевой актив инновационной экономики - наличие специалистов с техническим образованием, в этом плане очень важным является формирование национальной модели инновационного образования, соответствующего мировым стандартам, формирование нового поколения инноваторов, осознающих риски и возможности;

- в-четвертых, приоритетна деятельность «бизнес-ангелов», основной задачей которых является привлечение потенциальных инвесторов, готовых вкладывать деньги в проекты с длительным сроком окупаемости;

- в-пятых, принципы, заложенные в модели стимулирования предложения инноваций и модели стимулирования спроса на инновации, в перспективе должны играть все возрастающее значение. Выбор этих моделей инновационного развития в целом перспективно, их использование может стать основой построения стратегии третьей индустриальной революции.

В настоящее время одним из основных условий экономического развития страны призван переход на инновационную экономику. Постоянное обновление техники и технологий делает инновационный процесс основным условием производства конкурентоспособной продукции, завоевания и сохранения позиций предприятий на рынке и повышения производительности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Послание Президента Республики Казахстан Н.Назарбаева народу Казахстана от 17 января 2014 г. «Казахстанский путь - 2050: Единая цель, единые интересы, единое будущее» //Режим доступа:akorda.kz

2 [ЭР]. Режим доступа:minplan.kz

3 Sabato J. Technology and the Productive Structure. - Institute Latinoamericano de Estudios Transnacionales,

4 Соколова О.А. Роль государства в формировании национальной инновационной системы //Креативная экономика. - 2010. - № 6 (42). - С. 75-80 //Режим доступа:.creativeconomy.ru/articles/3620/

СОПРОВОЖДАЕМОЕ ПРОЖИВАНИЕ КАК ИННОВАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ И РЕАБИЛИТАЦИИ ПОДРОСТКОВ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ

Инвалидность представляет собой социальный феномен, избежать которого не может ни одно общество, и каждое государство сообразно уровню своего развития, приоритетам и возможностям формирует социальную и экономическую политику в отношении инвалидов. Масштаб инвалидности зависит от множества факторов: состояния здоровья нации, развития здравоохранения, социально-экономического развития, состояния экологической среды[1].

Существуют два основных взгляда на проблему социальных препятствий для инвалидов: медицинская модель инвалидности рассматривает физические и психологические различия между людьми в терминах патологических состояний и дефектов, то есть отклонений от нормы или «неполноценности». В ее рамках социальная роль инвалида приравнивается к роли больного, которая предполагает, с одной стороны, недостаток самостоятельности, отсутствие способности к независимой жизни, отказ от обязательств и ответственности перед обществом, а с другой – ожидание изменения своего статуса после вмешательства со стороны медицинских служб (лечения и медицинской реабилитации). Социальная модель инвалидности принципиально отличается от модели медицинской. Она ориентирована не на устранение «дефекта», а на преодоление препятствий, которые затрудняют интеграцию человека с ограниченными возможностями в обществе. Согласно социальной модели, человек с инвалидностью является равноправным субъектом общественных отношений, которому общество должно предоставить равные права, равные возможности, равную ответственность и свободный выбор с учётом его особых потребностей. При этом важно обеспечить человеку с инвалидностью возможности для интеграции в общество на его собственных условиях, а не в соответствии с необходимостью приспосабливаться к миру «здоровых людей» [2]. Переход от медицинской модели к социальной модели инвалидности позволил изменить взгляды на проблемы людей с ограниченными возможностями здоровья и направления работы с ними.

В России, по данным Федеральной службы государственной статистики количество инвалидов на начало 2018 г. составляло более 12 миллионов чел.[3]. Наличие в социальной структуре общества такой доли инвалидов, а также тенденция к инвалидизации населения определяет социальную работу с данной категорией одним из приоритетов в системе социальной защиты населения[1]. Одним из инновационных направлений социальной защиты людей с инвалидностью является сопровождаемое проживание.

Под сопровождаемым проживанием понимается комплексная услуга (социальная, образовательная, реабилитационная), оказываемая гражданам с инвалидностью, нуждающимся в постоянной посторонней помощи и не

способным проживать самостоятельно, с условиями постоянного или временного проживания (пребывания) с ними сопровождающего лица [4]. Из определения следует, что сопровождаемое проживание включает в себя образовательную функцию. Исходя из этого, можно разделить услугу сопровождаемого проживания на две подгруппы или вида: учебно-тренировочное проживание и постоянное сопровождаемое проживание.

Учебно-тренировочный вид проживания является базой для последующего постоянного проживания и может в дальнейшем снизить уровень потребности в поддержке сопровождающего, т.е. повысить самостоятельность и независимость человека. По опыту ведущих в этой сфере регионов РФ (г. Санкт-Петербург, Псковской и Владимирской областей), учебно-тренировочное проживание может осуществляться в различных формах: ежедневное (в виде дневных занятий), кратковременное (1-2 суток), курсовое (от недели до 5 месяцев) [5].

Сопровождаемое проживание в России существует не так давно, но уже в разных субъектах РФ имеется свой опыт продвижения разнообразных форм поддерживаемого проживания. Один из немногих примеров успешной организации сопровождаемого проживания людей с инвалидностью представлен в г. Владимир. На базе Владимирской общественной организации «Ассоциация родителей детей-инвалидов «Свет» с 2005 года разработана и реализована программа для лиц с тяжелыми формами инвалидности, обучение самостоятельному проживанию в «учебных квартирах». С 2015 г. начато строительство Дома поддерживаемого проживания. В доме будут жить молодые люди с ограниченными физическими и умственными возможностями, люди с тяжелой формой инвалидности при поддержке родителей, социальных работников, медиков, добровольцев. В доме будут предусмотрены: отдельные комнаты для каждого человека, общий холл для проведения различных мероприятий, совместных праздников, спортзал, оранжерея, библиотека и многое другое для удобной жизни инвалидов, комнаты для гостей [6].

Сопровождаемое проживание является одним из приоритетных направлений и такого города как Псков. В Пскове существует целая модель региональной системы комплексного сопровождения лиц с тяжелыми нарушениями развития. Данное комплексное сопровождение реализуется на базе центра лечебной педагогики и дифференцированного обучения Псковской области. Оно охватывает работу с семьей с самого раннего этапа определения у ребенка нарушения развития вплоть до самостоятельного сопровождаемого проживания лиц с инвалидностью. На базе центра открыты отделения учебного проживания, которые обучают молодых людей с тяжелыми нарушениями развития навыкам самостоятельного проживания в условиях обычной квартиры. Обучение студентов проводится курсами. Длительность курса обучения составляет от одного до пяти месяцев [2].

Для Алтайского края это новая технология, используется она сравнительно недавно благодаря социально значимому проекту «В нашем доме как дома». На базе КГБУСО «Комплексный центр социального обслуживания населения города Барнаул» в Ленинском районе г. Барнаула создана координирующая группа, которая обучает подростков с инвалидностью

социально-бытовым навыкам. Подростки совместно со специалистами ходят в магазин за продуктами, осваивают кулинарное мастерство, учатся пользоваться электроприборами. Помимо всего перечисленного ребята занимаются в мастерской полиграфии и фотографии. Работа мастерской имеет два направления деятельности: первое - создание печатной продукции, для нуждающихся групп населения. Дети с инвалидностью с детства привыкли, что именно они ограничены и все должны им помогать. Основная цель данного направления работы, чтобы подростки с инвалидностью почувствовали себя значимыми. На наш взгляд, человек чувствует себя счастливым, когда приносит радость другим людям. Подростки совместно с оператором ПК и специалистом по социальной работе изготовили блокноты и подарили ветеранам ко Дню снятия блокады Ленинграда. Второе направление деятельности мастерской, создание короткометражного мультипликационного фильма с использованием информационно-коммуникативных технологий. Основным арт-терапевтическим методом работы в данном направлении является «Мульттерапия». Данное направление имеет явные преимущества в работе с подростками с инвалидностью. В первую очередь, метод способствует решению проблем с мотивацией детей. Мультфильмы с ранних лет становятся для ребенка дверью в мир культуры, ценностей и смыслов, художественных образов, символов, отодвигая на второй план литературу и игру. Участие в создании мультфильма, включение результатов его деятельности в общий контекст повышают самооценку ребенка, его значимость, вызывает ощущение сопричастности к чему-то важному, интересному. Герои мультфильмов, даже отрицательные, сохраняют детские черты и потому не могут вызывать полного негатива. Даже наоборот - этим героям сочувствуют, и тем самым снимается агрессия. Мультфильм, как правило, заканчивается позитивно. Он создает положительный эмоциональный настрой. В отличие от других арт-терапевтических методик, «Мульттерапия» включает в себя занятия различными видами творческой деятельности: изобразительным искусством в различных формах (живопись, графика, фотография скульптура), литература, музыка [7]. В групповой работе преодолевается эгоцентризм, развиваются навыки эффективного взаимодействия. «Мульттерапия» позволяет подростку с инвалидностью, почувствовать себя полноценным человеком, почувствовать уверенность в своих силах, развить творческую активность, инициативность, самостоятельность, освоить средства самовыражения, скомпенсировать недостатки и проблемы коммуникации.

Итак, мы видим, что существуют два основополагающих подхода к проблемам инвалидности это: медицинская и социальная модель. В связи с переходом к социальной модели появились и новые направления работы с инвалидами. В направлении независимой жизни инвалидов появились практики сопровождаемого проживания, которые позволяют подросткам с инвалидностью учиться жить самостоятельно. В России сопровождаемое проживание находится на стадии становления, но при этом есть и успешные примеры реализации такого вида проживания в разных регионах страны.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Нелидкин, А. М. Сопровождающие технологии социальной работы с молодыми людьми с ментальной инвалидностью [Текст] / А.М. Нелидкин, В. В. Хрисанова // [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://elibrary.ru/download/elibrary_28302109_10679452.pdf – Загл. с экрана.
2. Суфишоев, Г.С. Социальная модель инвалидности как инструмент для решения проблем лиц с ограниченными возможностями [Текст] // Г.С. Суфишоев, Ф.И. Одинаев, К.Д. Пулотов, Ш.А. Ходжаева // [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://elibrary.ru/download/elibrary_21054503_65174386.pdf – Загл. с экрана
3. Положение инвалидов [Текст] / Федеральная служба государственной статистики // [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/disabilities/ – Загл. с экрана.
4. Кац, Л.И. Формы сопровождаемого проживания во Владимирской области: юридические аспекты и опыт работы ВООО АРДИ «Свет» по внедрению и развитию сопровождаемого проживания [Текст] / Л.И.Кац, О.Г. Сторожук, Ю.М. Кац // [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://svet33.ru/assets/pdf/books/Broshur.pdf> – Загл. с экрана.
5. Макаревич, А.Н. Актуальные вопросы и формы устройства взрослой жизни людей с ментальными нарушениями, в частности с расстройствами аутического спектра [Текст] / А.Н. Макаревич // [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://elibrary.ru/download/elibrary_25587147_80869729.pdf – Загл. с экрана.
6. Владимирская общественная организация «Ассоциация родителей детей-инвалидов «Свет»: официальный сайт [Текст] // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://svet33.ru> – Загл. с экрана.
7. Максимова С.В. Мульттерапия как средство развития творческой активности //Мульттерапия [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://multtherapy.ru/school/137> – Загл. с экрана.

РОЛЬ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Стабильное функционирование и успешность любой организации, вне зависимости от отраслевой принадлежности, внешних рыночных условий или стадии развития организации, напрямую зависит от планирования его деятельности. Развитие бизнеса невозможно без использования элементов планирования, так как отсутствие плана приводит к стихийности развития, что, в свою очередь, дестабилизирует работу предприятия и ставит под риск его существование.

Планирование представляет собой процесс разработки и принятия целевых установок количественного и качественного характера и определения путей наиболее эффективного их достижения на определенных временных горизонтах. Любое планирование представляет собой оценку поставленной организацией цели с точки зрения того, какие ресурсы для этого необходимы и будут ли они доступны тогда, когда это станет нужно, и в тех количествах, которые потребуются [1].

В различных источниках дается множество определений финансовому планированию, однако все определения едины во мнении, что планирование – это процесс генерации финансовых планов, направленных на обеспечение организации финансовыми ресурсами для ее функционирования и развития.

Процесс финансового планирования осуществляется для достижения следующих целей и задач:

- обеспечение устойчивого развития организации путем нахождения баланса между финансовыми ресурсами и предстоящими расходами;
- определение финансовых возможностей организации;
- определение будущего объема производства и продаж продукции исходя из анализа конъюнктуры рынка;
- прогнозирование объема денежных поступлений на основании намеченного производства;
- расчет и получение обоснования расходов и затрат на предстоящие периоды;
- определение оптимального распределения финансовых ресурсов;
- оценка результативности деятельности организации;
- обеспечение контроля за использованием ресурсов;
- определение целесообразности и экономической эффективности планируемых инвестиций [2].

Финансовое планирование является инструментом совершенствования управления организацией. Данный процесс включает в себя вовлечение менеджеров и сотрудников различных уровней с целью разработки целевых показателей, планов и контрольных мер на основе таких источников данных управленческого учета как финансовая отчетность предприятия, сметы затрат,

результаты анализов деятельности организации за предшествующие периоды и т.д. Планирование требует определенного времени и ресурсов на разработку сложных планов. Соответственно возникает вопрос, что организации получают за эти вложения, какова роль планирования?

В ходе исследования выявлено, что финансовое планирование, прежде всего, позволяет определять направление развития организации путем разработки долгосрочных стратегических целевых установок. Соответственно через стратегические цели, планирование координирует будущие действия различных ее подразделений. Так как в процесс планирования вовлечены сотрудники разных уровней, это улучшает информационные и коммуникационные потоки [3]. В свою очередь, качественно осуществленный процесс планирования предоставляет менеджерам глубокую и детальную информацию для принятия ценных стратегических решений. Планирование позволяет находить новые возможности на рынке. Очень часто менеджеры могут рекомендовать выйти на новый рынок по стратегическим причинам, то есть не потому, что непосредственные инвестиции будут иметь положительную чистую прибыль, а потому, что данные инвестиции могут помочь занять нишу на данном рынке в долгосрочной перспективе, а это создаст возможности для максимизации прибыли и появления возможности для последующих рентабельных инвестиций.

Виды планирования разделяют на основе временных периодов, на которые разрабатываются финансовые планы. *Долгосрочное планирование*, его также называют перспективным, направлено на решение стратегических задач. Именно долгосрочное планирование определяет финансовую политику и стратегию предприятия. Временной интервал долгосрочного планирования – 3-5 лет, однако может и превышать данные сроки. Наличие долгосрочного планирования позволяет менеджерам организаций иметь более масштабное видение развития организации в перспективе, определять и использовать новые возможности, предусматривать и предотвращать негативное влияние внешних факторов на стабильное функционирование фирмы. Результаты долгосрочного планирования выражаются в виде прогноза основных тенденций экономики/отрасли, финансовой стратегии, финансовой политике, а также прогноза ключевых показателей.

Следующий вид планирования, *текущее планирование* организации основывается на элементах долгосрочного планирования, соответственно в процессе текущего планирования разрабатываются планы в соответствии с финансовой стратегией и финансовой политикой организации. Срок, на который составляются планы текущего планирования – 1 год. Кроме элементов долгосрочного планирования, в качестве исходных данных для текущего планирования берутся результаты финансового анализа за предшествующий период, планируемые объемы продаж, данные о кредитных процентных ставках, налоговых ставках, норм амортизационных отчислений и принятых нормативов затрат. В результате осуществления текущего планирования, фирма определяет источники финансирования ее развития на предстоящий период, формирует структуру доходов и расходов, активов и капитала организации. Тем самым, благодаря текущему планированию обеспечивается постоянная

платежеспособность предприятия [1].

Последний вид планирования, *оперативное планирование* осуществляется в дополнение текущему планированию с целью эффективного распределения фактической выручки для покрытия краткосрочных расходов наличных.

Результатом оперативного планирования является разработанные платежный календарь, кассовый план – план оборота наличных средств, которые составляются на квартал или месяц с разбивкой на более мелкие периоды. Также, оперативное планирование включает в себя налоговый календарь и расчет потребности в краткосрочном кредите.

Планирование осуществляется в несколько этапов:

1) первым этапом является анализ финансового положения предприятия. На основе данных бухгалтерского баланса, отчета о движении денежных средств, отчета о прибылях и убытках и другой финансовой документации проводится анализ финансовых показателей деятельности организации предыдущих периодов. Результаты данного анализа помогают определить нынешнюю финансовую ситуацию организации и проблемы, стоящие перед ней;

2) вторым этапом является разработка общей финансовой стратегии и способов ее достижения. Данный этап задает направление дальнейшему развитию деятельности организации. Результаты данного этапа выражаются в форме документации перспективного планирования;

3) третий этап заключается в составлении текущих планов;

4) четвертый этап – это корректировка, увязка и конкретизация о плана с производственными, коммерческими, инвестиционными и другими планами и программами, разрабатываемыми организацией;

5) пятым этапом является составление платежного календаря, кассового и налогового плана, а также расчет потребности в краткосрочных займах;

6) шестой этап – это реализация плана;

7) седьмой этап заключается в мониторинге и контроле выполнения плана. В ходе седьмого этапа, фактические сравниваются с запланированными показателями, выявляются причины отклонений от плана, разрабатываются рекомендации и меры устранения негативных результатов [4].

На практике планирование осуществляется при помощи следующих методов:

1. Метод экстраполяции – это корректировка будущих ожидаемых значений финансовых показателей, на основе имеющихся данных о динамике их изменений в отчетные периоды. Данный метод используется при наличии устойчивых тенденций в изменениях финансовых показателей.

2. Вторым и наиболее популярным на данный момент методом является нормативный метод планирования. Организации устанавливают различные типы нормативов, которые они стремятся достигнуть. Для примера, в планировании бюджета используют нормативные затраты для подготовки бюджетов, и затем обновляют данные нормативы по мере изменения обстоятельств.

3. Следующим методом планирования является балансовый метод, который направлен на обеспечение равновесия между финансовыми ресурсами предприятия и намеченными расходами. Результатом использования данного

метода является система планов, представленная в виде установленных материально-вещественных пропорций.

4. Многовариантность – представление развития ситуации путем представления различных сценариев развития событий. Финансовые показатели чаще всего рассчитываются на основе данных прошлых периодов, затем корректируются с учетом влияния различных факторов, представляются в виде нескольких наиболее вероятных сценариев и отбирается наиболее оптимальный.

5. Экономико-математическое моделирование – математическое описание экономических процессов, расчетов финансовых показателей и факторов, влияющих на них [5].

Таким образом, можно отметить, что финансовое планирование является действенным инструментом обеспечения эффективной деятельности организации. Финансовое планирование позволяет быть готовым к рыночным изменениям, постоянно мониторить финансовое состояние, принимать меры по повышению инвестиционной привлекательности компании. Несмотря на то, что многие организации сталкиваются с проблемами при финансовом планировании, без него невозможно успешное развитие организации. Руководитель просто не сможет принять эффективное управленческое решение, не имея перед собой актуальную и достоверную информацию. В этой связи можно говорить, что финансовое планирование является основой успешного управления организацией.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеева А.И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие /А.И. Алексеева, Ю.В. Васильев. – М.: Финансы и статистика. 2009. – 529 с.

2. Бухалков, М.И. Внутрифирменное планирование: учебник /М. И. Бухалков. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 400 с.

3. Теплова, Т.В. Корпоративные финансы: Учебник для бакалавров /Т.В. Теплова. – М.: Юрайт, 2013. – 655 с.

4. Официальный сайт журнала «Финансовый менеджмент» URL: www.finman.ru

5. Донцова Л.В. Анализ финансовой отчетности: учебник /Л.В. Донцова, Н.А. Никифорова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2011. – 368 с.

ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ НЕФТЕГАЗОВОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Добыча нефти и природного газа для их последующего экспорта во многих странах мира приносит львиную долю бюджетных доходов, в связи с чем нефтяное и газовое хозяйство являются передовыми отраслями их экономик.

Как известно, ведущее место в топливно-энергетическом секторе занимает нефть. Она составляет основу топливно-энергетических балансов всех экономически развитых стран. Нефть – национальное богатство добывающих стран, источник могущества, фундамент их экономики, фактор обороны и безопасности.

За одни сутки в мире добывается порядка ста миллионов баррелей «черного золота». Первую тройку самых крупных нефтяных держав составляют Российская Федерация, Саудовская Аравия и Соединенные Штаты Америки. Именно эти три страны поставляют 30 процентов всей торгующейся нефти.

Доказанные запасы нефти в мире оцениваются в 140 млрд т, а ежегодная добыча составляет около 3,5 млрд т. Запасы нефти в крупных странах мира на сегодняшний день составляют, млрд т: Саудовская Аравия - 36,1; Ирак - 18,1; Иран - 15,5; Кувейт – 13,3; ОАЭ – 13; Венесуэла – 11,2; США – 4,2; Китай – 3 [5].

Республика Казахстан является одной из нефтедобывающих стран мира. Первая казахская нефть добыта в ноябре 1899 года на месторождении Карашунгул, в Атырауской области. Нефть в Казахстане начали добывать ещё в конце XIX века, намного раньше чем в Иране, Кувейте, Мексике, Норвегии, Саудовской Аравии. Казахстан обладая значительными запасами углеводородного сырья (около 3 % мировых запасов), входит в число 15 ведущих стран мира добывающих данное сырье наряду со странами Ближнего Востока, Россией, Венесуэлой, Китаем, Норвегией, Канадой, Великобританией, Индонезией и Бразилией. При этом следует отметить, что основными потребителями углеводородов, добываемых в Казахстане, являются США, Япония, Китай, Корея, Индия и европейские страны, которые обеспечивают 60% мирового потребления углеводородного сырья [2].

По данным Oil & Gas Journal, на январь 2018 года Казахстан по запасам нефти занимает 12-е место в мире. Запасы нефти в Казахстане находились на уровне 30 миллиардов баррелей, или 3,9 миллиардов тонн, что составляет 1,8% мировых запасов [6].

По данным Министерства энергетики Республики Казахстан, запасы углеводородов Казахстана могут удвоиться за счет разведки глубокозалегающих горизонтов Прикаспийской впадины. До сегодняшнего дня проводилась разведка и исследовались только так называемые предбортные зоны этого бассейна.

В Казахстане насчитывается около 200 месторождений нефти и газа, общий объем запасов которых составляет около 12 млрд тонн. Республика

ежегодно добывает почти 80 млн тонн нефти, 70% добычи сосредоточено на западе страны. По сообщениям Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК объем добычи в 2018 году составила 90 млн 360 тыс. тонн нефти. Казахстан добыл рекордный объем нефти. Это на 4,8% выше, чем в 2017 году, что обеспечивается за счет крупных нефтегазовых проектов, таких как Тенгиз, Кашаган и Карачаганак. Почти две трети (60,9%) добычи пришлось на Атыраускую область (47,2 млн тонн, +11,6% за год), 23,3% – на Мангистаускую область (18 млн тонн, +0,7% за год) и 8,3% – на Кызылординскую область (6,4 млн тонн, – 6,2% за год). В отчетном периоде было добыто газового конденсата в объеме 12,863 млн тонн (уменьшение добычи по сравнению с 2017 годом на 3,1%), природного газа - 55,486 млрд куб. м (+4,8%), угля – 117,789 млн тонн (+4,9%) [1]. В Атырауской области крупными добытчиками сырой нефти и попутного газа являются филиал «Норт Каспиан Оперейтинг Компани Н.В.» (месторождение Кашаган), ТОО «Тенгизшевройл» (месторождение Тенгиз), АО «Эмбаунайгаз» и др. В Мангистауской области работают АО «Каражанбасмунай», АО «Мангистаумунайгаз», ТОО «Каракудукмунай» и др. В Кызылординской области добычей нефти занимаются такие компании, как ТОО «Совместное предприятие «Куатамлонмунай», АО «Тургай Петролеум», ТОО «Совместное предприятие «Казгермунай», АО «Нефтяная компания «Кор» и др.

Казахстанский оператор по разведке, добыче, переработке и транспортировке углеводородов, представляющий интересы государства в нефтегазовой отрасли Казахстана – Национальная компания «КазМунайГаз». По данным АО «НК «КазМунайГаз», компания добывает 28% от общего объема добычи нефти и газоконденсата в Казахстане, обеспечивает 65% транспортировки нефти магистральными нефтепроводами и 77% транспортировки нефти танкерами из порта Актау, осуществляет переработку 82% казахстанской нефти с долей розничного рынка нефтепродуктов в 17%.

Более 90% запасов нефти сосредоточено на 15 крупных месторождениях – Тенгиз, Кашаган, Карачаганак, Узень, Жетыбай, Жанажол, Каламкас, Кенкияк, Каражанбас, Кумколь, Северные Бузачи, Алибекмола, Центральная и Восточная Прорва, Кенбай и Королевское. Самыми крупными месторождениями нефти Казахстана из вышеперечисленных являются Кашаган, Тенгиз и Карачаганак.

К крупным предприятиям нефтегазовой отрасли страны относятся АО "Разведка Добыча "КазМунайГаз", АО "Мангистаумунайгаз", АО "Каражанбасмунай", АО "ПетроКазахстан Кумколь Ресорсиз", ТОО "Жаикмунай", ТОО "Тенгизшевройл", Карачаганак Петролеум Оперейтинг Б.В., АО "СНПС-Актобемунайгаз", ТОО "Сарыарка Газ Даму" и другие.

Кашаган – крупное нефтегазовое месторождение в Казахстане, запасы которого оцениваются в 4,8 млрд тонн нефти. Общие нефтяные запасы составляют 38 млрд баррелей, из них извлекаемые – около 10 млрд баррелей. Общие разведанные запасы Тенгизского месторождения оцениваются в объеме 3,1 млрд тонн или 26 млрд баррелей. Месторождение Карачаганак насчитывает 1,2 млрд тонн нефти и конденсата и более чем 1,35 трлн кубометров газа. На Карачаганак добывается около 47 % всего газа и 17 % всей нефти в Казахстане

[4]. Добыча нефти сырой, включая нефть, полученную из минералов битуминовых за 2018 год представлена на рисунке 1.

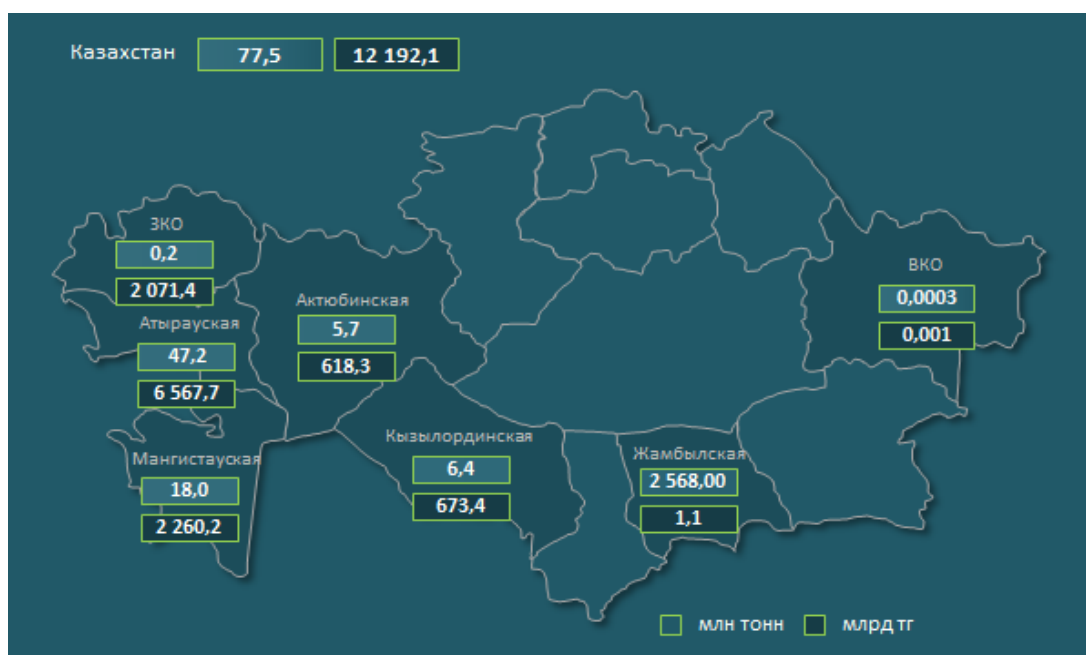


Рисунок 1 – Добыча нефти сырой, включая нефть, полученную из минералов битуминовых за 2018 год

В 2018 г. по приоритетным для экономики сырой нефти и нефтепродуктам зафиксировано превышение экспорта над импортом. По официальным данным, в стране было произведено чуть больше 153 млн тонн углеводородного сырья и продуктов, ввезено – 38,8 тыс. тонн, реализовано на внутреннем рынке – 27,04 млн тонн, а спрос у зарубежных партнеров составил чуть больше 126 млн тонн продукции нефтяного сектора.

Кроме того, большая доля в казахстанском экспорте приходилась на очищенные газы, включая этилен, пропилен, бутилен, бутадиен – 25,7 млрд тенге. Импортировано за тот же период на 30,07 млн тенге, а произведено аж на 164,34 млрд тенге.

В настоящее время в Казахстане функционирует три нефтеперерабатывающих завода (Атырауский, Павлодарский, Шымкентский). В 2018 г. объем производства нефтепродуктов на трех НПЗ составил 6,38 млн тонн, рост на 1,3%. В целом, ситуация на рынке нефтепродуктов стабильна и дефицита на ГСМ не наблюдается. По состоянию на 7 августа в количестве остатков ГСМ достаточно для покрытия потребностей внутреннего рынка. Объем по бензину – 348,3 тыс. тонн, что достаточно на месяц, а по дизтопливу 247,7 тыс. тонн, что достаточно на 21 день (таблица 1) [7].

Таблица 1 – Нефтеперерабатывающие заводы Казахстана

НПЗ	Контролирующий акционер	Мощности по переработке, млн т.	Объем переработки (2015 год), млн т.	Глубина переработки (2015 год), %	Область	Год ввода в эксплуатацию
Атырауский	КазМунайГаз	4,9	4,868	59,2	Атырауская	1945
Павлодарский	КазМунайГаз	6,0	4,811	72,5	Павлодарская	1978
Шымкентский	PetroKazakhstan	5,2	4,493	75	Южно-Казахстанская	1985

Согласно озвученным ведомственными источниками данным, в последние годы Казахстан придерживается прагматичного сценария, ориентированного на последовательное увеличение добычи нефти до 95–100 млн. т в 2020 г., до 110-115 млн. т – к 2030 г., стабилизацию в 2040-2050 гг. на уровне 110 млн. т.

По словам министра, в 2019 году планируется добыть 89 млн тонн нефти.

Доля трех крупных месторождений составит 53,5 млн тонн. По сравнению с 2018 годом это меньше на 1%, или 438 тыс. тонн. Стоит отметить, что низкий прогнозный показатель связан с плановыми ремонтными работами на Карачаганаке, Тенгизе и Кашагане.

В 2019 году закроют три самых крупных нефтегазовых месторождения Казахстана, которые нам дают почти 75% добычи, предполагается крупный капитальный ремонт. Некоторые месторождения даже будут полностью останавливаться. Так называемый shutdown будет от месяца до полутора месяцев [3].

В 2019 году планируется начать экспорт казахстанских нефтепродуктов в страны Центральной Азии.

Также Минэнерго прорабатывает меры по временному запрету на вывоз дизтоплива за пределы страны. Основная причина - в странах ЕАЭС и у других ближайших соседей цены значительно выше на дизельное топливо. Понятно, что есть перетоки. Поэтому цена шла вверх. Для недопущения роста цен на топливо, а также снижения риска образования дефицита дизельного топлива министерством проработаны меры по временному запрету на вывоз дизтоплива за пределы страны на основании действующего законодательства, не противоречащего нормам ЕАЭС.

По словам министра Каната Бозумбаева предполагается, что страны ОПЕК и не ОПЕК сократят ежедневную добычу в 2019 году на 1 млн 200 тыс. баррелей, в том числе страны ОПЕК - на 800 тыс. баррелей, и страны вне ОПЕК - на 400 тыс. баррелей [7].

За годы независимости Республика Казахстан делала основной акцент на экспорт минеральных ресурсов страны (доходы от экспорта нефти и газового

конденсата). Но в последние годы падение мировых цен на углеводородное сырье привело к снижению показателей экспортного дохода республики, основной причиной которого является переизбыток рынка и поддержание Казахстаном инициативы ОПЕК по сокращению добычи нефти. Казахстан обладает значительными финансовыми ресурсами, на которые он может опереться, чтобы преодолеть сложившуюся ситуацию.

