

Алматы экономика және статистика академиясы
Н.Э. Бауман атындағы Мәскеу мемлекеттік техникалық университеті
(ұлттық зерттеу университеті)

Алматинская академия экономики и статистики
Московский государственный технический университет им.Н.Э.Баумана
(национальный исследовательский университет)



**«ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙДА ЭКОНОМИКА, МЕНЕДЖМЕНТ,
МАРКЕТИНГТІҢ ӨЗЕКТІ МӘСЕЛЕРІ»
АТТЫ СЫРТТАЙ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҒЫЛЫМИ-ПРАКТИКАЛЫҚ
КОНФЕРЕНЦИЯСЫНЫҢ МАТЕРИАЛДАРЫ
23 ҚАҢТАР 2019 Ж.**

**МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ ЗАОЧНАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ,
МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ»
23 ЯНВАРЯ 2019 Г.**

**INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE
"CURRENT PROBLEMS OF ECONOMY, MANAGEMENT AND
MARKETING
IN MODERN CONDITIONS"
23 JANUARY 2019**

Алматы, 2019

УДК 330(063)
ББК 65.01
Қ22

Редакционно-издательский совет:

Корвяков В.А., Мухамбетов Д.Г., Бекенова Л.М., Сейтхамзина Г.Ж., Сейфуллин Ж.Т., Шиганбаева Н.Б.

Қ22 «Қазіргі жағдайда экономика, менеджмент, маркетингтің өзекті мәселері» сырттай халықаралық ғылыми-практикалық конференциясының материалдары: Материалы международной научно-практической заочной конференции «Актуальные проблемы экономики, менеджмента и маркетинга в современных условиях»: Materials international scientific-practical conference "Current problems of economy, management and marketing in modern conditions": 23 января 2019/– Алматы: Алматинская академия экономики и статистики, 2019.-586б.-қазақша, орысша, ағылшынша.

ISBN 978-601-7331-81-8

В сборник включены доклады, представленные на Международную научно-практическую заочную конференцию «Актуальные проблемы экономики, менеджмента и маркетинга в современных условиях» 23 января 2019 г.

УДК 330(063)
ББК 65.01

ISBN 978-601-7331-81-8

© Алматинская академия
экономики и статистики, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Jangarasheva N.V., Shakenova M.B.</i>	11
Theoretical approach of state regulation of water resources in Kazakhstan	
<i>Nikitenko Vitalina, Nikitenko Elina</i>	15
Tourism business development in the conditions of information society formation: education and culture context	
<i>Makulbay Assel</i>	19
Foreign experience of state regulation of audit services	
<i>Kalieva G.K.</i>	21
Analysis of problems of civil aviation of Kazakhstan and way of their decision	
<i>Nurakhmetova G.S.</i>	24
Digitalization of economics of Kazakhstan	
<i>Zhandaraly Zarina, Shiganbaeva N.B.</i>	29
Devaluation in Kazakhstan and its causes	
<i>Абаева Гүлдер Ивановна, Абилкасова Бахит Нурмашовна</i>	32
Анализ системы оплаты труда в ТОО «МИНЕРАЛСТРОЙСЕРВИС» и меры по ее совершенствованию.	
<i>Абдирова М.А.</i>	40
Вопросы формирования и развития лидерства в организации	
<i>Абдулина Г.А.</i>	43
Методы и подходы формирования команд управления проектами	
<i>Абдуов Байгозы Мухаммадгалиевич, Қазбеков Т.Б.</i>	45
Сыртқы экономикалық байланыстар дамуының заманауи үрдістері	
<i>Абжанова Акбота Қуанышовна</i>	50
Несиелік тәуекеліне әсерін тигізетін факторлары	
<i>Аканов А.А.</i>	54
О некоторых вопросах конкурентоспособности предприятия.	
<i>Алдажарова Арай Турыскановна</i>	57
Инновациялық кәсіпкерлік және оның туризмдегі маңызы	
<i>Алманиязова К.Н., Асанова Т.А.</i>	60
Медициналық қызмет көрсетудегі маркетингтің маңызы мен ерекшеліктері	
<i>Алпамыс Д., Құдайберген Б., Баймырзаев А., Бектурганова А.Е., Аскарова К.У.</i>	64
Состав, структура и экономико-экологическое состояние почв Курмангазинского района, Атырауской области	
<i>Аманжолов Батыр Алишерович</i>	68
Управление активами коммерческого банка	
<i>Амирова Е. Н., Кренгауз И. Н.</i>	72
Новый шелковый путь и перспективы Казахстана	
<i>Андрущенко С.В., Шквыря.Н.А.</i>	80
Реализация сбытовой стратегии предприятия	
<i>Асанов Ә.Қ.</i>	82
Нарықтық экономика жағдайында кәсіпкерлік тәуекелділікті дамыту	
<i>Асанова Т.А.</i>	85
Маркетингтік логистика тиімді кәсіпкерлік факторы ретінде	
<i>Асылбаев Е.А.</i>	88
Мұнай газ секторындағы бухгалтерлік есепті ұйымдастырудың салалық ерекшелігі	
<i>Ахметжанов Бура, Тен Юлия Валерьевна</i>	92
Повышение эффективности использования высокозольных углей Борлинского и Куучекинского месторождений Карагандинского угольного бассейна	

Ахметова А.М., Ильяс А.	
Ішкі туризмді дамытуда маркетингтік құралдарды қолдану	96
Ахметова Асель Сейтказыевна, Ескерова Замира Аубакировна	
Инновационные технологии в Казахстане	98
Ахметова Асель Сейтказыевна, Ескерова Замира Аубакировна, Муқанова Ардак Сериковна	
Халықарарлық мамандандырылған экспо көрмелерінің тарихы	102
Ахметова Асель Сейтказыевна	
Стратегиялық менеджменттің стратегиялық жоспарлаудан ерекшелігі	107
Ахмурзина Динара Орынбасаровна	
Баймұханова Майя Тапашқызы	
Ұйымның ішкі және сыртқы ортасы	111
Ашимова Айнаш	
Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігіне әсер ететін факторлар	115
Байменова А.К.	
Стимулирование инновационной деятельности: зарубежный опыт	119
Байгиреева Жанар Замаиқызы	
Қазақстан экономикасындағы еңбек нарығының ерекшелігі	122
Баязитова И.А.	
Экономикадағы цифрлық технологияның мәселелері мен дамытудың негізгі факторлары	125
Бейсембаева А.Д.	
Понятие и сущность социальной сферы	129
Баймукашева Ж.З., Сейткалиева Н.Т.	
Қазақстан Республикасындағы мемлекеттік басқарудың даму болашағы	132
Беккулиева Б.М.	
Интегративный подход в организации познавательной деятельности обучающихся	135
Разакова Д.И., Беккулиева Б.М.	
Междисциплинарная интеграция в высшей школе	139
Беспалый С.В., Капцов А.А.	
Социальная политика в сфере занятости молодежи региона	142
Беспалый С.В., Патрушев А. А.	
Развитие социального предпринимательства: особенности и тенденции	146
Беспалый С.В., Сериков А.А.	
Молодежное предпринимательство в Павлодарском регионе	150
Беспалый С.В., Чужба И.И.	
Умный город»: перспективы и тенденции развития	154
Бимахан М., Құдайберген Б., Рахат Т., Бектурганова А.Е., Аскарова К.У.	
Мониторинг состояния почв месторождения "Женгельды" Кызылкогинского района Атырауской области	157
Богашко Александр Леонидович	
Особенности развития экономики знаний в современных условиях	161
Бончужная Елизавета Федоровна	
Коноваленко А.С.	
Факторы макромаркетингового окружения организации	165
Брицын А.А., Шквыря.Н.А.	
Формирование маркетинговой коммуникационной стратегии предприятия	167
Воронкова В. Г.	
Промышленный менеджмент как фактор развития четвертой промышленной революции (INDUSTRY 4.0)	170

Воротников В. А. Концепция управления созданием уникальных высокотехнологичных инновационных продуктов	174
Габдулина К.Е., Кренгауз И. Н. Складирование и перевозки	178
Габдуллина Р.Ж. Инфраструктурные и институциональные факторы влияния на развитие предпринимательства в РК	182
Гадилов В.А., Абдулина Г.А. Управление оборотными средствами компании: теоретический аспект	186
Ганцовский А. А. Стратегические проекты корпоративной социальной ответственности в Украине: культурная составляющая	189
Глуховская Н.А., Крайник О.М. Роль имиджа руководителя организации	192
Дейниченко Александр Витальевич, Леута Ирина Анатольевна Развитие бизнеса на рынках круглого леса	193
Джайлаубекова Н.М., Кренгауз И. Н. Инновации в современной складской логистике	196
Дәулетханова Жанар Дәулетханқызы, Абельдинова Жанар Смагуловна Совершенствование оценки уровня риска кредитного портфеля коммерческого банка	201
Джангарашева Н.В., Карипова М.Р. АӨК өнімдерінің экспорттық әлеуетін талдау	205
Доскалийев М. Современные тенденции развития новой экономики в условиях глобализации	210
Ермаганбетова А.Ж Заманауи білім беру менеджментінің мәселелері мен перспективасы	213
Ергуатова Н.Б., Асанова Т.А. Логистикалық шығындарды оңтайландыру әдістерінің бірі ретінде жеткізушіні таңдау	215
Ержанов А.К. Единство и общность вопросов учета и управления запасами в системе логистики	219
Еризану И.В. Усовершенствование методов и способов управления конфликтами и стрессами в организации в современных условиях	223
Еркинова А. Е. Экономическая сущность и классификация капитала предприятия	225
Есжанова Жанар Жомартовна, Дәулетханова Жанар Дәулетханқызы. Калдыбекова Айгерим Жангазыевна Механизм управления социальным инвестированием на предприятии	229
Есімханов А.С. Понятие и сущность основных производственных фондов предприятия	233
Ескерова Замира Аубакировна Мемлекеттік басқару саласындағы паблик рилейшнз рөлі	236
Ескерова Замира Аубакировна, Ахметова Асель Сейтказыевна Қарағанды облысын дамытудағы әлеуметтік тиімділігін жетілдіру жолдары	239
Жазықбаева Гулнар Кешубаевна Цифрландыру – экономиканың ашықтығын айқындайтын тетік	243
Жақсылық А. Понятие и сущность финансового состояния предприятия	246

Жаксылыкулы Аль-аят	
Понятие и сущность денежных потоков предприятия	248
Жанабаев А. Ж.	
Понятие и сущность организационной культуры предприятия	251
Жангирова Р.Н.	
Современные тенденции развития аграрного сектора экономики Республики Казахстан	254
Жарасов Ш. Ж.	
Понятие и сущность управления персоналом	258
Жилдикбаева А. Н.	
Оценка эффективности использования земель сельскохозяйственного назначения	260
Жолдасбекова Г.Ж.	
Зерттеу университеттері-елдің ғылыми-инновациялық жүйесінің негізі	263
Жумабекова Г.Е.	
Слияние и поглощение как способ повышения рентабельности предприятия туризма	267
Завьялова Надежда Васильевна, Дәулетханова Жанар Дәулетханқызы	
Социальная инфраструктура предприятий в современных условиях развития	269
Зейнолла А. А.	
Понятие и сущность транспортной инфраструктуры	272
Ильяс А.	
Конкурентоспособность нефтехимической промышленности Казахстана	275
Искакова М.Н., Букейханова Т.К.	
Тайм-менеджмент как средство повышения эффективности руководителя	279
Казбеков Турлыбек Бельгибаевич, Романок Екатерина Болеславовна, Мусабекова Айнаш Орикбаевна	
Проблемы управления персоналом в современных условиях и пути их решения	282
Кожекенова А.М.	
Инструменты государственного регулирования иностранных инвестиций	285
Каипов Н.Р.	
Коммерческие банки и их роль в финансовом секторе экономики	289
Каирова А.А.	
Потребительский капитал бренда туристской дестинации	292
Кайырбаева Г.К.	
Инвестициялық шешімдерді қабылдаудағы инвестициялық жоба және оның ролі	295
Капенова А.З.	
Налоговое стимулирование инновационной деятельности	299
Каирбеков Д.К., Кренгауз И.Н.	
Международный опыт развития мультимодальных перевозок	303
Кашуба Н.И., Шквыря Н.А.	
Реализация маркетинговой товарной стратегии предприятия	306
Кенжебаева З.С., Беймбетова А.Е.	
Перспектива «обучение и рост» в системе сбалансированных показателей	308
Кенжебекова Дина Саиновна, Левина Алена Борисовна	
Теоретические аспекты управления финансовыми потоками хозяйствующего субъекта	312
Кирдан Александр Петрович	
Методические аспекты формирования социальной ответственности будущих экономистов в учреждениях высшего образования Украины	316

Кирдан Елена Леонидовна Компетентностный подход в профессиональной подготовке современного менеджера образования	318
Кисаева Зульфия Нурлановна Умышленные искажения при составлении финансовой отчетности	320
Колокольчикова Ирина Владимировна Качество как главное конкурентное преимущество на рынке плодово – ягодной продукции Украины	322
Коноваленко Анастасия Сергеевна Влияние маркетинговой деятельности предприятий на безопасность питания детей и подростков	326
Калмагамбетова С.Р., Сейткалиева Н.Т. Қазақстан Республикасындағы халықтың өмір сүру деңгейін өлшеудің өзекті индикаторлары	328
Көшкінбай Д.М. Понятие и сущность инноваций в промышленности	332
Кувычко Валентин Юрьевич Основные концепции и методы управления маркетинговой деятельности	335
Қужемуратов Р., Асанова Т.А. Көлік логистикасын оңтайландыру және басқару	339
Қужукеева К.М., Мамедова Д.А. Электронная коммерция в Казахстане: текущее положение и перспективы развития	342
Кулиш Татьяна Владимировна Альтернативы развития предприятий на рынке молока и молочных продуктов с учетом факторов макросреды	347
Курмангалиева А.К., Жунусова Д.К. Формирование эффективного управления инвестиционными рисками на предприятии	351
Құрманш Н.Б. Понятие и сущность карьеры, ее содержание и типы	355
Д.Б. Кубанова, З.Умирханқызы Мемлекетті басқару жөніндегі қызметтің әлеуметтік-экономикалық тиімділік мәселесі	358
Кәкімбекова Ә.Т., Кренгауз И.Н. Парадокс бедности	362
Қанабекова Т.Қ., Лухманова Г.К. Факторы, влияющие на конкурентоспособность банков второго уровня	365
Лебедева Анастасия Андреевна, Коноваленко А.С. Факторы формирования покупательского выбора молодежи	369
Майкопова Г.С. Развитие элеваторного хозяйства и особенности его функционирования	372
Меркибаев Д. Д. Роль развития малого предпринимательства в промышленности	376
Михайлова М.С., Шквыря.Н.А. Реализация маркетинговой товарной стратегии предприятия	379
Мирзаев Т.Т., Кренгауз И. Н. Пригородный пассажирский комплекс железных дорог: необходимость реформирования процессов управления	381
Митрофанов И., Кренгауз И. Н. Сравнительный анализ логистической систем ес и Казахстана	386