Государством на постоянной основе проводятся масштабные мероприятия по повышению привлекательности нефтегазовой отрасли, что должно значительно увеличить приток финансовых вложений в данную отрасль и оказать существенное влияние на стабильное развитие экономики страны за счет развития отраслей приоритетного значения.

Так, например, с целью повышения эффективности текущего законодательства в сфере недропользования, планируется предусмотреть возможность упрощения бюрократических процедур при получении прав на недропользование, что в конечном итоге способствует созданию комфортных условий для работы в данной отрасли компаниям малой и средней капитализации, а также увеличению инвестиций для успешного развития нефтегазовой отрасли и экономики страны в целом.

Доходы государства, получаемые от нефтегазовой отрасли, должны аккумулироваться для дальнейшего финансирования и модернизации иных отраслей экономики Казахстана с целью ухода от отраслевой направленности страны в будущем.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

6. Комитет по статистике Министерства Национальной экономики Республики Казахстан, <http://economy.gov.kz> .

7. Комитет геологии и недропользования Министерства по инвестициям и развитию республики Казахстан, <http://miid.gov.kz> .

8. Информационно-аналитический центр нефти и газа, <http://www.iacng.kz/ru/> .

9. Финансовый портал URL: <http://kase.kz> .

10. Р.С. Каренов. Современное состояние и приоритетные задачи развития в перспективе нефтяной отрасли в мире и Казахстане <https://articlekz.com> .

11. BP Statistical Review of World Energy, — [ЭР]. Режим доступа: <https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/energy-economics/statistical-review/bp-stats-review-2018-full-report.pdf> .

12. Деловой портал «Центр деловой информации Kapital.kz»: <http://kapital.kz> .

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ МАЛОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ ЗЕМЛЕУСТРОЙСТВА ВКО

С обретением государственной независимости и провозглашением курса перехода к рыночной экономике возникла необходимость преобразования земельных отношений к условиям рынка, создания правовых, экономических и организационных условий для равноправного развития всех форм хозяйствования, охраны прав на землю граждан и юридических лиц, развития рынка земли.

Малый бизнес играет огромную роль в экономике страны. Уровень его развития, его активности определяет степень демократизации страны и прозрачности её экономики. Поддерживая этот экономический сегмент, государство повышает благосостояние населения, а также уплаченные предпринимателями налоги пополняют бюджет страны. Очень важен ещё факт конкуренции - главное условие работы малых предприятий - сдерживает рост цен на услуги и товары, побуждая постоянно повышать качество своей продукции и внедрять инновации. Развитие малого бизнеса позволяет создавать дополнительные рабочие места, что ведет к сокращению уровня безработицы.

Малый бизнес в сфере землеустройства (на рынке земли) сформировался в Республике Казахстан относительно недавно, в 2000 году, и связан с принятием государственной Программы обеспечения прав на землю в Республике Казахстан на 2000-2003 годы, где предусматривалась передача в конкурентную среду отдельных видов землеустроительных работ. До принятия данной Программы на рынке земли в Казахстане только одно предприятие осуществляло коммерческую деятельность, фактически являясь монополистом, это РГП «Государственный научно-производственный центр земельных ресурсов и землеустройства» с дочерними предприятиями в регионах.

Для осуществления деятельности в данной сфере предприятиям малого бизнеса необходимо было получить лицензию в соответствии с квалификационными требованиями к лицензированию землеустроительных, топографо-геодезических и картографических работ, утвержденных Постановлением Правительства Республики Казахстан от 30 сентября 2000 года № 1481. В квалификационные требования входило наличие штата сотрудников, имеющих средне-специальное или высшее образование по специальности: землеустройство, геодезия, земельный кадастр, картография, а также наличие специализированных компьютерных программ для обработки данных и оборудования, для выполнения полевых измерительных работ. С 2012 года лицензия на выполнение землеустроительных работ исключена из реестра лицензируемых видов деятельности, что упростило доступ предприятий для работы на рынке.

Государственной управление земельными ресурсами представляет собой распорядительную деятельность соответствующих государственных органов, направленную на обеспечение рационального использования и охраны единого

земельного фонда страны. Управление земельными ресурсами представляет собой регулирование земельных отношений посредством правовых норм и обеспечение соблюдения требований земельного законодательства путем осуществления государственными органами систематического контроля за использованием и охраной земель и принятия необходимых мер воздействия на нарушителей земельного законодательства.

К основным задачам государственного управления в сфере использования земельных ресурсов и возникающих при этом земельных отношений относятся:

- улучшения использования и охраны земельных ресурсов государства;
- сохранение и улучшение экологического состояния территорий;
- создание правовых, экономических и организационных предпосылок для функционирования всех форм собственности, владения и пользования землей и форм хозяйствования на ней.

Содержание государственного управления земельными ресурсами представляет собой основные направления деятельности государственных органов по обеспечению рационального использования и охраны земель. Оно включает в себя следующие функции:

- распоряжение земельным фондом;
- планирование рационального использования и охраны земельных ресурсов;
- организация и осуществление землеустройства и земельного кадастра, а также мониторинга земель;
- контроль за использованием и охраной земель;
- участие в разрешении земельных споров между земельными собственниками, и землепользователями;
- охрана права собственности на землю, права землепользования.

Продукт землеустройства- земельные правоотношения между государством с одной стороны и физическими и юридическими лицами с другой. Емкость рынка зависит от таких факторов как: площадь и состав земель в регионе (Рисунок 1), платежеспособности субъектов рынка, экономического состояния региона, реализация новых государственных программ в данной сфере (например: издание Постановление Правительства о «Правилах рационального использования земель сельскохозяйственного назначения» в 2011 году привело к появлению нового вида работ, как Проект внутрихозяйственного землеустройства, заказчиками которых являются крестьянские хозяйства).

На 1 ноября 2018 года территория Восточно-Казахстанской области составляет 28 346,8 тыс. га, из них:

- земли сельскохозяйственного назначения – 10927,9 тыс. га (38,5 % от земельного фонда области);
- земли населенных пунктов – 2953,4 тыс. га (10,4%);
- земли промышленности, транспорта, связи, для нужд космической деятельности, обороны, национальной безопасности и иного несельскохозяйственного назначения – 140,4 тыс. га (0,5%);
- земли особо охраняемых природных территорий, земли оздоровительного, рекреационного и историко-культурного назначения –

1542,2 тыс.га (5,4%);

- земли лесного фонда – 2152,5 тыс. га (7,6%);
- земли водного фонда – 571,2 тыс. га (2,0%);
- земли запаса – 10059,2 тыс. га (35,6%).



Рисунок 1. Земельный фонд ВКО по состоянию на 1 ноября 2018 года.

Ниже приведена диаграмма, где указывается общая сумма выполненных инженерно-изыскательских работ, в том числе землеустроительных работ за период с 2012г по 2017г. [1]

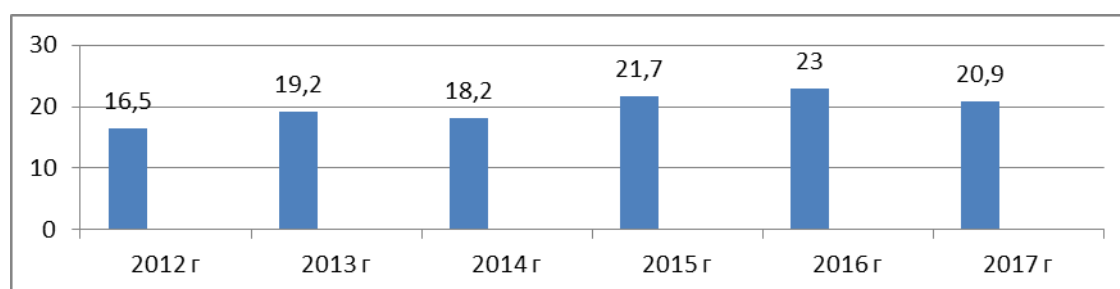


Рисунок 2. Объем оказанных услуг в области инженерных изысканий в ВКО за период с 2012-2017 года (в млрд.тг)

Из данной диаграммы видно, что имеется стабильный положительный тренд в объемах выполненных работ с 16,5 млрд.тенге в 2012 году до 21 млрд.тенге в 2017 году, что говорит о растущем рынке в сфере инженерных изысканий и землеустроительных работ в частности. Во многом это связано с

проведением государством мер по контролю за рациональным использованием земельных ресурсов путем принятия государственных программ, и выделением средств из республиканского и местных бюджетов регионов.

По состоянию на 1 января 2018 года в Восточно-Казахстанской области зарегистрировано 35 субъектов малого бизнеса, осуществляющие предпринимательскую деятельность на территории региона. Подавляющая часть, а это 60% от общего количества предприятий, расположены в областном центре региона в г.Усть-Каменогорск. Отчасти это связано с нахождением в городе высшего учебного заведения, ведущего подготовку специалистов в данной сфере.

Таблица 1. Количество предприятий малого бизнеса в сфере землеустройства в ВКО в разрезе районов и городов по состоянию на 1 января 2018 года [3].

Район/город	Количество предприятий
г.Усть-Каменогорск	21
г.Семей	6
г.Риддер	1
г.Курчатов	3
Уланский район	1
Аягозский район	1
Урджарский район	1
Район Алтай	1

В данной таблице указаны предприятия, которые непосредственно осуществляют предпринимательскую деятельность в сфере землеустройства. Не указаны предприятия, для которых эта деятельность является не основной.

На сегодняшний день в отрасли имеется небольшой спад в связи с ухудшением платежеспособного спроса. Но реализация новых государственных программ в отрасли землеустройства в перспективе создают благоприятные условия для оживления и роста емкости рынка землеустройства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Официальный сайт Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК.

2 Сайт Управления земельных отношений Восточно-Казахстанской области.

3 Сайт www.KAZDATA.kz -База данных маркетинговой компании ТОО «KazDATA».

4 Карпова Н.В. Управление земельными ресурсами / Учебное пособие для студентов вузов, Старый Оскол : ТНТ, 2010. - С. 89-92

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ УРОВЕНЬ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ

Уровень жизни - сложная социально-экономическая категория, которую характеризуют в той или иной степени более сотни статистических показателей.

Это достаточно сложная категория по ряду причин:

- невозможность численно определить удовлетворение потребностей, которые соответствуют какой-либо кривой безразличия;
- отсутствие однозначной методики оценки уровня жизни населения, которой бы придерживалось большинство ученых;
- сложность определения таких характеристик, как культурный уровень, удовлетворение духовных потребностей, безопасность граждан, условия труда и другие.

Поэтому для оценки уровня жизни требуются не только количественные, но и качественные характеристики, а также интегральные оценки. Для измерения уровня жизни трудно подобрать показатели, адекватно отражающие его. В связи с этим целесообразно рассматривать комплексную систему показателей, характеризующих уровень жизни населения. В последние годы было предложено несколько систем, различающихся структурой и набором показателей.

В качестве исходных показателей используются следующие: располагаемый доход домашних хозяйств, их фактическое конечное потребление, расходы на конечное потребление домашних хозяйств, денежные доходы населения, денежные расходы и сбережения населения, среднедушевые денежные доходы, реально располагаемые денежные доходы, среднемесячная начисленная заработная плата, средний размер назначенной месячной пенсии, покупательная способность денежных доходов населения, распределение населения по уровню среднедушевых денежных доходов, распределение общего объема денежных доходов по разным группам населения, коэффициенты дифференциации доходов населения, коэффициент концентрации доходов (индекс Джини), величина прожиточного минимума, численность населения с денежными доходами ниже прожиточного минимума, дефицит дохода.

Предлагается три группы показателей:

1) показатели распределения и дифференциации по уровню доходов населения (ряд распределения населения по размеру среднедушевого денежного дохода, кривая Лоренца, коэффициент концентрации Лоренца или индекс Джини, коэффициент фондов, децильный коэффициент дифференциации);

2) показатели, характеризующие уровень и распределение низких доходов (величина прожиточного минимума, численность населения с доходами ниже прожиточного минимума, дефицит дохода, индекс глубины бедности, индекс остроты бедности);

3) баланс денежных доходов и расходов населения (доходы и их структура, расходы и их структура, превышение расходов над доходами или наоборот).

Данная система показателей, оценки уровня жизни по нашему мнению является

не полной и не характеризует комплексно уровень жизни населения, так как в ней отсутствуют показатели, оценивающие состояние социальной сферы, окружающей среды и др.

Вопросам социальной статистики отводится большое значение в деятельности различных международных организаций (в частности Организации Объединенных наций (ООН)). Так, феврале 1997 года на 29 Сессии статистической комиссии ООН был утвержден минимальный набор национальных данных социальной статистики, рекомендованный рабочей группой по международным статистическим программам и координации экономического и социального совета ООН. Данные показатели широко используются в мировой статистической и экономической практике для оценки уровня жизни населения.

В состав минимального набора входят следующие показатели:

- численность населения с разбивкой по полу, возрасту и, где необходимо, по этническим группам;
- средняя ожидаемая продолжительность жизни при рождении, с разбивкой по полу;
- младенческая смертность, с разбивкой по полу;
- материнская смертность;
- доля детей с весом при рождении менее 2,5 кг, с разбивкой по полу;
- средняя продолжительность обучения в школе (полных лет), с разбивкой по полу, если возможно, имущественному положению;
- валовый внутренний продукт на душу населения;
- среднедушевой доход домашнего хозяйства (уровень и состав);
- стоимость минимальной продовольственной корзины, необходимой для удовлетворения потребностей в пище;
- доля безработных с разбивкой по полу;
- соотношение занятых в общей численности населения, с разбивкой по полу, формальному и неформальному секторам экономики, в случае необходимости;
- доступ к питьевой воде;
- обеспеченность санитарно-гигиеническими условиями;
- количество человек на одну комнату, исключая кухню и ванную.

Статистическая комиссия ООН признала, что данные показатели, необходимо рассматривать не как исчерпывающие, а как минимальный перечень и предложила пользователям дорабатывать его в целях и с учетом национальных экономико - статистических потребностей. Группой экспертов было подчеркнуто также, что при дальнейшей разработке этого перечня, наряду с решением национальных задач, большое значение должно придаваться максимально возможной сопоставимости данных между странами.

Кроме того, Статистической комиссией ООН разработана в целях сопоставления жизненного уровня населения различных стран система показателей, которая включает следующие разделы: условия жизнедеятельности населения, потребления продовольствия и непродовольственных товаров, социальное обеспечение, образование и досуг, занятость и свобода человека. Данная система довольно полно отражает уровень жизни, однако в ней недостаточно глубоко учитываются факторы, отражающие рост цен, что особенно актуально для нашей страны, уровень

налогов, развитие социальной сферы и др.

На основании анализа имеющихся показателей предлагается уточненная система оценки уровня жизни, наиболее полно и комплексно отражающая суть уровня и качества жизни. Данная система состоит из следующих групп показателей:

1. Обобщающие показатели
2. Доходы населения
3. Расходы населения и потребление
4. Накопленное имущество и жилище
5. Система социальной защиты
6. Социальная сфера
7. Окружающая среда
8. Социальная дифференциация населения.

На рисунке 1 представлены основные показатели системы оценки уровня жизни населения в выделенных группах показателей.

Показатели в выделенных группах, несомненно, могут быть дополнены другими индикаторами. Нами были представлены показатели, наиболее характерные для каждой из группы и объективно отражающие ее особенности.

Одной из важнейших задач статистического исследования уровня жизни являются его комплексная оценка и анализ. Комплексная оценка уровня жизни может быть достигнута путем построения интегрального показателя.

Ряд международных организаций и многие национальные статистические службы уже продолжительное время осуществляют расчеты интегральных показателей уровня жизни населения с различной степенью агрегирования. Известен, так называемый интегральный показатель - индекс человеческого развития.

Индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП), или индекс человеческого развития, был предложен для определения уровня развития государств и проведения международных сравнений их социально-экономического развития исходя из формализованных индексов, характеризующих названные основополагающие критерии. ИРЧП - комплексная характеристика состояния экономических и социальных условий, сложившихся для жизни людей в той или иной стране. Он отражает уровень достижений данной страны в области развития человеческих ресурсов, а именно: насколько условия жизни в данной стране близки к неким общепризнанным критериям благополучия отдельного человека и всей нации - возможности жить долго, получить образование и иметь достойный уровень материального благосостояния. В данном показателе учитывается значимость как экономических, так и социальных факторов для жизни людей.

Обобщающие показатели	Доходы населения	Расходы населения и потребление	Накопленное имущество и жилище	Система социальной защиты	Социальная сфера	Окружающая среда	Социальная дифференциация населения
- валютный региональный продукт; - валютный региональный продукт в расчете на душу населения; - индекс денежных доходов населения (по группам населения); - соотношение индекса денежных доходов и индекса потребительских цен; - уровень бедности; - уровень безработицы; - ожидаемая продолжительность жизни; - младенческая смертность; - уровень образования различных групп населения и др.	- баланс денежных доходов и расходов населения; - совокупные, денежные, реальные, располагаемые, личные доходы; - оплата труда; - пенсии; - стипендии; - пособия; - покупательная способность заработной платы, пенсий, стипендий и пособий; - динамика реальных доходов; - соотношение темпов роста номинальных доходов и потребительских цен; - структура доходов; - средний доход и средняя заработная плата и др.	- покупка товаров и оплата услуг; - обязательные платежи и добровольные взносы; - прирост сбережений во вкладах и ценных бумагах; - покупка жилых помещений; - приобретение иностранной валюты; - деньги отправленные переводами и др.	- накопленное имущество в собственности и натуральном выражении; - жилищные условия; - обеспеченность населения жильем (размер общей и жилой площади в расчете на одного жителя страны); - наличие, состав и состояние жилищного фонда; - благоустройство жилищ; - наличие и характеристика предметов длительного пользования в собственности населения; - социально-имущественная структура населения и др.	- прожиточный минимум; - порог бедности; - минимальный потребительский бюджет; - минимальный размер заработной платы; - минимальный размер пенсии; - покупательная способность; - минимальная заработная плата; - покупательная способность; - минимальная пенсия; - уровень коэффициента бедности; - дефицит дохода; - социальный портрет бедности и др.	- образование; - культура и искусство; - здравоохранение; - туризм, отдых, физическая культура и спорт; - коммунальное хозяйство; - платные услуги - система показателей характеризующих предоставление населению различных услуг (бытовые услуги, пассажирский транспорт, связь, правовые услуги, банковские услуги и др.);	- состояние и охрана атмосферного воздуха, водных ресурсов, земельные ресурсы, лесного хозяйства, хозяйств, заповедников, национальных парков; - численность зарегистрированных населения с разным уровнем преступлений; - коэффициент индекса концентрации доходов Двини; - децильные коэффициенты дифференциации доходов и потребления населения и др.	- распределение объема денежных доходов по различным группам населения; - потребление основных продуктов питания, непродовольственных товаров и услуг населением с различным уровнем среднедушевого и среднего по домохозяйству совокупного дохода; - структура потребительских расходов населения с разным уровнем среднего дохода; - индекс концентрации доходов Двини; - децильные коэффициенты дифференциации доходов и потребления населения и др.

Рисунок 1. Основные показатели системы оценки уровня жизни населения

Таким образом, принцип расчета каждой составляющей сводного индекса заключается в оценке относительного расстояния между ее фактическим значением и максимальным, являющимся конечной целью развития. На данном этапе развития для стран мира ставятся следующие цели: повышение средней продолжительности жизни до 85 лет, доступность получения образования и обеспечение достойного уровня доходов, а также снижение уровней бедности до 5% и безработицы - до 2%. Достижение вышеназванных ориентиров предполагает приближение агрегированного индекса к 1. Чем выше ИРЧП, тем выше будет считаться степень человеческого развития.

В 1997 г. специалисты ПРООН предложили новый показатель - индекс человеческой бедности (ИЧБ), при расчете которого учитываются три фактора, выявляющих возможность для каждого индивидуума иметь достойную жизнь:

- продолжительность жизни (этот фактор оценивается долей населения, предстоящая продолжительность жизни которого составляет менее 40 лет);
- доступ к знаниям оценивается показателем доли неграмотных в численности взрослого населения;
- материальные условия существования определяют с помощью следующих трех показателей: доля населения, не имеющего доступа к медицинскому обслуживанию; доля населения, не имеющего доступа к питьевой воде; доля детей моложе 5 лет, страдающих от недоедания.

Следовательно, подход к оценке бедности только с точки зрения оценки уровня доходов не позволяет с достаточной точностью выявить истинные масштабы бедности, которая носит многоаспектный и качественный характер и не может быть сведена только к уровню удовлетворения элементарных материальных потребностей человека. Бедность означает также лишение человека возможности и условий приличного существования с точки зрения не только уровня жизни, но и творческой деятельности, свободы и достоинства. Поэтому при оценке уровня бедности международные организации в последние годы принимают во внимание такие показатели, как предстоящая продолжительность жизни, уровень образования, здоровья.

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Жеребин В.М. Уровень жизни населения / В.М. Жеребин, А.Н. Романов.-М.: Финансы, 2002.-230с.
- 2 Зубченко Л.А. О показателях бедности / Л.А. Зубченко // Вопросы статистики. - 2000. - №3. - С.24-26.
- 3 Оценка уровня и качества жизни населения // Экономист. - 2001. -№11.- С.61-70.
- 4 Кривко Н. Оценка уровня бедности в Республике Казахстан/ Н. Кривко // Экономика и статистика. - 2000. - №2. - С.9-16.
- 5 Шокаманов Ю.К. Тенденции человеческого развития в Казахстане / Ю.К. Шокаманов. - Алматы: Агентство Республики Казахстан по статистике, 2001. - 348 с.

СЛУЖБА МИЛОСЕРДИЯ КАК ИННОВАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ДОБРОВОЛЬЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В настоящее время в связи с появлением и развитием научно-технического прогресса и информационных технологий увеличился темп жизни современного человека, нередко люди стали забывать о тех, кто нуждается в помощи что привело к недостатку сострадания и милосердия к своим ближним. Представляется актуальным возрождение в обществе духовно-нравственных ценностей, заключающихся во внимании, любви и заботе к тем, кто нас окружает, в связи с этим за последние несколько лет во многих городах России стали активно развиваться добровольческие некоммерческие православные инициативы, связано это с тем, что возросло влияние Русской Православной Церкви, которая на протяжении всей истории оказывала первую помощь населению, строила богадельни, больницы и приюты, призванные помогать раненым, тяжелобольным, инвалидам, престарелым и другим категориям граждан. На данном этапе у Русской Православной Церкви накоплен большой опыт оказания медико-социальной помощи населению и сформированы современные методики оказания социально-медицинской помощи различным категориям граждан, такие как: организация онлайн- вебинаров на просторах интернета для лиц работающих в социальной сфере, проведение мероприятий и семинаров с обсуждением православно-медицинской тематики и т.д. что может быть полезным добровольцам, людям которые оказывают безвозмездную и бескорыстную помощь на добровольных началах. На официальном сайте Отдела Московского Патриархата по церковной благотворительности и социальному служению <http://www.diaconia.ru> размещена вся необходимая информация, в частности «актуальные новости, законы, статистика, нормативно-правовые документы, позволяющие добровольцу получить необходимую информацию, а также пройти интернет-обучение бесплатно, получив необходимое разрешение и рекомендацию от настоятеля. Ежегодно к интернет-обучению присоединяются от 1,5 до 2 тысяч новых участников. По данным на октябрь 2017 года, с марта 2011 года было проведено более 990 онлайн-семинаров. По итогам обучения в 2017 году разработаны 306 новых социальных проектов.» Данные курсы проводятся по всем основным направлениям церковной социальной деятельности: организация работы добровольцев, защита материнства и детства, помощь зависимым, помощь инвалидам и их семьям, работа с просителями, помощь бездомным [1].

Основой деятельности Русской Православной Церкви является реализация принципа милосердия к лицам, оказавшимся в трудной жизненной ситуации. Одним из ярких примеров такого служения является деятельность православной службы «Милосердие», которая была создана в таких крупных городах, как Москва и Екатеринбург, помогающих различным категориям граждан. Начинали данные службы свою деятельность с небольшой группы

людей, в свободное время проявляющих личное участие в социальной церковной деятельности, так называемых волонтеров (добровольцев). Добровольческая деятельность первоначально в данных службах складывалась из сестер милосердия - «объединений женщин, желающих в той или иной мере посвятить себя служению милосердия. [2]». Так, например, история создания службы «Милосердие» в г. Москва началась «с возникновения 28 мая 1991 года при Первой Градской больнице Свято-Димитриевского сестричества по благословлению Патриарха Алексия II. Первоначально сестры милосердия взяли на себя обязанности по уходу за тяжелобольными людьми в Первой Градской больнице и на дому, а позже — в Инфекционной больнице № 2. Затем открылась богадельня, куда были помещены тяжелобольные люди, за которыми некому было ухаживать дома. [3]». Данное объединение сестер милосердия действует и развивается в Москве до настоящего времени и является успешным примером организации и развития деятельности службы милосердия в рамках добровольческой деятельности в других городах России. Для многих сестриществ, которые активно развивают свою деятельность Ресурсный центр паллиативной помощи Свято-Димитриевского сестричества проводит выездные обучающие семинары, курсы паллиативной помощи и ухода.

Одной из главных особенностей Православной службы «Милосердия» в Москве является «наличие собственной инфраструктуры, благодаря которой помощь оказывается профессионально, качественно и эффективно. В число таких проектов входит: Свято-Софийский социальный дом, Центр реабилитации детей с ДЦП, Елизаветинский детский дом, Свято-Спиридоньевская богадельня, «Дом для мамы» и другие проекты, являющиеся негосударственными некоммерческими учреждениями, существующими за счет пожертвований от граждан[4]».

В г. Екатеринбурге Православная служба «Милосердия» была организована сравнительно недавно, 10 октября 2012 года. «Православная Служба Милосердия была создана при поддержке Отдела социального служения Екатеринбургской епархии, и направлена на социальную, материально-финансовую, духовную и иную помощь людям, оказавшимся в беде. Добровольцы помогают сиротам в детских домах, больницах, многодетным и малоимущим семьям, одиноким старикам, инвалидам и тяжелобольным людям, бездомным и тем, кто оказался в трудной жизненной ситуации» [5]. В основном помощь оказывается небольшими объединениями при храмах и регулируется Отделом по церковной благотворительности и социальному служению, которые организуют при своих отделах гуманитарные центры помощи и организуют объединения сестричества в рамках православной службы милосердия, деятельность которых на сегодняшний день успешно развивается в таких городах как : Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск и др. городах в рамках совместного участия добровольцев и сестер милосердия.

Согласно статистике, опубликованной на сайте diakonia.ru за прошедший 2018 год существует около 400 сестриществ милосердия (которые входят в Ассоциацию сестриществ милосердия), насчитывается около 2600 сестер милосердия; более 400 групп милосердия существует (в России)[6].

В частности, в Алтайском крае с 2001 г. по настоящее время существует Сестричество при кафедральном соборе Архистратига Божия Михаила в г. Рубцовск. Сестры посещают инвалидов и одиноких стариков на дому, пациентов в стационаре: помогают в подготовке к церковным Таинствам, оказывают помощь по уходу, по возможности дежурят у постели тяжелобольных, также действует Сестричество милосердия св. прмц. вел. кн. Елисаветы при храме свв. мчч. Бориса и Глеба г. Яровое. Действует с 2006. Состоит из прихожанок храма. Сестры посещают одиноких престарелых горожан: приносят духовную литературу, помогают подготовиться к участию в церковных Таинствах, при необходимости помогают по дому[7].

В Алтайском крае церковной социальной работой занимаются практически все приходы Барнаульской Епархии. В большинстве храмов люди жертвуют продукты питания и одежду нуждающимся. На некоторых приходах существует склад вещей-пожертвований. Оказывается, и индивидуальная финансовая помощь нуждающимся людям, посильная материальная помощь многодетным и неблагополучным семьям из числа прихожан, осуществляется сбор пожертвований для тяжелобольных людей, единовременная помощь для приобретения лекарств, осуществляется помощь беженцам и погорельцам действуют православные организации и службы, направленные на помощь бездомным, помощь оказывается с привлечением государственных учреждений социальной направленности, в число которых входят ВУЗЫ города с привлечением волонтерских отрядов, школы, больницы, социальная защита населения и сотрудничество с другими некоммерческими ассоциациями и объединениями, в число которых входит Красный Крест, организация «Много деток хорошо», Ассоциация «Мать и дитя», благотворительный онкологический фонд «Мишенька» и т.д. При Покровском кафедральном соборе и Никольском храме в г. Барнауле действуют проекты: благотворительная трапезная, в которой оказывается помощь в горячем питании и снабжение вещами, а также медикаментами, а также при Покровском храме действует Епархиальный автобус милосердия, в котором оказывается помощь в горячем питании, медицинской помощи, социальной помощи и духовном окормлении. Также помощь оказывают Богородице-Казанский мужской монастырь в с. Коробейниково и Иоанно-Кронштадский монастырь, которые оказывают помощь в приюте, доврачебную медпомощь, юридическую помощь и материальную помощь. В г. Новоалтайске при храме Великомученика Георгия Победоносца действует проект Дом милосердия, который принимает бездомных и действует пункт раздачи вещей. При каждом приходе действует Гуманитарный центр который, собирает вещи и отдает их нуждающимся.

В 2018 г. было проведено глубинное интервью в рамках социологического исследования, посвященное анализу направлений социального служения в Епархиальном управлении, в Отделе социального служения и церковной благотворительности, и действующем при Отделе Епархиальном Гуманитарном Центре с руководителем Отдела о. Михаилом Бенем и руководителем Гуманитарного центра м. Екатериной, были заданы вопросы касающиеся развития направлений социального служения в Алтайской

митрополии (Барнаульской Епархии), о видах помощи и категориях граждан, которые обращаются за помощью на приход и в Отдел с различными просьбами, а также обсуждались вопросы обучения добровольцев и перспективы дальнейшего развития социального служения в целом. Проанализировав направления церковной социальной работы Русской Православной Церкви в Алтайской митрополии (Барнаульской Епархии) посредством глубинного интервью был сделан вывод о том, что Отдел церковной благотворительности и социального служения оказывает помощь людям в тяжелой жизненной ситуации, в основном многодетным семьям, семьям с детьми инвалидами, папам и мамам одиночкам, престарелым гражданам, погорельцам, потопленцам и беженцам. Данная помощь гражданам заключается в консультациях, оказании психологической и юридической помощи во взаимодействии с различными учреждениями, а также снабжение средствами первой необходимости. Из форм помощи в Алтайском крае развивается: оказание гуманитарной поддержки, церковная благотворительность, правозащитная и миротворческая деятельность. В ходе беседы было выявлено что приходам Барнаула не хватает добровольцев (помощников) в сборе и распределении вещей, а также обсуждалась перспектива создания в г. Барнауле отряда добровольцев. Одним из ярких примеров такого добровольческого отряда является движение «Даниловцы» который действует с 2008 г. Отряд «Даниловцы» - «молодежная волонтерская группа, созданная по инициативе музыканта и педагога Андрея Мещеринова, который обратился к своим друзьям, работающим при Свято-Даниловом монастыре, специалистам по молодежной и социальной работе и предложил организовать досуг, творчество и общение для детей, больных раком. Так была создана молодежная волонтерская группа в НИИ нейрохирургии им. Бурденко, а вслед за ней по инициативе других активистов – группы в Российской детской клинической больнице, детском приюте и в подростковой колонии. Главным методом работы стало развитие и поддержка именно волонтерских групп. По инициативе данного движения в 2013 г. создана и успешно работает единственная в России «Школа социального волонтерства». Школа социального волонтерства — «это проект Добровольческого движения «Даниловцы» и «Союза волонтерских организаций и движений» по работе с волонтерами, координаторами волонтерских групп и волонтерскими организациями. Представляет собой «информационно-образовательный ресурс, способствующий повышению общественной активности граждан и развитию организованной волонтерской работы в социальной сфере[8]». Помощь оказывается в сотрудничестве с благотворительными фондами, общественными и религиозными организациями, активно взаимодействуя с государственными учреждениями оказания помощи, такими как: здравоохранение, образование, социальная защита населения.

Таким образом вышеперечисленные службы и православные проекты являются успешными примерами для реализации таких добровольческих инициатив в других городах, направленных на оказание помощи людям, попавшим в трудной жизненную ситуацию, при этом свое становление и развитие данные службы получили благодаря поддержке Русской

Православной Церкви, в основе которой лежит принцип милосердия, заключающийся в сострадании, заботе и любви к ближним, а также государство активно поддерживает развитие частного сектора в стране.

ИСТОЧНИКИ И ЛИТЕРАТУРА:

1. Дiakония. [Электронный ресурс]: Русская православная церковь. Синодальный Отдел по церковной благотворительности и социальному служению. Режим доступа: <http://www.diaconia.ru>
– Загл. с экрана.
2. Хулапа, В. Социальное служение Русской Православной Церкви. [Электронный ресурс]: Мультимедийное учебное пособие. – Режим доступа: http://social-orthodox.info/2_2.htm □ Загл. с экрана. / под ред. прот. В. Хулапа, И.В. Астэр - СПб: СПбГИПСР, 2014.
3. Портал «Милосердие.ру» [Электронный ресурс]: МИЛОСЕРДИЕ. RU. Портал о благотворительности. Режим доступа: <https://miloserdie.help/history/>
4. Портал «Милосердие.ру» [Электронный ресурс]: МИЛОСЕРДИЕ. RU. Портал о благотворительности. Режим доступа: <https://miloserdie.help/history/https://miloserdie.help/projects/>
5. Православная служба «Милосердие» [Электронный ресурс]: Свердловская региональная общественная организация поддержки социальной деятельности Екатеринбургской епархии «Православная Служба Милосердия» (сокращенное – РОО «Православная Служба Милосердия»). https://www.ekbmiloserdie.ru/o_slujbe
6. Дiakония. [Электронный ресурс]: Русская православная церковь. Синодальный Отдел по церковной благотворительности и социальному служению. Режим доступа: <http://www.diaconia.ru/ob-otdele>
7. База данных по социальному служению Русской Православной Церкви. [Электронный ресурс]: Алтайский край http://social.miloserdie.ru/search?region_id=81
8. «Даниловцы-волонтерское движение ». [Электронный ресурс]: О нас <https://www.danilovcy.ru/>

РАЗРАБОТКА И ПРИНЯТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ЗЕМЕЛЬ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗЕМЕЛЬНОГО ГОРОДСКОГО ФОНДА

На рыночную стоимость земли существенно влияет расположение земельного участка. В зависимости от расположения в городе земля может иметь разную стоимость. Наиболее удаленные от центра города земельные участки будут иметь меньшую стоимость, так как это является не удобным для граждан. Также из-за удаленности от коммерческих центров, центров развития культуры и общественных мест рыночная стоимость земельного участка может изменяться. Естественно стоимость земельного участка в центре будет больше, чем в пригороде, но и целевое использование таких участков может быть совсем другое. В наиболее развитых городах, центральные участки застроены в основном административными зданиями, бизнес центрами, центрами услуг и культурными сооружениями. Целевое использование земельного участка играет важную роль в определении его стоимости.

Земельный участок – это часть поверхности, которая имеет фиксированную границу, площадь, местоположение, правовой статус и другие характеристики, отражаемые в Государственном земельном кадастре и документах государственной регистрации прав на землю.

Владелец земли в первую очередь имеет право на доход, приносимый всем объектом недвижимости, поскольку стоимость зданий, сооружений и других улучшений на земельном участке носит вторичный характер и выступает как дополнительный вклад в стоимость земельного участка. Кроме того, выгоды от использования земельного участка реализуются на протяжении неограниченного времени, а все улучшения имеют определенный срок службы, что особенно актуально в настоящее время, когда многие здания, сооружения и технологии физически и морально устарели.

В современных условиях земля является одним из наиболее сложных объектов экономической оценки в составе недвижимости последующим причинам: специфика данного объекта; неразработанность нормативно-правовой базы; неразвитость земельного рынка в стране.

Отличия земельного участка от других видов недвижимости обусловлены следующими особенностями:

а) земля является природным ресурсом, который невозможно свободно воспроизвести в отличие от других объектов недвижимости;

б) при оценке всегда необходимо учитывать возможность многоцелевого использования земли:

- как основного средства производства. Сельскохозяйственные и лесные земли выступают средством производства сырьевых ресурсов, необходимых практически для всех отраслей экономики, а также продуктов питания;

- как пространства для социально-экономического развития. Земля

является пространственным базисом для размещения различных объектов недвижимости;

в) земельный фонд выступает основой формирования среды проживания населения страны и обеспечивает экологическую безопасность, особенно земли лесного и водного фондов. Поэтому во всех развитых странах государство регулирует использование земли одновременно как природного, так и хозяйственного объекта;

г) в отличие от других объектов недвижимости к стоимости земельных участков не применяются понятия физического и функционального износа, а также амортизации, поскольку срок эксплуатации земельных участков не ограничен. Поэтому стоимость земли, количество которой ограничено, в отличие от стоимости зданий, сооружений и других улучшений со временем, как правило, увеличивается.

Таким образом, экономически обоснованная стоимостная оценка земель является сложной процедурой, так как должна учитывать возможность их одновременного использования как природного ресурса, основы среды проживания населения и объекта недвижимости.

При этом необходимо особо подчеркнуть роль государства, земельная политика которого должна быть направлена на рациональное использование и охрану, воспроизводство и повышение плодородия почв, сохранение и улучшение благоприятной для жизни и здоровья людей окружающей природной среды, способствуя тем самым принятию научно обоснованных решений в области землепользования и градостроительства.

Заниженная оценка стоимости земли порождает неэффективное землепользование в сельском и лесном хозяйствах, а также нерациональную модель городского развития, например размещение в центральной части промышленных зон, а также экологически вредных предприятий. Большое значение при оценке имеет категория использования земли, так как она обуславливает правовое положение, разрешенное использование и различные сервитуты, относящиеся к конкретному земельному участку. Земельный фонд Казахстана по целевому назначению и правовому режиму включает 7 категорий земель:

1) К землям поселений (городов, поселков и сельских поселений) относятся все земли в пределах черты поселений, находящиеся в ведении городских и сельских администраций. Черта поселений – это внешние границы земель города, поселка, сельского поселения, которые отделяют эти земли от иных земель. Включение земельных участков в черту города не влечет прекращения права собственности на землю, права землевладения, землепользования и аренды на эти участки.

В отличие от других категорий земель, которые представляют, как правило, отдельные объекты, относительно не зависящие и легкоотчуждаемые от иных объектов, земли населенных пунктов со всеми улучшениями – системой инженерных сооружений и коммуникаций, улично-дорожной и транспортной сетью и другими элементами городской инфраструктуры представляют наибольшую сложность для оценки.

2) Земли сельскохозяйственного назначения образуют территории,

используемые соответствующими предприятиями, организациями и гражданами для нужд сельскохозяйственного производства. В их составе выделяются сельскохозяйственные угодья и земли, занятые лесополосами, внутрихозяйственными дорогами, коммуникациями, лесами, болотами, зданиями и сооружениями, необходимыми для функционирования сельского хозяйства. Важнейшими ценообразующими характеристиками данных земель выступают плодородие и местоположение.

3) Земли промышленности, энергетики, транспорта, связи, обороны и иного специального назначения – это земли, отведенные в установленном порядке соответствующим предприятиям, учреждениям и организациям для выполнения их хозяйственной деятельности (производства, строительства, транспортировки и т.п.).

4) Земли особо охраняемых территорий – земельные участки, которые имеют особое природоохранное, научное, историко-культурное, эстетическое, рекреационное, оздоровительное и иное ценное назначение. Эти земли постановлениями федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов РК или решениями органов местного самоуправления полностью или частично изъяты из хозяйственного использования и гражданского оборота, и для них установлен особый правовой режим.

5) Земли лесного фонда – лесные земли (покрытые и не покрытые лесом), а также нелесные земли (болота, дороги и другие), используемые для ведения лесного хозяйства.

6) Земли водного фонда – территории, занятые водоемами, ледниками, болотами, а также земли, выделяемые под полосы отвода гидротехнических, водохозяйственных и иных сооружений, необходимых для использования водных объектов.

7) Земли запаса – это государственные земли, не предоставленные муниципальным органам, гражданам и юридическим лицам в собственность, владение, пользование или аренду, а также земли, выведенные из хозяйственного оборота в результате консервации. Использование земель запаса допускается после перевода их в другую категорию. Оценка земли подразделяется на массовую кадастровую оценку земельных участков и рыночную оценку единичного земельного участка.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Максимова И.В. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия – М.: «Маркетинг». – 2006. – 329с.
2. Попов В.М, Ляпунов С.М., Муртузалиев С.Ю. Бизнес-планирование. – М.: « Финансы и статистика». – 2008. –410с.

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ МАЛ ШАРУАШЫЛЫҒЫ НАРЫҒЫНЫҢ ҚАЗІРГІ МӘСЕЛЕСІ МЕН ДАМУТUDЫҢ БОЛАШАҒЫ

Бүгінгі таңда отандық ауыл шаруашылық саласының, соның ішінде мал шаруашылығы жағдайы және болашақтағы дамуына байланысты еліміздің әлемдік нарықтағы алатын орнын анықтау өзекті де күрделі экономикалық мәселеге жатады. Мал шаруашылығы — ауыл шаруашылығының мал өнімдерін өндіру үшін мал өсірумен айналысатын саласы. Бұл сала халықты азық-түлікпен (сүт, май, ет, т.б.) жеңіл және тамақ өнеркәсіптерін шикізатпен (жүн, тері, ет өнімдері қалдықтары, т.б.) ауыл шаруашылығы өндірісін күш-көлік (ат, өгіз, түйе, т.б.) және тыңайтқышпен қамтамасыз етеді.

Соңғы жылдарда еліміз өзімізге қажетті азық-түліктің 80 пайызын қамтамасыз етіп отыр. Бұл көрсеткіш 2016 жылы 20,7 млн тонна, бұл сыртқы нарыққа 9 млн тонна астықты экспортқа шығаруға мүмкіндік береді. Өндірілген астық тұрақты да жоғары сапасымен ерекшеленеді.

Елімізде мал шаруашылығының серпінді дамуы – халықтың әлеуетінің арта түсуіне ықпал етпек. Мемлекет басшысының тапсырмасын орындау мақсатында ел Үкіметі Қазақстан Республикасының агроөнеркәсіптік кешенін дамыту бағдарламасының аясында «Ірі қара мал етінің экспорттық әлеуетін дамыту» жобасын бекітті.

Үкімет жүзеге асырып отырған «Ірі қара мал етінің экспорттық әлеуетін дамыту» жобасының аясында етті ірі қара малдың басын көбейту және ел экспортының жалпы құрылымындағы агроөнеркәсіп кешенінің экспорттық үлесін арттыру жоспарлануда. Мал шаруашылығын дамытуға мемлекет 130 миллиард теңге несие ресурсын бөледі. Бұл іс-шара ауылда 20 мыңнан астам жұмыс орнын ашады, 100 мыңнан астам ауыл тұрғынына табыс көзін тауып береді», - деп мәлім етті Елбасы Нұрсұлтан Назарбаев «Болашақтың іргесін бірге қалаймыз!» Жолдауында.

Мал шаруашылығында субсидиялаудың механизмдеріне шолу жасасақ: субсидиялау 1 аналық басына 4500 теңге, шаруа қожалықтары мен фермерлерге жетіспейтін жемшөпті алуға мүмкіндік берді, себебі барлығы қажетті жемшөпті өздері өндіруге мүмкіндігі жоқ. Аталған шаралар еліміз бойынша ірі қара малдардың жалпы санының өсуіне алып келді. Селекция және мал тұқымдарын асылдандыру жұмыстарына 2016 жылы аталған механизм қой шаруашылығына енгізілді: әр бас аналыққа 1500 теңгеден берілді. Ауыл шаруашылығы өндірісін мемлекеттік қолдаудың жаңа механизмі енгізілуде. Төлем қабілеттілігін жақсарту мақсатында, кредиттік күштерді төмендету және ауыл шаруашылық құрылымдарының банкротқа ұшырауын азайту келесі жолдар арқылы көзделген: қайта қаржыландыру, қайта құру, сондай-ақ берешегі бар АӨК субъектілерін қаржыландыру. АӨК субъектілерін қаржылық сауықтыру мақсатында бағдарламамен 300 млрд тг қарастырылған [2].

Бүгінгі күнде, елдің агроөнеркәсіптік кешенінде жүзеге асырылып жатқан негізгі бағдарлама «Агробизнес–2020» бағдарламасы болып табылады.

Бағдарламаның басты мақсаты – елдің агроөнеркәсіптік кешенінің бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін жағдай жасау. Бұл бағдарлама 2000-шы жылдардан бері қабылданып келе жатқан бағдарламалар саясаттарының бағытын жалғастырушы болып келеді [4]. Айтылған бағдарламаға сәйкес ауыл шаруашылығын дамыту бағыттары:

- өсімдік шаруашылығында – диверсификация және озық технологияларға, жерлерді рационалды қолдануға өту, қордағы 6,8 млн гектар жерлерді айналымға тарту, 60 мың гектар суармалы жерлерді қайта қалпына келтіру негізінде өндіріс көлемдерін арттыру;

- мал шаруашылығында – ірі қара мал етінің экспорттық әлеуетін жоғарлату және ет шаруашылықтарының дамуын ынталандыру. Мал шаруашылығының дәстүрлі салаларын дамыту үшін мал азығын өндіруді дамыту бойынша және азып кеткен жайылымдық жерлердің қайта қалпына келтірілуі мен суландырылуы бойынша шаралар қабылданады. 20 млн га жайылымдарды суландыру жоспарлануда

2019 жылы Қазақстан Республикасының мал шаруашылығы саласын ғылыми түрде әлемдік инновациялық жетістіктерді қолдану арқылы жетілдіру уақыт талабын және оның маңыздылығы арттыра береді. Азық-түлік қауіпсіздігі қай елдің болмасын тәуелсіздігінің, еркін дамуы мен халқының әлауқатының артуының кепілі болып табылады. Қазіргі кезде ауыл шаруашылығын мемлекеттік қолдау арқылы еліміздің азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз етуге бағытталған бірқатар жұмыстар атқарылуда. Дегенмен, еліміздің агроөнеркәсіп кешенінің дамуына тереңірек талдау жасасақ әлі де шешілмей жатқан мәселелердің жеткілікті екенін аңғаруға болады. Ауыл шаруашылығын дамыту алдағы кездегі басты бағыттарымыздың бірі.

Қазақстан Республикасының АӨК-ін дамытудың 2017-2021 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасының маңызы зор. Яғни, бұл бағдарламада АӨК-нің еңбек өнімділігі мен өңделген ауыл шаруашылығы өнімдерінің экспортын арттыру және ішкі нарықты отандық өнімдермен қамтамасыз ету мәселелеріне біршама көңіл аударылады [1].

Бүгінгі таңда жеке кәсіпкерлік саласының субъектілері ірі кәсіпорындармен қатар ауыл шаруашылығы өнімдерін өңдеуге біршама көңіл аударуда. Ауыл шаруашылығы өнімдерін қайта өңдеуді ұйымдастыру және одан әрі кеңейту, терең өңдеу халық үшін қосымша жұмыс орындарын тартады.

Сондай-ақ, аймақтың азық-түлікпен қамтамасыз етілуіне, ауыл шаруашылығы өндірісін кеңейтуге қосымша инвестициялар тартуға мүмкіндік береді. Сала өнімдерін қайта өңдеу өндірісі тиімді болған жағдайда инвестициялар кез-келген тұрақсыздықтан және ықтимал инфляциядан қорғалады [2].

Мал шаруашылығы өнімдерін өнеркәсіптік өңдеуде сүт өнімдерін терең өңдеу саласының маңызы зор. Яғни, өнеркәсіптік қайта өңдеуде сүт шикізатын, оның ішінде қосалқы шикізаттарын (ұсақталған сүт, сарысу) барынша тарту, оны ұтымды пайдалану, жақсартылған органептикалық сипаттамалары бар және сақтау мерзімі ұзақ, бәсекеге қабілетті өнім өндіру. Қазіргі ең маңыздылары: сарысуды қайта өңдеу (оның ішінде сүтқантын, сүт майы мен ақуыз гидролизаттарын, лактоза туындыларын алу деңгейіне жеткенге дейін),

сүт өнеркәсібінің қалдықтарынан функционалдық сусындар өндіру, шұжық өндірісінде қолданылатын сүт өнімдерін өндіру.

Елімізде сүт және ірімшік нарығы ең танымал азық-түлік нарықтарының бірі. Аталған сала бойынша Қазақстан нарығының қуаттылығы жылына 40 мың тоннадан асады. Ең негізгі импорттаушыларға Ресей, Украина, Белоруссия, ал сүт ұнтағы бойынша Франция (1042,1 тонна) елдері жатады.

Қазақстанда мал шаруашылығы саласын дамытуға қажетті жағдайлар жеткілікті. Яғни, көптеген табиғи жайылымдық жерлерді тиімді пайдалану арқылы аз шығынмен бәсекегеабілетті, әрі экологиялық таза мал шаруашылығы өнімдерін өндіруге болады.

Бүгінгі күні республика бойынша 180 млн гектар болатын табиғи жайылымдардың шамамен 40%-ы ғана қолданыста. Яғни, мұндай жағдай мал шаруашылығы өнімдерінің нарығын кеңейтуге мүмкіндік береді.

Республика бойынша мал басы жыл сайын шамамен 5 пайызға өсуде. Әлем деңгейінде экологиялық таза өнімге, әсіресе мал шаруашылығы өнімдеріне сұраныс артуда. Сондықтан бұл тың нарықты қолға алу арқылы қазақстандық өндірушілердің табысқа жетуге мүмкіндіктері айқындалады.

Қазақстан өнімдерін негізгі сатып алушылар — Италия (20,4%), Қытай (11,5%), Ресей (9,4%), Нидерланды, Швейцария және Франция, яғни барлық экспорттың 61,7% құрайды. Импорттаушы елдер: Ресей (36,6%), Қытай (14,5%), Германия (5,7%), АҚШ, Италия және Франция, яғни барлық импортталған өнімнің 67,7% тиесілі.

Мал кәсібін өткендетуге бірқатар кедергілер де орын алуда. Елдегі ауыл шаруашылықтық техника паркінің тозуының деңгейі 80%-ды құрайды. Техниканың тозуы мен оның тапшылығы егіндік жұмыстардың созылуына, жұмыстардың уақытылы жүргізілмеуіне және соның салдарынан айтарлықтай шығындарға, өнім түсімінің азаюын болдырады. Сонымен бірге, қажетті озық технологиялардың жоқтығы мен жетіспеушілігі салдары бар екенін айта кеткен жөн.

Қазіргі кезеңде Қазақстан Республикасының агроөнеркәсіптік кешенін дамытудың 2017–2021 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы жүзеге асырылу үстінде. Нәтижесінде саланы дамытуға елеулі қаражаттар бөлінуде.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Қазақстан Республикасының АӨК-ін дамытудың 2017-2021 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы
2. Интернет желісі: http://www.wikiwand.com/kk/Мал_шаруашылығы
3. Интернет желісі: economy.gov.kz/ru/kategorii/komitet-po-statistike
4. www.stat.gov.kz. Қазақстан Республикасының Статистика агенттігінің сайты.

ИССЛЕДОВАНИЕ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА РАЗВИТИЕ РЫНКА ХЛЕБОПРОДУКТОВ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Рынок существует с момента возникновения обмена, а хлебный рынок – с тех пор, как человек научился выращивать, перерабатывать и использовать зерно в качестве продовольствия. Как всякий рынок, рынок хлебопродуктов имеет свою макро- и микроструктуру. Макроструктура рынка хлебопродуктов – отражение соотношения спроса и предложения по товарным группам, объединенным по единому потребительскому назначению: хлеб и хлебобулочные изделия, баранки, сухари, пряники, торты и т.д. Микроструктура рынка хлебопродуктов – наиболее детальное отражение соотношения потребности в этих товарах и их предложения.

Хлеб является основным продуктом питания – это первая особенность рынка хлебопродуктов. Хлеб составляет по количеству питательных веществ, примерно треть суточного рациона человека, стоимость же его не превышает одной десятой общей стоимости питания, т.е. хлеб, является наиболее дешевым и доступным продуктом. Вторая особенность рынка хлебопродуктов – степень и массовость воздействия, а также влияния этого продукта на здоровье человека. Третья особенность рынка хлебопродуктов – во всех странах, независимо от типа сложившейся общественно-экономической системы зернопроизводства, структурно выделилось и выделяется как объект государственного управления. Правительство, так или иначе, контролирует хлебный рынок – закупки и расход зерна, оказывая посредством государственного регулирования цен и налогов финансовую поддержку фермерам и устраняя почву для спекуляции хлебом. Обеспечение населения высококачественными хлебопродуктами – проблема национальной безопасности. Эту проблему по своей значимости можно рассматривать как четвертую особенность рынка хлебопродуктов. Пятая особенность рынка хлебопродуктов – специфика размещения хлебопекарных предприятий: хлебопродукты потребляются ежедневно всем населением; они малотранспортабельны и рассчитаны на определенный микрорайон; ограничены сроки их реализации; основным сырьем является мука, отличающаяся высокой транспортабельностью и относительно большим сроком хранения [1].

Формирование и развитие рынка хлеба и хлебобулочных изделий Республики Казахстан происходит под влиянием факторов макро- и микросреды. Особое значение имеют из факторов макросреды: экономические, демографические, климатические и социально-культурные, из факторов микросреды: потребители и конкуренты.

Состояние экономики определяет стоимость всех ресурсов и покупательскую способность, на которую влияют спады производства и экономические кризисы, доходы, уровень инфляции, цены, сбережения и доступность получения кредитов. В свое время экономический кризис в

Казахстане повлек за собой снижение покупательской способности большинства населения.

Маркетологи и исследователи потребительского спроса по материалам развитых стран традиционно относят к благам низшего порядка из ассортимента продуктов крупы, картофель, хлеб, искусственные жиры и т.д. Благами высшего порядка являются высококачественные, экологически чистые продукты питания (мясо, рыба, сливочное масло и т.д.). Особенность прогноза рынка хлеба в его парадоксальности относительно ценового фактора. Если в общем случае ценовая эластичность спроса и потребления конкретного блага отрицательна, то по хлебу как продукту насущному, имеет место исключение. В обобщенных характеристиках конкретное благо считается благом низшего порядка, если при неизменных ценах и повышении денежных доходов потребителя данное благо спрашивается все реже, а покупки делаются в меньших размерах. Если на благо низшего порядка расходуется неоправданно высокая доля дохода в структуре бюджета, то случается, что ценовая эластичность спроса становится положительной против отрицательных величин, как это обычно следует из статистических наблюдений. В таком случае говорят, что речь идет о «парадоксе Гиффена». В конце XIX века английский статистик Р. Гиффен установил, что при каждом повышении продажных цен на сравнительно дешевый, но ежедневно необходимый продукт питания платежеспособный спрос на него не уменьшается, а возрастает. Хотя, как будто бы, является очевидным, что с повышением цены на какой-либо товар спрос на него должен падать. По данным же Гиффена, получившим позднее подтверждения у других исследователей, ситуация строилась по весьма странному принципу: «Чем дороже хлеб, тем больше его едят». Несмотря на кажущуюся простоту ситуации, этот парадокс длительное время не поддавался убедительному истолкованию. Только в 1915 г. русский ученый Е. Е. Слуцкий смог дать исчерпывающее объяснение этого парадокса. В своей статье он пишет: «После вздорожания хлеба заработная плата возрастает лишь на прибавок, равный кажущемуся убытку, спрос же на хлеб со стороны рабочих не может оставаться на первоначальном уровне, но напротив, понизится» [2]. Если кратко изложить объяснения Е. Е. Слуцкого, то оно сводится к следующему: повышение продажной цены на хлеб должно было бы повлечь за собой понижение покупательной способности. Однако хлеб является не просто товаром первой необходимости, а насущно, жизненно необходимым, поэтому спрос на него не может упасть, как бы ни менялась его продажная цена. Единственной верхней границей могут быть лишь финансовые возможности семейного бюджета потребителя. Отсюда, платежеспособный спрос на хлебопродукты на самом деле не уменьшился, а снизились в рамках одного бюджета возможности покупки других более дорогостоящих продуктов питания: мяса, масла, фруктов и т.д. Следовательно, вместо этих продуктов приходится приобретать опять относительно дешевое благо, т.е. хлеб.

По прогнозам ученых, спрос на высококачественную муку, крупу, хлебобулочные изделия будут постоянно возрастать. Следовательно, предстоит удовлетворить данный возрастающий спрос, всесторонне изучив основу развития рынка хлебопродуктов – рынок зерна. Республика Казахстан -

крупный производитель зерна, особенно пшеницы, по производству которой он занимает шестое место в мире. Среди государств СНГ республике отводится третье место по производству зерна после России и Украины, по объему закупок - второе после России, а по товарности зерна - первое. В Казахстане более 220 млн. га сельскохозяйственных угодий, в том числе 29,1 млн. га пашни и 180 млн. га пастбища – редкая из стран обладает таким богатством. Но, к сожалению, свыше 120 млн. га испорчено эрозией и нерациональным использованием пастбищ. В сфере потребления и распределения продовольствия возросли потери, ухудшилось качество, и существенно сократился ассортимент продуктов.

На рисунке 1 видно, что производство главной продовольственной культуры зерна в Казахстане в динамике за два десятилетия сокращается с 24,1 млн. тонн за 2004-2008 гг. до 6,6 млн. тонн в 2017 году.



Рисунок 1. Показатели производства зерна в Казахстане в динамике за 2004-2017 гг.

В 2017 году наблюдается повышение общего сбора зерна на 2,1 млн. тонн и достигает 6,6 млн. тонн по сравнению с 2016 годом. За анализируемый период происходят резкие колебания урожайности. Так, если в среднем за 2004-2008 гг. она составила 10 ц/га, то в последующие годы урожайность колебалась от 13,2 ц/га в 2010 г. до 5,0 в 2014 г. За последние 3 года колебания были существенны: 9,4 ц/га в 2015г., затем к 2016 г. снижение до 5,1 ц/га, а в 2017 году увеличение до 9,1 ц/га [3]. Причинами этого положения могли быть различные факторы объективного и субъективного характера. Объективные - это различные природные катаклизмы (засуха, нашествие саранчи и др.), субъективные – нехватка финансов для использования современной высококачественной техники. Из проведенного исследования рынка зерна можно сделать вывод, что в последние годы произошли негативные изменения на данном рынке: сократилось количество посевных площадей, это привело к уменьшению общего сбора зерна. Данные обстоятельства отрицательно повлияли на деятельность сельхозпредприятий, а в конечном звене и на деятельность предприятий хлебопечения. На основании проведенного анализа рынка зерна можно сказать, что Казахстан теряет статус зерновой державы. Ситуация

в зерновом бизнесе Казахстане выглядит противоречиво и парадоксально. С одной стороны, республика располагает внутренним потенциалом, исходя из размеров сельскохозяйственных угодий, накопленного опыта работы в условиях рискованного земледелия и уже имевшихся не худших результатов в зерновом производстве. С другой стороны, налицо отступления от достигнутых позиций, медленное развитие рыночной инфраструктуры и, наконец, по-прежнему малоквалифицированное вмешательство в зерновое дело со стороны государства.

Проведен анализ сезонных колебаний реализации хлеба по месяцам и периодических колебаний по дням недели. Изучение закономерности этих колебаний имеет практическое значение при определении оптимального объема производства по месяцам и ежедневной поставки в розничную сеть для реализации. Объектом изучения выступили фирменные магазины, реализующие продукцию Глубоковского хлебозавода, ТОО «ПКФ «Шахан-Ата» [4].

Климатические факторы оказывают влияние на спрос хлебобулочных изделий – в жаркую погоду реализация хлебобулочных изделий уменьшается, и, наоборот – в прохладные дни увеличивается. Однако, в дни интенсивных летних работ в дачных участках (май-август) потребление хлеба увеличивается, а в зимнее время заметно уменьшается. На увеличение реализации хлебобулочных и кондитерских изделий в предпраздничные дни оказывают влияние бытовые факторы. То же самое можно сказать о падении спроса на них после праздничных дней [5].

Сезонная составляющая определялась нами как средняя арифметическая из процентных отношений фактических данных по месяцам (рассчитанных как средняя за период 2016-2018 гг.). Показатели ежемесячной реализации и сезонной волны в фирменных магазинах, реализующих продукцию ТОО «ПКФ «Шахан-Ата» показаны на рисунке 2.

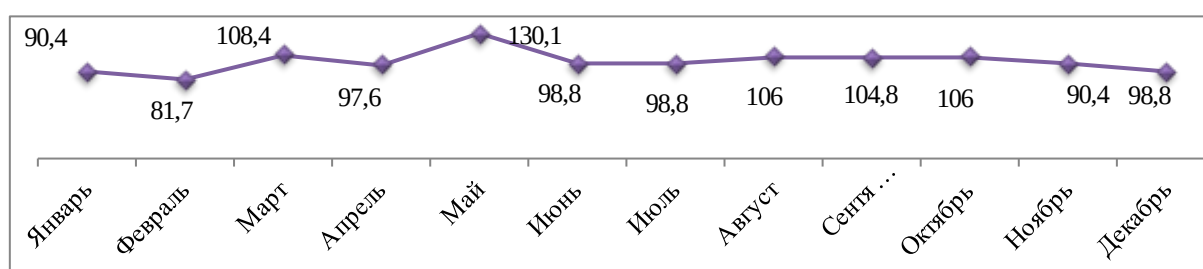


Рисунок 2. Сезонная волна реализации хлеба и хлебобулочных изделий в фирменных магазинах, реализующих продукцию ТОО «ПКФ «Шахан-Ата»

Как видно из графика, тенденция выровненной сезонной волны показывает рост среднемесячной продажи в весенне-осенние периоды, а в разгар лета и зимой она падает.

Таблица 1 – Расчет показателей сезонных колебаний спроса на хлеб в фирменных магазинах ТОО «ПКФ «Шахан-Ата» в динамике за 2016-2018 гг. (в тыс. тг)

Месяцы	2016	2017	2018	Средний показатель за 4 года	Уд.вес средних показателей, %	Выровненная сезонная волна, % к среднему
Январь	1776,0	1864,0	1484,6	1677,1	7,5	90,4
Февраль	1669,6	1658,9	1125,5	1505,9	6,7	81,7
Март	1891,6	1774,2	1288,6	1875,6	8,2	108,4
Апрель	1773,2	1811,2	1259,9	1811,2	8,1	97,6
Май	2484,0	3376,8	1417,5	2411,5	10,8	130,1
Июнь	1884,0	1725,6	1260,9	1848,5	8,2	98,8
Июль	1979,9	1632,3	1212,9	1844,8	8,2	98,8
Август	1996,3	1962,3	1571,4	1962,3	8,8	106,0
Сентябрь	1960,8	1936,2	1379,9	1936,2	8,7	104,8
Октябрь	1805,9	1543,4	4971,2	1971,2	8,8	106,0
Ноябрь	2094,8	2242,5	1298,4	1833,8	8,2	98,8
Декабрь	1965,1	1632,5	1393,5	1736,7	7,5	90,4
Итого:	23281,2	23159,9	19664,3	22414,8	100	100

Все факторы макросреды и микросреды взаимосвязаны, и их анализ важно вести комплексно. В то же время не все факторы макросреды и микросреды маркетинга действуют на деятельность предприятий, компаний и фирм одинаково. Организация сама должна определить, какие факторы оказывают сильное влияние на ее деятельность, а какие несут потенциальную угрозу перспективам ее развития. Окружающую среду необходимо всемерно изучать и исследовать. Это, в конечном итоге, определяет эффективность маркетинга, а значит, и всей деятельности предприятия [6].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Барыкин К. К. Хлеб, который мы едим. - М.: Политиздат, 1982
2. Слуцкий Е. Е. К теории сбалансированного бюджета потребления.-: народнохозяйственные модели. Теоретические вопросы потребления. - М.: Наука, 1963. - 381 с.
3. <http://www.stat.gov.kz>
4. Статистические и бухгалтерские документы, отражающие результат деятельности ТОО «ПКФ «Шахан-Ата» за 2016-2018 гг.
5. Алмазов Б. А. «Хлеб насущный». - М.: Экономика, 1999.
6. Березин И. С. Маркетинг и исследование рынков. - М.: Лит.,1999

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В ЭКОНОМИКЕ КАЗАХСТАНА

Мировой опыт показывает, что наибольших успехов в экономическом развитии в последние десятилетия добиваются инновационно-ориентированные предприятия. К таким структурам можно отнести корпорации и фирмы США, Японии, Великобритании, Германии. В этих государствах стержнем экономической стратегии является не просто развитие высокотехнологичных производств, а достижение инновационной сбалансированности – оптимизации роли и величины инновационного компонента. Такой подход формирует особое отношение бизнеса и общества к развитию наукоемких технологически сложных производств и широкомасштабному проведению научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок (НИОКР), что и предопределяет развитие экономики по инновационному пути [1].