Молжигитова Д.К., Камелхан Г., Жанашев Е. И.	
Ведение экономического мониторинга с применением геоинформационных систем в Восточно-Казахстанской области	390
Мусин У. К.	
Роль малого и среднего бизнеса в экономике государства	395
Мүталхан О. Б.	
Понятие и сущность экономических результатов деятельности предприятия	398
Ерғуатова Н.Б., Асанова Т.А.	
Логистикалық шығындарды оңтайландыру әдістерінің бірі ретінде жеткізушіні таңдау	401
Нурмагаметов Н.Г., Кренгауз И. Н.	
Развитие транспортной логистики в Казахстане	405
Нурпеисова Айгерим Керимхановна, Жумахметова Гульмира Шарапатовна	
Теоретические аспекты глобализации и интеграции экономики Республики Казахстан	408
Нурпеисова Айгерим Керимхановна	
Перспективные направления системы управления оборотным капиталом (средствами)	411
Нурпеисова Айгерим Керимхановна	
Экономическая сущность и формы предпринимательской деятельности в сельском хозяйстве	415
Нурпеисова Айгерим Керимхановна	
Пути совершенствования механизма привлечения инвестиций в экономику РК	417
Олексенко Роман Иванович, Афанасьева Людмила Васильевна	
Экономико – правовой механизм реализации новой модели современной культурной политики Украины	421
Омарбекова Ардак Диханбаевна, Рахманбердиева Акбаян, Ахметкеримова Гульнур, Жаркынбек Берик	
Экономическая исследование земель для обеспечения постоянного землепользования	425
Омарбекова Ардак Диханбаевна, Рахманбердиева Акбаян, Ахметкеримова Гульнур, Жаркынбек Берик	
Анализ использования земель сельскохозяйственного назначения в Республике Казахстан для обеспечения постоянного землепользования	431
Г.Д.Омирова, Асанова Т.А.	
Қазақстанда теміржол вокзалының қазіргі жағдайы мен дамуы	437
Павлинов Р.О., Кренгауз И.Н.	
Инфраструктура транспортной логистики	440
Помазкина Татьяна Владимировна, Леута Ирина Анатольевна	
Развитие мирового и российского рынка топливной древесины, древесного угля, пеллет	443
Петросянци Т.В.	
Вопросы развития малого и среднего предпринимательства в Казахстане	446
Погорелов Илья Зиновьевич	
Сравнительный анализ региональной практики использования механизма ГЧП в Республике Казахстан и Российской Федерации	449
Примбетова С.Ч., Саныбаев А.К.	
Ауылдық жерлерде кәсіпкерлікті жандандыру -Қазақстан экономикасының маңызды стратегиялық бағыттарының бірі	452

Примбетова С.Ч., Смағамов Р.Х. Қазақстанның жаңару жағдайында әлеуметтік саясатты дамыту мәселелері	455
Ракасей Анжела Васильевна, Леута Ирина Анатольевна Конъюнктура мирового рынка пиломатериалов	459
Романько Е.Б., Токсамбаева А.Б. Развитие современного менеджмента и пути решения проблем	461
Савельева Алена Александровна, Леута Ирина Анатольевна Тенденции развития рынка бумаги и картона	464
Сатыбалдина Айдана Амангалиевна, Ақыбаева Г.С. Маркетинг-менеджменттің тәсілдері мен құралдары	466
Саутова Н., Шиганбаева Н.Б. Проблемы малого и среднего бизнеса в Республике Казахстан	470
Сайфулина Э.Д., Кренгауз И.Н. Новые технологии в логистике товародвижения	474
Сейтхамзина Г.Ж., Абдулина Б.А. Кәсіпорынның маркетингтік ортасы	480
Сейтхамзина Г.Ж., Кызырова С. Применение маркетинга в управлении услугами учреждения образования	482
Сейткалиева Н.Т., Калмағамбетова С.Р., Кубанова Д.Б. Стратегиялық жоспардың бәсекеқабілеттілікті жоғарлатудағы ролі	485
Солтанбекова М.А., Жунусов Д., Есмұханбетов А., Мыхыбаев М.С., Аскарова К.У. Атырау облысы Индер ауданы топырағының құрамы, құрылымы және экономикалық, экологиялық жағдайы	490
Сидяхметова Айдана Канатовна, Завьялова Елена Николаевна Современные методы оценки кредитоспособности заемщика	493
Скляр Сергей Александрович Синергетическая методология административного менеджмента	497
Смандияр А. Ә. Понятие и сущность конкуренции	501
Стамкулова М.У., Стамкулова К.У. Экологически устойчивое развитие сельского хозяйства Казахстана	504
Сулейменова Г.С. Экономическое сотрудничество Казахстана и Китая	508
Сутбаев О.О. Формы и методы стимулирования персонала	511
Тастемирова Ж.А., Брижан Л. Теоретические и организационно-правовые основы управления финансовыми ресурсами коммерческого банка	514
Тесленко Т. В. Дихотомия «дух/разум – тело» и ее влияние на формирование «Homo creativus» в контексте философии экономики	518
Токсамбаева А.Б. Государственная политика в области альтернативной энергетики в Казахстане	521
Толеген Б.С., Каирова А.А. Имидж ВУЗа как инструмент привлечения будущего студента	525
Толегенова Д. Қазақстан Республикасындағы инновациялық саясаттың басты бағыттары	528
Турезжанов С.У., Кадникова А.И. Переход Казахстана к «зеленой экономике»: причины и условия	531

Турыспаева Д.Б. Структура и особенности функционирования жилищно-коммунального хозяйства	534
Тусаева Алия Куанышовна Роль и необходимость маркетинга на финансовом рынке в современных условиях	537
Туякбаева Д., Асанова Т.А Логистикадағы тәуекелділіктерді басқару механизмі	541
Уалиева Д.Н. Қазақстан Республикасының экономикасындағы теміржол көлігінің рөлі	545
Утегенова Жанар Магжановна Агроөнеркәсіп кешенін басқарудағы мемлекет қызметін талдау	548
Утегенова Жанар Магжановна Роль цифровых технологий в экономике зарубежных стран и Казахстана	550
Утигалиева А.Б., Б.Б.Доскалиева Технологии воспроизводства человеческого капитала	553
Файзулла Ерболат Файзуллаұлы, Кудайбергенова Лейла Жужасаровна Теоретическое обоснование современных моделей кредитных систем зарубежных стран	556
Шакенова Мара Бахытжановна, Алиева Жулдыз Жуматаевна Экономический механизм рационального использования водных ресурсов в сельском хозяйстве Республики Казахстан	560
Шарипова Л.Р., Букейханова Т.К. Коучинг как метод обучения персонала	564
Шестакова Маргарита Владимировна Оценка экономической эффективности рекомендаций по улучшению показателей деловой активности предприятия Ооо «Яро»	568
Шестакова Нина Николаевна ПАО «ВТБ 24» на современном рынке потребительского кредитования России	573
Шмидт Е.А., Кренгауз И.Н. Влияние криптовалют на национальные экономики	577
Шквыря Наталья Александровна Маркетинговые исследования поведения потребителей на рынке соков	581

Theoretical approach of state regulation of water resources in Kazakhstan

State regulation in the field of water relations in its significance belongs to the main functions of the state. It is aimed at achieving the proper ordering of water relations, the economically expedient and sustainable use of water resources, in order to ensure the sustainability and dynamism of the socio-ecological and economic development of the country.

In a market economy, the problem of economic management in the system of water use and other natural resources is being transformed from an economic one into a socio-economic one that takes into account new phenomena of interaction between man and nature. Therefore, public administration in this area is intended to ensure the implementation of the system of interests enshrined in legislation, priorities and principles, as well as an ecological-economic approach to the organization of water use.

As the essence of water relations develops and changes, the content, methods and means of state regulation of water relations change. The transformation of water relations in accordance with the laws of a market economy necessitated the further strengthening of state regulation in this area. In the conditions of the formation of market economic relations in the legal norms that constitute the legal basis of state water management, there has been a departure from administrative-command management to fundamentally different methods of regulating water relations. Economic instruments for stimulating the orderliness and effectiveness of water relations are gaining ever greater legalization and practical application. The outlined trend gave reason to talk about the need for a transition from government, as a phenomenon inherent in a totalitarian state, to state regulation of water relations.

As we see it, in many ways and characteristics the notions of state “management” and “regulation” are interconnected, interpenetrating. If state administration expresses organizational activity, then state regulation of water relations constitutes the content of such activities, and the orderliness of water relations is the desired result of state regulation. Therefore, there is no reason to oppose these two concepts. In the literature, they are not always delimited and are used as identical concepts. Public administration can also be presented in another way: as a method of public influence on water relations, because through it imperative means and methods of water and legal regulation are implemented. In general, the concept and essence of public administration, its relationship with government regulation are quite controversial and complex issues of the theory of government. In essence, they constitute the subject of an independent study, although they are related to the water sector, as they affect the organizational and institutional aspect of land relations management.

The concept of government is applied in a broad and narrow sense. In a broad sense: the imperious influence of the state on the social system, organizing activities, organizing executive and administrative activities of state bodies. In the narrow sense, state administration means “by-law, legally imperious activity of executive and administrative bodies of the state”.

That is, one term indicates different in terms of volume, and only partially coinciding in content. This testifies to the insufficiently developed conceptual apparatus of the theory of public administration. Nevertheless, depending on the goals and objectives of the study, it is possible, and in many cases it is necessary to use the term “public administration” in a broad and narrow sense, each time specifying the meaning in which it is used. In water legislation, there is a generally narrow interpretation of state administration. For the legislator, speaking of the competence of state bodies in the field of water relations, mentions and defines the powers of the entire vertical of the executive and administrative bodies. From the Government to the akim of the village (aul, rural districts). In contrast, the competence of only certain levels of the system of representative bodies is defined. It seems that in research, all other things being equal, a broad

approach to understanding government is preferable. The content of state regulation of water relations is:

- creation and maintenance of organizational, economic, legal conditions for the effective use and protection of waters;
- state control over the use and protection of water resources; ensuring consistency of interests of the state, legal entities and citizens in the field of water relations;
- guaranteeing and protecting the rights and interests of the subjects of water relations;
- bringing the perpetrators of water offenses to legal responsibility.

The legal basis of state regulation in the field of water use and protection is one of the most important institutions of water law. The norms of water law define the content, functions, forms and methods of regulating water relations. State regulation encompasses all the basic methods and forms of implementing water-legal requirements and regulations. Legal relations arising in the process of implementation of state regulation of the water sector are included in a single system of water relations.

State regulation is carried out through the organizational, executive and administrative activities of relevant state bodies, aimed at ensuring the rational use and protection of water resources, and thereby achieving (establishing) the rule of law. The purpose of management in the field of water protection and use is to ensure compliance with the norms and requirements that limit the harmful effects of production processes and products on the environment, ensuring the rational use of natural resources, their restoration and reproduction. Management is carried out through scientifically based planning of the rational use of natural resources and environmental protection, the development of organizational, technical, economic and environmental measures to ensure equilibrium in the natural environment and control over their implementation. In the state programs of environmental protection and rational use of natural resources, the main tasks in the field of nature protection and rational nature management and the main directions of environmental protection at the present stage are defined. They set tasks persistently and consistently to pursue a line on the conservation and enhancement of natural resources, improving the state of the environment. The struggle for environmental safety on Earth should be considered as one of the most responsible and noble tasks of all people.

To manage environmental protection and ensure the rational use of natural resources, the relevant departments have been set up, which are entrusted with the following tasks:

- implementation of integrated environmental management;
- development and implementation of a unified scientific and technical policy in the field of nature conservation and rational use of natural resources, coordination of activities in this area;
 - State control over the use and protection of surface and groundwater, air, plant and animal life, the marine environment and natural resources of territorial waters, the continental shelf and the ecological zone, as well as all minerals;
 - preparation and submission to the Government of proposals and recommendations for their inclusion in the State Program for the Protection of the Environment and the Rational Use of Natural Resources, ensuring the adopted program;
 - development of proposals for improving the economic mechanism of environmental management, approval of economic standards, rules, standards for regulating the use of natural resources and protecting the natural environment from pollution and other harmful effects;
 - implementation of state environmental review of general development schemes and placement of the productive forces of the republics and sectors of the national economy, monitoring compliance with environmental standards in the development of new equipment and technology, materials and substances, as well as projects for the construction and reconstruction of enterprises that affect the environment and natural resources;
 - in cooperation with the territorial authorities, issuing permits for the burial and storage of industrial and household waste, for the release of harmful substances into the environment, water use and atmospheric air consumption, the provision of subsurface resources for

exploration, approval of the allowable cut and control over land allocation all types of economic activity;

- management of reserves and the implementation of state control over the management of hunting, as well as the maintenance of the state cadastre of the animal world and the Red Book;

- dissemination of knowledge about nature among wide sections of the population, raising citizens in the spirit of caring attitude and love of nature;

- planning and implementation of cooperation on nature conservation with foreign countries and international organizations.

There are public councils under the departments, which include scientists, public figures, representatives of local government bodies, and heads of enterprises. These tips are designed to comprehensively discuss major environmental issues and make recommendations for solving them. It was noted that the principles of law enforcement activities of state bodies in the field of regulating water relations are fully disclosed in the functions and powers of the authorized state bodies.

From a water and legal point of view, public administration in the field of use and protection of water resources should be considered as an independent element of the legal regime of waters. All this indicates that the legal mechanism of state regulation in the field of water relations should be considered from the perspective of the current situation in the republic. Therefore, management in the field of use and protection of water resources should be understood as a set of actions taken by the competent authorities, authorized persons, public associations and citizens to ensure compliance with the requirements of legislation on the ownership, use, disposal and protection of water resources, as well as protection of rights and legitimate interests of water users. State administration in the field of use and protection of water resources at the republican level is carried out by an authorized body - the Committee on Water Resources of the Ministry of Agriculture of the Republic of Kazakhstan and its basin water management departments. In recent years, it has been repeatedly reorganized, with structural changes adversely affecting human resources and the preservation of the archival and material base. There is a loss of personnel, design and scientific and technical potential, while the preparation and development of a qualified design engineer or researcher takes 15-20 years. Almost completely stopped research work in the field of plumbing economy. To date, there is not a single research institute for municipal water supply and sanitation in the water sector. No one prioritizes scientific research to solve existing problems.

The regulation of water relations in the Republic of Kazakhstan is addressed by a wide range of government bodies with different competencies and functioning at different levels. They can be divided into four groups: bodies of general competence, bodies of special competence, interdisciplinary competence, functional bodies. Relations arising between government bodies in terms of the rational use and protection of water are governed by the laws of Kazakhstan.

The organization of rational use of water is one of the most important contemporary problems of the protection and transformation of nature. The growth of cities in Kazakhstan, the development of the economy as a whole is possible only under the condition of preservation and multiplication of fresh water reserves. The cost of preserving and reproducing water quality ranks first among all the expenses of mankind on nature conservation.

Currently, in the Republic of Kazakhstan, the task is to provide access to centralized water supply in rural areas 80% of the total number of rural settlements, in small cities - 100%;

- creation of specialized operational enterprises and organizations of water supply facilities in each district center;

- increase in the number of water organizations with private capital participation, including on the basis of concession agreements and other contracts up to 15 units;

- 100% urban and urban water metering coverage — 80%; a survey of the availability of groundwater in more than 3,000 rural settlements;

supplementary exploration of 165 groundwater deposits in order to reassess the reserves for cities and large settlements and 15 deposits for group water supply systems;

Coverage of the monitoring system of water supply projects in 86 cities and 7002 villages;

Providing the population with drinking water 24 hours a day

At the same time, the Program in the country is financed from 2011 to 2020 at the expense of the funds of development institutions, own funds of water management organizations, domestic and foreign investments and within the funds provided for by the state budget - 951,490.3 million tenge, including:

at the expense of the republican budget in the amount of - 631,940.3 million tenge, at the expense of local budgets in the amount of - 319,550 million tenge

It should also be noted, the state budget and funds of water users and water consumers, including funds of legal entities with state participation, borrowed funds of domestic and international financial organizations. Estimated investments in the period from 2014 to 2040 amount to 8.2 trillion. tenge, of which 5.4 trillion tenge is provided from the republican and local budgets, and 2.8 trillion. through private funding and funds from international development institutions and other sources of debt financing. Funding for activities involving the expenditures of the republican and local budgets aimed at making budget investments and capital expenditures will be made subject to their compliance with the criterion by type of ownership, as well as the principle of targeting and targeted nature of budget funds after the inventory, certification and state registration of rights to existing water management facilities of republican and communal ownership and ownerless infrastructure, hydro meliorative infrastructure and systems of irrigation of pastures provided for at the initial stages of the Program implementation. The volumes of financing from the republican and local budgets will be refined when forming the corresponding budgets for the planned period.

Literature

1. Указ Президента Республики Казахстан от 6 августа 2014 года № 875 «О реформе системы государственного управления Республики Казахстан»

2. **Ревунов, Р. В.** Экономические и институциональные императивы модернизации управления водохозяйственным комплексом в контексте перехода к устойчивому развитию / Р. В. Ревунов, Т. В. Казаченко // Вестник Южно-Российского государственного технического университета. — 2013. — № 3.

3. Абикенова С.М., Есполов Т.И., Рау А.Г., Жанашев И.Ж., Калыбекова Е.М. OSPC - Biosciences, Biotechnology Research Asia (ISSN09731245-India-Scopus) «Water-saving technology of rice irrigation on Kazakstan rice systems» India-Scopus2015.

4. Отчет о научно исследовательской работе.// по теме: «Разработка интегрированных технологии эколого-мелиоративного управления водно-земельными ресурсами для повышения продуктивности орошаемого земледелия в Казахстане» промежуточный отчет. – Алматы 2014. С. 32.

**Nikitenko Vitalina, phd, associated professor,
Nikitenko Elina, master student
Zaporizhzhia national university, Ukraine**

Tourism business development in the conditions of information society formation: education and culture context

Abstract

In the modern world tourism is seen as a socio-economic phenomenon that exerts a direct and indirect influence on the development of all related infrastructure and members of the population. Modern tourism is based on a high level of transport development, social sphere and services, which, in the final analysis, turns it into a highly profitable branch of the economy. Studies which have been conducted by the World Tourism Organization (WTO) show that the state of the global tourism industry, despite the objective difficulties of recent years, is generally stable and the industry maintains the position of the largest, high-yielding and fast-growing sector of the world economy (A. Kazybaykzy, A., Mukhanova, A.E., Smagulova, Zh. B. (2015) Tourist demand is a mass and social category . It is formed on the basis of numerous factors, such as economic in general, socio-demographic, cultural and social, personal and behavioral factors. Tourist market performs numerous functions: informational, mediatory, regulatory, stimulating, constructive and destructive, and other functions.

The problem of the research is related to the impact of tourism on the man in the spiritual level, and self-realization in the information society and globalization; the risks that may arise from the implementation of tourist service projects are considered.

The aim of the research is to present the impact of tourism on a person in the context of globalization and the information society and to determine the directions for the development of tourism in the information society and globalization.

Research methods which were used: theoretical analysis, synthesis and generalization

Results: the directions for the development of tourism in the information society and globalization are outlined: to actively improve tourism legislation, to promote the development of turoperatour activities at the level of state structures, to stimulate the private initiative of local tourist firms, to pay special attention to enhancing the role of tourism safety, to promote the development of the scientific discourse of tourism, promote greater interaction and diversity of businesses, state and public organizations and associations, help to strengthen the social orientation of the tourism accessible to all segments of the population, to study the experience of countries that are actively engaged in tourism. Tourism as a catalyst for cross-cultural communication processes.

In the context of globalization and the information society, tourism is involved in a complex system of communication processes that act as a catalyst for the processes of cross-cultural communication, the dialogue of cultures and civilizations, the emergence of new technological capabilities and the development of vehicles, the ever more open borders and communication of peoples. Under the conditions of the information society, a person received unlimited opportunities to contact representatives of other cultures and civilizations, to contribute to his own self-development and self-realization. We can note that the development of tourism affects of globalization, which is a consequence of the dynamism of the modern era and the post-industrial era of technologically developed countries. There is an impact of Internet technologies and culture on the development of tourism as a cultural and communication process of mutual influence of peoples. Tourism - a complex social, cultural and economic phenomenon, influenced by factors - economic, social, political, socio-cultural, demographic and others. Among the factors to allocate the factor of "socio-cultural literacy" and cars or heterostereotypes that have formed in a different culture and act as a deterrent one (Hemingway, 2004).

Development of tourism as the spiritual world of man

Tourism is one of the states of a person's internal culture and the form of his activity in which a

person goes beyond the boundaries of his traditional functions and uses utilitarianly something. The purpose of tourism as a person's spiritual world is to support the immanent process of his socio-cultural self-affirmation, Rules of interaction, communication and its further development and self-development. Tourism is a process in which a person opens up the possibilities of his one-dimensionality, "disconnectedness", "linearity", elementarity and, communicating in the information and communication process, interacts with other objects and objects of culture, expanding his "cultural horizons". Tourism is the "force field" of experience and spiritual growth of a person, in which a person realizes his self-creation. Tourism is seen as a factor in the development of the concept of "game" and the universal characteristic of human activity. Tourism - is the festive functioning of the individual in the being of another culture and the formation of personality as holistic, which acts as a source of freedom and the cultivation of universal values. In tourism, a person goes beyond the "assigned nature", overcomes the need for objective conditions of being and expanding his abilities.

Tourism as a form of self-realization rights

Tourism is a way of becoming a person and a general way of identifying the essential forces of a person. It is thanks to tourism that a person realizes himself as a "person" and communicates with the unreal, subjective, global, as a result of which he comes into contact with global culture. The main field of tourism functions is the spiritual world of a person who, in the process of tourist meetings, loses in his mind the events, meetings, conversations, actions of other people. Only in tourist activities a person can experiment with himself, with all possible and impossible variants of his subjective behavior. As a sensory experience, tourism is an instrument of free choice of the individual. In the process of tourism, a person connects the past and the present and "loses" his life in the present, talking with the past and predicting the future. With tourism is the process of self-improvement, the affirmation of a person as a person, which makes it possible to feel the attractiveness of tourist life and its existence in tourism. Important for the process of tourism is the state of spiritual activity, actualization of various forms of tourism, satisfaction from communication in the cross-cultural process of interaction between cultures and civilizations. As a self-projection of the development of the individual, tourist activity creates conditions for the inclusion of the individual in the complex intertwining of tourist services, social ties that require the design of a model of their life activity, which emphasizes the free self-realization of the individual in each specific situation. Tourism should be regarded as the most important condition for its natural development of human history, the comprehension of the universal and particular as the fundamental dimensions of human existence. In the conditions of cross-cultural communication, human communication occurs with the use of information technologies and information resources, which expands the possibilities of a person in his self-realization as an individual, in which the cultural function of tourism is actively manifested. Tourism is used as a variety and multivariance of the possibilities of free choice of the individual and knowledge of the social processes of mastering another world and its being, mentality and culture, the history and way of life of peoples, the history of culture and economy, which requires the adaptation of man to the conditions of another being and mentality. Tourism is seen as a process that reveals the structures of interaction between people, realizing themselves in archetypes and the culture of personal behavior as forms of creative search for "oneself in another", contributing to the cultivation of qualities and connections that were absent in the past (Hemingway, 2004).

Tourism as a fundamental tool for communication between people

Tourism is a modern fundamental instrument of communication between people in the conditions of the information society and cultural globalization, interactions between society and man, nature and man, the history of another people and a man who, as it were, gets used to the "other world" and other life and tries to understand his inner world And himself. Tourism in the information society and cultural globalization should become a commodity of "first necessity", an urgent need of the person himself at a certain level of income and the level of the societal society. Individual countries are trying to create a branch of the economy - the tourism industry,

which is of great importance for profit in the information society and cultural globalization (Kan, 1997).

Types of tourism

The following types of tourism are distinguished:

1. Recreational, cognitive or scientific, business;
2. By the nature of the organization - individual, group, organized and amateur (unorganized);
3. According to the intensity of tourist vouchers - permanent and seasonal;
4. In duration - short-term or long-term;
5. On the use of means of transport - personal transport, public transport, transport, caravan tourism, sea or river cruises;
6. Inclusive-tour based on specially developed inclusive tariffs;
7. Peking - tour as a full service, which is organized in accordance with the advertising companies.

The structure of these tours varies greatly depending on the country, the state of the tourism industry, the purchasing power of citizens, the range and quality of the services offered. Development of the tourism industry in the context of globalization and the information society. The tourism industry is understood to mean the aggregate of production, transport and trade industries that produce and implement tourism services and goods of tourist service. In the modern era, tourism as a culturally creative force and cultural construct of the information society and cultural globalization is the result of the long evolution of tourism, which serves as a tool for dialogue between cultures and civilizations. Tourism is an instrument that promotes the formation of cultural self-awareness of individuals, serves as a form of cultivation of leisure time and leisure, contributing to the increasing opportunities for self-realization, the right to rest. Social tourism, which fully corresponds to the UN Millennium Goals, should become a priority in national tourism development. At the same time, it is necessary to take into account the risks that may arise from the implementation of tourism services projects in the context of globalization:

1. Macroeconomic risks associated with the possibility of deterioration and external conjuncture, a slowdown in the economy, a level of investment activity, high inflation, a crisis in the banking system;
2. Financial risks associated with the emergence of budget deficits and inadequate level of budgetary financing;
3. Technogenic and environmental risks associated with global climate change, technological and environmental disasters, technogenic risks;
4. Geopolitical risks, which are affected by the entire political situation of the country, military and terrorist actions that threaten all human life today;
5. International risks, based on the development of international relations with a particular country. Tourism as an export-oriented sphere is more stable than other industries and even in conditions of uncertainty and risk.

conclusions

In this regard, it is necessary to develop proposals on the development of tourism in the information society and globalization:

1. Actively improve tourism legislation, which represents the legal basis for the provision and settlement of the tourism industry and the creation of decent living conditions for people in other countries.
2. To take legislative initiatives that are aimed at introducing conceptual changes in legislative acts that provide priority to real producers of tourist services.
3. To promote the development of tourism activity at the level of state structures, which is a mediator in the development of tourism and is aimed at the development of the tourism industry as a whole.
4. Encourage the private initiative of local competitive tourism firms that operate on a market basis and take it into account when developing a national strategy for the tourism sector

of the national economy.

5. To pay special attention to enhancing the role of tourism security as the most important problem of its reliability, quality assurance and a safe tourist process in the territory of each state.

6. To promote the development of a scientific discourse of tourism and a more active attraction of the world's scientific potential to solve tourism problems, to promote the integration of international scientific and tourist potential into educational activities, to unite scientists involved in tourism issues in the scientific community and to bring Ukrainian scientists to the international arena and to include them in international scientific communities according to scientific interests.

7. To promote the activation and diversification of the forms of interaction between business structures, the state and public organizations and associations in the sphere of tourism as the development of a new trend of tourism of the 21st century, the expansion of the practice of holding forums, round tables and conferences on various tourism issues that require reflection in the context of cultural globalization and cross-cultural analysis of complex problems of ecologically safe and reliable tourism.

8. To promote the strengthening of the social orientation of tourism accessible to all segments of the population, to study the experience of countries that are actively engaged in tourism, and the scientific community to develop new concepts for the development of social tourism, which should become the driving force for the prosperity of states and scientific communities, a form of consolidation of states and scientists based on scientific interaction of scientists.

Bibliography:

1. Hemingway, S. (2004). The impact of tourism on the human rights of women in South East Asia, *The International Journal of Human Rights*, Vol.8 No, 3, pp. 275-304.

2. Kdzybaykzy, A., Mukhanova, A. E., Smagulova, Zh. B. (2015), *Osobennosti i perspektivy razvitiya turizma v mire // Uspekhi sovremennogo yestestvoznaniya*, № 1-2, r. 265-269; URL: <http://www.natural-sciences.ru/ru/article/view?id=34827> (data obrashcheniya: 06.06.2016).

3. Khan, M.M. (1997). Tourism development and dependency theory. *Annals of Tourism Research*, Vol.24, No.1, pp. 36-48.

Аннотация

В современном мире туризм рассматривается как социально-экономическое явление, оказывающее прямое и косвенное влияние на развитие всей связанной инфраструктуры и населения, на образование и культуру. Современный туризм базируется на высоком уровне развития транспорта, социальной сферы и услуг, что в конечном итоге превращает его в высокодоходную отрасль экономики. Исследования, проведенные Всемирной туристской организацией (ВТО), показывают, что состояние мировой индустрии туризма, несмотря на объективные трудности последних лет, в целом стабильно, и отрасль сохраняет положение самого крупного, высокоурожайного и быстро развивающегося. Растущий сектор мировой экономики (А. Казыбайкзы, А., Муханова, А. Е., Смагулова, Ж. Б. (2015). Туристический спрос является массовой и социальной категорией. Он формируется на основе многочисленных факторов, таких как общие, социально-демографические, культурные и социальные, личностные и поведенческие факторы. Туристический рынок выполняет множество функций: информационные, посреднические, регулирующие, стимулирующие, конструктивные и деструктивные и другие функции.

Foreign experience of state regulation of audit services

State regulation of audit activity and its quality does not mean that the professional audit community does not participate in the regulation of its own activities, but self-regulation of audit activity in this model is insignificant. As a rule, it is expressed in joint work with the authorized state bodies on the preparation and discussion of legislative acts related to auditing activities, as well as in the protection and representation of the interests of members of professional associations. The second concept is developed in the USA and the UK, where audit activity is self-regulated in some way. Audit in these countries is focused mainly on the needs of shareholders, investors and creditors. Audit activity here is mainly regulated by public audit organizations. At the international level, there is a tendency to strengthen quality control over audit activities.