Инновационная деятельность в нашей стране регулируется Законами Республики Казахстан «О государственной поддержке инновационной деятельности» и «О науке». На сегодняшний день нормативная база в сфере инновационной деятельности в РК состоит из следующих программ: «Стратегия индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2015-2019 годы», «Стратегия «Казахстан - 2050», «Правила формирования и аккредитации специализированных субъектов инновационной деятельности», «О создании специальной экономической зоны «Парк информационных технологий»».

По масштабам внутренних затрат на институт инновационного развития Казахстан все еще отстает от технологически развитых стран. Однако, в республике наблюдается рост объема внутренних затрат на институт инновационного развития в 2017 году, который составил 62,3 млрд. тенге с ростом на 18,2% к уровню 2015 года 43,3 млрд. тенге (рисунок 1).

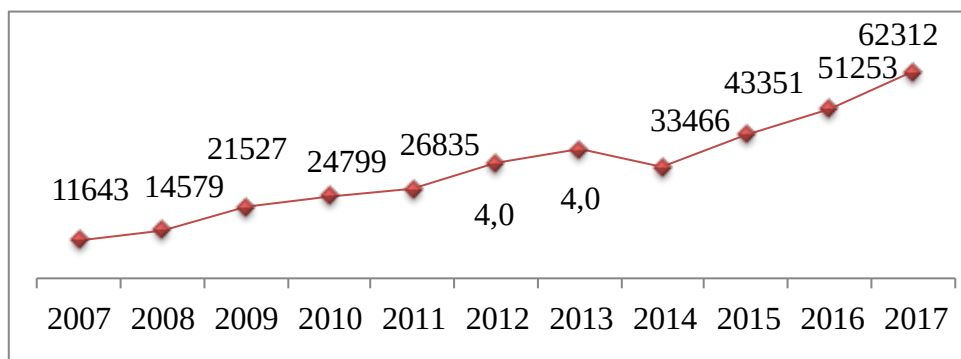


Рисунок 1. Объемы внутренних затрат на институт инновационного развития в Казахстане за 2007-2017 гг., млрд. тг

В 2017 году по отношению к 2007 году доля инновационно-активных

предприятий возросла с 2,1% до 8,2% (рисунок 2) [2].

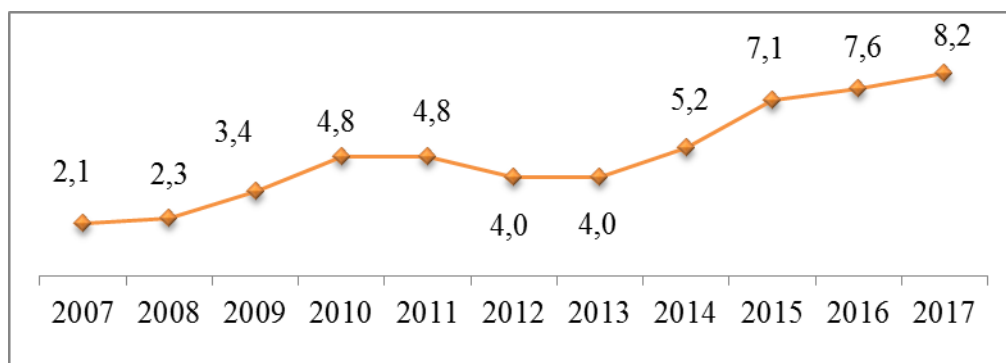


Рисунок 2. Доля инновационно-активных предприятий за 2007-2017 гг., %

Согласно Закону «О государственной поддержке индустриально-инновационной деятельности» Национальное Агентство по технологическому развитию является единым оператором инструментов поддержки инновационной деятельности [3]. С момента создания Национального Агентства по технологическому развитию было идентифицировано более 3000 инновационных проектов, из которых поддержано более 535.

За 2014-2017 гг. была сформирована эффективная инновационная инфраструктура, состоящая из 8 технопарков, 4 отраслевых конструкторских бюро, 21 офиса коммерциализации и 4 региональных центров коммерциализации, 4 международных центров трансфера технологий. Была налажена система инструментов поддержки инноваций включающая: проектное и венчурное финансирование, инновационные гранты, услуги технологического бизнес-инкубирования (ТБИ), услуги офисов коммерциализации, услуги отраслевых конструкторских бюро, услуги международных центров трансфера технологий и инновационные конкурсы. С момента запуска программы инновационных грантов, рассмотрено более 1300 заявок от инноваторов и инновационных компаний, более 200 из которых получили гранты. С целью развития малых и средних инновационных компаний и проектов технологическими парками с 2013 года предоставляются услуги ТБИ. Предоставление услуг ТБИ предусматривают юридическое, бухгалтерское, маркетинговое, экономическое сопровождение, предоставление инфраструктуры, услуги проектного менеджера, разработку бизнес-плана, обучение основам бизнес-планирования и инновационного. В период 2014-2017 годы в рамках данного инструмента было поддержано 108 проектов. Технопарки – элемент создаваемой в республике национальной инновационной системы. Главная задача, которая ставится перед технопарками, - посредством предоставления в пользование инициаторам инновационных проектов производственных площадей и коллективных бизнес-услуг обеспечить благоприятные условия для коммерциализации научных разработок и их внедрения в промышленное производство. В республике формируется двухуровневая система технопарков – национальные научно-технологические парки и региональные технологические парки. Национальные технопарки ориентированы на создание в Казахстане новых отраслей, которые должны

способствовать обеспечению будущей конкурентоспособности казахстанской экономики [3].

С 2011 года начато формирование сети региональных офисов коммерциализации. Так, на базе ведущих НИИ и ВУЗов страны были созданы 21 офис коммерциализаций, в том числе в Восточно-Казахстанском государственном техническом университете им. Д. Серикбаева. К 2017 году рассмотрено более 400 заявок ученых, из которых 55 проектов были отобраны для дальнейшей коммерциализации.

С 2004 года государством осуществляется инвестирование в инновационные проекты согласно приоритетам технологического развития. Основной формой инвестирования в инновационные проекты является неконтрольное участие в уставном капитале путем приобретения акций/долей участия при формировании или увеличении уставного капитала юридических лиц, со сроком участия в проекте до 5 лет. В целях развития высокотехнологичных и наукоемких производств осуществляется также деятельность по формированию и развитию венчурной индустрии страны, путем вхождения в уставной капитал венчурных фондов до 49%, со сроком участия до 7 лет.

В своей международной политике Казахстан открыт для диалога со всеми участниками инновационного процесса всех стран без исключения, однако приоритет видит в странах с продвинутой национальной инновационной системой, таких как Финляндия, США, Израиль, Германия, Франция, Южная Корея, Малайзия, Сингапур. В настоящее время налажено сотрудничество с более 40 ведущими зарубежными организациями и международными экспертами по инновациям. Заключено 60 меморандумов и соглашений с зарубежными партнерами. Создана постоянная сеть партнеров-консультантов по инновационному развитию из более 20 стран.

Создана специальная экономическая зона «Парк инновационных технологий». Данный научный комплекс создан в целях технологического развития следующих областей: информационные технологии; электроника и приборостроение; возобновляемые источники энергии, ресурсосбережение и эффективное природопользование; технологии в сфере создания и применения материалов различного назначения; технологии в сфере добычи, транспортировки и переработки нефти и газа; активизации вхождения экономики Республики Казахстан в систему мировых хозяйственных связей; создания высокоэффективных, в том числе высокотехнологичных и конкурентоспособных производств; освоения выпуска новых видов продукции, привлечения инвестиций [3]. По состоянию на сентябрь 2017 года общее количество участников специальной экономической зоны «Парка инновационных технологий» составляет 150 компаний.

Для осуществления и поддержания стабильности отрасли, регулярно рассматриваются стратегические факторы национальной инновационной системы. Перечень стратегических факторов национальной инновационной системы, направленных на его развитие показывает SWOT-анализ (таблица 1).

Таблица 1 – Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз для национальной инновационной системы

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Политическая стабильность. 2. Наличие природных ресурсов. 3. Широта охвата средним и высшим образованием. 4. Политическая поддержка руководством страны мер по повышению эффективности НИС. 5. Сильная вертикаль власти, основанная на строгой субординации и дисциплине в госорганах. 6. Наличие инновационной и финансовой инфраструктуры. 7. Наличие опыта венчурного и проектного финансирования инновационных проектов.	1. Недостаточная последовательность в реализации государственной политики в области науки, технологии и инноваций. 2. Отсутствие системы, координирующей национальный, региональный и отраслевой уровень НИС (отсутствие формализованных подходов в работе на региональном уровне). 3. Низкий начальный технологический и управленческий уровень предприятий. 4. Дефицит высококвалифицированных технических кадров. 5. Слабая информированность о возможностях повышения производительности труда через внедрение инноваций. 6. Небольшой внутренний потребительский рынок 7. Сложившийся разрыв между наукой и производством. 8. Длительные сроки получения охранных документов на изобретения и промышленные образцы.
Возможности	Угрозы
1. Рост эффективности НИС за счет улучшения взаимодействия между промышленностью и наукой. 2. Значительное повышение производительности труда за счет трансферта технологий. 3. Лидерство в ряде перспективных высокотехнологичных отраслей, за счет явных конкурентных преимуществ. 4. Создание условий для возврата интеллектуальных ресурсов.	1. Усиление конкуренции в сфере инновационного развития среди развивающихся стран. 2. Увеличивающийся отрыв от научно-технологического и производственного уровня развитых стран. 3. Закрепление сырьевой направленности экономики из-за высокого роста цен на сырье. 4. Высокая концентрация экономики. 5. Смена приоритетов в государственной политике 6. Утечка интеллектуальных ресурсов. 7. Возрастающая конкуренция со стороны зарубежных высокотехнологичных компаний.

Таким образом, задачами реализации государственной поддержки инновационной деятельности являются:

1. Развитие инновационного потенциала Республики Казахстан.
2. Увеличение доли высокотехнологичной продукции в структуре валового внутреннего продукта.
3. Содействие переходу экономики Республики Казахстан на путь инновационного развития, основанного на внедрении и использовании наукоемких технологий.

Инновационная система поможет повысить конкурентоспособность экономики за счет создания системы управления инновационно-технологическим развитием, также будет способствовать инновационному развитию отраслей и регионов, создаст условия для развития

высокотехнологичного малого и среднего бизнеса и повысит научный и инжиниринговый потенциал страны [4].

В рамках повышения национальной конкурентоспособности, уровня развития науки, национальной инновационной системы и технологий активное развитие со стороны государства в инновационно-развитых странах получают инструменты стимулирования взаимодействия научных организаций и бизнеса в инновационной сфере, путем формирования совместных технологических программ. Подобные программы функционируют в целях активного сотрудничества государства, науки и бизнеса для того чтобы развивать перспективные направления технологии, обеспечивать непрерывный поток финансирования компаний проводящих научные исследования, а также разработать системы предоставления грантов и поддержанию инновационных партнерств [5].

Главная предпосылка инновационной деятельности предприятия состоит в том, что все существующее стареет. Поэтому необходимо систематически отбрасывать все то, что изнашивается, устарело, стало тормозом на пути к прогрессу, а также учитывать ошибки, неудачи и просчеты. Предприятиям следует управлять таким образом, чтобы в нем создавалась атмосфера восприятия нового не как угрозы, а как благоприятной возможности, гаранта занятости и благополучия каждого работника. Организация инновационной деятельности на основе указанных принципов позволит предприятию продвинуться вперед и добиться успеха [6].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кенжегузин М.Б., Днишев Ф.М., Альжанова Ф.Г. Наука и инновации в рыночной экономике: мировой опыт и Казахстан. - Алматы.- 2005.- 256 с.
2. <http://www.stat.gov.kz>
3. Государственная программа индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2015-2019 годы. Указ Президента Республики Казахстан от 1 августа 2014 года № 874.
4. Гершман, М.А. Инновационный менеджмент/ М.А. Гершман. - М.: Маркет Корпорейшн, 2010. - 482 с.
5. Послание Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева народу Казахстана «Стратегия «Казахстан- 2050». Новый политический курс состоявшегося государства от 14.12.2012 года.
6. Дагаев, А.В. Государственные гарантии для малого инновационного бизнеса/А.В. Дагаев / Проблемы теории и практики управления. - 2006. - 81с.

О ПРОБЛЕМЕ ПОДГОТОВКИ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ И СТУДЕНТОВ К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ В СВОЕЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Как показывает практика, без новых интернет-технологий уже невозможно представить современный образовательный процесс. Интернет-технологии освобождают преподавателя от свойственных традиционному обучению видов деятельности, связанных с изложением учебного материала и отработкой умений и навыков, при этом предоставляя педагогу интеллектуальные формы труда. Но подготовка качественных электронных обучающих средств процесс не быстрый, трудозатратный и многочасовой.

Одна из главных задач КГКП «Усть-Каменогорский политехнический колледж» дать студентам современное образование, соответствующее изменившимся потребностям личности и общества. Многих преподавателей нашего колледжа интересуют вопросы использования средств информационных и коммуникационных технологий в образовательном процессе. Они понимают и четко осознают, что сегодня необходимо иметь в наличии не только современное оборудование и программное обеспечение, электронные средства учебного и образовательного назначения, но и то, что они сами должны постоянно учиться использовать электронные образовательные ресурсы в педагогической деятельности. Преподаватели, активно работающие в сети Интернет, взаимодействуют между собой, делятся друг с другом уникальными педагогическими находками и обогащаются результатами практической деятельности в обучении и воспитании. Преподаватели используют инициативы, существующие и появляющиеся в сети для приобщения студентов к работе в различных сетевых проектах. Педагоги и обучающиеся становятся участниками мирового информационно-сетевого сообщества.

Использование ИКТ технологий позволяет создать комплекс разнообразного дидактического материала: контрольные, самостоятельные, проверочные работы, тесты, интерактивные тесты и модули, различная подборка задач, электронные учебники и т.д. Использование различной техники, а именно компьютеров, мультимедийных проекторов, интерактивных досок облегчает подбор заданий для обучающихся, снимает проблему нехватки учебных пособий, рабочих тетрадей, дидактических пособий, экономит время. С помощью компьютера происходит быстрое оценивание, а так же поиск пробелов в знаниях, с их последующей быстрой коррекцией. Новые средства обучения позволяют вывести занятия на новый уровень, повысить учебно-познавательный интерес, разнообразить процесс обучения. Повышается активность обучающихся. Мотивы обучения становятся более устойчивыми, появляется интерес к дисциплине. Использование ИКТ позволяет расширить рамки учебника, позволяет подать тот же материал в более интересной форме, дает возможность почувствовать и осознать. Применение ИКТ возможно на

любых занятиях.

Все компьютеры в КГКП «Усть-Каменогорский политехнический колледж» соединены в локальную сеть, имеют выход в Интернет. В этих классах проходят уроки информатики, уроки с компьютерной поддержкой, классные часы, защиты проектов, презентации исследовательских работ. Подготовка и проведение внеклассных мероприятий в колледже не обходится без использования информационных и интернет-технологии.

Для этого можно использовать компьютерные программы, электронные учебники, тренажеры, диагностические, тестовые и обучающие системы, прикладные и инструментальные программные средства, лабораторные комплексы, системы на базе мультимедиа-технологии, телекоммуникационные системы (например, электронную почту, телеконференции, электронные библиотеки и другое). Приобретение компетенций возможно только на практике. Следовательно, большее внимание со стороны преподавателя должно уделяться практической направленности учебных материалов. Задача преподавателя сегодня: попробовать шире взглянуть на содержание и методы обучения своей дисциплины. Постараться совместить традиционные умения по дисциплине и умения, составляющие ИКТ-компетентность. Очень хорошо, что преподаватели имеют свободный доступ к учебникам и профессиональной литературе, к современным обучающим материалам и дополнительной информации через интернет и электронную библиотеку.

Успех реформы системы казахстанского образования во многом зависит от человеческого фактора. Именно уровень квалификации преподавательских кадров, их готовность использовать современные технические средства в профессиональной деятельности будут главными в сложном процессе вывода образования на уровень потребностей современного общества. Использование интернет-технологий – это не влияние моды, а необходимость, диктуемая сегодняшним уровнем развития образования.

Анализ позволил выявить ряд противоречий между: потребностью быстрого получения методической информации и инертностью ее переработки и передачи в образовательном учреждении; желанием педагогов и их неумением организации методической деятельности на базе информационных технологий; неподготовленностью педагогов и актуальной необходимостью использования информационных технологий в процессе деятельности; возрастающими требованиями к уровню профессиональной деятельности педагога и неготовностью его к созданию педагогического пространства; потребностью образовательной практики в высоком уровне информационной компетентности современных педагогов и невысокой эффективностью процесса их повышения квалификации в данном направлении.

Все это очень важно, но с нашей точки зрения, нужно разработать методический процесс подготовки педагогов к использованию средств информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.

В КГКП «Усть-Каменогорский политехнический колледж» определены основные задачи по разработке методического процесса подготовки преподавателей к использованию ИКТ: проанализировать теорию подготовки

педагогов к использованию средств информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности в условиях информатизации образования; спроектировать процесс подготовки педагогов к использованию средств информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности; способствовать формированию способностей к использованию средств ИКТ в профессиональной деятельности. Был сделан анализ факторов, вызывающих необходимость подготовки педагогов к использованию средств ИКТ в профессиональной деятельности. Посещение уроков, мероприятий, анализ учебно-методического комплекса дисциплин, модулей позволил сделать вывод, что лишь малое количество преподавателей использует ИКТ в своей деятельности. Основные причины неэффективного использования средств ИКТ в педагогической деятельности связаны с недостаточной компетентностью в области информационно-коммуникативных технологий педагогических кадров.

КГКП «Усть-Каменогорский политехнический колледж» определил компоненты методического процесса обучения: цели и ожидаемые результаты обучения; содержание обучения; методическое обеспечение, включающее в себя методы, организационные формы и средства обучения.

В колледже системно и кропотливо: информировали преподавателей и председателей ЦМК о возможностях, предоставляемых средствами ИКТ по изучению данного предмета; планировали и осуществляли формирование профессиональной ИКТ-компетентности преподавателей (в качестве элемента их профессионального совершенствования); помогали преподавателям в составлении рабочих программ отдельных курсов (дисциплин, профессиональных модулей, практик) с ИКТ-поддержкой; консультировали (очно и дистанционно), в том числе в связи с организацией отдельных групповых и массовых мероприятий.

В результате поэтапного освоения ИКТ – технологий происходило формирование навыков у преподавателей к использованию средств ИКТ в профессиональной деятельности. Размышляя о значимости ИКТ, информатизации колледжа, общества, очевидно, что будущее – за студентами и преподавателями, владеющими компьютером и Интернетом, обладающими информационной культурой, информационным мировоззрением.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дурай-Новикова К.М. Формирование профессиональной готовности студентов к педагогической деятельности / К. М. Дурай-Новикова. – М., 2013. – 18с.
2. Лавина Т.А. Формирование компетентности в области информационных и коммуникационных технологий бакалавра педагогического образования // Педагогическая информатика. – 2015. – № 6. – С. 25-28.

ЭЛЕКТРОННЫЕ СИСТЕМЫ ПЛАТЕЖА В КАЗАХСТАНЕ

Сегодня компьютерные технологии дают возможность в повседневной жизни совершать множество действий, не выходя из дома. Это касается и денег, и совершения платежей, в том числе. Современные инструменты денежного обращения начинают вытеснять на некоторых рынках своих предшественников – наличные купюры и безналичные деньги. Именно поэтому тема электронных систем платежа и электронных денег становится актуальна на сегодняшний день, так как все чаще мы сталкиваемся с электронными расчетами.

Электронные деньги – это аналог наличных денег, платежное средство, существующее исключительно в электронном виде, то есть в виде записей в специальных электронных системах. Под электронными деньгами понимают денежные обязательства Банка в электронном виде. Такие денежные обязательства соответствуют следующим критериям:

- фиксируются и хранятся на электронном носителе;
- выпускаются Банком (эмитентом) и учитываются в системе электронных денег;
- принимаются как средство платежа;
- мгновенно передаются пользователями с одного электронного кошелька на другой через Интернет;
- легко обмениваются на наличные, либо безналичные деньги.

Отличие электронных денег от используемых в повседневной жизни денег состоит в том, что они используются только в Интернет сетях и не имеют материальной формы. С помощью электронных средств платежа можно приобрести товар, оплатить оказанные услуги, то есть электронные деньги можно использовать, как и обычные денежные средства.

В развитых странах широко распространено использование электронных денег. В Казахстане на сегодняшний день электронные деньги постепенно входят во все сферы деятельности общества.

Вхождение электронных денег в отечественный рынок как нового платежного инструмента началось 21 июля 2011 года, когда главой государства был подписан Закон «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты РК по вопросам электронных денег». Принятый Закон впервые в нашей стране ввел понятие и закрепил правовой статус электронных денег. Использование электронных денег, согласно принятому Закону, было отнесено к способам осуществления платежей наряду с другими платежными инструментами, как платежные карточки, чеки, векселя, платежные поручения и т. д.

26 июля 2016 года был принят Закон Республики Казахстан № 11-VI ЗРК «О платежах и платежных системах». Согласно принятому Закону право на выпуск электронных денег предоставляется эмитенту (юридическому лицу), уведомившему Национальный Банк Республики Казахстан в порядке, определенном нормативным правовым актом Национального Банка Республики

Казахстан, о начале осуществления деятельности по выпуску электронных денег. Это объясняется тем, что деятельность по выпуску электронных денег связана с привлечением денег физических и юридических лиц, а также выполнением ряда банковских операций. В то же время, Законом предусматривается возможность участия в системах электронных денег частных небанковских организаций (юридических лиц) в качестве агентов эмитентов либо операторов системы на основе заключенных эмитентами электронных денег договоров. То есть, частные организации могут заниматься распространением (продажей и покупкой) электронных денег, выпущенных в обращение банками-эмитентами, и обслуживанием операций с их использованием. Выпуск электронных денег осуществляется эмитентом в пределах средств, предварительно полученных от владельцев электронных денег. Эта норма введена в целях исключения возможности выпуска эмитентами необеспеченных электронных денег [1].

Оборот электронных денег происходит через компьютерные сети, интернет, терминалы и электронные кошельки. Выбрав систему электронных денег можно стать владельцем виртуальных денег. Владельцами электронных денег могут являться физические лица, агенты системы электронных денег, а также индивидуальные предприниматели и юридические лица, получившие электронные деньги от физических лиц в качестве оплаты по гражданско-правовым сделкам.

О развитии электронной системы платежей в Республике Казахстан свидетельствуют данные статистики. На 1 января 2016 года действовало 17 электронных систем платежа, а к 1 января 2019 года их количество возросло до 19. Сейчас действуют следующие системы электронных денег: «E-KZT», «Woopay», «Qiwі кошелек», «Личная Касса», «Paypoint», «Dar», «Homepay», «Халык», «AllPay», «Kaspi Bank», «MyBonus», «Homebank Wallet», «TengriWallet», «Wallet One», «Казпочта», «Indigo24», «Пейтех», «КАЗЕВРОМОБАЙЛ».

Эмитентами электронных денег выступают: АО «AsiaCredit Bank», ДБ АО «Хоум Кредит Банк», АО «Евразийский банк», АО «Народный Банк Казахстана», АО «Capital Bank Kazakhstan», АО «Kaspi Bank», ДБ АО «Хоум Кредит Банк», АО «ForteBank», АО «Казпочта», АО ДБ «Альфа-Банк», АО «Tengri Bank», АО «Цеснабанк».

Операторами системы электронных денег являются: РГП «Казахстанский центр межбанковских расчетов Национального Банка Республики, ТОО «Woopay», ТОО «QIWI Kazakhstan», ТОО «Личная Касса», ТОО «PayPoint», ТОО «Dar ecosystem», ТОО «Центр Интернет платежей», АО «Народный Банк Казахстана», ТОО «Allpay (Олпэй)», АО «Kaspi Bank», ТОО «Smart Pay», АО «Tengri Bank», ТОО «W1 Kazakhstan», АО «Казпочта», ТОО «RPS Asia», ТОО «INDIGO24», ТОО «Пейтех», ТОО «КАЗЕВРОМОБАЙЛ» [2].

В рамках инновационных проектов Правительства РК АО «Эксимбанк Казахстан» 24 мая 2012г. первым в республике осуществил эмиссию электронных денег «e-tenge» в партнерстве с РГП «Казахстанский центр межбанковских расчетов Национального Банка Республики Казахстан» [3].

Система электронных денег «e-kzt» представляет собой электронную

платежную систему Республики Казахстан, позволяющую покупать или продавать товары и услуги в сети Интернет круглосуточно 7 дней в неделю. Платежи производятся без комиссии, что является несомненным плюсом по сравнению с другими способами оплаты.

Любой желающий может стать владельцем электронного кошелька. Для этого необходимо пройти процесс on-line регистрации, после чего, пополнить свой электронный кошелек любым доступным способом, включая платежную карточку VISA/MasterCard. Сумма пополнения может быть любой, с учетом того, что максимальная сумма на кошельке пользователя не должна превышать 200 МРП.

После регистрации и пополнения счета кошелька можно приступить к покупкам и оплате услуг. Для этого достаточно перейти в раздел «Товары и Услуги» Вашего личного кабинета «e-kzt» в котором выбрать провайдера услуги, указать номер счета/телефона/договора и указать сумму платежа. Оплата происходит в режиме реального времени.

В интернет-магазине можно использовать кошелек после того, как сформирована корзина приобретаемых товаров/услуг, где на странице оплаты пользователю предлагаются различные способы оплаты, среди которых оплата «e-kzt». Пройдя по указанной ссылке необходимо указать номер своего электронного кошелька и подтвердить покупку. Проверить баланс и просмотреть список платежей можно в личном кабинете. Максимальная сумма платежа не должна превышать 100 МРП или 252500 тенге, однако для поднятия ограничений до 500 МРП можно пройти легкую процедуру идентификации, предъявив удостоверение личности в любом отделении Банка-партнера «e-kzt».

Так же пользователи «e-kzt» могут осуществлять перевод электронных денег между электронными кошельками пользователей системы электронных денег «e-kzt». Кроме этого владелец электронного кошелька «e-kzt» имеет возможность дать распоряжение о выдаче наличных денег со своего электронного кошелька через банк-партнер любому получателю. Аналогично функционируют и другие электронные системы платежа [4].

Рынок электронных денег находится в Казахстане на начальном этапе своего развития, на сегодня когда виртуальный мир стал неотъемлемой частью нашей жизни, аудитория и предоставляемые сервисы этого нового вида платежного средства возникшего при соприкосновении технологии и экономики постепенно расширяются. Рост популярности использования электронных денег связан с простотой, выгодностью и возможностью найти необходимый товар за считанные минуты.

За 2016 год объем произведенных операций с использованием электронных денег казахстанских эмитентов на территории Казахстана составил 43,3 млн. транзакций на сумму 154,2 млрд. тенге (по сравнению с 2015 годом количество операций увеличилось в 2,7 раз, а сумма – в 3,5 раз). Платежи в пользу индивидуальных предпринимателей и юридических лиц с использованием электронных денег составили в 2016 году 130,4 млрд. тенге (рост по сравнению с аналогичным периодом 2015 года – в 3,4 раз). По состоянию на 1 января 2016 года количество электронных кошельков, по которым возможно совершение операций, насчитывалось 2 943 477 кошельков,

к 1 января 2017 года их показатель составил 5 913 356 кошельков, т.е. в среднем на каждого казахстанца приходится 0,3 электронных кошелька. При этом в 2016 году было выпущено (эмитировано) электронных денег в сумме 129,7 млрд. тенге. На 1 января 2017 года в обращении находится 3,3 млрд. тенге.

По итогам 2017 года с использованием электронных денег казахстанских эмитентов на территории Казахстана было совершено 81,4 млн. транзакций на сумму 361,5 млрд. тенге (по сравнению с 2016 годом количество операций возросло на 88,1%, сумма – в 2,3 раза). Переводы электронных денег в пользу юридических лиц и индивидуальных предпринимателей составили в 2017 году 73,1 млн. транзакций на сумму 306,8 млрд. тенге, переводы электронных денег в пользу физических лиц 8,3 млн. транзакций на сумму 54,7 млрд. тенге. Количество зарегистрированных в системах электронных денег предпринимателей (индивидуальные предприниматели и юридические лица) – 5516 единиц. Средняя сумма платежа с использованием электронных денег составила 4439,8 тенге (в 2016 году – 3526 тенге).

Данные статистики подтверждают, что в Казахстане наблюдается рост объемов операций с использованием электронных средств платежа, что наглядно представлено на рисунке 1.

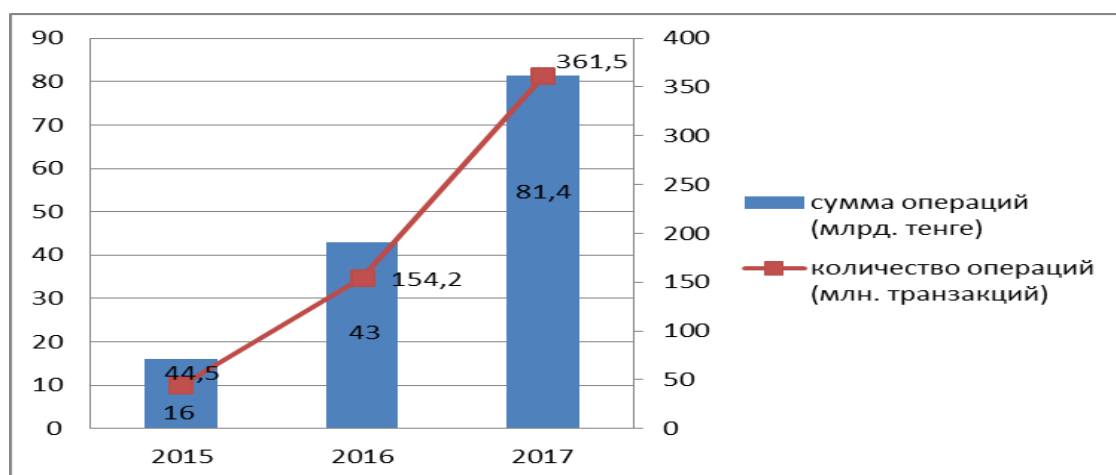


Рисунок 1 – Динамика использования электронных денег в Казахстане

В соответствии с выше изложенным можно сделать вывод, что в Казахстане происходит расширение сфер применения электронных денег и рост количества электронных кошельков, увеличение объемов операций с их использованием.

Основными элементами рынка электронных денег является система электронных денег, взаимодействие между основными участниками: эмитентом, оператором, агентом системы электронных денег, а также Национальный Банк Республики Казахстан, ответственный за регулирование платежных систем и надзор за ними.

Изучив систему электронных платежей, можно сделать вывод, что электронные денежные средства имеют как преимущества, так и свои недостатки.

К недостаткам можно отнести следующее:

- необходимость наличия соответствующей технической инфраструктуры и средств криптографической защиты;
- законодательство в сфере электронных денег может сильно отличаться в зависимости от юрисдикции, а также может быть несовершенным;
- в силу специфики системы деньги не всегда могут быть направлены от одного их владельца другому;
- теоретически хакерские атаки могут дестабилизировать систему или осуществить хищение электронных денег.

Несомненными преимуществами электронных денег являются:

- сохранность денег - потерять их гораздо сложнее;
- свобода действий - можно пополнять, расплачиваться за услуги и товары в интернете и перечислять их на другие счета;
- удобство - легко пополнять через терминалы, специальные платежные карты или отделения Банка;
- выгода - за обслуживание электронного кошелька не надо платить «абонентскую плату» в отличие от банковских карт.