It should be noted that audit in all countries is strictly regulated and world practice shows a tendency to state regulation of audit activities. For example, auditors in Japan are strictly controlled by the Japanese Ministry of Finance. Also, for example, in Denmark and the UK, the Ministry of trade and industry of these countries exercises state control over the activities of auditors, in the US - the securities Committee. At the same time, taking into account the role of professional organizations in the development of audit activity, I would like to note that in Italy, France, the Kingdom of Thailand their activities are carried out by 2 professional organizations, in Romania, Belgium, Canada-3, in the USA, Ukraine, Russia and the UK - 5. Thus, it can be traced that foreign professional organizations have more than a century of history, impeccable reputation and material and technical base. In these countries, there is no need to establish mandatory membership in these professional organizations, as accountants and auditors are clearly aware of and experience a personal need to be a member of a certain professional organization. The main coordinating body in the field of accounting and auditing at the international level is a non-governmental professional Association of auditors and accountants international Federation of accountants (IFAC) – International Federation of Accountants (IFAC) (IFAC). The international Federation of accountants has recognized the need to monitor the compliance of its members with quality control requirements. The European Union has adopted the 8th Directive of the European Commission regulating such issues of audit quality control as the creation of a quality assurance system, the development of principles of supervision by state and public authorities, especially the implementation of quality control audit of socially important companies. The mission of the international Federation of accountants, as set out in its Constitution, is to promote the worldwide development and strengthening of the accounting profession, which is guided by harmonized standards in order to provide high quality services for the benefit of society. As part of this mission, IFAC supports the provision of quality services by all members of the accounting profession, as well as the continuous improvement of the quality of audit. Therefore, IFAC is working on the development and publication of standards and regulations in the field of ensuring the quality of audit services.

In Russia, the word "audit" appeared during the reign of Peter 1 (1689-1725). The position of auditor was introduced in the army, where special military personnel were engaged in the investigation of property disputes. Attempts to create an audit Institution in the former Soviet Union were made in 1889, 1912 and 1928. The new law of the Russian Federation "on audit activity", adopted on 30.12.08, actually legalized in the Russian Federation the creation of a mixed model of regulation, despite the fact that numerous drafts of this law proposed the transition to the Western version of the full self-regulation of audit activity. Thus, Russia, in fact, was the first country in the world to officially adopt a mixed model of audit regulation. The main characteristic features of the mixed model are [2]:

1) a clear division of powers of the state and the business community to regulate audit activities (the state regulates the General rules of national audit, as well as controls the activities of professional associations);

2) creation of a multimodal regulatory audit activities;

3) creation of a mixed system of normative acts on regulation of audit activity.

Thus, the borrowing of foreign experience by domestic organizations will allow them to significantly expand their customer base, which in turn will have a positive effect on the development of the economy as a whole. Summarizing the above, we can conclude that international theory and practice evolved in a competitive environment. For example, in the West, all this was accompanied by relevant research and extensive public discussion of the materials of these studies. As a result, a strong international legal basis for audit has been created, as well as the forms of its organization have been developed in detail, extensive methodological materials for auditors are published and constantly updated, in which the basic concepts, terms and categories of audit activity are defined and classified

In General, summing up the above, I would like to note that foreign experience in regulating the quality of audit services is the most important factor in improving the efficiency of audit in the Republic of Kazakhstan, and the possibility of its application depends on how domestic organizations as clients of audit organizations and bodies of the legislation of Kazakhstan will use this experience. At the same time, the economy of Kazakhstan has certain features that must be taken into account when providing audit services to economic entities. As noted earlier, the development of the audit services market in the Republic of Kazakhstan is directly influenced by the development of the legislative framework as a result of state regulation. Market regulators were formed objectively. We highlight the following elements that have a significant impact on the development of the audit services market [3]:

— economic and economic independence of enterprises;

— private property;

— free market prices;

— competition in the market of audit services.

State regulation of the audit services market and assessment of their quality in the Republic of Kazakhstan is presented in the form of a set of legislative and regulatory acts regulating audit activities. The study showed that the scope of regulation is extensive and diverse and is presented in the form of the purpose of the audit and its types; the rights and obligations of audit organizations and audited entities, the requirements for the content of the audit report, working documentation, audit evidence, the qualification of auditors; licensing procedure, etc.

It should be noted that the further development of the audit services market increases the role of its state regulation, as it is necessary to constantly improve the legislative framework and strengthen the state control over the quality of audit services.

1. AUDITOR SIZE AND AUDIT QUALITY Linda Elizabeth DeANGELO// Journal of Accounting and Economics 3 (1981) 183-199. North-Holland Publishing Company

2. Warfield, T. D., J. J. Wild, and K. L. Wild. 1995. Managerial ownership, accounting choices, and informativeness of earnings. Journal of Accounting and Economics 20 (July): 61-9

Аннотация

В статье рассмотрены государственное регулирование качества аудиторских услуг за рубежом и в Республике Казахстан. Исследование показало, что во всех промышленно развитых странах принято, что результат проверки является основой множества экономических решений. Поэтому аудиторская деятельность в этих странах регулируется государством и это характеризуется, не вмешательством со стороны государства на исход аудиторских заключений.

Annotation

The article deals with the state regulation of the quality of audit services abroad and in the Republic of Kazakhstan. The study showed that in all industrialized countries it is accepted that the result of the test is the basis of many economic decisions. Therefore, audit activity in these countries is regulated by the state and it is characterized not by interference from the state on the outcome of audit opinions.

Түйіндеме

Мақалада аудиторлық қызметтің сапасын мемлекеттік деңгейде реттеудің шетелдік тәжірибесі және Қазақстан Республикасында жолдары қарастырылған. Зерттеу көрсеткендей әрбір дамыған өнеркәсіп елде экономикалық шешімдердің көбі тексерулердің нәтижесінде болған. сондықтан аудиторлық қызмет сол елдерде мемлекет тарапынан қатаң қадағаланады.

**Kaliev G.K.,
candidate of economic sciences**

Analysis of problems of civil aviation of Kazakhstan and way of their decision

Last years for the air transport of Kazakhstan the height of volumes of transportations is characteristic, the market of air traffics becomes more attractive. However, than more active demand grows on services of air transport, the more swift industry of air shipments approaches a that critical line after that her further development will become impossible without quality changes practically in all spheres of activity. A necessity came to a head for retooling, development of surface infrastructure, perfection of legislative base, introduction of modern information technologies modern air courts. It is required to accelerate the processes of consolidation of industry, make healthy an investment climate, remove superfluous administrative barriers [1].

To the basic problems of industry of civil aviation it is possible to take:

- weak technical equipment and wear of surface infrastructure of airports (50%);
- out-of-date park of air ships;
- a few of the operating air fields of local air-tracks;
- insufficient equipped of the air fields by the exact systems of stopping on landing and visual facilities, providing exploitation in difficult weather terms;
- considerable wear of special techniques, signals equipment and equipment of power supply, communications;
- absence of necessary level of equipped of air infrastructure by a surface technique, freight storages and terminals;
- sharp shortage of skilled shots.

Programmatic aim of industry of civil aviation : satisfaction of necessity of economy and population in quality and safe aviation services. Having a special purpose indicators, table 1

Table 1 are the Having a special purpose indicators of industry civil aviation

Indicator	unit	by the end 2020 year
Increase of volume of transit air traffics to	million/is a kilometre	328,8
Increase of number of international air reports and international routes	unit	128
level of district centers having local air-tracks, from the general amount of district centers in a country (175)	%	11,4
Increase of amount carried passengers by the Kazakhstan airlines	million persons	10,8
An increase of amount of the served passengers is in the airports of Republic of Kazakhstan	million persons	11,9

For the achievement of the put aims it is necessary to decide next tasks:

Task 1. Perfection of the normative legal providing of industry of civil aviation.

Task 2. Development of surface infrastructure.

Task 3. Development of small aviation.

Task 4. Updating of park of air ships.

Task 5. Liberalization of market of air traffics.

Task 6. Training of personnels.

The achievement of tasks will be measured by the next indexes of direct results, table 2:

Table 2 are Indexes of achievement of having a special purpose results

Index	unit	by the end 2020 year
Reconstruction of aerotrain station complexes of airports	Un.	10
Reconstruction of air strips of the air fields	Un.	6
Reconstruction of the air fields of local air-track with artificial взлетно- by a landing stripe	Un.	5
Building of the ground air fields of local air-track	Un.	11
Common amount of airports, having a category of IKAO	Un.	18
Amount of the air fields having a 1 category IKAO	Un.	14
Amount of the air fields having 2 category IKAO	Un.	2
Amount of the air fields having 3 category IKAO	Un.	2
Acquisition of air ships of western type, including by the operating leasing	Un.	31
Acquisition, and also depreciation of air ships for maintenance of area of routes	Un.	30
Amount of intergovernmental agreements on passing to adjusting of frequencies between the pairs of cities	Un.	30

Amount of intergovernmental agreements on the increase of composition of the appointed air carriers of the settled points	Un.	9
Leading to of stake of national shots in composition the crews of courts	%	80
level of normative legal acts corresponding to the standards of ICAO	%	100

We will consider each of tasks in more detail.

Task 1. Perfection of the normatively-legal providing of industry of civil aviation. On the basis of results of mission of ICAO, aviation authorities of Republic of Kazakhstan will take part on the next listening of Committee on safety of European Commission, on results that will be lifted restrictions from the Kazakhstan airlines to flights in EC.

Together with the experts of Bureau of technical collaboration of ICAO inspector composition of Committee of civil aviation of Ministry of transport and communications of Republic of Kazakhstan will be manned by a skilled personnel on a supervision. In addition, by the experts of Bureau of technical collaboration of ICAO the necessary practical educating will be conducted on the workplaces of inspectors of Committee of civil aviation in accordance with international requirements.

With the purpose of increase of strength of flights security from 2015 inculcated passing of IOSA for airlines, executing carrying passengers on regular voyages. The basic direction of aviation industry, concentrated on toughening of requirements on providing of safety of flights, is stage-by-stage introduction of the European requirements 2020 to.

Task 2. Development of surface infrastructure.

One of problems of development of surface infrastructure are technical and financial the states of airports. For creation of the single system and development of effective mechanism on the improvement of the state and decision of problem questions will be worked out and realized Strategy (master-plan) of development of airports. Airports being in the different patterns of state ownership will be passed in republican property for the subsequent providing of approach of the systems to the method of management. In future taking into account positions of new Strategy of development for systematization of processes of management taking into account international experience a transmission is possible in a confidence management to the National multimodal transport-logistic operator of some airports being in the different patterns of state ownership (republican, communal, propulsion MODULE of "FNB "Samruk-kazyna"). Thus single approach of the systems will be provided to the management by transportations and to the logistic providing in aviation, motor-car and railway spheres.

To 2020 18 air fields will conform to the requirements of ICAO. To 2020 in a country will operate 4 airport: airports of Astana, Almaty, Aktobe and Karaganda. Within the framework of reconstruction of air strips and passenger terminals of airports of country the question of realization of projects will be worked out in form state-private partnership.

Task 3. Development of small aviation. Development of small aviation is directed to on satisfaction the requirement of population in services of air transport for providing of regional centers an operative transport connection with remote districts, where a motor-car and railway network is poorly developed. In addition, the developed infrastructure of network of the air fields of small aviation will render assistance in the decision of questions delivery of forces of the urgent reacting at the cases of origin emergency to the situation of natural or technogenic character, and also for urgent sanitary evacuation of patients in medical organizations of regional value [2].

At the same time, development of small aviation will be a stimulus for strengthening of tourist-recreational potential of regions, forming and advancement of tourist clusters with inter-regional and district centers due to networking of regular local air traffics.

Task 4. Updating of park of air ships. Updating of park of air ships is needed for replacement of out-of-date on new types having the best technical parameters with a modern equipment and improved system of providing of safety. For reduction of running expenses, declines of prime price of flying hour the Kazakhstan airlines will be oriented to acquisition of air ships in property, including by the method of the financial leasing, and also operating leasing. For development of local air-track domestic aviation companies will be purchased and amortized about 30 air ships.

Task 5. Liberalization of market of air traffics.

To date for development of competition environment and functioning of mechanism of self-regulation the simplified order of admittance of the Kazakhstan airlines is envisaged to the internal market of air traffics. New qualifying requirements are worked out to the air carriers on the basis of that the Kazakhstan airlines can be assumed to the market of internal air traffics without a competition, except for the subsidized directions. These changes will assist the increase of safety, development of competition at the market of air traffics, to the decline of tariffs on airline tickets, to expansion of geography of flights and according to development of regions of country.

Priority during liberalization of market are an increase of volumes of services of airports and development of competitiveness of the Kazakhstan airlines in the segment of international air traffics. Stage-by-stage liberalization providing a successive transition with the observance of interests of the state and Kazakhstan airentrprises is envisaged in these aims.

Used literatures

1. Lorean of C.3. Economy of aviation industry, 2015
2. Holdin P. C. of Problem and progress of aviation industry trend, 2016

*Nurakhmetova G.S.- Senior Lecturer of the
Chairs of Economics A.Baytursynov KSU, Kostanay*

Digitalization of economics of Kazakhstan

Social protection of the population is one of the components of the social policy pursued in Kazakhstan. During the years of gaining independence, we observe different degrees of state participation in the organization of social protection of the population[1, p.2].

The research issue is relevant because the social situation in Kazakhstan under modern conditions of financial and economic crisis becomes ever more complicated, increasing economic slowdown and inflation development, which have an adverse effect on the population's welfare. However, the state social policy requires deep reframing and improvement. First of all, it's necessary to take steps to reform the system of population social security. At the same time, it is necessary to resolve issues related to the transformation of the social security system of the population, the development of its forms and types, the revision of legislative and organizational acts in the field of social protection of the population, as well as changes in the principles of financing and their focus on supporting the needy members of society. Special attention in social policy deserves the problems of employment of the population and social protection of the unemployed, which are of a political nature. The purpose of the employment policy is to promote full, productive and freely chosen employment through the provision of vocational training, professional development, expansion of the public employment service and other measures aimed at ensuring social protection of the population.

By the Decree of the Government of the Republic of Kazakhstan No. 827 of December 12, 2017, the State Program "Digital Kazakhstan" was approved. The main mission of the program is to improve the quality of life of residents and the competitiveness of the country's economy through the use and development of digital technologies. The implementation of the

program is planned on two vectors: the digitalization of the existing economy in the medium term and the creation of a digital industry of the future in the long term.

As a result of the measures taken within the framework of the project, in addition to increasing the growth of labor productivity by sectors of the economy, it is planned to increase the share of electronic commerce in the total retail trade by up to 2.6% by 2022; creation of up to 300,000 new jobs through digitization; an increase in the proportion of Internet users to 82%, and the level of digital literacy of the population to 83%.

Since The Program addresses all spheres of life and is aimed at improving the quality of life of every resident of the country, the beneficiaries of its implementation will be citizens, business entities and government agencies of the Republic of Kazakhstan.

According to preliminary estimates, the direct effect of the digitalization of the economy by 2025 will create an additional value of 1.7-2.2 trillion tenge.

Implementation of the Program can be key in achieving the goal, set by the President, Kazakhstan's entry into the list of the 30 most competitive countries in the world by 2050.

Digital technologies are one of the priorities for the development of the healthcare sector all over the world, and this market is growing by a quarter every year. The process can provide a breakthrough in the availability and quality of services without increasing the cost of health care. Therefore, the development of digital medicine is carried out with the active participation of the state.

The expected effect at the initial stage of digitalization of health care will save up to 640 million tenge during a year on paper documents. At the same time, the estimated volume of the medical information systems market with full coverage will be about 3.5 billion tenge per year.

In the Appeal of President N.A. Nazarbayev to the people of Kazakhstan, "The Third Modernization of Kazakhstan: Global Competitiveness", the importance of creating the Fund for Compulsory Social Health Insurance was noted and a large-scale program "Digital Kazakhstan" was announced. At the basis of the system of Social Health Insurance is the principle of shared responsibility of the state, employers and citizens, and the development of such promising branches of the digital economy as 3D-printing, digital services,

Big Data and artificial intelligence, reflects the latest trends in the development of medical technologies. The implementation of these initiatives involves the rationalization of the use of health resources, patient-oriented and improved access to quality medical care[2, p.21].

The creation of the Fund for Compulsory Social Health Insurance is a regular stage in the development of the country's healthcare system. Taking into consideration that since 2019 contributions to the Fund will come from individual workers, it seems necessary that the further development of the health insurance system takes place in a competitive environment with a wider involvement of private medicine and voluntary medical insurance. All this should occur on the basis of a favorable regulatory framework, modern clinical standards and reasonable regulatory requirements. The wider introduction of co-payment principles is important, and in the future the creation of a system of individual savings accounts is also essential. This would promote greater responsibility of citizens for their health, corresponding to world trends in health financing.

In the implementation of the Health Insurance System, in addition to income, the key is the rationalization of health care costs, which are expected to grow exponentially. It's connected with objective demographic trends (population aging and global growth of chronic and degenerative diseases), as well as with the fact, that in a competitive environment and free choice of health care providers citizens will continue to demand expensive high-tech methods of diagnosis and treatment of diseases. In solving this problem, in addition to focusing on disease prevention, it is equally important to rationalize expenditures by achieving cost-effectiveness in health care.

In the most developed countries, the costs of medical interventions are rationalized based on the concept of "Quality Adjusted Life Years" (QALY). It involves assessing the cost of the

impact of a particular intervention on the number of quality years of life that the patient has lived through, which are calculated by special formulas.

The World Health Organization (WHO) has developed a universal rule that is cost-effective is a medical intervention whose cost for each saved year of quality life does not exceed triple the size of GDP per capita. For example, in the United States, where GDP per capita is about 40 thousand dollars, this threshold is estimated at 120 thousand dollars. If we consider, for example, that each year the quality of life of patients with coronary heart disease can be provided by the appointment of beta-blockers worth \$ 5 thousand, and patients with chronic renal failure - with hemodialysis for 60 thousand dollars, these interventions can be considered quite acceptable from an economic point of view [3, p.78].

In Kazakhstan, where GDP per capita is about 2.7 million tenge (8 thousand US dollars), cost-effective according to QALY and WHO calculations, will be considered medical intervention, the cost of which does not exceed 8 million tenge for each saved year of quality life. This principle can be applied, for example, in assessing the cost-effectiveness of vaccinating adolescents against human papilloma virus (HPV), the use of pneumococcal vaccine, as well as the introduction of some screening programs and high-tech treatment methods, the utility of which causes public disputes.

It should be taken into consideration that the cost of medical interventions in Kazakhstan in dollar terms is significantly lower than in the US, given the significant difference in the level of reimbursement of physicians. Given this and several other circumstances, some pharmaceutical companies offer special cost subsidies to meet the threshold for calculating the cost-effectiveness of medical interventions on the basis of QALY.

Many health problems are associated with inadequate knowledge of citizens in matters of their own health. Because of this - unreasonable calls for medical care, especially emergency, and on the other hand, neglected cases that require costly interventions.

Today's medicine, unfortunately, remains self-centered, focused mainly on the competence of the doctor. At the same time, the modern world trend is the ecosystem of medicine, in which citizens are given great opportunities in making informed decisions concerning the prevention and early detection of diseases.

Modern info communication technologies create unique opportunities for solving this problem. In the United States, the analysis of the users' access to the Google search engine for health records the start of the flu epidemic 2 to 3 days earlier than the Centers for Disease Control, which perform the function of the national sanitary and epidemiological service.

Thanks to digital technologies and a new generation of biological sensors, external and internal devices for life monitoring - what is called the "Internet of things", we can learn more about the human body for the year than for all previous millennia. This knowledge deeply transforms our concepts - from the epidemiology of disease, to genomics and personalized medicine. All this happens against the backdrop of constant cheapening of technologies, increasing the availability of broadband Internet communications, storing electronic data and highly sensitive sensors.

Rational use of technologies will allow not only to improve the quality of medical interventions, but also to optimize healthcare costs, which is an important condition for the success of Kazakhstan's health insurance and public health system.

All these technologies will increase the life expectancy of the population. But this is the most important indicator of the quality of life. Thus, the state, through these reforms, is trying to change the position of citizens of our country for the better, thereby ensuring a worthy socioeconomic state of the country as a whole.

We are living at the junction two millennia when humanity entered into in the era new scientific and technical revolution. By the end twentieth century people took possession many secrets substance transformation and energy and managed to use this knowledge for improvement own life. But besides matter and energy in human life, another component plays an enormous role – information. This is the most diverse information, message, news, knowledge,

skills. The entry of human civilization into the information society has created serious problem- timely prepare people for new living conditions and professional activities in a highly automated information environment, to teach them to act independently in this environment, to use its potential effectively and to protect themselves from negative impacts.

I think that the literacy of modern man is the basic element of his culture. Today, human interaction and information determines the vector of development of each individual and society as a whole. In these conditions, a new aspect of culture is being formed - the information culture of society. The low level of information culture of students makes it difficult for them to adapt and socialize, prevent with vocational guidance and becoming as full members of society.

According to the head of state Nursultan Nazarbayev, in the 21st century, many traditional professions will lose their relevance. In the era of global informatization, new professions will appear that will require a high level of development in information technology. They will increase labor productivity per employee. In this regard, in all sectors of the economy of our state there is a rather serious shortage of qualified personnel in this area.

I think that speaking of information literacy and the culture of development in our country, it is worth noting the recently adopted program - "Digital Kazakhstan". Today, Kazakhstan's economy as a whole is experiencing a relatively stable period, but further growth is impossible without accelerating the pace of digitization of key industries

Today digitalization quickly penetrates in the daily lives of people around the world, providing new opportunities for companies in the development of new products and services and modernizing work methods changing production processes interaction methods with suppliers and customers. Kazakhstan has achieved the greatest success in the development of the basic component of the digital economy - the Internet infrastructure, as well as in increasing the level of involvement of the population, business and the state in the digital economy.

An example of the implementation of the program "Digital Kazakhstan" I want to bring Fedorovsky district. Here, within the framework of this project, much work is being done on the application of digital technologies in agriculture. So, in 2018, 100% of agricultural producers' fields were digitized, which makes it possible to receive government services in electronic format. Also this year, in the region, jointly with KazATU named after S. Seifullin, a project on the digitization of crop production "Implementation of precision farming technology" in the farm of "Troyana" LLP is being systematically implemented. The expected effect is up to 20% savings.

Today in Kostanay region a lot of work is being done on the development of information systems and technologies. The opening of the first IT-lyceum at the Ozat boarding school was a big event for the region. In all areas of the region, one set of robotics was purchased.

Returning to Fedorovsky district, it is worth noting that there are support schools equipped with the latest information technologies. In the framework of the program "Ruhani Zangiru", district entrepreneurs contributed to the equipment and development of schools. Robotics classes, IT class "10 + 1" and 3D modeling room were acquired. Thanks to these opportunities, students of this school created virtual projects. For children opened up huge opportunities for development in the field of information technology. They participate in competitions of various levels and surprise the region with their results.

Summing up, I want to note that all the steps that have been taken to date are aimed at improving information literacy. Without this knowledge, it will not be possible to implement government programs and achieve your goals. And it is precisely information literacy that today is the key to the social, cultural and economic development of countries and communities, institutions and people in the 21st century.

References:

1. Nazarbayev N.A. Strategy Kazakhstan - 2030: Prosperity, security, improvement of well-being of all Kazakhstanis: Message of the President of the country to the people of Kazakhstan [Electronic resource] / Access mode: <http://www.akorda.kz>
2. Andreeva OA System of indicators of the quality of life of the population // Social and demographic structures. - 2016. - №1. - P. 78.
3. The state program "Digital Kazakhstan" // 2017 primeminister.kz

Annotation

Digitalization of the economy can help solve urgent social and global problems, simplifying communications between the state, business and civil society, improving the quality of social services, increasing productivity, creating new opportunities for entrepreneurship and work, getting education and constantly increasing and expanding professional qualifications, allowing for special needs of socially unprotected groups, creating new opportunities for socially significant scientific research and mitigate the risks of climate change, lack of drinking water and food, energy shortages, etc.

The article emphasizes that the task of each state is to improve the quality of life of its citizens. By the Decree of the Government of the Republic of Kazakhstan 827 of December 2017, DP "Digital Kazakhstan" was approved.

Аннотация

Цифровизация экономики способна помочь решить насущные социальные и глобальные проблемы, упрощая коммуникации между государством, бизнесом и гражданским обществом, повышая качество социальных услуг, повышая производительность, создавая новые возможности для предпринимательства и трудовой деятельности, получения образования и постоянного повышения и расширения профессиональных квалификаций, позволяя учитывать особые потребности социально-незащищенных групп, создавая новые возможности для социально значимых научных исследований и смягчать риски изменения климата, нехватки питьевой воды и продовольствия, нехватки энергии и др.

В статье подчеркивается, что задачей каждого государства является повышение качества жизни своих граждан. Постановлением правительства РК за № 827 от 12 декабря 2017 года утверждена ГП «[Цифровой Казахстан](#)».

Андатпа

Экономиканың цифрландыруы, әлеуметтік және жаһандық мәселелерді басу, мемлекет, бизнес және азаматтық қоғам арасындағы байланысты жеңілдету, әлеуметтік қызметтер сапасын арттыру, еңбек өнімділігін арттыру, кәсіпкерлік пен жұмыс үшін жаңа мүмкіндіктер тудызу, білім алу және оны үздіксіз жетілдіру және кәсіби біліктілікті кеңейту үшін жаңа мүмкіндіктер жасау, әлеуметтік қорғалмаған топтардың ерекше қажеттіліктерін ескере отырып, әлеуметтік маңызды ғылыми зерттеулер үшін жаңа мүмкіндіктерді құру және климаттың өзгеруі, ауыз су және азық-түлік жетіспеушілігі, энергия жетіспеушілігі, және т.б. тәуекелдерді төмендетуге көмектесе алады.

Мақалада әрбір мемлекеттің міндеті азаматтардың өмір сүру сапасын арттыру болып табылатындығы ерекшеленіп тұр. Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2017 жылғы 12 желтоқсандағы № 827 қаулысымен «Сандық Қазақстан» МП бекітілді.

Devaluation in Kazakhstan and its causes

In the modern world, devaluation is primarily the depreciation of the national currency relative to hard currency. That is, the one that is freely convertible (for it there are no restrictions on foreign exchange transactions) has a stable exchange rate. Devaluation should not be confused with the denomination, that is, with a change in the denomination of the banknote, and with inflation - an increase in the price level of goods and services for a long time. Although the denomination is associated with devaluation - this is an extreme measure of the state in the most negative scenario. For example, one dollar in your country has become worth tens of thousands in local currency.

Then there is nothing left for the National Bank, how to reduce the denomination of bills, dropping a couple of zeros. And then there is a revaluation - a reverse process of devaluation - the appreciation of the value of one currency against another."For example, the Swiss Central Bank refused to keep the franc rate at 1.2 francs per euro, which has actually remained since 2011. Due to the weakness of the European currency, the Swiss franc has risen at the same time by about 30%, the euro against the US dollar dropped by more than 20% in 2014-2015, "commented Pavel Afanasyev, director of the AFC analytical center. In Kazakhstan, the first devaluation of the tenge came in 1994. In 1993, the tenge rate was about 4.7 per dollar. However, a year later, the dollar went up 10 times. Gross international reserves of the National Bank decreased in September 2018 by 1.58%, or 482 million, to \$ 30.02 billion. Since the beginning of the year, the decline was 2.33%, according to regulatory statistics, published *on Monday, October 8*.

The results of January-September turned out to be not quite comforting for the National Bank: gross gold and foreign exchange reserves (gold reserves) mainly showed a negative trend. In September, international reserves turned out to be at a local minimum, losing the July growth of 2.48% to \$ 30.84 billion.

In the structure of the gold reserves, the main contribution to the dynamics was made by the currency reserves of the regulator. At the beginning of October 2018, they amounted to \$ 17.27 billion, a decrease of 2.33% over the month (\$ 412 million), and from the beginning of the year - by 5.32%. By the way, this is less than the volume of September currency interventions. At the same time, the structure of assets showed a decrease of 0.54% of monetary gold, whose reserves in dollar terms amounted to 12.75 billion dollars. Devaluation can be open and hidden. Open devaluation can occur instantly. The National Bank officially declares to the citizens of the country that a devaluation has occurred. An example from the recent history of Kazakhstan - February 4, 2014, the National Bank announced a devaluation. Implicit devaluation takes place without any government comment. In this case, the exchange rate of the national currency just without all announcements just happens. Hidden devaluation, in contrast to the open, does not happen in one day. This is a long process, the currency is gradually decreasing due to natural market reasons. Devaluation can be open and hidden. Open devaluation can occur instantly. Devaluation can be open and hidden. Open devaluation can occur instantly. The National Bank officially declares to the citizens of the country that a devaluation has occurred. An example from the recent history of Kazakhstan - February 4, 2014, the National Bank announced a devaluation. Implicit devaluation takes place without any government comment. In this case, the exchange rate of the national currency just without all announcements just happens. Hidden devaluation, in contrast to the open, does not happen in one day. This is a long process, the currency is gradually decreasing due to natural market reasons. Devaluation can be controlled - this is when the state tries to restrain it.

If you compare the entire cost of products and services by year.

In 2000 year	In 2000, the AI-93 was sold at a price of 50 tenge per liter. A kilogram of beef cost 250 tenge, a dozen eggs - 88 tenge, flour - 33 tenge.
In 2003 year	By the beginning of the year, the rise of "green" reached 156 tenge - having increased more than 30 times.
In 2005 year	This year a kilogram of meat already cost about 500 tenge, flour 48 tenge, eggs - 136. Gasoline AI-80 cost 50 tenge, and AI-92 - 58 tenge per liter.
In 2009 year	In value of goods, tenge also devalued. For example, meat has risen in price to 700 tenge, flour - to 64, and eggs began to cost about 155 tenge!
In 2014 year	And if at the beginning of the year, the price of the AI-92 reached 115 tenge per liter, by the end of the year the petrol AI-92 was sold at 109 tenge per liter, and diesel fuel was 107 tenge.
In 2017 year	This year, AI-92 gasoline went up to 161 tenge, a kilogram of beef - up to 1,650 tenge, and eggs - up to 360 tenge. The exchange rate of the national currency varies in the range of 332.5 - 334 tenge per dollar.