Электронные деньги стали частью мировой финансовой системы и экономики и в будущем данный инструмент получит еще более широкое распространение и в Казахстане. Это подтверждает и положительный тренд в части увеличения количества и сумм операций с электронными деньгами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Закон Республики Казахстан от 26 июля 2016 года № 11-VI «О платежах и платежных системах»

2 Национальный Банк Республики Казахстан – URL: <http://www.nationalbank.kz/>

3 Официальный сайт АО «ЭКСИМБАНК» – URL: <http://www.eximbank.kz/>

4 Официальный сайт системы электронных денег – URL: <http://www.https://www.ekzt.kz/>

IMPACT OF MODERN ARCHITECTURE ON TOURISM DEVELOPMENT

Tourism is increasingly viewed as an attractive development option for many parts of the developing world. The impact of modern architecture on tourism describe a wide field from the architectural infrastructure needed to transport and host tourists to architecture as tourism attraction. Nowadays, outstanding modern architecture exert the force of attraction and play an instrument to enhance new and existing tourism destinations and to create a new image of those places. The aim of this paper is to shed light on the interaction between modern architecture and tourism . Modern architecture becomes a powerful marketing tool in the tourism industry and plays a critical role in almost every area of tourism , providing infrastructure to enable tourists to reach the desired destination.

This study collected data which relates tourism to architecture directly, in order to integrate those interfaces with conceptual, theoretical and scientific approaches. The aim is to identify and link economical and cultural demands regarding tourism architecture.

The succession of a new generation in tourism businesses has brought about an increasing interest in innovation and new product design. The opportunity for competitive advantage through the implementation of the prior two has been discovered by the new generation.

Creative and innovative entrepreneurs should be supported and motivated to use architecture and design as an economic success tool.

In the long term, the objective is to bring about sustainable tourism development as well as the international positioning of Kazakhstan tourism through contemporary architecture and design. Historical buildings are still important signatures as well as highly valued objects; however, contemporary architecture has the ability to extend the cultural offers of Kazakhstan continuously[1].

Architecture acts through its qualities.

- High quality architecture stands for function and well-being. Orientation, functionality and quality of space are hygienic factors and due to this reason are indispensable for guest satisfaction. Short distances, good accessibility of all facilities and prevention of crossing points between front and backstage avoid conflicts and increase guest satisfaction.

- High quality architecture stands for corporate identity. The very first impression of guest and potential customers is mostly enmeshed in architecture. Sensual perception and impressive shapes, as well as their illustration create memories. Special design can easily be remembered and therefore positively influences the decision making process.

- High quality architecture translates into competitive advantage. Good architectural composition is something special and unforeseen. The involvement of history and environment gives it the potential to differentiate it from competitors.

- High quality architecture stands for life-style and zeitgeist. Superior atmosphere attracts customers who value quality during leisure time and holidays

highly. Contemporary architecture generates public attention through media and first adopters and becomes the central element in the word-of-mouth equation. An attractively designed environment represents life style and zeitgeist, which augments the attractiveness for businesses and incentive offers.

- High quality architecture stands for quality of life for employees. Entrepreneurs constructing spaces by using contemporary architecture create their own working ambience based on their own objectives. This fact enables them to work and act authentically for their customers and guests. Also, high quality spaces enable employees to work in an efficient and effective way.

- High quality architecture stands for sustainability. Well planned architecture can easily be adapted to changing demands over time, and is therefore cost efficient. In order to keep its value over time, high quality architecture assures the highest levels of planning as far as quality of space, location, and the orientation of building openings are concerned factors that cannot be changed once the construction process has been finalized. Interior space, on the other hand, can be easily adapted to trends and demands [2 - 3].

Architecture is a powerful marketing tool in the tourism industry.

Creating a significant brand touch through architecture Through structural design, values and lifestyle of brands can be experienced. As a result, typical, special, unique and distinctive elements are conveyed to the target group.

Augmenting the product value through architecture Architecture is a strong means of expression that affects its spectators emotionally. Furthermore, it sets the framework for rational examination. High quality architecture augments the cultural value as well as the experience value of a product.

Using architecture as a topic in communication and in marketing matters Tourism spaces and buildings create messages through two channels: directly and via impressions. Through style and quality of architecture, certain target groups are addressed. Moreover, uncountable stories can be told through architecture and about architecture. Furthermore, contemporary architecture creates excitement which fosters media coverage.

Success factors for tourism businesses:

1. Professional conception and stringent realization

- What counts for the guest is the overall experience that surrounds a strong idea. Successful tourism businesses put their vision at the centre of their corporate and brand concepts. They define values, objectives, target groups and strategies and create an experience based on the realization of their idea. This is achieved through reasonable price setting, attractive product design and ambience creation, successful communication and marketing efforts. The product has to be holistic for the client to experience it to its full potential.

- Architecture contributes substantially to the guest s overall experience. Architecture gives shape to the idea and corporate philosophy, assists business operations, defines the atmosphere and stages themes.

- The development of a business and marketing concept has to be coordinated closely with the business, marketing and architectural concept. The early involvement of architects increases the efficiency, as well as highlighting the opportunities and limitations of architectural design.

- Most tourism concepts build on grown structures in regard to the products, therefore such structures have to be taken into account. Conceptual development, tradition and innovation, as well as regional spatial structures are important topics to be discussed and put into a contemporary context. In family-run businesses personal objectives and life plans of the entrepreneurs influence the concept strongly.

- The realization of the concept idea has to be given shape. This continuous design line has to be found everywhere e.g. interior space, furniture design, exterior design (building surrounding), but also in the corporate design and all marketing matters.

2. Principal expertise and communication abilities

Spatial design calls for much expertise. It is the tourism business's responsibility to make sure that the architectural potential is used to its fullest and that construction projects are handled most efficiently.

It is vital to decide early in the process whether external experts should be consulted. Furthermore, it must be clear what areas are handled by the tourism business and which tasks will be outsourced. A prerequisite for a clear division of competences is a realistic judgment of one's own skills. In addition, trust in the partners as well as mutual understanding for and of the parties involved, namely tourism expert and creative planners and designers is necessary. The principal should at least have a basic understanding of spatial design and should also be familiar with the procedures of the construction sector.

Interviewees reported that finding the right partner is one of the most essential success factors, but also one of the most difficult tasks to accomplish. Generally speaking, basic criteria for making the right choice are: knowledge about reasonable selection procedures, explicit conceivability of expertise and competences, overview of potential partners and their business specialization as well as references. Besides expertise other factors have to be taken into account, such as good communication, a basis for discussion and sympathy.

The basis for a good collaboration between tourism businesses and creative planners is an explicit instruction of the principal, which should include the fullest amount of necessary information about the tourism concept as well as the operational concept. Moreover, the values (like: style, operational matters, seasonal differences, culture of construction, and further development of the company etc.) behind these concepts have to be worked out clearly for the creative planner.

The challenge of the planning and construction process is to use the expertise of all people involved to the maximum, as well as to link them together. Communication skills, efficient coordination processes and timely decision making are vital capabilities of the principal.

3. Architectural placement in the scope of communication and PR

- It often takes time for new things to be accepted this in particular applies to contemporary architecture. From this fact stems the need to explain the architectural concept to visitors and guests. It should involve history and reasons for formal design. Focus should also be put on interesting details and personal advantages from the construction. By explaining the concept to visitors and guests the target group has to be considered. One should take the group's previous knowledge, interest and information habits into account.

- Architectural placement for abutters and authorities. As experience shows, the first innovative architectural projects often are not welcomed within a region. If resistance is to be expected professional PR work is essential in order to involve all stakeholders in the project development from the start. The range for PR actions reaches from personal letters, moderated events to construction site inspections. It is of utmost importance to communicate the benefit of the project. As soon as abutters, authorities and guests are familiar with contemporary architecture and aware of the positive effects like value creation and gain of image in the region, new projects are not longer demonized.

- Architectural placement for customers and guests

Explanations concerning architecture and design increase the interest and improve on the experience of guests. This topic of conversation and gained knowledge is an added value for guests which can serve as a basis for word-of-mouth recommendations.

- Architecture in the media

High quality architecture is an attractive topic especially for media with a sophisticated target group. Professional media work makes sure that publicity and acceptance is guaranteed. Good pictures, information and stories serve as a basis for a successful media presentation which results in a higher demand upon opening. Generally speaking press reports are free of charge and are an essential support throughout the market positioning process [4].

Chances and capabilities for regions and tourism destinations

Which positive effects can be achieved through contemporary architecture?

- Tourism success, especially in culture-, indulgence- and sophisticated experience tourism Tourism space act like landmarks, as well as providing orientation. Tourism architecture shapes the landscape in the long run. As a result the esthetic value, as well as the indulgence quality of a region is improved by architecture. High value buildings can be seen as the basis for the touristic success of a destination, and therefore influence its economy and society.

- Cultural vitality and innovative potential

Contemporary architecture is a means of expression for the cultural diversity and innovative potential of a region. Furthermore, new ideas and seminal concepts are conveyed through contemporary architecture, and simultaneously it sets a course and provides inspiration for new projects and enhancements. The high value architecture of today is the cultural heritage of tomorrow.

- Regional identity and strong destination brands

Contemporary architecture releases impulses to examine the regional identity as well as life style. Interest, acknowledgement and foreign perspectives shape and foster the perception a region has of itself. Moreover it encourages self identification and motivation for regional cultural performances.

- Sustainability of the regional and tourism development

High quality architecture takes into account and enriches cultural resources, the ecology and the social environment. Hence, it accomplishes a vital part of sustainability in tourism projects.

For the development and development of modern architecture in tourism it is necessary research and development:

1) Market research serves as a basis for architectural project development close to the market needs as well as successful implementation of architecture in tourism marketing. Data regarding market needs, trends and opportunities, potential target groups and evaluation of users and guests concerning contemporary architecture.

2) Further studies regarding architecture and tourism, especially concerning the topic regional effects and high value architecture. Achieving sustainability through the interaction of diverse branches of trade, etc.

3) Development of energy-efficient technologies for temporary living spaces. Improvement on energy efficiency as well as an increase in the ecological sustainability achieved by tourism companies, with a special focus on the hotel business

4) Quality assuring processes serving as the basis for the funding of architectural quality in tourism matters. Development of effective and efficient processes, which foster good project ideas

REFERENCES

1. Vakhitova D. (2010) Development of tourism infrastructure in the regions of Kazakhstan // Expert, 2010, №7 - pp. 15-16

2. Architecture and tourism : perception, performance and place (pp. 241-63). New York: Berg. Cavaco, C. (1995).

3. Panova L. "Systematic of architectural environment", Monograph, Kharkiv: HNAGH, 2010.

4. Barablina E.K. (2009) Management of development of public - private partnership in the tourism sector. - Moscow: Academy, 2009 .

5. V. Shimko, "Designing of Architectural Environment", Textbook. Moscow: Architecture-C, 160 p., 2006.

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РАЗВИТИИ ВЫСТАВОЧНОГО ПРОСТРАНСТВА В НАЧАЛЕ XXI ВЕКА

В начале XXI века активно осваиваются интерактивные формы во всех сферах жизнедеятельности общества, в том числе в искусстве и культуре. Привлекательность музейным сайтам придает использование новых медиа технологий: игровых элементов, дополнительной информации в виде интерактивных планов этажей, трехмерной графики, использования модулей виртуальной экскурсии или интерактивного путешествия по галереям. Меняется сама идеология выставок и музеев. Выставки приобретают новую коммуникативную, просветительскую функцию. В советский период в России выставочная и музейная деятельность ориентировалась скорее на хранение и комплектование, не решая проблему привлечения посетителей.

Глобальная сеть стала важной частью культурной жизни. Галереи и выставки постепенно включаются процесс освоения виртуального пространства: появляются сайты, представляющие электронные экспозиции выставок и музеев.

Задачи исследования: раскрыть понятие «виртуальное выставочное пространство», описать возможности виртуальных выставок, описать преимущества и недостатки нового явления, изучить особенности виртуализации выставочного пространства малых музеев и художественных галерей.

Методологическим основанием исследования являются публикации следующих авторов: Н.А. Бердяева [1], Д.В. Иванова [2], Л.А. Нургалеевой [3], Ю.Е. Поляк [4], Ю.Л. Попович [5], М.Е. Рябченко [5], Т.М. Трошиной [6].

Понятие «виртуальный музей» появилось в 90-е годы XX столетия. «Виртуальный» образован от слова *virtus* - мнимый, воображаемый. То есть виртуальный - это есть виртуальная, мнимая реальность, это особый взгляд на стандартные вещи. Информация состоит из трех блоков: сообщение (или послание, знание), интерпретацию (или восприятие знания) и коммуникацию. В современном обществе, именно операция коммуникации - определяющее, доминирующее звено. Современным людям скорее важно «как», а не «что». Жизнь приобретает новостной характер, социальное время значительно ускоряется. Современные потребности общества диктуют постоянные новаторские ходы в теме развития популярности выставок и художественных галерей. Именно это и определяет столь скорое развитие виртуальной реальности.

Исследователи выделяют отличия виртуального эстетического опыта от классического: наличие принципиально новой реальности, техногенная опосредованность эстетического опыта, взаимная активность (интерактивность) сетевого эстетического объекта и реципиента. Существует два варианта использования термина «виртуальная экспозиция»: сконструированное пространство, в котором размещены изображения экспонатов, либо, наоборот,

реальное пространство с проекциями реальных произведений.

Взгляды исследователей на проблему виртуализации искусства и в частности виртуализации выставочного пространства можно разделить на две группы: классические и неклассические. Последователи классических взглядов считают, что виртуальность убивает искусство, последователи виртуальной эстетики видят в новых технологиях широкое проникновение и легкую доступность искусства в массах.

У виртуализации есть ряд преимуществ. Во-первых, многим музеям не хватает выставочных площадей. Во-вторых, экспозиции в залах, особенно при дефиците пространства и света - скучноваты. В-третьих, музей в его традиционном виде не очень понятен молодым и совсем юным - они привыкли к «близкому доступу» в интернете. В-четвертых, у всех музеев и всегда нет денег на простые и постоянные нужды. Среди недостатков виртуализации - усреднение эстетического опыта, потеря самобытности.

Крупные федеральные музеи и галереи дополняют свои сайты виртуальными турами и другими интерактивными возможностями. Но среди галерей, есть так называемые «малые» галереи. Такие галереи не имеют официального статуса, существуют за счет энтузиастов и, чаще всего, не имеют постоянных источников финансирования. Тем не менее «малые» музеи и галереи так же хранят культурные ценности и стремятся предоставить доступ к своим экспонатам всем желающим. Виртуальная выставка настоящий клад для малых музеев и галерей, ведь виртуальная экспозиция позволяет разместить большой фонд, доступна из любой точки мира и работает 24 часа в сутки. Как правило, разработка виртуальных музеев галерей производится штучно, на заказ. В процессе работы получается качественная виртуальная экспозиция (например, виртуальные музеи Третьяковской Галереи, Лувра, Музея имени Н.К. Рериха).

К сожалению, подобный способ не может быть применим для виртуализации малого музея галереи ввиду отсутствия необходимых ресурсов. Рассматриваются два основных метода создания виртуального музея галереи, наиболее актуальных для малого музея/галереи: использование СМЗ-системы для создания и наполнения веб-сайта, использование HTML-редактора для создания собственно веб-сайта. Система управления виртуальным музеем галереей малых галерей должна предоставлять пользователю функциональность, позволяющую: добавлять и осуществлять каталогизацию, добавлять и представлять справочные материалы, составлять из объектов стенды, создавать виртуальные лекции или экскурсии, иметь возможность публикации материалов в сети Интернет. Искусство было и будет всегда, и приобщить к нему молодое поколение - важнейшая задача таких просветительских организаций, как музеи, выставки и т.п. Музеям и галереям всегда нужны свои экспоненты, и, если привлечь их могут новые способы, базирующиеся на новых технологиях, это еще один шанс для развития.

Современный музей должен уметь так «материализовать» и так «упаковать» свою деятельность, что бы на равных бороться за внимание посетителей. И в этом на помощь приходят технологии виртуальной реальности. Создание и демонстрация виртуальных культурных памятников,

исторические реконструкции, интерактивные экспонаты, воссоздание уже утраченных объектов и предметов дает возможность перейти на качественно новый уровень сохранения и передачи потомкам культурного наследия. В мире сейчас идет большая работа по созданию виртуального культурного наследия для систем виртуальной реальности, которая, к примеру, в перспективе даст возможность разместить все музеи, памятники в одном центре виртуальной реальности.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Бердяев Н.А. Смысл творчества. М., 2004.
2. Иванов Д.В. Виртуализация общества. СПб, Петербургское востоковедение, 2000.
3. Нургалеева Л.В. Виртуальный музей: новая коммуникационная модель // Материалы кафедры гуманитарных проблем информатики ФсФ ТГУ, 2003.
4. Поляк Ю.Е. Виртуальные музеи // Информационные ресурсы России, №3, 2006.
5. Попович Ю.Л. Создание специализированного инструментального портала виртуальных музеев и научных коллекций / Попович Ю.Л., Рябченко М.Е. // Телематика'2010: телекоммуникации, веб-технологии, суперкомпьютинг. Всерос. конкурс науч. работ студентов и аспирантов. – 2010. – С. 131-135.
6. Трошина Т.М. Современный интерактивный музей в медиaprостранстве // Библиотека в эпоху перемен. М., 2010.

ЭЛЕКТРОНДЫ САУДА ӘЛЕМДІК БИЗНЕСТІҢ ҰТЫМДЫ ҚҰРАЛЫ

Электронды сауда жасау — сауда саласындағы жаңа тетіктің бірі. Ғаламтордың заманауи мүмкіндіктерін тиімді пайдалану бүгінгі адамзат баласына орасан зор қолайлылықты берері сөзсіз, және ол жетістікке жетудің ұтымды құралы болып отыр.

Отандық кәсіпкерлікті өркендету жолында электронды сауданың алатын орны үлкен. Электрондық коммерция ғаламторда сатып алуға қызығушылық танытқан тұтынушылар тарапынан өсіп келе жатқан сұраныс толқынын табу үшін бизнеске керемет мүмкіндіктер береді. Бұған дәлел ретінде біз бүкіл әлемдегі онлайн-сауда саласына қатысты таңғажайып фактілерді жинадық.

Әлемдік онлайн – сауда-саттықта ең үлкен сұранысқа ие тауарлардың ең танымал санаттары, ол – киім және аяқ киім, үй электроникасы және кітаптар болып табылатыны ізденіс барысында байқалды.

Төлем жасаудың ең қалаулы тәсілдерінің арасында бірінші орынды банк картасын пайдалану сияқты әдіс нарықта сенімді көрініс табады. Ал ТМД елдерінде қолма-қол ақша төлемі көш бастап тұр.

Барлық онлайн-транзакциялардың 30%-дан астамы мобильді құрылғылардың көмегімен жүзеге асырылады және бұл сан күннен-күнге өсіп келеді.

2019 жылдың соңына қарай бүкіл әлем бойынша интернет-дүкендердің жалпы сату көлемі 2 триллион АҚШ долларын құрайды. Бұл 2017 жылмен салыстырғанда өсім +6% құрайтынын көрсеткен. Тек осының өзі электронды саудадағы едәуір өзгерістерді көрсетіп отырған сияқты.

2017 жылдың қорытындысы бойынша электронды сауданың E-commerce саласындағы барлық сатылымдардың жартысы Қытайға (47%) тиесілі екенін көрсеткен. Ақша түрінде алатын болсақ, бұл шамамен 900 миллиард долларды құрайды. Осылайша, бұл ел электронды саудадағы сату деңгейі бойынша әлемде бірінші орын алады.

Дүниежүзілік сараптама қорытындыларына назар аударсақ, электронды саудада немесе интернет сауда саласындағы екінші аймақтық нарық - Солтүстік Америка болып табылады. Биылғы жылы АҚШ-та және осы өңірдің басқа да елдерінде сату көлемі 423 миллиард доллар деңгейінде болжанып, өсім +15,6% - ды көрсеткен. Еуропаның дамыған елдерінде электронды сауда 50 пайызға, ал Ресейдегі мұндай сауда 18 пайызға жеткен.

Біздің елімізде электрондық қаражатпен сауда жасау 2005 жылы басталды. 2014 жылы ҚР Статистика зерттеу агенттігінің зерттеу деректеріне негізінде, сауалнама жүргізген Kursivkz келесі мәліметті ұсынған: Қазақстан елінде электронды сауда жүргізетіндер арасында Ақтөбе облысының тұрғындары алдыңғы орында екендігі анықталған. Қымбат тауарлар бойынша сұраныс Оңтүстік Қазақстан облысында шоғырланғандығы айтылған.

Бүгінгі таңдағы әр адам ғаламторға қосылған ұялы телефонымен мобильді қосымшалар арқылы кез-келген жерде отырып-ақ хабарландырулар

бере алады немесе өзіне қолайлы уақытта іздей алады.

Қазір виртуалды әлемде төлем төлеу операцияларын интернет-банкінг арқылы немесе түрлі электрондық әмияндар арқылы жүргізу жедел даму үрдісінде. Сондай-ақ, интернеттегі әлеуметтік желілер — жалпы бұқараға, жекелей алсақ, кәсібін жаңа бастаған жас кәсіпкерге, қолөнершілерге, саудагерлерге өте ұтымды құрал.

Виртуалды әлемде тауарлар нарығының ұсынысы инстаграм, ВКонтакте желілері арқылы қарқын алуда. Көпшілік кәсіпкерлердің бизнесі оңға басуда екенін айтуға болады. Бұрын сауда орындарының жарнамасы газет пен теледидар немесе радио арқылы таралатын болса, бүгінгі таңда сауда нүктелері мен шағын дүкендерге дейін интернетке жарнама берсе, олар бүкіл әлем назарына іліге алады. Нарық түрі бойынша интернетте жеке парақшалар мен сайттар жұмысы белсенділігі артқан.

Дүниежүзілік сараптама қорытындыларына сүйенсек, электронды саудада Солтүстік Америка көшбасшы екендігі айқындалды. Еуропаның дамыған елдерінде электронды сауда 50 пайызға, ал Ресейдегі мұндай сауда 18 пайызға жеткен. 2020 жылға қарай әлемдегі интернет-саудадағы сатудың жалпы көлемі екі еселенуі тиіс деп болжалынған:



Сурет 1 – Әлемдік электрондық бөлшек сауда көлемі

Болжамдар бойынша, Азия-Тынық мұхиты аймағы 2020 жылға қарай 2,5-тен 2,7 триллион долларға дейін айналымға жетіп, e-commerce-дегі ірі өңірлік нарық болып қала береді.

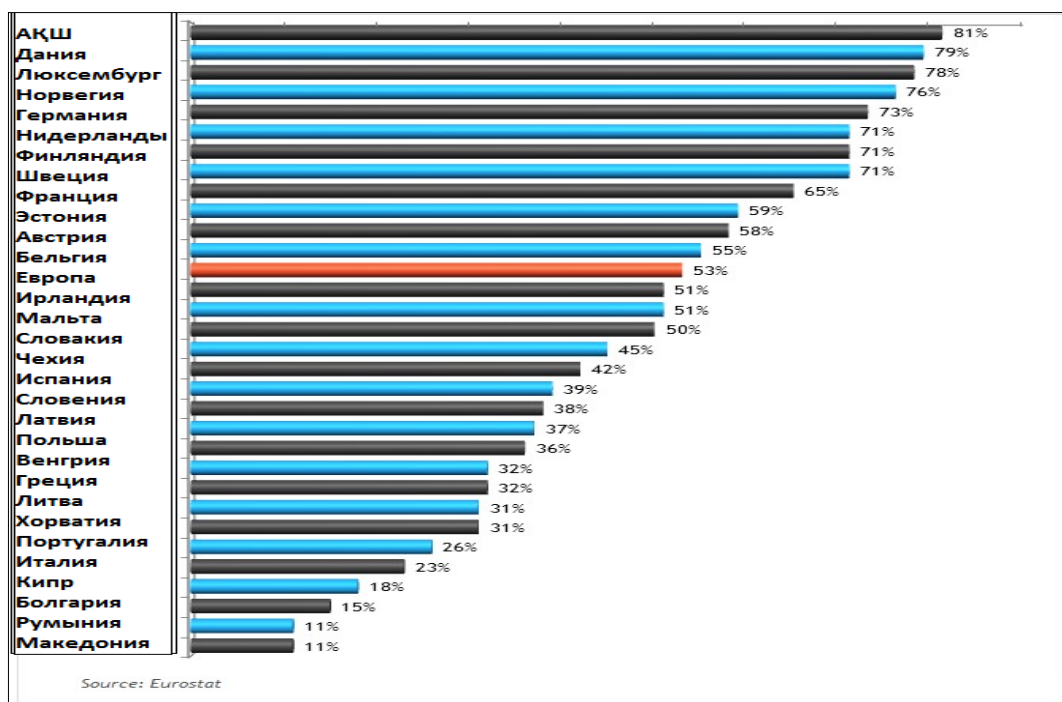
2019 жылға арналған әлемдегі электрондық коммерция нарығының үздік 10 елі: АҚШ, Канада, Ұлыбритания, Франция, Германия, Бразилия, Қытай, Ресей, Жапония және Оңтүстік Корея.

Нарық үрдістерінің бірі төлем нұсқаларын кеңейту болып табылады. Жетекші интернет-дүкендердің көптеген иелері дәстүрлі төлем құралдарын пайдаланады, алайда төлемнің инновациялық әдістеріне деген сұраныс өсуде. Бұл сұранысқа кадам онлайн-ритейлдің одан әрі экспансиясына, атап айтқанда Apple Pay және басқа да байланыссыз төлемдер жүргізу жүйелерінің негізінде ықпал етеді.

Дегенмен де, болашақта нарықтың өсуін шектеуге қабілетті негізгі проблемалардың бірі ол - қауіпсіздік пен құпиялылық мәселесі болып табылады. Сарапшылар пікірін зерттеу кезінде, ірі нишалар арасындағы ең үлкен орташа чек – компьютерлер, теледидарлар мен мультимедиялық құрылғылар, бұл \$ 212 құрайды. Сатып алудың ең аз орташа сомасы – гүлдер мен сыйлықтар нишасында болған.

Мобильді құрылғыны пайдаланушыларының 64% қосымшалар арқылы сатып алуды қалайды. Шамамен 52% браузерлер бұл тұрғыда ыңғайлы деп санайды. Ұялы төлемдер саласындағы көшбасшы-Apple Pay екендігі белгілі. Бұл сервис жақында ғана – 2017жылдың 9 қыркүйек айында ұсынылғандығын ескерсек, мақтауға лайық жетістік деуге болады.

Еуропадағы интернет-сауда орталығы Ұлыбритания болып табылады. B2C саласындағы онлайн-сату көлемі құрлықтың көлемі бойынша екінші нарыққа қарағанда үш есе жоғары. Мұнда басым алаң-Amazon, ол барлық сатылымдардың 54%-на тең.



Сурет 2 - Электронды сауда жасаушылар пайызы

Әлемдегі онлайн-сатып алушының орташа жасы-25 жыл. Шоппинг заманауи интернет-пайдаланушылардың ең жылдам өсіп келе жатқан онлайн-белсенділігі болып табылады. Сатып алушылардың көпшілігі 2-3 күн ішінде өз тапсырысын алуды к-көздейді, тек төрт адамның біреуі ғана 6 жұмыс күн

күтуге дайын екендігі талдау барысында анықталған. Сондай-ақ, бүкіл әлемдегі электрондық коммерцияға қатысты сауалнамаға қатысқан барлық респонденттер сауда затын кері қайтару мүмкіндігінің жеңілдігін кез келген интернет-дүкеннің жұмыс сапасының ең маңызды критерийлерінің бірі деп санайтындығы анықталған.

Қоғамның әл-ауқатын жоғары деңгейге жеткізу үшін экономиканы аса тиімді жолмен даму жағдайларын қалыптастыру – жаңа технологиялар нарығын дамыту мемлекеттік реттеудің ғаламдық мақсаты. Электронды сауда өзінің табиғаты бойынша экономикаға тез еніп, өндірістің ұйымдастыру нысандарын өзгертуге, қоғам табысын және еңбек өнімділігін арттыра отырып, тиісінше, халықтың өмір сүру сапасын арттырып, жағдай жасауға мүмкіндік бермек.

Еуропалықтар үшін интернет-дүкендерде сатып алатын пайдаланушылар саны туралы айтатын болсақ, интернетке қол жетімділігі бар адамдардың жалпы санына қатынасы пайыз бойынша статистикалық мәлімет жоғарыда (сурет 2) келтірілді.

Еуропадағы барлық онлайн-сатылымдардың 81,5 пайызы тек үш елге – Ұлыбританияға, Германияға және Францияға тиесілі. Жыл сайын осы көрсеткіш бойынша олар тұрақты өсуді көрсетеді (2014-2017 жж. деректер бойынша).

Қорыта айтсақ, электронды сауданың әлем бойынша алатын орны ерекше екеніне көзіміз жетіп отыр және сауданың бұл түрі жыл сайын сұранысқа ие бола түсуде. Электрондық коммерция нарығы өсе беретіні сөзсіз, себебі Батыс елдерінде де және Шығыс Еуропа мен Азияның дамушы елдері туралы деректерде де оң динамиканы көрсетеді. Электронды сауданың ерекше маңыздылығын түсіне отырып, болашақта бизнестің ұтымды құралы ретінде қолдану әлеуеті биік.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1 Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә. Назарбаевтың 2018 жылғы 5 қазандағы Қазақстан Халқына Жолдауы: <http://www.akorda.kz>.

2 Гриднева Е.Е., Калиакпарова Г.Ш. Шағын және орта бизнесті дамытуға арналған бәсекелестік артықшылықтардың негізгі құралдары. «Тұран» университетінің хабаршысы Ғылыми журнал. – 2018 – № 1(77). – С. 32.

3 ҚР Ұлттық экономика министрлігінің Статистика комитеті: <http://www.stat.gov.kz>.

4 <http://www.vestifinance.ru>.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РАЗВИТИЯ ТРАНСФЕР-АГЕНТСКИХ УСЛУГ АО «КАЗПОЧТА»

Преимущества единой трансфер-агентской сети заключаются в создании равных условий для потребителей финансовых услуг в регионах и финансовых центрах, снижении себестоимости операций с ценными бумагами, когда участники сделки разделены большими расстояниями. В данном случае оплата услуг трансфер-агентской сети является значительно более привлекательной по отношению к затратам по созданию и поддержанию собственных филиалов или представительств. Трансфер-агентская сеть может обеспечить быструю и эффективную передачу документов и информации между профессиональным участником рынка ценных бумаг и его клиентами в регионах с соблюдением всех требований законодательства РК. Все это в конечном итоге должно способствовать более активному и широкому привлечению населения нашей республики к фондовому рынку.

Цель трансфер-агентской деятельности АО «Казпочта» - привлечение населения в регионах Казахстана на рынок ценных бумаг, находящийся в любой точке страны. Учитывая специфику нашей республики, её большую территорию, недостаточную развитость транспортной сети, низкую плотность населения и отдаленность населённых пунктов друг от друга, создание трансфер-агентской сети на рынке ценных бумаг позволит населению, предприятиям и эмитентам самых отдаленных уголков нашей страны иметь доступ к инфраструктуре рынка ценных бумаг. Данное решение было в свое время утверждено Постановлением Правительства Республики Казахстан о развитии почтово-сберегательной системы и было продиктовано необходимостью в наличии трансфер-агента, обладающего наиболее большой сетью филиалов по стране и соответствующей материально-технической базой. Вышеуказанным требованиям на сегодняшний день и отвечает Национальный оператор почты.

При эволюционировании трансфер-агентской сети во внебиржевую сеть станет возможно существование региональных брокерских контор и филиалов ныне существующих брокеров-дилеров по всей стране, которые будут обслуживать население и предприятия на фондовом рынке, что создаст эффективный рынок как в разрезе облигационных займов, так и рынка акций и производных финансовых инструментов, поскольку большое количество миноритарных акционеров исключает казахстанский менталитет управления собственностью. Клиенты будут подавать свои заявки брокерам, которые далее могут заключать сделки во внебиржевой сети с её автоматической системой исполнения и подтверждения.

Для достижения вышеуказанной цели необходимо решение следующих задач:

- 1) дальнейшее формирование и развитие почтово-сберегательной

системы, предусматривающее привлечение свободных денег населения на финансовый рынок Казахстана.