It can carry out currency interventions, buying or selling currency to keep the national currency at the right level. A common cause of devaluation is a balance of payments deficit. This is when the balance between foreign and local currency is broken in the country. For example, the tenge in the financial turnover of Kazakhstan becomes much more than the dollar. Deficit creates high demand. And since a rare product is always more expensive, the price of a dollar is growing rapidly. True, devaluation is not always one reason. For example, a currency can be under pressure from both the balance of payments deficit and inflation. Devaluation can literally destroy the national economy, bringing a lot of negative consequences. People can be left without work, without money and without access to the necessary goods. The country is reducing the level of GDP, the number of investments. Here are the main consequences of devaluation:

Loss of confidence in the national currency. Because of the unstable rate, people try to keep their savings in another, more reliable, in their opinion, currency. Deposits in the national currency are depreciating:

- People are beginning to massively withdraw funds from bank accounts. Inflation: more expensive goods and services

- Imports suffer: importing foreign goods into the country becomes unprofitable due to expensive currency

- The size of wages, pensions, social benefits.

- Rising property prices.

- Reduced purchasing power of the population.

- Jobs are reduced in enterprises that work with foreign goods.

One example of what a devaluation can bring to a country is Venezuela. In 2010, President Hugo Chavez announced the devaluation of the currency by half due to the economic crisis. Subsequently, the situation got out of control. Bolivar (monetary unit of Venezuela) depreciated so much that the sellers in the shops had to weigh money to accept payment for food. Devaluation cannot be considered as absolute evil. It may be useful. Although there are fewer pluses than minuses.

The obvious benefit of devaluation, which is often talked about, is to stimulate exports. You for dollars sell abroad any product. Since after the devaluation, if you exchange currency for the money of your country, you get more, you will win on the difference in rates.

Since the devaluation of imports suffers - foreign goods are imported in smaller quantities, the demand for domestic products increases.

The expenditure of the country's gold and foreign exchange fund is decreasing.

Devaluation may increase the competitiveness of the national economy. But only if it is carried out reasonably - with a restrictive monetary and income policy. For example, some analysts suggest that Trump specifically devalued the dollar against the euro. Due to this, state securities owned by Europeans are devalued. And as a result, the American government is easier to pay for them.

“A single devaluation can give an impetus to the economy, the main thing is that the positive economic effect of devaluation should be more than the corresponding negative consequences,” commented Pavel Afanasyev. As the expert says, it is necessary to understand that the change in the exchange rate of any currency is a variety of different economic and fundamental, as well as technical factors.

“Any changes, both positive and negative, always have the opposite direction, - says Pavel Afanasyev. - Recall the 2000s, when the tenge exchange rate strengthened over a very long period of time due to a massive influx of foreign currency and investment, which gradually made the Kazakh production is virtually uncompetitive in foreign markets. The economy is a complex clockwork, where long-term strength and stability are important, but for this all parts of the mechanism must work smoothly. ”

The list of references:

1. Large economic dictionary. - Ed. A.N. Azriliyana. - 6th edition, - Moscow: Institute of New Economics, 2004. - 1376 p. - p. 185.
2. Personal account article.gov.kz
3. Samuelson P. What is devaluation and what is currency depreciation // Economy. - M. - T. 1.
4. In February 2009, the National Bank conducted a one-time devaluation of the tenge.

Аңдатпа

Жасалынып отырған мақалада ақшаның құнсыздануының басты себептері және ел экономикасына тиер әсері туралы айтылған. Ақша құнсыздануының пайдасы және қауіп-қатерлері.

Аннотация

На данной статье рассматриваются причины следствия девальваций и его причины появления. К чему же приведет девальвация экономике, в котором находится сейчас государство и как это отразится на нашей экономике. Плюсы и минусы девальваций.

Annotation

This article discusses the causes of the consequences of devaluations and its causes. What will the devaluation of the economy, which is now the state and how it will affect our economy . Pros and cons of devaluations.

Абаева Гульдер Ивановна
к.э.н., доцент Костанайского государственного
университета им.А.Байтурсынова,
Абилкасова Бахит Нурмашовна, старший преподаватель
Академии дизайна и технологий «Сымбат»

Анализ системы оплаты труда В ТОО «МИНЕРАЛСТРОЙСЕРВИС» и меры по ее совершенствованию.

Объектом исследования является ТОО «МинералСтройСервис», учредителем которой является АО «Костанайские Минералы».

Основной вид деятельности - выполнение работ (услуг) в сфере строительной деятельности. В компании используется повременно – премиальная и сдельная системы оплаты труда. Базой расчета являются начисления в виде оклада или суммы согласно установленных расценок. Существенное влияние оказывают также факторы: нормы выработки, условия труда, режим труда, уровень квалификации и др.[1].

Для анализа системы оплаты труда и ее эффективности прежде всего необходимо оценить показатели по труду, которые действуют на предприятии, что представлено в таблице (см. Таблицу 1).

Таблица 1 - Основные показатели по труду в ТОО «МинералСтройСервис»

Показатель	2017	2016	2015	Абс.отк. 2017/2016	Абс.отк. 2016/2015	Относ.отк. 2017/2016	Относ.отк. 2016/2015
Выручка от реализации	25 896 565	20 975 630	16 712 410	9 184 155	4 263 220	23,4	25,5
Числен-ть персонала	172	190	198	-18	-8	90,5	95,9
ФОТ, тыс. тенге	435 960	468 963	482 665	-33 003	-13 702	92,96	97,2
Произв-ть труда, тыс.тенге/чел	150 561,4	93 566,2	84 406,1	56 995,2	9 160,1	60,9	10,8
Средняя зарплата, тыс.тенге	211,2	205,68	203,14	5,52	2,54	2,6	1,25

Таблица 1 показывает, что общий темп роста выручки в соответствии с 2015 годом составляет 48,9% - достаточно высокий показатель, однако, необходимо учитывать, что повышение выручки от реализации в 2017 году связано с инфляцией, в связи с чем уровень цен на услуги, оказываемые ТОО «МинералСтройСервис» существенно повысились, а с учетом того, что стоимость строительных работ достаточно высокая, реальный темп роста будет несколько меньше. За 3 года ФОТ уменьшился на 46 705 тыс.тг. или на 9,68%, что связано с сокращением численности персонала на 26 человек или на 13,13%. Соотношение изменения выручки и численности персонала в данном случае в связи с изменением экономической ситуации и нестабильностью нельзя оценивать как объективный фактор, в связи с чем нельзя однозначно утверждать, что организация оплаты труда на предприятии эффективна.

Рассмотрим распределение ФОТ по формам за последние 3 года, которые реализуются в ТОО «МинералСтройСервис», что представлено в таблице (см. Таблицу 2).

Таблица 2 - Распределение ФОТ по формам в ТОО «МинералСтройСервис»

Форма оплаты	Численность работников			Сумма ФОТ, в т.ч. премия, тыс. тенге			Удельный вес, %			Среднемесячная заработная плата, тыс.тенге		
	2017	2016	2015	2017	2016	2015	2017	2016	2015	2017	2016	2015
Смешанная	28	40	41	114 130	126 996	130 775	26,18	27,67	27,09	339,6 5	295,8	265,8
Повременная	113	120	125	205 840	215 935	236 090	47,22	47,05	48,91	151,8	155,3	157,4
Сдельная	31	31	32	115 990	115 990	115 800	26,61	25,27	23,99	331,8	329,4	301,5 5
Итого	172	190	198	435 960	458 921	482 665	100	100	100			

Данные таблицы 2 и представленные рисунки позволяют увидеть, что наибольший ФОТ соответствует повременной оплате труда, удельный вес максимален именно в этой группе.

Однако, в связи с максимальной численностью получателей, уровень среднемесячной заработной платы существенно ниже, чем у тех работников, кто получает заработную плату по сдельной или смешанной системам. Причем в динамике в данной группе уровень среднемесячной заработной платы снижается[2].

Доля сдельной оплаты труда в 2017 году по сравнению с 2015 годом увеличивается, в то время как доля повременной и смешанной оплаты труда уменьшается.

С каждым годом увеличение доли сдельной оплаты труда свидетельствует о том, что предприятие проводит грамотную политику, так как каждый работник заинтересован в повышении своего дохода.

Далее проанализируем размер средней заработной платы за последние 3 года в разрезе категорий персонала и структурных подразделений, так же узнаем как она соотносится между собой и какова ее величина (см. Таблицу 3).

Как показывают данные таблицы 3, максимальный уровень заработной платы по категориям работников у АУП – 711,55 тыс. тенге в 2017 году и 679,05 тыс. тенге в 2015 и 2016 году.

Минимальный уровень оплаты труда у вспомогательного персонала – 63,1 тыс. тенге в 2017 году, 52 тыс. тенге в 2016 году и 52,5 тыс. тенге в 2015 году.

Таблица 3 – Уровень средней заработной платы по категориям персонала и структурным подразделениям в период 2015-2017 г.г. в ТОО «МинералСтройСервис»

	2017			2016			2015		
	Числ. раб. ботн.	ФОТ за период	Ср.мес. зар.плата	Числ. раб. ботн.	ФОТ за период	Ср.мес. зар.плата	Числ. раб. ботн.	ФОТ за период	Ср.мес. зар.плата
Категория работников									
АУП	3	25 615	711,55	3	24 550	679,05	3	24 445	679,05
Специалисты	39	115 990	247,85	43	133 960	259,6	45	140 885	260,9

Промышленно-производственный персонал	109	278 455	212,9	121	295 083	198,91	126	302 300	199,95
Вспомогательный персонал	21	15 900	63,1	23	15 370	52	24	15 035	52,2
Всего	172	435 960	211,2	190	468 963	205,68	198	482 665	203,14
Структурные подразделения									
Администрация	3	25 615	711,5	3	24 550	679,05	3	24 445	679,05
Отдел главного инженера	55	170 910	258,9	59	200 630	281,8	61	205 035	280,1
Ремонтно-строительный цех	114	239 435	175,0	128	243 783	158,28	134	253 185	157,45
Всего	172	435 960	211,2	190	468 963	205,68	198	482 665	203,15

Промышленно-производственный персонал и специалисты обладают достаточно высоким уровнем оплаты труда – 212,9 тыс. тенге, 198,91 и 199,95 тыс. тенге по годам соответственно у промышленно – производственного персонала и 247,85 тыс. тенге, 259,6 тыс. тенге и 260,9 тыс. тенге по годам соответственно у специалистов.

У специалистов уровень заработной платы снижается, у остальных категорий работников стабильно повышается.

Максимальный уровень оплаты труда в отделе главного инженера – 258,95 тыс. тенге в 2017 году, в ремонтно-строительном цехе среднемесячный уровень оплаты труда составляет 175,05 тыс. тенге.

В отделе главного инженера работают в основном специалисты, для них характерна тенденция к снижению заработной платы.

Изменения уровня среднемесячной заработной платы по категориям персонала и по структурным подразделениям представлены на рисунках (см. Рисунки 1 и 2).

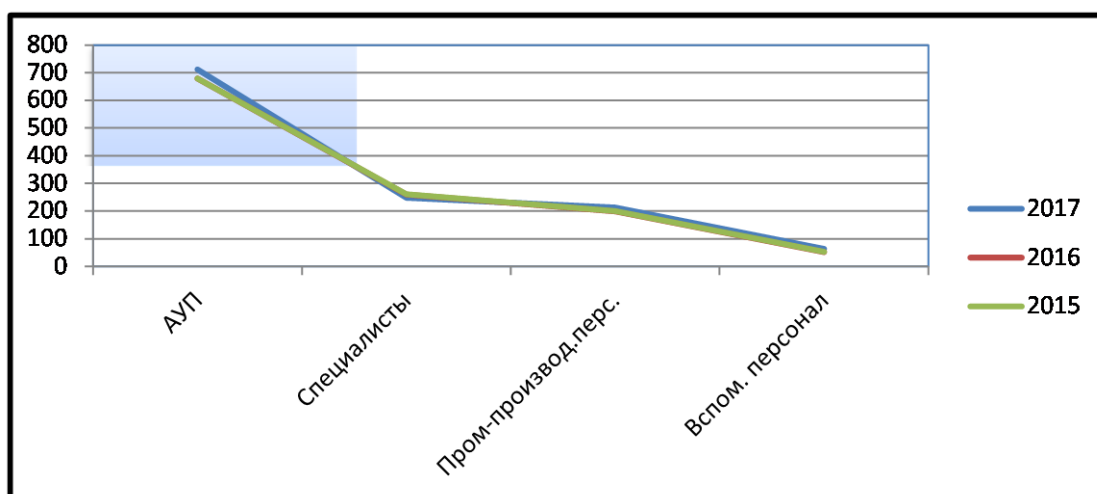


Рисунок 1 – Соотношение по уровням среднемесячной заработной платы по категориям персонала в ТОО «МинералСтройСервис»

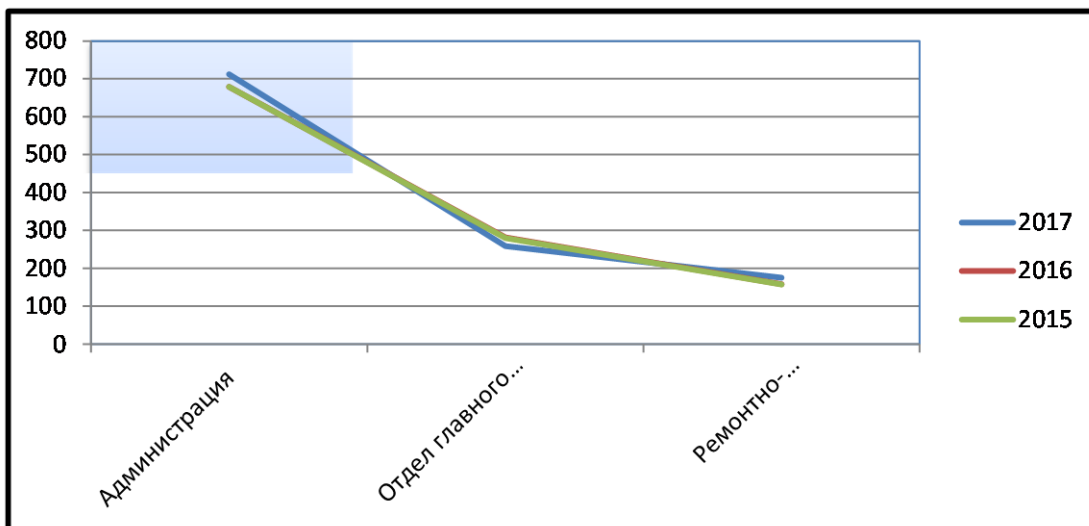


Рисунок 2 – Соотношение по уровням среднемесячной заработной платы по структурным подразделениям в ТОО «МинералСтройСервис»

Все показатели, характеризующие деятельность предприятия в экономическом аспекте, имеют тенденцию к увеличению. На предприятии выделяют категории АУП, специалистов, промышленно – производственного персонала и обслуживающего персонала. Наибольший удельный вес в общей численности работников ТОО «МинералСтройСервис» приходится на категорию промышленно - производственного персонала во все периоды, в 2017 году она составляет 63,37%.

Для строительных рабочих заработная плата строится с использованием повременной формы оплаты труда, поскольку результат труда оценить в количественном выражении достаточно сложно. Самый важный фактор в выполнении производственных задач – не количественные, а качественные показатели. Основная зарплата ППП определяется как произведение часовой тарифной ставки и трудоемкости работ. Основная заработная плата увеличивается на сумму дополнительной заработной платы, в которой можно выделить премии за качество проведения работ и сокращения сроков простоя ремонтного оборудования.