2) увеличение спектра услуг, предоставляемых трансфер-агентом.

Необходима дополнительная модернизация IT-комплекса ВКФ АО «Казпочта». Необходимо расширять мощность информационных каналов, оптимизировать потоки данных, многие сельские отделения вывести на беспроводные каналы связи. АО «Казпочта» готово к проведению массовых финансовых транзакций на территории всей страны. У АО «Казпочта» есть достаточный опыт оказания массовых услуг населению. Исходя из всего этого, вполне логично, что именно сеть отделений АО «Казпочта» станет для государства инструментом размещения акций госкомпаний среди населения.

АО «Казпочта» стало в настоящее время финансовым супермаркетом, доступным для населения всей страны. 26% населения РК, проживающего в отдаленных районах, имеют доступ только к финансовым услугам АО «Казпочта» с её разветвлённой филиальной сетью.

Для привлечения клиентов и увеличения финансовой грамотности в Восточно-Казахстанской области предлагаются следующие мероприятия:

1) увеличение рекламного материала, информационных буклетов и плакатов с целью ознакомления клиентов с подробными пошаговыми инструкциями по участию через трансфер-агентские пункты ВКФ АО «Казпочта»;

2) студентам и пенсионерам предложить систему скидок на комиссию от АО «Казпочта», например, предложено предоставить скидку в размере 15%;

3) заменить программное обеспечение (ПО), либо решить проблему с замедлением работы программного обеспечения, путем расширения серверов.

4) Агентство Республики Казахстан по регулированию деятельности регионального финансового центра г.Алматы (АРД РФЦА) проводит серию информационно-образовательных семинаров на бесплатной основе по вопросам рынка ценных бумаг (РЦБ) по Республике для государственных служащих.

Предложить проводить бесплатные семинары в образовательных учреждениях (колледжах, университетах) Казахстана.

Целью этих мероприятий является улучшение благосостояния населения путём повышения финансовой грамотности. Основные задачи:

- создание общедоступной системы информирования граждан о возможностях использования различных финансовых инструментов и услуг;
- обучение населения основным навыкам управления личным бюджетом;
- обучение населения грамотному использованию существующих на рынке финансовых инструментов и услуг, умению оценки рисков при их использовании.

Реализация этих мероприятий агентством осуществляется по 4 основным направлениям: прямое обучение, путем проведения семинаров, лекций; интернет, посредством сайта; телевидение; печатные СМИ.

5) также для повышения финансовой грамотности молодёжи Казахстана и привлечения клиентов в будущем, создать интерактивный портал, своего рода лёгкий вариант обучения работы на фондовом рынке. Это сайт, где начинающие инвесторы могут открыть демонстративный (учебный) счёт,

который обладает теми же функциональными возможностями, что и реальный счёт на фондовом рынке, но не требует денежных вложений. Это прекрасная возможность для начинающих инвесторов разобраться в системе, изучить возможности торгового терминала и научиться с помощью учебного счёта работать на фондовом рынке.

Во-первых, демонстрационный счёт будет использоваться для тех, кто еще не знаком с фондовым рынком, он позволяет изучить рынок в демонстрационном режиме, не рискуя денежными средствами.

Во-вторых, игра будет вестись по правилам и котировкам, абсолютно не отличающимся от реальной торговли на фондовом рынке. Предложено вывести на этот сайт преуспевающие компании; с помощью данного сайта будущие инвесторы могут оформлять договор на оказание брокерских услуг в АО «Казпочта».

Расходы на финансирование данного предложения не представляют собой значимой суммы. В эту стоимость входит учебный терминал и интерактивный сайт. Учебный терминал - это специальная компьютерная программа, обучающая в игровой форме правилам торговли на биржевом рынке, с помощью которой возможно ознакомиться с правилами функционирования организованного рынка финансовых инструментов фондового рынка, приобрести основные навыки работы в биржевых торговых системах, а также попробовать применить на практике свои теоретические знания о возможностях инвестирования на рынке ценных бумаг. Демонстрационный счёт будет обслуживать автоматическая система, что не потребует лишних затрат (т.е. оплаты заработной платы определенным специалистам).

При внедрении демонстрационная версия позволит улучшить финансовую грамотность начинающим инвесторам, количество интересующих лиц увеличится.

б) в целях создания максимально комфортных условий для обслуживания инвесторов АО «Казпочта» создаст интернет банкинг для физических лиц - держателей платежных карточек АО «Казпочта», где инвесторы могут производить оплату в целях экономии времени, через карт-счета на покупку акций, не открывая брокерский счет.

Внедрение вышеперечисленных мероприятий позволит предоставлять населению в регионах широкий спектр финансовых услуг, в частности, по инвестированию свободных денег в ценные бумаги, которые, в скором будущем должны стать альтернативой банковским депозитам и вложению средств в недвижимость, тем самым принося значительный доход и выравнивая финансовую ситуацию «АО «Казпочта».

РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Проблемы повышения конкурентоспособности экономики Казахстана во многом связано с совершенствованием организационно-экономических механизмов функционирования системы национальной экономики. В этом аспекте особую роль играет развитие предпринимательской деятельности предприятий и организаций. В Казахстане заговорили о предпринимательстве только в начале 90-х годов, с началом перестройки. В это время началось так называемое «комсомольское предпринимательство», когда наиболее активные молодые люди, в основном комсомольские лидеры начали создавать кооперативы на базе центров научно-технического творчества молодежи. Были созданы льготные условия кредитования. Более того, в условиях нарастающей инфляции именно эта первая волна предпринимательства сумела не только выстоять, но и накопить необходимый так называемый первоначальный капитал, поскольку в кредит деньги выдавались «дорогими», а возвращались назад «дешевыми».

Малые предприятия, деятельность которых не требует крупных стартовых вложений и обеспечивает высокую оборачиваемость ресурсов, способны более эффективно и быстро способствовать реструктуризации национальной экономики, формирования и расширения рынка потребительских товаров (услуг) при ограниченных ресурсах. Субъекты малого бизнеса оперативно реагируют на колебания потребительского спроса, обеспечивая тем самым необходимое равновесие на рынке и формируя конкурентную среду. Динамичное развитие малого предпринимательства способствует созданию новых рабочих мест, решая проблему занятости населения.

Для малого предприятия характерны следующие черты:

1. юридическая самостоятельность;
2. управление предприятием владельцем капитала;
3. небольшая величина стартового капитала;
4. численность персонала до 30 человек способствует установлению эффективных коммуникаций;
5. мобильность.

На сегодняшний день в мире не существует общепринятого определения предпринимательства. В Предпринимательском кодексе Республики Казахстан предпринимательством является самостоятельная, инициативная деятельность граждан, оралманов и юридических лиц, направленная на получение чистого дохода путем использования имущества, производства, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг, основанная на праве частной собственности (частное предпринимательство) либо на праве хозяйственного ведения или оперативного управления государственного предприятия (государственное предпринимательство). Американский ученый, профессор Роберт Хизрич определяет «предпринимательство как процесс создания чего-то нового, что обладает стоимостью, а предпринимателя – как человека, который затрачивает

на это все время и силы, берет на себя весь финансовый, психологический и социальный риск, получая в награду деньги и удовлетворение достигнутым. Важно обратить внимание на выделение такой экономической категории, как предпринимательская прибыль, или предпринимательский доход. Предприниматели постоянно генерируют новые идеи в производстве, сфере обслуживания населения, создают новые товары. Они концентрируют энергию других и направляют ее на реализацию общих целей.

Малое предпринимательство в Казахстане прошло 4 этапа:

Первый этап развития малого бизнеса в условиях СССР (1986-1990) характеризуется внедрением новых форм собственности, началом формирования предпринимательской культуры. В качестве основных проблем этого типа можно назвать трудности доступа к сырью и производственным площадям, бюрократические преграды при регистрации кооперативов.

Второй этап в развитии малого и среднего бизнеса Казахстана (1991-1996) проходил в условиях перехода от административно-командной к рыночной экономике. На этом этапе, этапе приобретения Казахстаном суверенитета наблюдается резкий рост числа малых предприятий всех форм собственности, произошла приватизация государственной собственности. Однако, начиная с 1994 года, отмечалось снижение предпринимательской активности, вызванное непомерными налогами и высокими банковскими процентными ставками.

На третьем этапе развития малого бизнеса в условиях становления рыночных отношений (1997-2000) наблюдалась активация деятельности в секторе малого бизнеса, усиление государственной поддержке малого бизнеса, развитие неправительственного сектора поддержки малого бизнеса.

Четвертый этап развития инфраструктуры поддержки малого бизнеса (2006-2006) характеризуется активной финансовой поддержкой малого бизнеса через банки второго уровня и микрокредитные организации, созданием лизинговых компаний, бизнес-центров, бизнес-инкубаторов, центров поддержки предпринимательства.

Количество малых предприятий изменялось на каждом этапе. Если на конец первого этапа 1990 года в республике насчитывалось 12400 малых предприятий, то к концу четвертого этапа (2006 год) их уже стало 743000, увеличение произошло почти в 60 раз! Численность занятых в сфере малого бизнеса за этот период увеличилось в 5 раз: если в 1990 году она составляла 302600 человек, то в 2006 году здесь уже работает 1514000 человек, что составляет 19,8% от общего числа занятых. Для сравнения в развитых странах в сфере малого бизнеса работает более половины всех занятых.

Сегодня в Республике Казахстане создаются все условия для успешного развития малого и среднего предпринимательства. Реализация целенаправленной и последовательной политики государства по поддержке малого и среднего бизнеса является одним из основных приоритетов экономического развития страны. Эффективным и действенным инструментом комплексной поддержки предпринимательства в Казахстане является программа «Дорожная карта бизнеса 2020». По данной программе предприниматели могут получить поддержку в виде субсидирования ставки

вознаграждения по кредиту, частичного гарантирования кредитов, обучения, сервисной поддержки ведения бизнеса, зарубежных стажировок и т.д.

В целях поддержки предпринимательства была принята программа **«Дорожная карта бизнеса 2020»**, которая разработана в качестве механизма реализации Государственной программы по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2014-2019 годы.

На основании постановления Правительства Республики Казахстан от 26 апреля 1997 г. № 665 «О создании Фонда развития малого предпринимательства» был образован Фонд «Даму». На современном этапе развития предпринимательства ФРП «Даму» является основной структурой, которая осуществляет государственную поддержку предпринимательства в Республике Казахстан через управление активами, выделяемыми государством на развитие предпринимательства, разработку и реализацию решений по финансированию и кредитованию предпринимательства, а также через оказание информационно-аналитической и консалтинговой помощи бизнес-структур

Соответственно все программы государственной поддержки малого и среднего бизнеса в Казахстане разработаны и реализуются в рамках деятельности ФРП «Даму»:

- Программа обусловленного размещения средств в БВУ для последующего кредитования МКО;
- Программы обусловленного размещения средств в БВУ для последующего кредитования СМСП;
- Программа «Даму-Көмек» для помощи инвалидам-предпринимателям;
- Программа «Даму-Өндіріс» для поддержки субъектов частного предпринимательства, занятых в сфере обрабатывающей промышленности;
- Программа финансирования лизинговых сделок СМСП, занятых в сфере обрабатывающей промышленности через БВУ и Лизинговые компании;
- Программа обусловленного размещения средств в БВУ для последующего микро-кредитования женского предпринимательства;
- Программа регионального финансирования СМСП;
- Программа финансирования проектов СМСП в малых городах;
- Программа финансирования региональных приоритетных проектов СМСП «Даму регионы III».

По состоянию на 1 января 2017 года количество действующих субъектов МСП по сравнению с соответствующей датой предыдущего года уменьшилось на 4,6%. В общем количестве субъектов МСП доля индивидуальных предпринимателей составила 68,7%, юридических лиц малого предпринимательства – 16%, крестьянских или фермерских хозяйств – 15,1%, юридических лиц среднего предпринимательства – 0,2%.

Таблица 1-Количество действующих субъектов МСП на 1 января 2018 года

	Всего	В том числе				Всего, в процентах к соответствующему периоду предыдущего года
		юридически е лица малого предприни- мательства	юридически е лица среднего предприни- мательства	индивидуал ьные предприни- матели	крестьянские или фермерские хозяйства	
Республика Казахстан	1 145 994	208 742	2 618	747 107	187 527	103,6
Акмолинская	41 719	6 437	114	31 034	4 134	102,9
Актюбинская	50 209	9 032	101	35 935	5 141	104,9
Алматинская	109 877	8 627	152	56 297	44 801	101,8
Атырауская	42 897	6 016	103	34 529	2 249	105,3
Западно- Казахстанская	37 111	5 505	92	26 064	5 450	102,6
Жамбылская	58 692	5 231	51	37 346	16 064	109,0
Карагандинская	79 276	16 100	188	55 287	7 701	99,8
Костанайская	48 237	6 614	147	36 368	5 108	101,1
Кызылординская	37 450	4 827	60	27 500	5 063	105,2
Мангистауская	47 015	7 414	84	37 840	1 677	106,5
Южно- Казахстанская	177 411	16 523	163	92 092	68 633	105,0
Павлодарская	41 311	8 480	103	29 517	3 211	101,7
Северо- Казахстанская	27 587	4 704	125	19 595	3 163	99,8
Восточно- Казахстанская	79 966	9 895	163	55 407	14 501	91,9
г.Астана	97 251	35 329	261	61 553	108	104,7
г.Алматы	169 985	58 008	711	110 743	523	109,5

По состоянию на 1 января 2018 года количество действующих субъектов МСП по сравнению с соответствующей датой предыдущего года увеличилось на 3,6%. В общем количестве субъектов МСП доля индивидуальных предпринимателей составила 65,2%, юридических лиц малого предпринимательства – 18,2%, крестьянских или фермерских хозяйств – 16,4%, юридических лиц среднего предпринимательства – 0,2%.

Роль малого и среднего бизнеса велика не только количественно, но и функционально, иными словами, по тем задачам, которые он решает в экономике, а именно формирование среднего класса — главного гаранта политической стабильности в демократическом обществе, создание новых рабочих мест с относительно низкими капитальными затратами, ликвидация монополии производителей, создание конкурентной среды. До настоящего времени государственная поддержка предпринимательства в Казахстане акцентировалась на предоставлении налоговых преференций и льготного финансирования за счет государственного бюджета и велась не всегда на системных началах, тем не менее, введение специальных налоговых режимов позволяют предпринимателям существенно снизить налоговую нагрузку.

Последние же 10 лет государство уделяет первостепенное значение

развитию предпринимательства, разрабатываются и реализуются специальные программы по поддержке предпринимательства.

Разработка экономической модели развития малого и среднего бизнеса на основе кластерно-сетевого подхода означает переход к новой стратегии государственной поддержки малого и среднего предпринимательства и новой идеологии взаимоотношений государства и бизнеса.

Используя опыт развитых стран по развитию малого и среднего бизнеса, Правительство проводит углубленную политику по реформе финансового сектора и комплексному развитию инфраструктуры поддержки предпринимательства: расширение сети центров малого и среднего бизнеса, бизнес-инкубаторов, консалтинговых, лизинговых и других фирм, создание банков данных специализирующихся на обслуживании малых предприятий. И как сказал в своем послании Президент Республики Казахстан Назарбаев Н.А. «..когда 60% работающего населения будет трудиться в малом и среднем бизнесе, Казахстан достигнет устойчивости..».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Bannock G. The economics of small firms. Oxford. P.69.
2. akorda.kz
3. www.damu.kz
4. www.stat.kz
5. [Предпринимательский кодекс Республики Казахстан от 29.10.2015](#)

года №375-V

ОПЕРАТИВНАЯ ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ТОО «ҰЛАН»

Оценка финансового состояния предприятия проводилась на основе комплекса финансовых коэффициентов, характеризующих финансово-хозяйственную деятельность предприятия, рассчитанных по данным бухгалтерского баланса и отчета о прибылях и убытках.

Данная методика предполагает оперативную диагностику финансового состояния предприятия, выявление нежелательных тенденций динамики финансовых показателей.

Анализ финансовых коэффициентов производился путем сравнения полученных значений с рекомендуемыми нормативными величинами, играющими роль пороговых нормативов.

В качестве критерия оценки финансового положения был использован принцип - чем удаленнее значения коэффициентов от нормативного уровня, тем ниже степень финансового благополучия предприятия.

В качестве коэффициентов были использованы показатели отражающие:

- эффективность бизнеса (коэффициенты прибыльности и рентабельности);
- перспективы платежеспособности и финансовой независимости (показатели платежеспособности, финансовой устойчивости);
- качество управления бизнесом (показатели оборачиваемости).

Как показали результаты исследования, сводные показатели свидетельствуют о неустойчивом финансовом положении ТОО «Ұлан».

Данное положение, согласно значениям рассматриваемых финансовых коэффициентов, было вызвано нарушением платежеспособности и низкой рентабельностью производства (таблица 1).

Таблица 1 - Сводные показатели финансового состояния

Наименование показателя	Состояние предприятия	
	на начало года	на конец отчетного периода
Финансовой устойчивости	кризисное	кризисное
Платежеспособности	неустойчивое	неустойчивое
Деловой активности	совершенно устойчивое	совершенно устойчивое
Оценки структуры баланса	относительно устойчивое	относительно устойчивое
Рентабельности	кризисное	кризисное

Динамика финансовых результатов деятельности предприятия. За анализируемый период выручка-нетто от реализации товаров, работ, услуг

сократилась на 14794 тыс.тг. или на 9,9% по сравнению с предыдущим годом. Также произошло снижение себестоимости на 13778 тыс.тг. или на 10,9%. Соответственно валовая прибыль уменьшилась на 4,4 % (или на 7576 тыс.тг.) и составила 21 962 тыс.тг.

Величина управленческих расходов совместно с коммерческими расходами возросла на 229 тыс.тг. (или на 1,7%). Отрицательное влияние роста данных издержек совокупно со снижением объема продаж привели к тому, что прибыль от продаж снизилась на 13,4%. Наибольшее отрицательное влияние на прибыль до налогообложения, как и в предыдущем периоде, оказало сальдо между операционными и внереализационными доходами и расходами, которое составило 4501 тыс.тг. убытков.

В целом эффективность основного вида деятельности, согласно показателям рентабельности, не претерпела значительных изменений. Так, показатель рентабельности основной деятельности (по валовой прибыли), показывающий, сколько прибыли от продаж приходится на 1 тг расходов, снизился на 0,3 процентных пункта и составил 6,3%.

Диагностика основных причин финансовых затруднений, приведших к снижению платежеспособности предприятия в разрезе основных функциональных сфер.

Для каждой сферы управленческого менеджмента характерен определенный финансовый эффект. Согласно данных оперативной диагностики, значимыми факторами возникновения неустойчивого финансового положения (в разрезе основных функциональных сфер) являются:

- стратегия, бизнес-план. Отсутствие четкой стратегии развития не позволяет определить цели и задачи предприятия, решение которых в свою очередь должно быть ориентировано на повышение результатов производственно-хозяйственной деятельности. Основными задачами, которые предприятие ставит перед собой для решения проблемы выживаемости, являются текущий расчет с поставщиками, бюджетом, работниками фирмы.

- финансы. Слабое управление финансовыми ресурсами. Отсутствие практики ведения финансовых планов, графика платежей, анализа движения денежных средств. Эффективность системы управления финансовыми ресурсами во многом зависит от системы ведения бухгалтерского учета. На предприятии используется мемориально-ордерная форма бухгалтерского учета. Основными недостатками данной формы являются:

- а) трудоемкость ведения бухгалтерского учета;
- б) низкий уровень содержательности информации в мемориальных ордерах.

На основании мемориального ордера сложно составить акт сверки, составить инвентаризационную опись, определить сальдо по аналитическим и синтетическим счетам. Учет же аналитических параметров в этих формах минимален. Система бухгалтерского учета ведется на базе программного продукта, созданного производственно-коммерческой фирмой «ЭОС».. Используемая программа не позволяет вести полноценный бухгалтерский учет в системе автоматизированного учета. Программа не предусматривает отражение данных в динамике и предполагает использование большого объема

дополнительного труда для последующей обработки регистров бухгалтерского учета. Используемая финансовая информация в целях анализа набивается дополнительно, что характеризуется дублированием операций со стороны специалистов бухгалтерии, ФЭО, отдела маркетинга.

- экономика. Отсутствие экономической работы в разрезе оценки прогнозных результатов от заключаемых сделок. С опозданием в среднем в 2 месяца в адрес отдела маркетинга поступает информация о том, что сделка неэффективна. Отдел маркетинга считает, что для того, чтобы избежать подобных проблем, необходимо установить лимит, который регламентирует соотношение следующих показателей:

- объем отгрузки (как в натуральном, так и денежном выражении);
- условия отсрочки с учетом наличия дебиторской задолженности;
- возможный процент скидки.

- маркетинг. Рынок слабо изучен как в разрезе потребителей услуг, так и конкурентов, что не позволяет быть маневренным. У предприятия нет определенной ценовой политики. Слабо развита рекламная деятельность.

- учет, анализ. Формы управленческого учета основаны на данных бухгалтерского учета. В ходе интервьюирования персонала, сбора и анализа документации было выявлено, что на предприятии разработано достаточно много форм отчетности и схем анализа (отдельные виды форм используются внутри отделов для текущего учета и планирования). Относительно финансовой системы на предприятии разработаны:

- отчеты о структуре затрат (как в целом по предприятию, так и в разрезе ассортимента продукции) (ФЭО);
- отчет по изменению приоритетов в соотношении «продажа-цена-производство-прибыль» (который предполагает оценку влияния отдельных факторов на итоговые финансовые показатели с целью определения причин, вызывающих изменения их значений) (ФЭО);
- отчеты об объемах продаж; прогнозы продаж готовой продукции (отдел маркетинга);
- ведомости расшифровки задолженности дебиторов (отдел маркетинга).

Однако, полученные аналитические сведения слабо пересекаются с друг другом (по уровню информативности между отделами), а также не имеют законченной формы, в которой обобщались бы наиболее весомые результаты проведенного анализа. Управленческая отчетность же должна быть полезной для принятия конкретных управленческих решений, а не просто информировать о тех или иных аспектах деятельности предприятия.

Кроме того, вся управленческая отчетность построена на фактических данных, т.е. данных полученных из бухгалтерского учета, в котором проводки делаются по мере поступления первичных документов, что приводит к тому, что информация по данным бухгалтерского учета запаздывает (в среднем отражение результатов деятельности предприятия происходит спустя месяц после отчетного периода), а это не приемлемо для целей управления.

- логистика. Отсутствие системы планирования и нормативного учета за расходованием ресурсов не позволяет создать эффективную систему

управления материальными потоками. В ходе анализа, было выявлено наличие случаев списания материальных ресурсов по актам и служебным запискам производственно-технического персонала без проведения предварительного расследования на предмет обнаружения виновных лиц.

Кроме этого, неоднократно происходило дописание сырья и материалов в результате ранее допущенных арифметических ошибок при формировании производственных отчетов по расходу материальных ресурсов. Срок выявления допущенных ошибок иногда относился к 3-5 месячной давности. Данные факты свидетельствуют об отсутствии должного контроля за остатками сырья и материалов. Одной из причин этого положения, по нашему мнению, является существующая форма производственно-технического отчета, которая ведется в разрезе каждого наименования препарата и не имеет сводной (обобщающей) ведомости по цеху), которая наглядно позволяет видеть остаток, приход и расход каждого вида сырья и материалов.

Проведенный анализ финансово-хозяйственной деятельности ТОО «Ұлан», позволяет сделать следующие выводы:

– предприятие финансово неустойчиво, имеет низкую рентабельность для поддержания платежеспособности на приемлемом уровне.

Для восстановления равновесия предлагается упорядочение технологии управленческого учета посредством перестройки системы управления затратами, а также ассортиментной политики, что позволит предприятию значительно повысить эффективность основного вида деятельности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово – хозяйственной деятельности предприятия. Учебное пособие. - М.:ИНФРА, 2015.

2 Дюсембаев К.Ш., Егембердиева С.Ш., Дюсембаева З.К. Аудит и анализ финансовой отчетности. А. «Каржы – каражат», 2014.

3 Турманидзе Т.У. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебник / Т.У. Турманидзе. – Алматы: LEM, 2013.

4 Tullock G. The Backward Society: Static Inefficiency, Rent Seeking, and the Rule of Law. In the Theory of Public Choice. Vol. 2, ed. Buchanan J. and Tollisn R. University of Michigan Press, Ann Arbor, 2015.

5 Yavlinsky G., et al. Reforms from Below: Russia's Future. EPIcenter, Moscow, 2014.

6 <http://strategy2050.kz/>

7 <http://stat.gov.kz/>

ҚАЗАҚСТАН БИЗНЕСІНІҢ ЭТИКАСЫ

Қазіргі заманда айналамызға көз жүгіртсек, еліміз гүлденіп, жаңа бастамалар белең алып, халық жағдайының аяқ алысы жақсарды. Сондай-ақ нәтижелі қарқынмен экономикамыз да дамып, көптеген заман талабына сай кәсіпорын ошақтары пайда болуда. Бұл жаңа ашулардың бастауы, халқымыздың бизнес әлеміне деген түбегейлі жаңа көзқарастарын қалыптастыруда десем, қателеспеймін.

Бүгінгі таңда, Қазақстан бизнесінің этикасы "бизнес мәдениеті" терминін жиі естиміз. Өйткені халықтың аз бөлігі қазіргі танның өзінде бизнесмен болып табылады немесе осындай болуға әлеуеті бар. Сондықтан кез келген бизнес саласында осы терминмен бетпе-бет келуге болады. Бірақ Қазақстанда барлығы осы терминді біледі және оған мән береді ме? Бизнес мәдениеті деген не?

Бизнес мәдениеті – ұйымда бар құндылықтар. Олар бизнесті жүргізу тәсілін анықтайды. Бұл ұғым өте кең, әрі ауқымды мағынада. Бизнес мәдениеті ретінде іскерлік этикетті, келіссөздер жүргізуді, құжаттаманы жүргізуді, бизнестің әлеуметтік жауапкершілігін және т.б. қарастыруға болады.

Бизнес мәдениеті терминін нақты түсіну үшін оның негізгі құрамдас бөліктеріне тоқтала кету керек. Оның бірі - әлеуметтік жауапкершілік. Бұл жерде "әлеуметтік жауапкершілік" анықтамасы екі түрлі мағынада қарастырылады деп айтуға болады. Үлкен жауапкершілікті мойнына алу, бұл не?..... Көптеген адамдар бұны корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік деп ұғады. Бұл бизнес мәдениетінің көрсеткіші. Біріншіден, бұл адами тұрғыдан алғанда үстеме пайда алу негізінде көзделген мақсат болып табылады. Екіншіден, қамқорлық жағынан алатын болсақ, кәсіпорынды мәдени, жауапты, дамытушы фактор ретінде қоғам сипаттайды. Яғни, сол немесе өзге ұйым олардың тауарын не қызметтерін бірінші кезекте тұтынушыларға пайда әкелуі жағынан қамқорлық жасауы тиіс. Сондай-ақ ең бастысы, тауарлар мен қызметтер қолжетімді және сапалы болуы тиіс. Осыған орай, кәсіпорын әлеуметтік жауапты деп саналады.

Пайда табу? "Бизнес мәдениеті" термині тікелей ақшамен байлынысты. Яғни жүз кәсіпорын бизнесті енгізу мәдениетіне ие. Өйткені, оң беделге ие бола отырып, кәсіпорын аренада қалуға және бәсекеге түсуге көбірек мүмкіндігі бар. Демек кәсіпкерлер арасындағы корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік - бұл өз компаниясына назар аударудың және оң имиджін жасаудың тәсілі ғана деп саналады.

Кейде елімізде кәсіпкерлер арасындағы қатерлі, жалған әлеуметтік жауапкершілікті қатерсіз және шынайы әлеуметтік жауапкершілікті анықтау қиын болады. Менің ойымша, халқымыздың әлеуметтік бизнес саласындағы жауапкершіліктің бірінші түрімен де, екіншісімен де танысуға мүмкіндігі бар.

Мен тұтынушы бола отырып, өмірден мысалдар келтіре аламын. Сапалы әлеуметтік жауапкершілік мысалы ретінде Алматы қаласындағы Mega орталық, Mon Amie сияқты бизнес нүктелерін мысалға келтіргім келеді. Өйткені, осы

орындарға барғаннан кейін, әрқашан жақсы әсерде қаласын. Осы кәсіпорындардың қызметкерлері әрқашан сыпайы, шыдамды және өз клиенттеріне мұқият.

Ал, қатерлі әлеуметтік жауапкершіліктің мысалы ХҚКО. Өйткені, ХҚКО-на барғанда әрқашан жағымсыз әсерде қаласын. Біріншіден, кезекті ұзақ уақыт тосасын. Екіншіден, құжаттар жағынан қателіктер көптеп кетеді. Бұндай жағдайлар, халық наразылығына, тұтынушының көңілі толмаушылыққа әкеліп соғады. Ондағы қызметкерлер жұмыс барысында, тұтынушыға өте жаман пікір қалтырады. Бұл дегеніміз халыққа қызмет көрсету сапасы көп жағдайда төмен.

Бірақ Еліміздегі корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік - бұл бизнес мәдениетінің сыртқы көрсеткіші ғана. Мәдениеттің ішкі көрсеткіші де бар. Бұл өз қызметкерлеріне деген қамқорлық. Әлеуметтік кепілдіктер, персоналдың адами әлеуетін дамыту, ұжымда (кәсіпорынның өз ішіндегі) атмосфера -бұл ішкі кәсіпкерлік мәдениет. Менің ойымша, кәсіпорынның ұжым алдында әлеуметтік жауапкершілігі бар болса, онда бұл компания өз ортасында бизнес мәдениетін көтереді деп сеніммен айтуға болады.

Қазақстандағы бизнесті жаңғырту бойынша жұмыс ешқашан аяқталмауы тиіс екенін кәсіпкерлерге түсіну маңызды. Өйткені бұл процесс өте көп еңбекті қажет етеді және өзіне үнемі тыңғылықты көңіл бөлуді талап етеді. Сондықтан мен кез келген кәсіпорындар мен ұйымдарда бизнестің ішкі мәдениетін нығайтатын түрлі тимбилдингтер жүргізілуге тиіс деп есептеймін.

Негізінен бизнесті реттеу саласы барлық елдерде бар. Алайда Қазақстан Республикасында бизнесті жүргізудің ережелері мен нормалары халықаралық стандарттардан ғана емес, елдің ішінде де өзгеше болуы мүмкін деп ойлаймын. Сонымен қоса, Халықаралық конвенциялардың көпшілігі Қазақстан Республикасының аумағында қабылданады және әрекет етеді. Менің ойымша, Елімізде қалыптасып қалған жергілікті мәдениет, менталитет және белгіленген тәртіп көбінесе Қазақстан нарығында Бизнестің ойдағыдай шығуы мен табысты жүргізілуіне елеулі кедергі болып табылады.

Бұдан әрі, Қазақстанда бизнес мәдениетін қалай және қай жерде қолдану керектігі жайлы неғұрлым жарқын мысалдар келтіргім келеді. Бұл кеңестер Қазақстандағы кәсіпкерлер мен кәсіпорын қызметкерлерінің елеулі қателіктеріне сүйене отырып жасадым. Бизнеске кәсіпорынның іскерлік беделі өте маңызды. Жақсы беделге ие болу өте қиын бірақ оны жоғалту өте оңай.

Қарапайым түрде, кейде фирма туралы пікірді бұзу үшін клиенттің қоңырауына жауап бермеу, іс-қағаздарда қателіктер жіберу, маңызды келісім сөзге бармау немесе тіпті уақытынан кешігу сияқты кемшіліктер жетіп жатады. Тіпті іскерлік этикеттің бір бұзылуы кейде өз беделін жоғалту үшін жеткілікті. Табысты бизнесмен үшін мұндай қателіктерге жол бермеу ғана емес, өзі туралы жақсы әсер жасай білу, өзін сенімді және әділ серіктес ретінде көрсету өте маңызды. Ол тіпті одан кейін, жақын бәсекелестермен де адал іс жүргізе алатыны сөзсіз. Себебі ол енді бәсекеге қабілетті.

Мұндағы басты мен мысалға келтіретін мәселе, кәсіпорындардың беделін сақтап, өзі туралы жақсы әсер қалдыруына көмектесетін бизнес мәдениетінің бірнеше кеңестерімен бөліскім келеді. Егер сіз факсті жіберсеңіз, онда оны сіздің фирмаңыздың бланкісіне жіберіңіз және күнін көрсетіңіз. Егер сіз мұндай

хатқа жауап берсеңіз, жіберілген хат үшін алғыс білдіруді ұмытпаңыз.

Қазір бизнесте телефон өте кең қолданылады. Ең көп таралған қателерді қарастыратын болсақ. Олардың алдын алу оңай, кейін іскерлік бедел қалпына келтіру керек. 1. Жұмыс мәселесі бойынша үйге қоңырау шалудың қажеті жоқ екенін есте сақтау керек. Егер осындай қажеттілік туындаса, таңғы сағат 8.30-дан ерте емес және кешкі сағат 10.30-дан кешіктірмей қоңырау шалу керек. Ал егер сіз мәселені талқылау көп уақыт алатынын түсінсеңіз, сұхбаттасушыдан қазір қолы бос па екенін сұраңыз. Одан кейін компанияны және тегін атау керек. Сонымен қоса тұтқаны төртінші қоңырауға дейін көтеруге тырысыңыз. Ал егер бір қателіктер болып жатса, онда кешірім сұраңыз. Кейде қызметкерлер тіпті дәрекілікке мүмкіндік береді. Мысалы, " ешкім жоқ", " бізде түскі ас", " бұл сіздің проблема " және осындай мәселелерден Қазақстан бизнесіндегі басқа да Этикет біртіндеп кейбір өзгерістерге ұшырайды. Ол демократиялық сипатта болады. Мүмкін, іскерлік этикетте әңгімелесушілердің әңгіме тақырыптарына көп көңіл бөледі. Мұндай тыйым салынған тақырыптардың бірі- ақша. Бұл өте жеке тақырып, сондықтан әңгімелесушіні оның табыс деңгейі туралы, тұрғын үйге, киімге және т.б. қанша жұмсайтыны туралы сұрамау керек. Бұрын тамақтарды үстелдің үстінде бағалау мәдени емес деп саналатын. Енді бұл әбден мүмкін. Әрине, егер баға оң болса.

Кәсіпорын басшысына іскерлік этикетті білу өте маңызды. Өйткені бұл тиімді қарым-қатынастың негізі. Біздің еліміздің менеджерлеріне тек жақсы маман ғана емес, сонымен қатар адамдарды тиімді қарым-қатынас арқылы басқару үшін іскерлік этикеттің қыр-сырын білу маңызды. Өйткені қызметкерлер басшының қарым-қатынас стиліне өте сезімтал. Менің тұжырымдамам бойынша, Қазақстанда бизнесті жүргізудің қажетті білімі мен тәжірибесі толыққанды емес. Бұл мәселе еліміздегі ірі және шағын компанияларды барынша осал позицияға әкеп соғады. Сол себепті де қазіргі уақытта 'Рухани жаңғыру' бағдарламасы бойынша көптеген жұмыстар атқарылуда. Сонымен қоса Елбасымыз айтпақшы «Еліміздің ертені біздер, яғни болашақ жастар қолында.» Демек, ертеңгі күні ел тағдыры, нақтырақ айтқанда, экономикасы, әлеуметтік жағдайы біздің мойнымызда.

ҚОЛДАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР:

1. Аленова Н.М Бизнес этикасыны: экономика мамандықтарының студенттеріне арналған оқу-әдістемелік кешенінің жинағы. –Павлодар: Кереку. Бизнес этикасы. -2016. -77 б.

2. Әбілдин С.Ә. Корпоративтік басқару: оқу құралы. – Алматы: Агроуниверситет, 2015. – 166 б.

ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ЭКОНОМИКИ

Сегодня практически во всех странах мира понимают значение и роль инновационных технологий в формировании конкурентоспособности экономики. Мировой опыт свидетельствует о том, что преодолеть инновационную стагнацию только с помощью инвестиций невозможно. Республика Казахстан ставит перед собой определенные задачи в этой области, реализация которых позволит вывести страну в число высокоразвитых и высокотехнологичных стран мира. Поэтому главными двигателями развития страны должны стать внедрение инноваций, повышение качества человеческого капитала, рост производительности труда, создание стимулов для деловой и социальной активности [1].

Для Казахстана при определении инновационного курса, как приоритетного, необходимо понимать, что наиболее важное значение будет иметь не столько инновационность, как таковая, а сколько готовность ее восприятия и внедрения в реальных экономических бизнес-процессах. Важно не просто обеспечить диверсификацию экономики в пользу обрабатывающего и сервисно-технологического секторов, а в достаточно короткий период времени научиться производить продукты лучше, быстрее и дешевле. Поэтому должны быть кардинально смещены акценты с индустриально-инновационных подходов на инновационно-индустриальные, а также усилен фактор технологического предвидения.

Инновационность – это способность обновляться. При этом процессы обновления должны быть постоянными и ритмичными, технологизированными, т.е. стандартными процедурами достижения целей обновления, а также реализовывать эти процессы с минимальными затратами.

Необходимо принять во внимание опыт передовых стран по разработке и внедрению инноваций, стимулированию патентной активности, по заимствованию передовых зарубежных технологий и интеграции в мировое научное сообщество. В развитии инновационной деятельности межотраслевого характера основную роль во многих странах играет Национальный научный фонд (ННФ). По разработанным им программам при университетах создаются различные центры промышленных технологий с привлечением специалистов университетов и производственных корпораций, которые на начальном этапе финансируются ННФ с последующим расширением финансирования за счет последних [2].

Кроме того, необходимо дальнейшее совершенствование механизмов государственно-частного партнерства в таких его видах, как государственные закупки отечественной инновационной продукции; передача разработчикам прав на интеллектуальную собственность, созданную за счет государства.

Дальнейшее развитие промышленности определяет необходимость целенаправленной государственной структурной политики, нацеленной на

повышение внутренней и внешней конкурентоспособности более широкого, чем в настоящее время, круга отраслей и производств, на стимулирование и поддержку общих структурных сдвигов в сторону отраслей и видов экономической деятельности с высокой долей добавленной стоимости, использующих современные технологии и квалифицированные кадры.

В экономике Республики Казахстан есть сектора и отрасли, потенциально конкурентоспособные как на внутреннем, так и на мировых рынках. Реализации конкурентных преимуществ этих секторов (наличие незагруженных технологически эффективных мощностей, квалифицированных кадров, научно-технических заделов и т.п.) препятствуют как несовершенство и неразвитость рыночных механизмов и институтов, так и сложившиеся к настоящему времени условия развития в этих секторах, неблагоприятные для экспансии производства, модернизации производственной базы и повышения эффективности

При выборе тех секторов экономики, которые определяют основу будущего развития промышленности, должны учитываться два основных фактора. Прежде всего, это – потребности мировой экономики в тех или иных видах конечной продукции, как на настоящий момент, так и в долгосрочной перспективе. Второй – присутствие так называемых «страновых» преимуществ государства. Конкурентоспособной отраслью для Казахстана может стать сельскохозяйственная и пищевая промышленность.

Казахстан, обладая солидным потенциалом, намерен двигаться дальше, и в условиях нестабильной мировой экономической системы. Важным вопросом промышленной политики остается эффективное управление инвестициями, направленное на рациональное использование средств, создание условий для активизации инновационной деятельности.

Как показывают исследования [3]:

- инновационной деятельности на промышленных предприятиях республики имеет место низкая инновационная активность;

- большая часть реализуемых инновационных проектов сводятся к мероприятиям по усовершенствованию уже освоенной продукции, и практически отсутствуют факты организации новых производств по выпуску высоко-технологичной и наукоемкой продукции;

- промышленное производство осуществляется на старой технологической и аппаратурной базе, которая в целом находится на низком уровне.

К числу дополнительных выводов, можно назвать следующие:

- из-за отсутствия четких методических разработок в отраслях промышленного производства отсутствует полная и достоверная информация об инновационной деятельности;

- уровень подготовленности персонала предприятий к оценке состояния инновационной деятельности и активного участия в ее реализации недостаточен, что свидетельствует о низкой инновационной культуре.

Факторы, препятствующие инновациям:

- низкий платежеспособный спрос на новые продукты;

- высокий экономический риск;
- длительные сроки окупаемости в производственном блоке;
- недостаток возможностей для кооперирования с другими предприятиями и научными организациями;
- неразвитость инновационной инфраструктуры.

Факторы, которые в значительной и решающей степени препятствовали инновациям, замедляли инновационные процессы в течение последних трех лет:

- недостаток собственных денежных средств;
- высокая стоимость нововведений;
- недостаток финансовой поддержки со стороны государства.

Необходимо отметить ключевые проблемы, сдерживающие развитие инновационной деятельности в стране:

- отсутствие эффективной инфраструктуры инновационной деятельности и защиты интеллектуальной собственности при трансфере наукоемких технологий;
- отсутствие механизмов стимулирования товаропроизводителей к реализации инноваций как способа конкурентной борьбы;
- отсутствие механизмов вовлечения в хозяйственный оборот местных технологических и интеллектуальных ресурсов;
- отсутствие ориентации отечественных предприятий на отечественную прикладную науку как источник инноваций;
- отсутствие в стране механизмов финансирования рискованных проектов;
- старение научных кадров, недостаточный приток молодежи, отток обученной молодежи из сферы науки.

Для активизации инновационной деятельности необходимо:

- углубленный анализ потребностей, проблем, основных причин, препятствующих развитию предприятий, которые работают в ключевых технологических секторах, обладают высоким потенциалом для развития, экспортно-ориентированы и поэтому будут оказывать наибольшее влияние при реализации инновационной стратегии;
- разработка механизмов, которые позволят стимулировать сотрудничество между предприятиями и научными организациями.

В этих целях необходимо решение следующих задач:

- обеспечить постоянную информационную поддержку выбранных предприятий со стороны организаций научно-образовательного комплекса по имеющимся и ведущимся разработкам, со стороны местных органов государственной власти, а также организаций инновационной инфраструктуры о наличии квалифицированных кадров, бизнес-партнерах, возможностях продвижения продукции и т.д.;
- создать при организационной и финансовой поддержке органов местного государственного управления руководства организаций научно-образовательного комплекса специализированные структуры по связям с бизнесом (офисы коммерциализации технологий);

- оказать финансовую поддержку органами государственной власти НИОКР, проводимых предприятиями;
 - разработать меры финансовой поддержки органами государственной власти работы на предприятиях студентов, магистрантов и молодых специалистов на условиях софинансирования с конкретными предприятиями;
 - осуществить организационную, кадровую, информационную и финансовую поддержку органами местного государственного управления, организациями инновационной инфраструктуры реализации компаниями инновационных проектов;
 - обеспечить независимый мониторинг результатов.
- Ожидаемыми результатами этой деятельности могли бы стать:
- повышение эффективности и целенаправленности поддержки инновационной деятельности компаний;
 - повышение навыков и опыта инновационного менеджмента в компаниях;
 - создание новых связей между высшей школой, научно-исследовательскими организациями и компаниями;
 - рост конкурентоспособности и прибыли компаний.

Таким образом, переход на инновационный путь развития в условиях все более обостряющейся межрегиональной конкуренции является перспективным, как устойчивое экономическое развитие экономики на основе эффективного использования ее научно-технологического потенциала. Успешное продвижение в данном направлении должно способствовать качественным изменениям в структуре экономики, которые приведут к ее устойчивому росту, основанному на эффективном использовании человеческого, производственного и природного капитала.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Голова И.М. Инновационные возможности научных организаций. // Журнал экономической теории. - 2015. - №1. - С. 17.
2. Алшанов Р.А. Казахстан на мировом минерально-сырьевом рынке: проблемы и их решения. - Алматы, 2014.
3. Экономика Казахстана в условиях глобализации: механизм модернизации и функционирования. /Под ред. М.Б. Кенжегузина. -Алматы, ИЭ МОН РК, 2015
4. Послание Президента Республики Казахстан Н.Назарбаева народу Казахстана от 17 января 2014 г. «Казахстанский путь - 2050: Единая цель, единые интересы, единое будущее» // [ЭР]. akorda.kz

СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ФИРМЕ

В данной статье рассматривается надобность стратегического планирования в управлении персоналом организации на современном этапе. В работе показано, что разработка стратегии управления персоналом и дальнейшая систематическая ее реализация разрешат предприятию увеличить эффективность применения собственного трудового потенциала, в соответствии с этим, более полно реализовать конкурентоспособные выдающиеся качества, а в длительной перспективе – будут моментом ускорения экономического развития. Разработка стратегии управления персоналом в организации подключает ряд способов, которые используются на протяжении всего существования фирмы с целью совершенствования кадровой политической деятели. В предоставленной статье предлагаются пошаговые действия, нужные для разработки стратегии управления персоналом, которая станет в абсолютной мере отвечать ожиданиям организации; в каждом из них желательно активное участие руководителей высшего звена. Целью процесса реализации стратегии считается обеспечение скоординированной разработки и реализации стратегических намерений структурных отрядов организации в целом и системы управления персоналом.

Процесс разработки стратегии управления персоналом организации. Управление трудовыми ресурсами включает в себя следующие этапы (рис. 1):

1. Планирование ресурсов: разработка плана удовлетворения будущих потребностей в человеческих ресурсах.
2. Комплект персонала: создание резерва вероятных претендентов по всем должностям.
3. Отбор: оценка претендентов на рабочие места и отбор наилучших из резерва, сделанного в ходе комплекта.
4. Определение заработной платы и льгот: разработка структуры заработной платы и льгот в целях привлечения, найма и сохранения служащих.
5. Профориентация и адаптация: введение нанятых сотрудников в организации и ее подразделения, развитие у сотрудников осознания такого, что ждет от него организация и какой работа в ней получает достойную оценку.
6. Обучение: разработка программ для изучения трудовым способностям, требующимся для эффективного выполнения работы.
7. Оценка трудовой работы: разработка способов оценки трудовой работы и доведения ее до сотрудника.
8. Увеличение, снижение, перевод, увольнение, разработка методов движения сотрудников на должности с большей или же с наименьшей ответственностью, становления их профессионального навыка путем движения на иные должности или же участки работы, а еще процедур прекращения контракта найма.
9. Подготовка руководящих кадров, управление продвижением по службе: разработка программ, нацеленных на становление возможностей и

увеличение производительности труда руководящих сотрудников.

10. Составление организационной культуры, которая определяет межличностные отношения между сотрудниками, администрацией и социальными организациями.

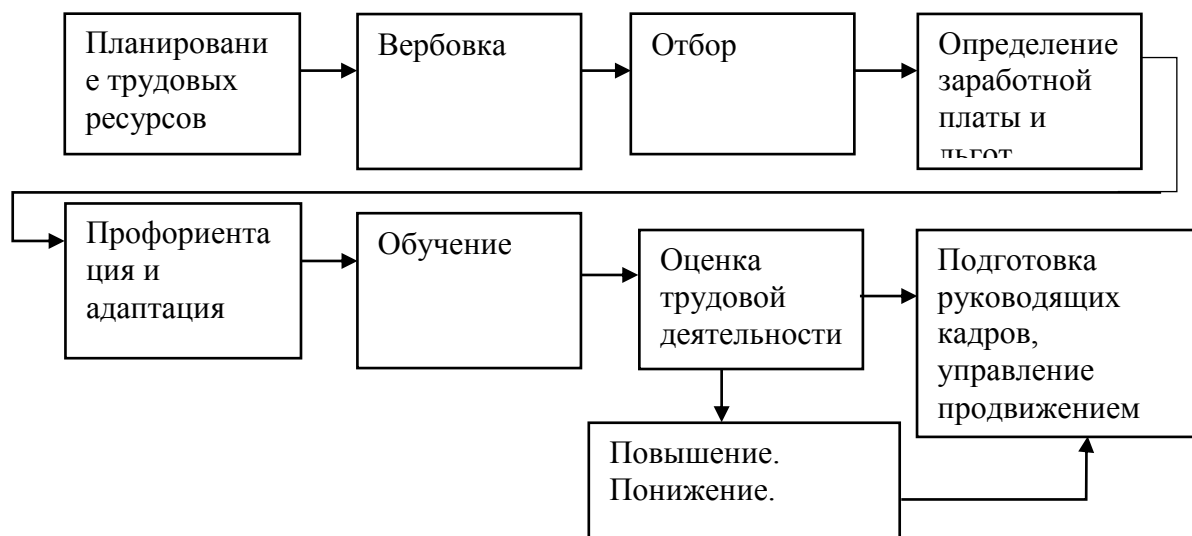


Рисунок 1- Процесс управления трудовыми ресурсами

Наиболее полно кадровая стратегия компаний была проработана в США. Американский навык с успехом применяется и модернизируется в иных государствах. В Казахстане практика стратегического планирования работы с персоналом ещё лишь только получает распространение. Как и в иных сферах HR-менеджмента, консульства иностранных фирм были первыми, кто начал делать кадровую стратегию. Помаленьку все больше интереса к этой области планирования стали проявлять и казахстанские организации. Кадровая стратегия вызывает повышенный интерес не только с точки зрения практического подхода к управлению делом, но и с позиций теории. Например в Европе ориентировочно с середины 80-х годов минувшего века бурно дискутируется(обсуждается) связь стратегий бизнеса и управления персоналом. В частности, на 1-ый план выходит вопрос о том, обязана ли кадровая стратегия быть проекцией бизнес-стратегии или же напротив. Таким образом, отличается 4 концепции планирования работы с персоналом на предприятии :

А) кадровая стратегия зависит от бизнес-стратегии; Б) бизнес-стратегия зависит от кадровой стратегии; В) кадровая стратегия и бизнес-стратегия не зависимы друг от друга; Г) кадровая стратегия и бизнес-стратегия определяются интерактивно.

Тип А. Стратегия работы с персоналом и бизнес-стратегия взаимозависимы. В реальное время признанием пользуются 3 теории, описывающие данный образ кадровой стратегии. Это «лучшие практики» Пфедффера, «стратегия согласия» Уолтона и «интегрированная кадровая стратегия поле Экардштайна». Концепция «лучших теорий» Пфедффера подразумевает 7 методов, обеспечивающих связь кадровой и бизнес-стратегии: залог длительной занятости служащих, жесткий отбор персонала, внедрение командного метода работы, зависимость оплаты труда от его итогов, развитая

система тренингов, малозначительные статусные различия, напряженность предоставления информации коллективу.

Теория фон Экардштайна базируется на том, что есть некоторый единственный взор на кадровые вопросы в организации, воплощенный «ответственным за персонал». Эта стратегия формируется на долгий период и настоятельно просит согласованности на многих уровнях: кадровой и бизнес-стратегии, всевозможных инструментов управления людскими ресурсами, интересов серьезных лиц и персонала. Человек в ее рамках рассматривается как ресурс, который нужно не только верно использовать, но и развивать.

«Стратегия согласия» Уолтона оценивает человека в качестве инструмента, и в следствие этого его работа нуждается в оптимизации. Манера организаций, использующих ее, ориентируется лозунгом «hireandfire» («нанять и уволить»). В связи с этим запросы к персоналу низки, а расклад к его отбору поверхностен. Дефект квалификации компенсируется жесткой дисциплинарной системой и наблюдением. Предоставленная стратегия не подразумевает проявление инициативы, а ориентирована быстрее на автоматическое выполнение персоналом заблаговременно указанных правил. Невысокий уровень притязаний к работникам не подразумевает увеличение их профессионального значения. Важным мотивирующим инструментом считаются деньги [2].

Тип Б. Кадровая стратегия, зависящая от бизнес-стратегии (marketbasedview). Почти все практики держатся точки зрения, что это более действенная конфигурация организации работы с персоналом. Этим образом, они выделяют кадровую стратегию как средство заслуги бизнес-целей, при этом с учетом необходимостей всякого подразделения в отдельности и фирмы в целом. Разъясняется это тем, что запросы всевозможных отделов к работникам имеют все шансы значительно отличаться. Концепция зависимости кадровой от бизнес-стратегии содержит кое-какие дефекты. До этого всего, она подразумевает надобность быстрой адаптации методов работы с персоналом к переменам в ведении бизнеса. Впрочем нередко случается так, что приходится не просто управлять имеющимися ресурсами иначе, а обращаться к свежим вероятностям. В случае если важный потенциал не получается отыскать в самой фирмы, то применяются его наружные информаторы, то есть рынок труда. Иной отрицательной стороной похожей организации процессов считается высочайшая возможность перехода служащих в оппозицию новенькому курсу руководства.

Тип В. Бизнес-стратегия, зависящая от кадровой (resourcebasedview). Использование данной стратегии разъясняется тем, что у работодателя не всякий раз есть вероятность отыскать целевой персонал с необходимой квалификацией на рынке труда, а его становление изнутри организации настоятельно просит времени. В следствие этого свежие направленности ведения бизнеса лимитированы потенциалом сегодняшних сотрудников. Это ограничение тем более принципиально в тех случаях, когда инструкция считает главным ресурсом необходимую сумму познаний служащих. Позитивным фактором тут считается то, что стратегические намерения, построенные на возможно дешевых человеческих ресурсах, больше осуществимы, чем

допускающие вербование наружных источников. Ключевой дефект стратегии произведено в том, что бизнес-планы фирмы ограничены и привязаны к управлению кадрами фирмы.

Тип Г. Интерактивное определение кадровой стратегии. Почти все создатели оценивают вероятность интеграции бизнес-стратегии и планирования работы с работниками. Так, Генри Минцберг ввел понятие «стратегии зонтика». По его представлению, предпринимательская стратегия как «зонтик» ограничивает зону работы служащих организации. В ней развивается и кадровая стратегия. В одно и тоже время политического деятеля по управлению персоналом оказывает воздействие и на ведение бизнеса, не ограничиваясь функцией предоставления важных человеческих ресурсов. Американское среднее учебное заведение кадрового менеджмента предлагает возможности при стратегическом планировании из надлежащих моментов: крепкие и слабые стороны фирмы, способности (шансы) и опасности рынка. Аналогичная система подразумевает эластичность кадровой политике, идентификацию служащих с фирмой, обширное участие персонала в разработке ее стратегии.

Наконец, любая организация содержит некоторое количество вероятностей стратегического планирования работы с персоналом. Обсуждение вопроса о превосходстве той или же иной модели увлекательна, прежде всего, с теоретической точки зрения. На практике нередко имеется внедрение управлением отдельных составляющих нескольких систем для привыкания кадровой стратегии к притязаниям фирмы. 1 из данных систем, как правило, при данном берется за базу.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. МесконМ.Х., АльбертМ., ХедоуриФ. Основы менеджмента: учебное пособие / Л. И. Евенко. - 3- е изд. - М.: Дело, 2000. - 704 с.
2. Томас М. Разработка кадровой стратегии в семи шагах [Электронный ресурс]–2005. - URL:http://www.elitarium.ru/2005/04/01/razrabotka_kadrovoj_strategii_v_semi_shagakh.html.
3. Налетова И.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебно-методическое пособие. - М.: ИНФРА-М, ФОРУМ, 2006. - 128с.

ПРОЦЕСС УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИМ РИСКОМ

В передовых условиях хозяйствования каждая организация неизбежно встречается с разными обстановками, незапланированными или же неожиданными событиями, на которые нужно правильно откликаться, дабы не понести вызванными данными появлениями убытки или, напротив, искусно пользоваться внезапным превосходством. Принимая какое-либо заключение, делец как правило принимает и пробует просчитать тот уровень риска, который, вполне вероятно, воздействует на исход принимаемого решения. Растет количество и многообразие моментов риска, ослабляющих обстоятельства размеренной работы компании, поэтому функция управления риском и играет все большую роль и становится одним из важнейших условий обеспечения экономической безопасности организации.

Критерии и показатели эффективности управления финансовыми рисками в организации

Критерий - это важнейший отличительный признак, который характеризует сущность явления, его качественную сторону. Он выступает выражением цели многостороннего процесса менеджмента. Каждый критерий должен в определенной мере отражать элементы рассматриваемого процесса. Критерии и показатели тесно взаимосвязаны: научно обоснованный выбор критерия в значительной степени обуславливает правильный выбор системы показателей. И наоборот, качество показателя определяется тем, насколько полно и объективно он характеризует принятый критерий.

Показатели эффективности - это различные индикаторы, характеризующие систему на предмет достижения поставленных целей и удовлетворяющие определенным критериям качества функционирования. Впервые индикаторы эффективности были охарактеризованы в 1973 г. Р.Орром. Согласно предложенной ученым системе, каждый индикатор должен быть:

- измеримым;
 - надежным (свободным от двусмысленности);
 - воспроизводимым (одни и те же показатели должны быть вычислены одним и тем же способом);
 - информативным (полезным для принятия решений);
 - удобным для пользователей.
- Наиболее распространенными на практике критериями эффективности управления рисками являются:
- результативность — достижение системой управления рисками поставленных целей по оптимизации рисков, их оценке и минимизации;
 - продуктивность — определяет процесс, посредством которого исходные ресурсы трансформируются в выходные продукты. Продуктивность тем выше, чем более оптимально соотношение между входными ресурсами и

выходными результатами;

— общая экономичность – подразумевает оценку проектов на соответствие сметным показателям, как количественным, так и качественным, (например, чтобы закупочные цены не были выше рыночных);

— целесообразность и рациональность – предполагают соответствие системы по управлению рисками объему и характеру операций, контролируемых системой для определения достаточности и полноты используемых процедур и методик;

— надежность и функциональная адаптивность – являются залогом эффективной системы по управлению рисками, способной своевременно реагировать на возможные рисковые события при неопределенности внешней среды;

— соответствие стандартам и нормам – эффективная система по управлению рисками должна учитывать все изменяющиеся законодательные положения и требования как на международном уровне, так и на уровне страны.

Критерии результативности, продуктивности и совместной экономичности относятся к количественным аспектам, а аспекты необходимости и

рациональности, надежности и активной адаптивности, соотношение эталонам и общепризнанным меркам – к высококачественным, собственно что представлено на рисунке 1

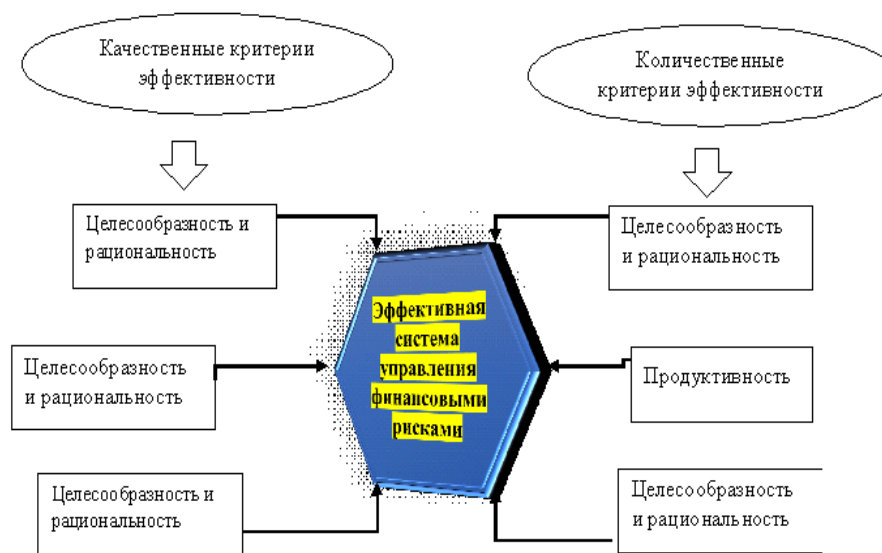


Рисунок 1 - Критерии эффективности управления финансовыми рисками на предприятии

Управление рисками в предпринимательстве

Обзорно рассмотрим главные моменты технологии и организации управления рисками в фирме, которая уже продвинута в регуляризацию менеджмента. Управление предпринимательскими рисками зиждется на «трех китах»: «выявить», «оценить» и «уменьшить», которые и определяют

методологическую очередность ее реализации. Разработка управления основывается в двенадцать этапов.

1. Формулирование целей и задач по выявлению ведущих моментов риска.
2. Выявление факторов риска.
3. Тест предпринимательского риска по факторам.
4. Оценка предпринимательского риска.
5. Тест приобретенных вариантов оценки.
6. Выбор стратегии управления.
7. Планирование стратегии регулирования с опорой на избранные способы управления предпринимательскими рисками.
8. Разработка программы действия по минимизации поставленных опасностей.
9. Учет личных качеств в момент принятия решений, несущих опасности рискованных мероприятий.
10. Организационные события по реализации программы – минимизация риска.
11. Контроль выполнения событий программы.
12. Оценка и тест полученных итогов по принятым заключениям.

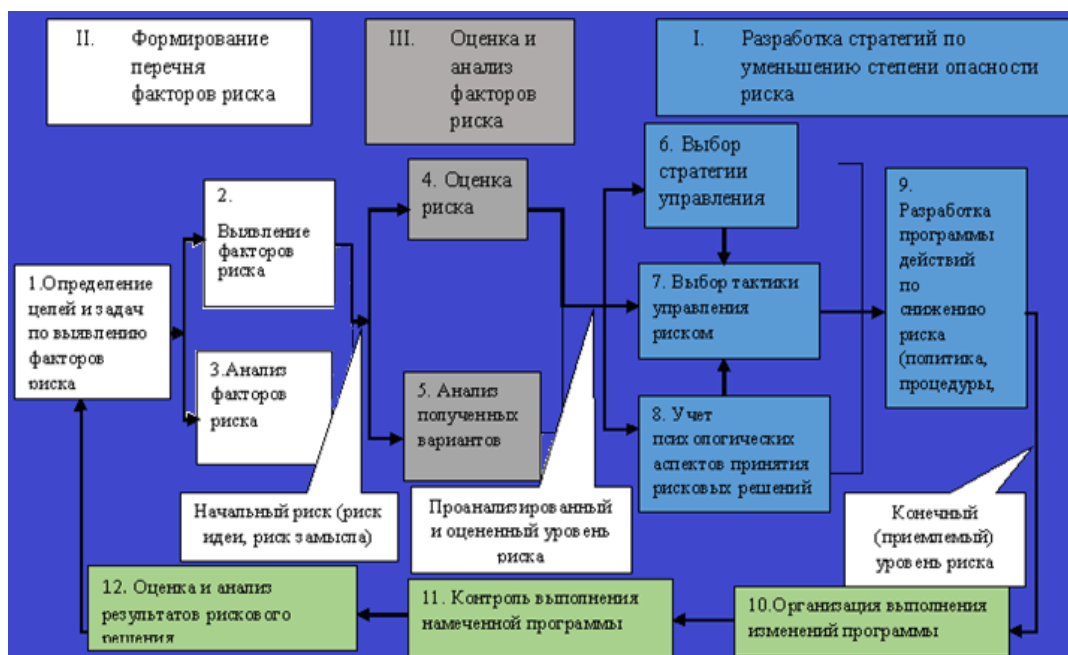


Рисунок 2-Модель процесса управления предпринимательским риском

Организация управления рисками определяется функциями, задачами, способами, процессами, регламентами и т.д. Различают 4 главные функции предпринимательского риска: инновационную, защитную, регулятивную и аналитическую. Эти же функции транслируются и на управление. Ключевая задача риск-менеджмента относительно предпринимательского интереса состоит в минимизации вероятности опасностей до допустимого значения. Методологический базис произведено из разделов:

- методы оценки предпринимательского риска;
- методы факторного анализа;
- методы минимизации вероятности неблагоприятных событий;
- методы оценки и анализа итогов рискованных решений.

Способы минимизации вероятности опасностей в ходе управления риском включают: уклонение, передачу, локализацию, рассредотачивание и компенсацию риска. Действенным способом понижения считается такая форма передачи, как страхование предпринимательских рисков. Кризисные события нашей экономики сделали нешуточный удар по вероятностям применения предоставленного способа, но, тем не менее, до сих пор страхование предпринимательских рисков остается наиболее используемым бизнесменами для ситуаций появления более небезопасных угроз.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Абасова Х.А. Критерии и показатели эффективности управления финансовыми рисками в организации : дис. ... канд. экон. наук: 08.00.10. - М., Фин.университет, 2015. – 103-106 с.
2. Султанов Искандер Анварович - Основатель Projectimo.ru
- 3 Панков, В.В. Управление рисками коммерческого банка / В.В. Панков, Т. Т. Тарташвили // Аудит и финансовый анализ. – 2010. – №3. – С.5.
- 4.Источник: составлено автором по - Панков, В.В. Управление рисками коммерческого банка / В.В. Панков, Т. Т. Тарташвили // Аудит и финансовый анализ. – 2010. –№3. – С.2.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ МОТИВАЦИОННОГО МЕХАНИЗМА ОРГАНИЗАЦИИ

На данный момент очень сложно выделить четкое определение мотивации. Большое количество мнений от авторов, дающих определение данному понятию, лишь усложняет ситуацию.