Аналитический учет ведется по каждому работнику с использованием лицевых счетов. Основанием для начисления заработной платы является табель учета рабочего времени. Начисленная заработная плата, все данные, касающиеся расчета за текущий месяц, переносятся в программу «1С Предприятие», формирующую Расчетную ведомость. Согласно платежным ведомостям производится выплата заработной платы на банковские карты работников в установленные согласно коллективному договору сроки – 10 числа каждого месяца.

Исходя из вышеизложенного, необходимо разработать и усовершенствовать уровень оплаты труда в организации ТОО «МинералСтройСервис». Ведь именно он влияет на качество и своевременность выполняемых работ и услуг на предприятии.

Повысить уровень оплаты труда работников промышленно – производственного персонала – главная задача, позволяющая повлиять на экономические результаты деятельности компании. В связи с этим определить, что основное мероприятие – снизить потери рабочего времени, что позволит повысить выработку работников и повлиять на уровень оплаты труда. Снижение потерь рабочего времени должно заключаться в проведении анализа со стороны планово – экономической службы и службы организации труда, выявлении причин потерь. Общие потери рабочего времени по сравнению с плановыми данными составляют 10 дней по 0,15 часа в целом за год. Для сокращения потерь рекомендуется разработать мероприятий в сфере научной организации труда[3].

Необходимо пересмотреть систему премирования, так как в ней выделены премии, которые не обладают достаточной эффективностью, в частности, рекомендуется исключить из состава премию из фонда мастера, составляющую 5% ФОТ и за счет нее повысить размер премиального фонда для повременщиков, которая в 2017 году составляет 10%. Так как большая часть работников ориентированы на повременно – премиальную форму оплаты труда, то повышение премии позволит мотивировать работников и заложить определенные критерии для получения премии. Средний размер премии в целом по предприятию останется неизменным – 11%.

Общая величина премии из фонда мастера составляет 21 798 тыс.тг. в 2017 году, премии повременщиками – 43 596 тыс. тенге. Перевод фондов позволит обеспечить повышение уровня повременщикам до 15%, а величину фонда премий для повременщиков увеличить на $43\,596 + 21\,798 = 65\,394$ тыс. тенге.

Также среди работников выделяются те, кто получает заработную плату согласно смешанной системе оплаты труда, но это преимущественно специалисты, для которых возможность увеличения заработной платы заключается в дополнительных выплатах за различные выполненные работы вне рамок трудовых обязанностей. Число таких работников – 28 чел., ФОТ 114 130 тыс. тенге, средняя оплата труда 339,5 тыс.тенге. Это достаточно высокая оплата труда, работники довольны, однако, эти резервы, которые выделяются для их поощрения и мотивации в рамках смешанности, могут быть использованы для повышения оплаты труда промышленно-производственного персонала. Для работников со смешанной формой оплаты труда рекомендуется пересмотреть систему мотивации и размеры расценок за выполнение обязанностей, которые предусматривают выплаты сверх повременных начислений[4].

Установив предельную численность работников смешанной формы оплаты труда 10 человек, можно обеспечить экономию ФОТ по данной группе в размере $114\,130 / 28 * 18 = 73\,369$ тыс. тенге/год.

Рекомендуемые мероприятия позволят увеличить размер среднемесячной заработной платы рабочих – повременщиков, что отражено в таблице (см. Таблицу 4).

Таблица 4 – Повышение уровня оплаты труда для рабочих повременно - премиальной системы оплаты труда

	Факт 2017 года	После внедрения мероприятий
Число работников повременно - премиальной системы оплаты труда	113	131
Число работников смешанной системы оплаты труда	28	10
ФОТ повременно - премиальной системы оплаты труда	205 840	279 205
ФОТ смешанной системы оплаты труда	114 130	40 765
Процент премии повременщикам	10	15
Процент премии из фонда мастера	5	0
Фонд премии повременщикам	43 595	65 390
Фонд премии из фонда мастера	21 795	0
Среднемесячный уровень заработной платы рабочих повременно - премиальной системы оплаты труда	151,8	177,6
Средний уровень премии 1 работника повременно - премиальной системы оплаты труда	32,15	41,6

Таким образом, внедрение мероприятий позволит повысить уровень оплаты труда для работников повременно – премиальной системы оплаты труда до уровня 177,6 тыс.тенге, в т.ч. премию до уровня 41,6 тыс.тенге.

Необходимо также отметить, что в современных условиях при повышении цен очень важна экономия. В целом ФОТ остается неизменным на уровне 2017 года 435 960 тыс.тенге, средний уровень оплаты труда в целом по предприятию составит 211,2 тыс.тенге, повышение оплаты труда достигается за счет внутренней реструктуризации фонда.

Далее для проведения анализа мы рассмотрим средний уровень заработной платы по разным категориям работников в ТОО «МинералСтройСервис»

Средний уровень заработной платы по категориям работников, находящихся на разных формах оплаты труда отражен в таблице (см. Таблицу 5).

Таблица 5 – Средний уровень заработной платы по формам оплаты труда

Форма оплаты	Численность работников	Сумма ФОТ	Уд.вес, %	Среднемесячная заработная плата 1 работника
Смешанная	10	40 765	9,35	339,7
Повременная	131	279 205	64,04	177,6
Сдельная	31	115 990	26,61	311,8
Итого	172	435 960	100	

Прогнозные показатели при внедрении мероприятий представлены в таблице (см. Таблицу 6).

Таблица 6 – Прогнозные показатели

Показатель	Сумма, тыс.тенге
Начисления по всем видам работ	435 960
В т.ч. премии 11% в среднем	47 955,6
Обязательные удержания:	
ОПВ 10%	43 596
ИПН 10%	36 408

В следующей таблице отражены бухгалтерские записи согласно книге хозяйственных операций (см. Таблицу 7).

Таблица 7 – Книга хозяйственных операций

№	Содержание операции	Сумма, тыс.тенге	Дебет	Кредит
1	Начислена заработная плата	435 960	7210	3350
2	Удержание обязательных пенсионных взносов из заработной платы работника	43 596	3350	3220
3	Удержание индивидуального подоходного налога из заработной платы	36 408	3350	3120
5	Выплата заработной платы	355 956	3350	1091

Таким образом, можно сделать вывод, что целью анализа системы оплаты труда является выявление слабых мест в данной системе мотивации, которые оказывают негативное влияние на основные показатели деятельности предприятия. Наибольший ФОТ соответствует повременной оплате труда, удельный вес максимален именно в этой группе. Однако, в связи с максимальной численностью получателей, уровень среднемесячной заработной платы существенно ниже, чем у тех работников, кто получает заработную плату по сдельной или смешанной системам.

Средний процент премий составляет 11%, в него включены премия сдельщикам, повременщикам, премии из фонда мастера, премии за снижение издержек, премия месячная на тариф.

Максимальный уровень заработной платы по категориям работников у АУП, минимальный уровень оплаты труда у вспомогательного персонала. Производственно – промышленный персонал и специалисты обладают достаточно высоким уровнем оплаты труда, однако, на предприятии наблюдается большой разрыв в уровнях оплат труда различных категорий работников. Максимальный уровень оплаты труда в отделе главного механика[5].

На долю АУП и специалистов приходится в 2017 году 48% общего ФОТ предприятия.

Показатель эффективности применяемой системы оплаты труда достаточно низкий, причем в динамике наблюдается его снижение с уровня.

В результате можно сказать, что применяемая система оплаты труда недостаточно эффективна. Проведение факторного анализа позволяет увидеть основные резервы для повышения эффективности использования его на оплату труда: сократить сверхплановые целодневные, внутрисменные и производительные потерь рабочего времени, что позволит повысить уровень оплаты труда в компании[6].

Совершенствование систем оплаты труда рекомендуется проводить в следующих направлениях:

- ✓ Уменьшить потери рабочего времени;
- ✓ Реструктуризировать фонд оплаты труда, что позволит повысить уровень среднемесячной заработной платы работников повременной – премиальной системы оплаты труда без изменения уровней оплаты труда работников других систем;

Убрать премиальный фонд мастера, направив средства из него в премиальный фонд для работников – повременщиков.

Анализ расходов на оплату труда позволяет выявить основные недостатки, существующие в сфере начислений и принять наиболее эффективные решения по реорганизации данного направления в связи с тем, что расходы на оплату труда – это одна из максимальных статей расходов в организациях. Выявление влияния на эффективность работы организации в целом производится с помощью факторного анализа, который позволяет выявить неиспользованные резервы, позволяющие находить более продуктивные решения в данной области.

Проведение исследования и анализа в ТОО «МинералСтройСервис» позволило выявить следующие особенности начисления оплаты труда и ее специфики в строительной организации.

Результаты проведения анализа системы оплаты труда и расходов на нее позволили выявить, что наибольший ФОТ соответствует повременной оплате труда, удельный вес максимален именно в этой группе. Однако, в связи с максимальной численностью получателей, уровень среднемесячной заработной платы существенно ниже, чем у тех работников, кто получает заработную плату по сдельной или смешанной системам. Средний процент премий составляет 11%. Максимальный уровень заработной платы по категориям работников у АУП, минимальный уровень оплаты труда у вспомогательного персонала. Промышленно-производственный персонал и специалисты обладают достаточно высоким уровнем оплаты труда, однако, на предприятии наблюдается большой разрыв в уровнях оплат труда различных категорий работников. Максимальный уровень оплаты труда в отделе главного инженера.

Выполненные в аналитической главе расчеты позволили увидеть основные резервы для повышения эффективности использования его на оплату труда: сокращение сверхплановых целодневных, внутрисменных и производительных потерь рабочего времени[7].

Внедрение мероприятий позволило повысить уровень оплаты труда для работников повременной – премиальной системы оплаты труда до уровня 177,6 тыс. тенге, в т.ч. премию до уровня 41,6 тыс. тенге.

Необходимо также отметить, что в современных условиях при повышении цен очень важна экономия. В целом ФОТ остается неизменным на уровне 2017 года 435 960 тыс. тенге, средний уровень оплаты труда в целом по предприятию составил 211,2 тыс. тенге, повышение оплаты труда достигается за счет внутренней реструктуризации фонда.

Рекомендованы следующие направления работы для повышения эффективности системы оплаты труда:

- ✓ уменьшение потерь рабочего времени,
- ✓ реструктуризация фонда оплаты труда, что позволит повысить уровень среднемесячной заработной платы работников повременно – премиальной системы оплаты труда без изменения уровней оплаты труда работников других систем,
- ✓ исключение из практики работы премиального фонда мастера, средства из которого могут быть направлены в премиальный фонд для работников – повременщиков[8].

Проведенная оценка эффективности позволила увидеть повышение заработной платы, производительности труда, что может рассматриваться как положительная динамика в работе ТОО «МинералСтройСервис».

Литература

1. Колодин А. Г. Справочник бухгалтера. Теория и практика бухгалтерского сопровождения предприятий любых форм собственности и видов деятельности. М.: АСТ, Астрель, Харвест, 2015. – 123 с.
2. Антонова О. В. Экономика организации (предприятия, фирмы): учебник для студентов высших учебных заведений. М.: Вузовский учебник, 2010. – 112 с.
3. Гартвич А. В. Бухгалтерский учет за 10 дней. М.: Феникс, 2015. – 198 с.
4. Богаченко В. М., Кириллова Н.А. Составление бухгалтерских проводок в коммерческих организациях. М.: Феникс, 2014. – 193 с.
5. Финансовые отчеты предприятия за 2015- 2017 годы
6. Ахалкаци О. В. Аудит учета расчетов по оплате труда: практ. пособие. М.: ЮНИТИ и др., 2014. – 108 с.
7. Кондраков Н. П. Бухгалтерский учет: учебник 3-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2010. - 195 с.
8. Амелин Д. М. Контроллинг затрат на оплату труда в зависимости от стадий готовности объекта строительства. Экономика и учет в строительстве. 2016. – 122 с.

Аннотация

Мақалада еңбек ақы төлеудің қазіргі жағдайы мен мемлекеттік реттеуіне байланысты мәселелер қарастырылған. Еңбекақы төлеуге арналған шығыстар жүйесін жетілдіру туралы ақпаратқа ерекше талаптар. Еңбекақы төлеу шығындарын талдау мәселелері анықталды. Осы мәселені шешудің ұтымды жолдары ұсынылды. ЖШС-да еңбекақы төлеу кезінде негізгі көрсеткіштерді талдау үшін статистикалық деректер келтіріледі, сондай-ақ еңбекақы төлеуге арналған шығыстар жүйесін жетілдіру бойынша ұсынылған шараларға талдау жүргізілді. ЖШС-да еңбекақы төлеу серпінін дұрыс және уақтылы көрсету механизміне баға беріледі. Жүргізілген талдау барысында келесі қорытындылар жасалды: кәсіпорын басшылары тек қана зерттеу ғана емес, сонымен қатар кәсіпорынның әрбір қызметкерінің қажеттілігін білу қажет. Өз кезегінде жұмыс уақытының шығындарын азайту, еңбекақы төлеу қорын қайта құрылымдау, бұл басқа жүйе қызметкерлерінің еңбекақы төлеу деңгейін өзгертпей еңбекке ақы төлеудің уақыттық – сыйлықақы жүйесі қызметкерлерінің орташа айлық жалақысының деңгейін арттыруға мүмкіндік береді, қаражаты уақытпен есептелетін қызметкерлер үшін сыйлықақы қорына бағытталуы мүмкін шебердің сыйлықақы қорының жұмыс практикасынан алып тастауға мүмкіндік береді. Осыған байланысты тиімділікке жүргізілген бағалау жалақының, еңбек өнімділігінің артуын көруге мүмкіндік берді, бұл ЖШС жұмысындағы оң динамика ретінде қарастырылуы мүмкін

Түйін сөздер: еңбекақы, еңбек, еңбекақы төлеу, шығыстар, көрсеткіштерді бағалау.

Abstract

The article deals with issues related to the current state and state regulation of wages. Special requirements for information on improving the system of labor costs. The problems of the analysis of labor costs are defined. The rational ways of solving this problem are proposed. Statistical data for the analysis of the main indicators at compensation in LLP are provided, and also the analysis of the presented measures for improvement of system of expenses on compensation is carried out. The estimation of the mechanism of correctness and timely reflection of the dynamics of remuneration in LLP. In the process of the analysis the following conclusions: business leaders need to thoroughly not only study, but also to know the needs of each employee of the enterprise. In turn, reducing the loss of working time, the restructuring of the wage Fund, which will increase the level of the average monthly wage of workers of time – premium wage system without changing the levels of remuneration of employees of other systems, the exclusion from the practice of the bonus Fund of the master, the funds from which can be sent to the bonus Fund for workers – timers. In this regard, the assessment of efficiency allowed to see an increase in wages, labor productivity, which can be considered as a positive dynamics in the work of LLP.

Keywords: wages, labor, wages, expenses, evaluation of indicators.

*Абдирова М.А.,
слушатель программы ДВА «Международный бизнес»,
Бизнес-школа Европейского университета,
Казахский университет экономики, финансов и
международной торговли*

Вопросы формирования и развития лидерства в организации

Этимология понятия "лидер" связана с распространенным образом главаря-руководителя. Толкование этого образа дает повод для размышлений на тему о том, какая роль лидера, кто он - вдохновитель или кукловод, можно научить и научиться быть лидером и тому подобное.