Если довериться такому автору, как Зайцев Г.Г., то можно определить, что мотивация – это побуждение к активной деятельности личностей, коллективов, групп, связанное со стремлением удовлетворить определенные потребности.

Вышеназванное определение считается самым распространенным, его дают в различных учебных заведениях, т.к. оно включает в себя наибольшее количество критериев [1].

По мнению Сербиновского Б.Ю.: «Мотивация – это побуждение людей к деятельности» [12].

С точки зрения такого автора, как Уткин Э.А.: «Мотивация – это состояние личности, определяющее степень активности и направленности действий человека в конкретной ситуации» [13].

Можно сделать вывод, что есть одна схожая черта в определении мотивации у всех авторов: под ней понимаются движущие сила, определяющие поступки и нравы всех обитателей планеты.

Для корректного представления процесса мотивации следует дать определения понятий потребность, мотив и цель.

Опираясь на один из электронных источников, потребность — это осознанная необходимость в тех или иных материальных, культурных благах, социальных и духовных ценностей [4].

Ссылаясь на Каверина С.Б., можно сказать, что мотив – это образ успешно завершенного действия в реализации потребности [3].

Пресняков С.В. в своей книге «Менеджмент культуры», в разделе словаря, дает следующее определение понятию цель.

Цель - один из элементов поведения и сознательной деятельности человека, характеризуемый предвосхищением в мышлении результата деятельности и пути его реализации с помощью определенных средств [5].

Если рассматривать более узкую классификацию мотивации, то можно выделить внутреннюю и внешнюю. Она возникла благодаря исследованиям Эдварда Л. Деси и Ричарда М. Руян. Она является самой широко распространённой в сфере высшего образования, т.к. является более запоминающейся и простой.

Внутренняя мотивация, по Эдварду Л. Деси, - это стремление совершать деятельность ради нее самой, ради награды, которая содержится в самой этой деятельности. Наградой является «момент переживания чего-то большего, чем обыденное существование». Источником такой мотивации является потребность автономности и самоопределения [1].

Внешняя мотивация - это мотивация, при которой факторы, воздействующие на поведение личности, находятся вне «я» личности или вне поведения. Достаточно иницирующим и регулирующим факторам стать внешними, как вся мотивация приобретает характер внешней [1].

Абрахам Маслоу, Фредерик Герцберг, Дэвид МакКелланд - создатели теорий, которые относятся к данному разделу. Они были убеждены, что у человека есть потребности, которые побуждают человека к деятельности [6].

Данная теория также имеет название пирамида потребностей Маслоу. Она широко применяется во всех научных сферах, но главное ее поле - социология. Многие уверены, что на ее основе строится индивид, который находится в ладу не только с собой, но и с обществом. Было создано множество анти-теорий, но они не получили признания в мире науки и в обществе.

Таким образом, данная теория является основной в изучении человека как индивида.

На данный момент более широко используется пирамида А. Маслоу состоящая из пяти уровней, но в некоторых работах сам автор описывал эту пирамиду как состоящую из семи уровней.

Следуя логике А. Маслоу, человеческие потребности имеют последовательность от простых к сложным, и стремление к высшим потребностям возникает после достижения низших.

В работе «Мотивация и личность», датированной 1954 годом, Абрахам Маслоу предположил, что приведенные в пирамиде потребности являются врожденными, и располагаются в ней по приоритетности [3].

В дальнейшем, автор добавлял еще два уровня: уровень познавательных способностей и уровень эстетических потребностей.

Делая вывод, можно сказать, что человек удовлетворяет потребности более низкого уровня, прежде чем перейти к высоким целям. Нуждаясь в еде, он будет стремиться лишь к достижению этой цели, и только после этого будет удовлетворять потребность в безопасности. Только потом наблюдается предпочтение потребностям следующих уровней.

Теория двух факторов Ф. Герцберга

Теория мотивации Фредерика Герцберга была открыта в результате большого исследования, участие в котором принимали двести бухгалтеров и инженеров. Все служащие работали в одной компании, и им было задано два вопроса:

1) можете ли Вы детально описать, когда вы чувствуете себя исключительно хорошо на работе?

2) можете ли вы детально описать, когда вы чувствуете себя на работе исключительно плохо?

Исходя из ответов реципиентов, автор теории выделил две четко различимые группы потребностей. Первая получила название гигиеническая, или поддерживающая, а вторая - мотиваторы, или удовлетворители.

Факторы, относящиеся к гигиеническим:

- политика фирмы и администрации;
- условия работы;
- зарботок;

-гарантия работы как наличие или отсутствие уверенности в завтрашнем дне;

-межличностные отношения как по горизонтали, так и по вертикали;

-степень непосредственного контроля за работой [13].

К факторам мотиваторов относятся такие условия работы, при наличии которых присутствует высокий уровень мотивации работников и удовлетворение рабочим процессом.

В результате анализа всего исследования, Фредерик Герцберг сделал вывод, что при наличии неудовлетворённости в рабочей группе управляющий должен, в первую очередь, обратить на это внимание, а потом сделать все, чтобы устранить причину недовольства.

По мнению автора, основным стимулом, который влечет за собой удовлетворённость, является сам рабочий процесс, а также потребность признания успехов каждого работника высшим по должности человека.

Также, Ф. Герцберг пришел к выводу, что при отсутствии гигиенической группы факторов не приведет к увеличению неудовлетворенности, они не играют мотивирующей роли.

Но отсутствие второй группы факторов приводит к недовольству персонала.

Рассмотрение мотивации с точки зрения распределения усилий достижения человеком цели происходит в процессуальных теориях мотивации.

Авторы данных теорий не отрицают влияние потребностей на поведение человека, но выделяют дополнительные факторы, которые сопутствуют мотивам вместе с потребностями.

В системе высшего образования широкое распространение получили три основных теории: теория ожидания, теория справедливости и модель мотивации Портера – Лоулера [6].

Теория ожиданий В. Врума. Данная теория основывается на том, что наличие потребности есть единственное необходимое условие мотивации человека для достижения поставленной им цели.

Индивид обязан верить в то, что выбранный им тип поведения в проблемной ситуации точно приведет к приобретению желаемого блага [11].

Теория Виктора Врума состоит из трех взаимосвязей: затраты труда-результат, результат - вознаграждения и валентность.

Затраты труда - результат. На этом этапе взаимосвязи предполагается, что благодаря затрачиванию усилий достигается желаемый результат.

Но имеет место быть не осуществление данного процесса, и даже возникновение обратной ситуации: усилия не приводят к результатам, что снижает мотивацию человека.

Как правило, на результат влияют факторы времени, личных навыков работника и другое.

Результаты труда - вознаграждения. Мотивация станет высокой только тогда, когда работник будет знать, что его ожидает высокая плата за успешное выполнение работы. При неуверенности в этом, мотивация становится минимальной.

Валентность. Мотивация будет максимальной, если человек будет знать,

что за выполнение задания он получит ожидаемое им достойное вознаграждение. Часто встречается различие уровня валентности у разных людей.

Если у человека будут присутствовать данные три фактора в достаточном количестве, то можно ожидать высокий уровень мотивации. Если же какой-либо фактор будет в недостатке, то мотивация не будет достаточной для достижения цели, также возможно возникновение демотивации [14].

Теория справедливости С. Адамса.

Данная теория подразумевает, что степень мотивации сотрудника напрямую зависит от оценки и вознаграждения труда руководством не только для самого работника, но и для всего равного ему коллектива [11].

Член коллектива имеет особенность сравнивать свой размер поощрения с поощрениями коллег, при этом, он учитывает несколько факторов: условия работы сотрудника, качество и интенсивность работы и т.д.

Наблюдается демотивация более упорных работников, если вышестоящее начальство оценивает работу всех сотрудников одинаково, что ведет к спаду выполняемой работы всей организации. Но если их награждать больше нормы, то он будет работать с той же эффективностью, а возможно, даже увеличит ее [11].

Модель Портера – Лоулера.

Э. Лоулер и Л. Портер разработали комплексную теорию мотивации, которая включает в себя элементы двух вышеупомянутых теорий.

Данная модель состоит из пяти переменных: затраченные усилия, восприятие, полученные результаты, вознаграждение и степень удовлетворения.

Модель основывается на заключении, что мотивация является функцией потребностей, восприятия и ожиданий сотрудником достойного их работе вознаграждения. Результат работы работника зависит от объема приложенных сил, его возможностей, а также оценки своей роли в процессе труда.

Проанализировав данную модель, можно выявить некоторую закономерность: результаты работы зависят от усилий, предпринимаемых работником, его возможностей и характеристик, а также от осознания его роли. Уровень усилий будет определяться стоимостью вознаграждения и степенью уверенности в том, что уровень усилий действительно будет сопряжен с определенным уровнем вознаграждения.

Кроме того, теория Портера устанавливает связь между вознаграждением и результатами, то есть отношением между вознаграждением и результатом, т.е. сотрудник удовлетворяет свои потребности за счет вознаграждения за достигнутые результаты.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Внутренняя и внешняя мотивация. [Электронный ресурс]// Lib.Sale. URL: <http://lib.sale/teoriya-upravleniya-besplatno/vnutrennyaya-vneshnyaya-motivatsiya.html> (дата обращения 29.11.2018).

2 Зайцев Г. Г. Управление персоналом [Текст]: учебное пособие / Г. Г.

Зайцев – СПб: Северо-Запад, 1998.

3 Пирамида потребностей Маслоу [Электронный ресурс]//Психологос. Энциклопедия практической психологии. URL: <https://www.psychologos.ru/articles/view/piramida-potrebnostey-maslou>.

4 Потребность [Электронный ресурс]// Единый центр дистанционного образования. Экономика и развитие предприятия. URL: <http://www.kylbakov.ru/page591/Potrebnost/index.html> (дата обращения 29.11.2018).

5 Пресняков С.В. Менеджмент культуры //2012. с 104.

6 Процессуальные теории мотивации [Электронный ресурс]// Информационно-управленческий портал. URL: <https://portal.u.ru/motivaciya-deyat/processteoriimotivacii>(дата обращения 29.11.2018).

7 Содержательные теории мотивации [Электронный ресурс]// Информационно-управленческий портал. URL: <https://portal.u.ru/motivaciya-deyat/soderzhatteoriimotivacii>(дата обращения 29.11.2018).

8 Социально-психологические аспекты повышения эффективности деятельности организации [Текст] : коллективная монография / [Арямова Т. В. и др. ; под общ. ред. Т. В. Бюндюговой]; М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования «Российский гос. социальный ун-т», Фил. в г. Таганроге. - Таганрог: РГСУ, фил. в г. Таганроге, 2014- 177с.

9 Стимулы. [Электронный ресурс]// Инфоменеджмент. URL: <http://infomanagement.ru/lekcija/Stimuly> (дата обращения 29.11.2018).

10 Теория ожиданий В. Врума [Электронный ресурс]// Информационно-управленческий портал. URL: <http://www.pragmatist.ru/motivaciya-truda/teoriya-ozhidanij-v-vrumba.html>(дата обращения 29.11.2018).

11 Теория справедливости [Электронный ресурс]// Информационно-управленческий портал. URL: <http://www.pragmatist.ru/motivaciya-truda/teoriya-spravedlivosti-s-adamsa.html>(дата обращения 29.11.2018).

12 Управление персоналом [Текст]: учебное пособие / под ред. Б. Ю. Сербиновского, С. М. Самыгина.– М.: Приор, 1999. (дата обращения 29.10.2018).

13 Уткин, Э. А. Мотивационный менеджмент [Текст]: учебник / Э. А. Уткин. – М.: ЭКМОС, 2000, с. 72.

14 Этапы мотивации [Электронный ресурс]// Файловый архив студентов. URL: <https://studfiles.net/preview/5711202/page:19>.

СОДЕРЖАНИЕ

Абжанова А.Ж., Шапочкина Е.Ю. МСФО (IFRS) 16 АРЕНДА: ВЛИЯНИЕ НА СЕКТОР РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ СЕКТОР	3
Абустина А.А., Шапочкина Е.Ю. ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ ДЛЯ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ	7
Адилова С.Д., Гранецкий В.Н. ПРОБЛЕМЫ И ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ	12
Азбаева А.М., Кунафина Г.Т. ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ ТРУДА ПЕДАГОГИЧЕСКИХ КАДРОВ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ	16
Айдарбекова М.А., Кабдулшарипова А.М. АЗЫҚ-ТҮЛІК ҚАУІПСІЗДІГІН ҚАМТАМАСЫЗ ЕТУДІҢ ӨЛШЕМДЕРІ МЕН ЭКОНОМИКАЛЫҚ КӨРСЕТКІШТЕРІ	21
Айдарханов Е. М., Абылқанова Б.С., Сырымбек М. ШЫҒЫС ӨҢІРІНДЕ ҚЫМЫЗ ӨНДІРІСІ БОЙЫНША КӘСІПКЕРЛІКТІ ДАМУДЫҢ МӘСЕЛЕСІ МЕН ПЕРСПЕКТИВАСЫ	26
Әбілғазынова М.Б., Ургушева С.С. ПРОБЛЕМНАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТЬ: ПОНЯТИЕ, ПРИЧИНЫ И МЕРЫ ПОВЫШЕНИЯ ВОЗВРАТА ПРОБЛЕМНЫХ КРЕДИТОВ	29
Әбуғалий Ж.М., Мадиярова Э.С. МЕРДІГЕРЛІК ШАРТТАРДЫ ОРЫНДАУДЫҢ КІРІСТЕРІ МЕН ШЫҒЫСТАРЫНА АУДИТОРЛЫҚ ТЕКСЕРУ ЖҮРГІЗУ ӘДІСТЕМЕСІ	34
Байқазақова А.С., Байтикенова Г.А. КӘСІПОРЫННЫҢ ДЕБИТОРЛЫҚ БЕРЕК ЕСЕБІН ЖӘНЕ ТАЛДАУЫН ЖЕТІЛДІРУ	37
Байқазақова А.С., Ургушева С.С. КЕПІЛ МІНДЕТТЕМЕЛЕРДІҢ ОРЫНДАЛУЫН ҚАМТАМАСЫЗ ЕТУ ТӘСІЛІ	42
Байханова Ә.Қ., Мезенцева Л.А. ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ НА ПРИНЦИПАХ МАРКЕТИНГА	46
Бацына Д.К. ЗНАЧЕНИЕ КОНКУРСОВ МОЛОДЫХ ДИЗАЙНЕРОВ И МОДЕЛЬЕРОВ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ СТАНОВЛЕНИИ ХУДОЖНИКА-СТИЛИСТА	49
Бауыржанова І.Б., Қасенова Н.С., Сырымбек М. БИЗНЕСТІ МЕМЛЕКЕТ ТАРАПЫНАН ҚОЛДАУ – ТҰРАҚТЫ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ДАМУДЫҢ КӨРІНІСІ	53
Баяндина Д.Қ., Козлова М.В. ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА В КАЗАХСТАНСКИХ ФИРМАХ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ	57
Борисенко Е.В., Пестунова Г.Б. ПОНЯТИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ДОХОДНОСТИ И БЕЗУБЫТОЧНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА	61
Борисенко Е.В., Пестунова Г.Б. МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ДОХОДНОСТИ И БЕЗУБЫТОЧНОСТИ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	65

Ветошкина Н.Н. ИНОВАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС, КАК СПОСОБ РАЗВИТИЯ ПОТЕНЦИАЛА СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ НАУК	70
Голованов М.А., Денисова О.К. ИННОВАЦИОННАЯ ИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКОЙ КАЗАХСТАНА	72
Голодов И.С., Краузе В.Э. НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ПОСТМОДЕРНА	75
Горбань А. А., Колос Е. А. КОНФЛИКТЫ, ИХ СУЩНОСТЬ, ПРИРОДА, ВИДЫ, СПОСОБЫ РАЗРЕШЕНИЯ И ВИДЫ КОНФЛИКТОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ	79
Дайнбаева А.Б., Пестунова Г.Б. ПОКАЗАТЕЛИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ	84
Даниярова М.Д, Қайдарова Ш.Е., Бухатова А.С. ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ӨНЕРКӘСІПТІК САЛАНЫҢ ҰЛТТЫҚ ҚАУІПСІЗДІГІН ҚАМТАМАСЫЗ ЕТУ	89
Даутов Р.О., Рахимбердинова М.У. РАЗРАБОТКА ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	94
Доможирова Е.А., Куур О.В. УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ НА ПРЕДПРИЯТИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ	99
Дорофеева Н.И., Пестунова Г.Б. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПОНЯТИЙ «СТИМУЛИРОВАНИЕ» И «МОТИВАЦИЯ»	103
Дорофеева Н.И., Пестунова Г.Б. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ПОНЯТИЮ «ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА»	108
Дуйсенбаева Н.Е., Козлова М.В. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЕТА БИОЛОГИЧЕСКИХ АКТИВОВ И СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ В ЖИВОТНОВОДСТВЕ	113
Дюсембаев Д.Б., Бухатова А.С., Кунафина Г.Т. ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ УСТОЙЧИВОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ МОНОГОРОДОВ ВКО	117
Yelybayev A.N., Konurbaeva Z.T. FOREIGN EXPERIENCE IN ASSESSING THE CREDITWORTHINESS OF CUSTOMERS	122
Енсегенов Е.Е., Денисова О.К. ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ	127
Енсегенов Е.Е., Денисова О.К. АНАЛИЗ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОТРАСЛИ КАЗАХСТАНА	130
Ермолаева О.А., Жасыбаева С.Т., Егизеков М.Г. ОТ БИЗНЕС-ЭТИКИ К СОЦИАЛЬНО-ЭТИЧЕСКОМУ МАРКЕТИНГУ	134
Ертайқызы Ә., Кайсанова Н.Б. МАРКЕТИНГТІК ЗЕРТТЕУЛЕРДІҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ТИІМДІЛІГІН БАҒАЛАУ	138
Естаулетова А.М., Казыкешова А.Т. СТРАТЕГИЯ ГОЛУБОГО ОКЕАНА: ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ	142

Жанағатова Н. ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ ТУРИСТІК ҚЫЗМЕТ КӨРСЕТУ АҒЫНЫНДАҒЫ ЭКОНОМИКАЛЫҚ АСПЕКТІЛЕРДІҢ СТРАТЕГИЯЛЫҚ ДАМУ ҮЛГІСІ	147
Жәдігер И.Р., Гранецкий В.Н. ОСОБЕННОСТИ И ОБЪЕКТИВНАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ АПК В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН	150
Жүніс Р.Р., Кунафина Г.Т. РОЛЬ СКЛАДСКОГО ХОЗЯЙСТВА В ОРГАНИЗАЦИИ ВНУТРИПРОИЗВОДСТВЕННОГО МАТЕРИАЛЬНОГО ПОТОКА	155
Жүнісханова Д.М., Кунафина Г.Т. ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ИНФЛЯЦИЯЛЫҚ ҮРДІСТЕРДІҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ	160
Замаева Д.М., Бацына О.А. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ЕВРОПЕЙСКОМ ДИЗАЙНЕРСКОМ ОБРАЗОВАНИИ	164
Зарыпханов Т.М., Конурбаева Ж.Т. АЙМАҚТЫҚ ЭКОНОМИКАНЫҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІК ДЕҢГЕЙІН ТАЛДАУ	169
Зарыпханов Т.М., Мирхатова С.М., Конурбаева Ж.Т. ИНДУСТРИЯ 4.0 - КӘСІПОРЫНДАРДЫҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН ДАМУ ШАРТЫ	173
Zyryanova T.R., Kolos Y.A. THE CONCEPT AND CHARACTERISTICS OF THE EDUCATIONAL ENVIRONMENT	177
Иманкенова А.К., Кабдулшарипова А. М. ШАҒЫН БИЗНЕСТІ МЕМЛЕКЕТТІК ҚОЛДАУДЫҢ НЕГІЗГІ БАҒЫТТАРЫ	181
Кабденова А.Т., Сагидолдина А.Ж. ӨНДІРІСТІК ШЫҒЫНДАРДЫ ӨНЕРКӘШПТІК САЛАДА ТӨМЕНДЕТУ ЖОЛДАРЫ	185
Кабдолданова Р.Д., Кабдулшарипова А.М. «ЗЕЛЕНАЯ ЭКОНОМИКА» КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА СТРАНЫ	189
Kaisarova L.M., Kabdulsharipova A.M. SELECTION OF INNOVATION DEVELOPMENT STRATEGIES JSC «KAZAKHTELECOM»	194
Каисарьянова И.Қ., Аманжолова Г.А., Сагидолдина А.Ж. ҚОРШАҒАН ОРТАНЫ ҚОРҒАУДЫ ЖӘНЕ ТАБИҒАТТЫ ҰТЫМДЫ ПАЙДАЛАНУДЫ ҮНТАЛАНДЫРУДЫҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ МЕХАНИЗМІ	197
Калимова Г.К., Уәлиева А.А., Сагидолдина А.Ж. КӘСІПОРЫННЫҢ БИЗНЕС ЖОСПАРЫН ҚҰРУДА ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ФАКТОРДЫ ЕСЕПКЕ АЛУ	201
Калымканов Н., Кабдулшарипова А.М. ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА В ОБЛАСТИ РАЗРАБОТКИ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ	205
Қанаш О.М., Мубараков Е.А., Закимова А.М. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ РАЗРАБОТКИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ВАЙЛДБЕРРИЗ»)	210

Капчикова Н.Т., Колос Е.А. НАПРАВЛЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ В КАЗАХСТАНЕ	215
Капчикова Н.Т., Колос Е.А. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПАРАДИГМЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ И ПЕРЕХОД К ФОРМИРОВАНИЮ НОВОЙ СИСТЕМЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ	219
Каратаева Д.В., Денисова О.К. ОБЗОР РЫНКА ЗАПОРНОЙ АРМАТУРЫ ДЛЯ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН	224
Каримов Р.И., Варавин Е.В. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЕТА КРЕДИТНЫХ ОПЕРАЦИЙ В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН	229
Касанбаева Л.Е., Закимова А.М. ПЕРСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН	233
Клименко О.Ю., Денисова О.К. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КАЗАХСТАНСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ВНЕДРЕНИЮ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТА	237
Конбаев К.Т., Манашова Д.А., Бухатова А.С. ЭКОЛОГИЯЛЫҚ МӘСЕЛЕЛЕРДІ ШЕШУДІҢ ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ЖӘНЕ ЭКОНОМИКАЛЫҚ БАҒЫТТАРЫН АНЫҚТАУ	240
Kulikova A.I., Krauze N.V. ECONOMIC MECHANISM OF AN EFFECTIVE AND SUSTAINABLE PUBLIC HEALTH SYSTEM DEVELOPMENT IN KAZAKHSTAN	245
Кусаинов А.Е., Кайсанова Н.Б. АНАЛИЗ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	249
Кусаинова З.Б., Казыкешова А.Т. СОВРЕМЕННАЯ БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА КАЗАХСТАНА	252
Кусаинова К.З., Ургушева С.С. ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ САҚТАНДЫРУ НАРЫҒЫНЫҢ ЖАҒДАЙЫ	257
Кусаинова К.З., Байтикенова Г.А. ЭЛЕКТРОНДЫ АҚШАЛАР ЖӘНЕ ОЛАРДЫ БУХГАЛТЕРЛІК ЕСЕПКЕ АЛУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ	261
Қадылов Э. Б., Джемпеисова Г.И. ҚАЗАҚСТАН ЭКОНОМИКАСЫНА ТІКЕЛЕЙ ИНВЕСТИЦИЯЛАР	265
Қазиолла Ж., Рахимбердинова М.У. ҚҰРЫЛЫСТАҒЫ САПАНЫ БАСҚАРУ ЖҮЙЕСІ: ӨЗЕКТІ МӘСЕЛЕЛЕР	269
Қалиханова А.Т., Джемпеисова Г.И. ШАҒЫН ЖӘНЕ ОРТА КӘСІПКЕРЛІКТІ ҚАРЖЫЛАНДЫРУ ЖӘНЕ ДАМУ ЖОЛДАРЫ	273
Қауашев Т.Р., Кабдулшарипова А.М. МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН	277
Мазан А.С., Кунафина Г.Т. ПАЙДАНЫҢ МӘНІ ЖӘНЕ ОНЫ КӘСІПОРЫНДА КӨТЕРУ ЖОЛДАРЫ	282
Mamchur A.I., Kolos Y.A. RESEARCH OF DEVELOPMENT TRENDS OF MODERN HIGHER EDUCATION	287

Mamchur A.I., Tyulezanova A.S. INSTRUMENTS OF CHANGE MANAGEMENT IN UNIVERSITY	291
Манапова К.Б., Кабдулшарипова А.М. ПРОБЛЕМЫ РЕЦИКЛИНГА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ В КАЗАХСТАНЕ	295
Мельниченко А.С., Ургушева С.С. РАЗВИТИЕ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В КАЗАХСТАНЕ	300
Мирхатова С.М., Конурбаева Ж.Т. БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІК ДЕҢГЕЙІ КӘСІПОРЫННЫҢ ДАМУ КӨРСЕТКІШІ РЕТІНДЕ	305
Мубараков Е.А., Қанаш О.М., Закимова А.М. ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ КАК ЭЛЕМЕНТ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЦЕЛЕВОГО РЫНКА	310
Муканов Т.О., Рахимбердинова М.У. РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ТОО «МОЛОЧНЫЙ ЭКСПРЕСС»	312
Муратова Д.М., Мухтарова Н.Р., Бухатова А.С. ЖЕР РЕСУРСТАРЫН ҚОРҒАУ ЖӘНЕ ҰТЫМДЫ ПАЙДАЛАНУДЫҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ МӘСЕЛЕЛЕРІ	316
Мұратова П. М., Кунафина Г.Т. СТРАТЕГИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	320
Муса Т.Е., Жанабаева А.С. ФУНКЦИИ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ	323
Муса Т.Е., Сорокина Л.И. ФОРМИРОВАНИЕ И РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТРУДА	327
Муса Т.Е., Сорокина Л.И. ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ГОРОДОВ И РАЙОНОВ ВКО	332
Муса Т.Е., Жанабаева А.С. КАДРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК РЕШАЮЩИЙ ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ	337
Мухамжарова С.Р., Мельниченко А.С., Шапочкина Е.Ю. РАЗВИТИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН	340
Мухамжарова С.Р., Ургушева С.С. ОНЛАЙН-СТРАХОВАНИЕ В КАЗАХСТАНЕ	345
Ниғманов И.К., Биханова А.С. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН	349
Нугуманов А.Е., Краузе Н.В. МОНИТОРИНГ И АНАЛИЗ ПРОЦЕССОВ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА (НА ПРИМЕРЕ ВКО)	354
Оразгазинов А.К., Кабдулшарипова А.М. КӘСІПКЕРЛІКТІ ДАМУҒА СТРАТЕГИЯСЫН ҚАЛЫПТАСТЫРУДАҒЫ ИННОВАЦИЯНЫҢ ҚОЛДАНУЫНЫҢ ӘЛЕМДІК ТӘЖІРИБЕСІ	359
Оралқан Ж.С., Конурбаева Ж.Т. РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ	363

Оралқан Ж.С., Конурбаева Ж.Т. МЕСТО СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОБЩЕЙ СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯ	368
Орыспаева А.С., Жанабаева А.С. ПРОБЛЕМЫ ТАРИФИКАЦИИ ИНТЕРНЕТА В КАЗАХСТАНЕ	371
Осадчая А.В., Козлова М.В. ПРОБЛЕМЫ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В КАЗАХСТАНЕ	374
Пименова А.В., Денисова О.К. ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КАЗАХСТАНА	379
Плотникова М.В. СОПРОВОЖДАЕМОЕ ПРОЖИВАНИЕ КАК ИННОВАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ И РЕАБИЛИТАЦИИ ПОДРОСТКОВ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ	382
Рамазанова Н.С., Денисова О.К. РОЛЬ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	386
Рамазанова Н.С., Денисова О.К. ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ НЕФТЕГАЗОВОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН	390
Рахимов А.Е., Кунафина Г.Т. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ МАЛОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ ЗЕМЛЕУСТРОЙСТВА ВКО	395
Сагидолдин А.Б., Бухатова А.С., Кунафина Г.Т. ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ УРОВЕНЬ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ	399
Романова Н.Н. СЛУЖБА МИЛОСЕРДИЯ КАК ИННОВАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ДОБРОВОЛЬЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	404
Сағынғанова Н.А., Рахимбердинова М.У. РАЗРАБОТКА И ПРИНЯТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ЗЕМЕЛЬ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗЕМЕЛЬНОГО ГОРОДСКОГО ФОНДА	409
Сайлаухан А.А, Омарбекова Н.М., Сырымбек М. ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ МАЛ ШАРУАШЫЛЫҒЫ НАРЫҒЫНЫҢ ҚАЗІРГІ МӘСЕЛЕСІ МЕН ДАМЫТУДЫҢ БОЛАШАҒЫ	412
Смаилова З.У., Денисова О.К. ИССЛЕДОВАНИЕ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА РАЗВИТИЕ РЫНКА ХЛЕБОПРОДУКТОВ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН	415
Смаилова З.У., Денисова О.К. РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В ЭКОНОМИКЕ КАЗАХСТАНА	420
Сыдыкаева Д.М., Конурбаева Ж.Т. О ПРОБЛЕМЕ ПОДГОТОВКИ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ И СТУДЕНТОВ К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ В СВОЕЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	425
Сысоева С.В., Шапочкина Е.Ю. ЭЛЕКТРОННЫЕ СИСТЕМЫ ПЛАТЕЖА В КАЗАХСТАНЕ	428
Тагаева А.А., Рахимбердинова М.У. IMPACT OF MODERN ARCHITECTURE ON TOURISM DEVELOPMENT	433
Тимофеева Т.В. ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РАЗВИТИИ ВЫСТАВОЧНОГО ПРОСТРАНСТВА В НАЧАЛЕ XXI ВЕКА	438

Тлеулес Н.Ж., Жүнісбеков Д.Н., Сырымбек М. ЭЛЕКТРОНДЫ САУДА ӘЛЕМДІК БИЗНЕСІНІҢ ҰТЫМДЫ ҚҰРАЛЫ	441
Тойкенева М.К., Мезенцева Л.А. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РАЗВИТИЯ ТРАНСФЕР-АГЕНТСКИХ УСЛУГ АО «КАЗПОЧТА»	445
Толепбердинов А.А., Биханова А.С. РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАНЕ	448
Тургынова А.Р., Удовицкая Е.Ю. ОПЕРАТИВНАЯ ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ТОО «ҰЛАН»	453
Тұрғамбекова Г. М., Мұратбекова Е.М. ҚАЗАҚСТАН БИЗНЕСІНІҢ ЭТИКАСЫ	457
Финаева В.Н., Денисова О.К. ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ЭКОНОМИКИ	460
Чирков.В.С., Пестунова Г. Б. СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ФИРМЕ	464
Чирков.В.С., Пестунова Г.Б. ПРОЦЕСС УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИМ РИСКОМ	468
Щукина Д.А. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ МОТИВАЦИОННОГО МЕХАНИЗМА ОРГАНИЗАЦИИ	472

Научное издание

**ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ – ИННОВАЦИОННОМУ
РАЗВИТИЮ КАЗАХСТАНА**

*Материалы V Международной научно-технической конференции
студентов, магистрантов и молодых ученых
(ВКГТУ, 11, 12 апреля 2019 г.)*

Часть VI

Сборник издан методом прямого копирования авторских статей
Ответственный за выпуск *О.Н. Николаенко*
Технические редакторы: *С.Е. Волкова, С.С. Мамыраздыкова*

Подписано в печать 3.05.2019. Формат 60х84/16.

Печать ризографическая. Бумага офсетная.

Усл.печ.л. 27,83. Уч.-изд.л. 38,12.

Тираж 300. Заказ № 725-19.

Цена договорная.

Восточно-Казахстанский государственный
технический университет им. Д. Серикбаева
070004, г. Усть-Каменогорск, ул. Протозанова, 69.