Лидерство - поведенческая характеристика. И если кто-то заинтересован в том, чтобы развивать лидерство, отводить на это корпоративные ресурсы, то кто это и зачем ему это нужно? Первые ответы, которые дает практика, такие. Владельцы бизнеса (инвесторы) заинтересованы в развитии бизнеса и эффективном управлении им. Они будут поддерживать и развивать лидерство, именно исходя из этой своей заинтересованности. В этом случае развитие лидерства будет транслироваться на все этажи корпоративной здания, начиная с верхнего, который является предметом нашего внимания. Лидерство рассматривается как черта работы управленческой команды. Чтобы заинтересованность в лидерстве оставалась обоснованной, оно должно приносить бизнес-результаты[1].

Устойчивое планомерное развитие бизнеса в долгосрочном периоде определяется не столько ресурсной составляющей, сколько возможностью создавать благоприятные условия для воспроизводства организации. Однако, несмотря на популярность практических аспектов формирования и развития навыков лидерства в организации за рубежом, эта тема в практике российских предприятий не получила должного внимания. Это обстоятельство обусловлено особенностями сложившейся организационной (корпоративной) культуры отечественного бизнеса.

Организационная культура складывается исходя из ценностей предприятия, определяет позиционирование его на рынке, уровень качества работы с клиентурой, имидж и конкурентоспособность предприятия в целом. Предприятия с осознанной корпоративной культурой значительно влияют на мотивацию работника, удовлетворяя потребность в уважении (одобрение, благодарность, признание, компетентность) и потребность в причастности (привязанность, чувство социального взаимодействия, причастность к группе). Ю.С. Емельянов, А.А. Хачатурян отмечают, что наличие прогрессивной организационной культуры базируется на привлечении и удержании в организации инициативных, настроенных на карьеру и саморазвитие сотрудников (особенно в персонализированном бизнесе). Кроме того, современный работник имеет эмоциональную привязанность к организационной и социальной общности коллектива, когда «удовлетворение мотивов и потребности в социальной принадлежности - ведущий фактор успешной корпоративной культуры» [2, с. 91-92].

В практическом плане развития лидерства в организации целесообразно сосредоточиться на следующих направлениях:

Во-первых, это необходимость анализа стиля руководства, присущего организации. Следует отметить, что теорией и практикой выработаны и исследованы различные подходы к пониманию сути лидерства - это подход с позиций личных качеств, поведенческий подход и ситуационный подход. Поэтому диагностика стиля руководства и предложенные типологии лидерства не вызовут особых затруднений. Особенно значимым будет изучение изменения стилей лидерства на протяжении жизненного цикла организации и выявление причин, обусловивших их. Также стиль лидерства во многом определяется характеристиками жесткой или менее иерархической структуры организации.

Во-вторых, особое место занимает идентификация необходимых качеств (атрибутов) лидерства. В работах М. Бауэра, Д. Гоулмана, А. Залезника, Э. Ленайзена и ряда других исследователей отмечаются честность, убедительность, непринужденность, сдержанность, умение слушать, восприимчивость, терпение, умение войти в положение другого, инициативность и ряд других. Однако в первую очередь формирование лидерских качеств зависит от инициативы и степени самоорганизации самого руководителя, нежели от структуры организации.

В-третьих, определение тех сфер деятельности организации, где лидерство является наиболее важным с позиции частоты возникновения и неординарности решаемых управленческих задач. По своей сути, как считает А. Залезник, лидерство является дополнением к менеджменту, а не заменяет его [3]. Лидер задает импульс к развитию, менеджер же выполняет формализованные правила и процедуры. Отсюда и перенос центра внимания в рамках технологий развития персонала - с воспроизводства менеджеров на воспроизводство лидеров, т. е. на развитие и продвижение талантливых сотрудников, способных определять направление перемен, добиваться реализации поставленных задач.

И наконец, в-четвертых, установление временного масштаба развития лидерских качеств в соответствии со стратегией развития организации. Тема лидерства приобретает особую значимость при выработке не только корпоративной стратегии, но и конкурентной, функциональной, операционной (на всех уровнях «стратегической пирамиды» Томпсона - Стрикленда). Разработка стратегии является сложным процессом, в основе которого находится необходимость формализации ожиданий организации и моделирования требований рынка, позволяющих выбрать оптимальный вариант стратегического решения. Адаптация к подобного рода изменениям возможна только при наличии лидерского резерва.

Важно подчеркнуть, что оценка лидерского потенциала и его развитие в реальной практической деятельности организации возможны при следующих условиях:

- формировании эмоционально-осмысленной реакции у работника на внешнее воздействие, когда процесс взаимодействия потенциальных лидеров и организации является двусторонним;

- постоянном совершенствовании и развитии лидерских качеств у руководителей среднего и низшего звена организации;

- осмысленном выборе лидерских качеств в зависимости от стратегических направлений развития организации.

Таким образом, приоритетным прикладным направлением развития организационной культуры является создание условий для трансферта (перехода) лидерства из «неявного» в «явное». С одной стороны, это обусловлено одновременной мотивацией на достижение цели и поиск решения, когда немаловажную роль играет культура всех участников группы (сотрудничество или искажение, сокрытие информации). С другой стороны, лидерство является долговременным источником функционирования организации[4].

Проблема развития лидерства является одной из наиболее актуальных в социальных, организационных и психологических науках, а также в практике менеджмента. Запрос на лучших лидеров и качественное лидерство привел к колоссальному росту программ развития лидерства. По некоторым оценкам компании тратят миллиарды долларов на развитие лидерства и управленческих навыков своих сотрудников. При этом многие авторы ставят под сомнение эффективность подобных программ и утверждают, что весьма трудно понять, что же в действительности в них развивается. Некоторые исследователи вообще заявляют, что лидерство слишком сложный и во многом интуитивный феномен, для того чтобы ему обучать.

Список литературы:

1. Скибицкая Л. И. Организация труда менеджера: Учеб. пособие. - М.: Центр учебной литературы, 2009.

2. Емельянов Ю.С., Хачатурян А.А. Человеческий капитал в модернизации России: институциональный и корпоративный аспекты / Предисл. Е.П. Велихова. М.: Едиториал УРСС, 2011.

3. Залезник А. Лидерство и менеджмент в компании [Электронный ресурс] // «ПСИ-ФАКТОР» - информационный ресурсный центр по научной и практической психологии. Электрон. текст. дан. URL: <http://psyfactor.org/lib/lider5.htm>

4. Р.А. Эльмурзаева. Практические аспекты развития лидерства в организации. 2012 Экономика №3(19)

Резюме

Анализируется необходимость выявления и развития лидерских качеств сотрудников, которые должны стать неотъемлемой частью технологий развития персонала современной организации. Предложено рассматривать лидерство как предпосылку формирования гармоничной осознанной организационной культуры.

Түйіндеме

Қазіргі ұйымның персоналын дамыту технологиясының ажырамас бөлігі болуы тиіс қызметкерлердің көшбасшылық қасиеттерін анықтау және дамыту қажеттілігі талданады. Көшбасшылықты үйлесімді саналы ұйымдастыру мәдениетін қалыптастырудың алғышарты ретінде қарастыру ұсынылды.

Summary

Analyzed the need to identify and develop leadership qualities of employees, which should be an integral part of the development technologies of modern organization personnel It is proposed to consider leadership as a prerequisite for the formation of a harmonious conscious organizational culture.

Методы и подходы формирования команд управления проектами

Вопрос создания крепкого, сплоченного и целеориентированного коллектива стоит перед любой компанией. Компаниям сейчас просто необходимо наращивать свою эффективность, то есть добиваться намеченных результатов с максимальной скоростью и минимальными затратами. В этой связи командообразование приобретает все большую актуальность и ценность для всех компаний, так как потенциал большинства компаний хранится именно в повышении эффективности деятельности персонала.

Формирование команды проекта - важнейшая задача проектного управления, когда все усилия направлены на объединение квалифицированных специалистов в группу, способной самостоятельно анализировать и реализовывать функциональные задачи проекта.

Процессы командообразования подробно изучены и технологически описаны, и в литературе выделяются несколько подходов к формированию команд. Так, М. Бир описывает четыре основных подхода к формированию команды: целеполагающий (основанный на целях), межличностный (интерперсональный), ролевой и проблемно-ориентированный (рисунок 1).

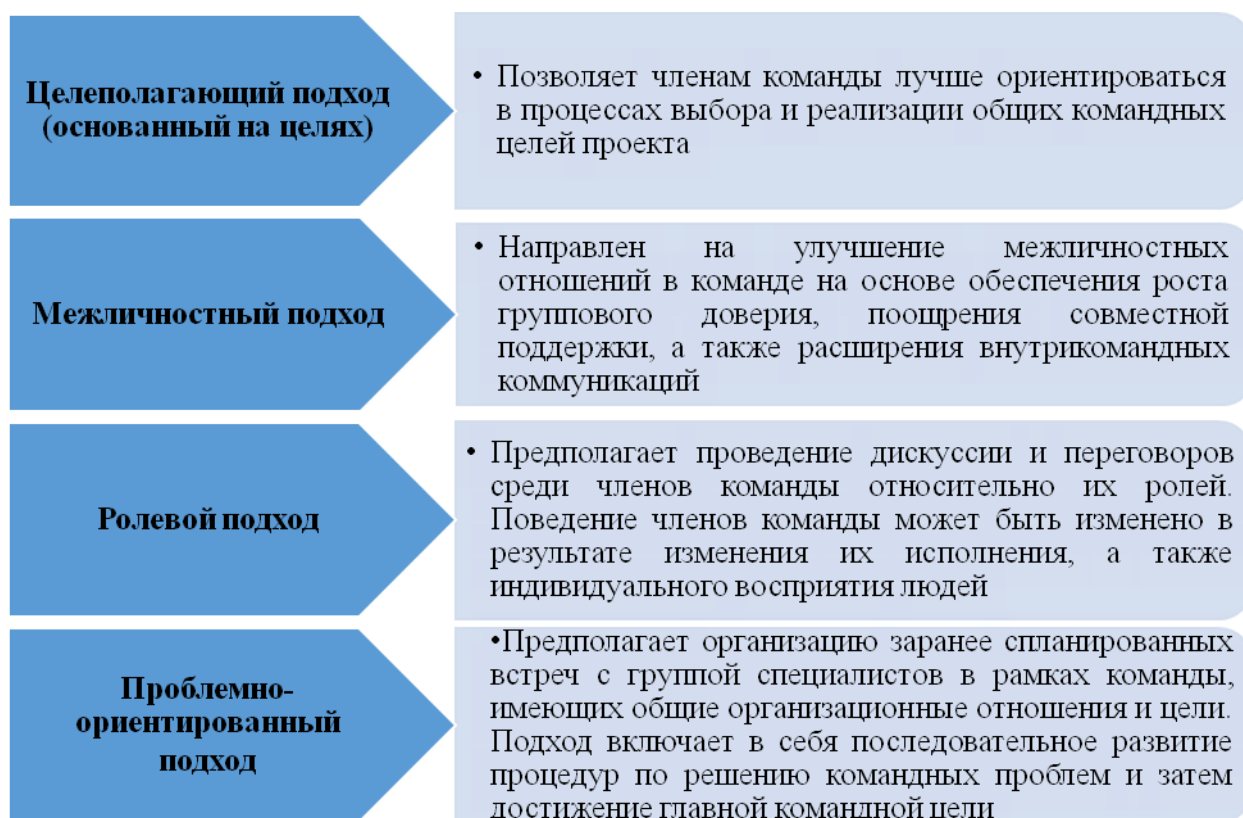


Рисунок 1- Подходы к формированию команды проекта

При совместной работе определяются актуальные командные проблемы и появляется возможность достичь равновесного состояния, при котором устанавливается более высокий уровень личного участия и общекорпоративного климата.

Особенно важны для успешной реализации проекта и методы формирования команд, которые разделяются на следующие виды:

1) *индивидуальное консультирование*, т. е. управление трудными проблемами, возникающими в результате существования в организации;

2) *непосредственно формирование команды* - активное командное включение в планирование организационных изменений (команда определяется как группа из более двух человек, динамично взаимодействующих, зависимых друг от друга и направленных в сторону общей цели/миссии. Каждый член команды играет определенную роль, занимает четкую позицию и выполняет определенную функцию в команде);

3) *построение межкомандных взаимоотношений* - в организации может существовать несколько отдельных и независимых групп, из которых необходимо сформировать команды. В этом случае консультирование направлено как на процесс формирования команд, так и на налаживание взаимосвязи между ними, поскольку взаимосвязи между командами могут фасилитировать организационную эффективность и быть источником удовольствия или фрустрации для индивидуумов.

В процессе формирования команды проекта есть несколько важных моментов для управляющих проектными командами:

- первый состоит в том, что управляющий проектом должен уделить основное внимание тому, чтобы как можно быстрее помочь группе дойти до продуктивного четвертого этапа (этап реализации).

- второй момент состоит в том, что сама схема формирования команды проекта дает возможность группе понять, как она развивается. Управляющие проектами считают полезным ознакомить свои команды с моделью. Это помогает работникам смириться с неизбежностью конфликтов и трений на втором этапе и направить свои силы на продвижение к более продуктивным фазам.

- третий момент состоит в том, что подчеркивается важность этапа нормализации, что помогает значительно повысить уровень эффективности на этапе работы. Как станет ясно дальше, управляющие проектами должны принимать активное участие в формировании норм группы, которые будут способствовать успешной работе над проектом.

Таким образом, подходы и методы формирования команды проекта позволяют сократить время принятия решений и одновременно повысить их качество благодаря синергетическому эффекту от объединения знаний и усилий членов команды проекта.

Литература:

1. *Управление проектами*: Учебное пособие / Под общ. ред. И.И. Мазура. - 2-е изд. - М.: Омега-Л, 2004. - с. 664.

2. [Бойетт, Джозеф Г.](#) Путеводитель по царству мудрости : лучшие идеи мастеров упр. / [пер. с англ. Калинин А.А.]. - М. : Олимп-Бизнес, 2001. - XV, 395 с. : ил. - Темат. и имен. указ.: с. 384-395. - Пер. изд. : The guru guide / J. H. Boyett, J. T. Boyett. - ISBN 5-901028-23-6. - ISBN 0-471-18242-7 : 150 p.

3. *Управление проектами (основы теории и практикум)*. Учебное пособие. Под общ. ред. Р.К. Казиевой, Алматы: «Экономика», 2015.— 368 с.

Сыртқы экономикалық байланыстар дамуының заманауи үрдістері

Әлемдік шаруашылықтың XX ғасырдың екінші жартысындағы ерекшеліктерінің бірі халықаралық экономикалық қатынастардың қарқынды дамуы болып табылады.

Әр түрлі елдер, елдер тобы, экономикалық топтар, жеке фирмалар мен ұйымдар арасындағы экономикалық қатынастар кеңіп, тереңдей түседі. Бұл үдерістер халықаралық еңбек бөлінісінің тереңдеуінен, шаруашылықтық өмірдің интернационалдануынан, ұлттық экономикалардың ашықтығының артуынан, бір-бірін толықтыруынан, бір-бірімен біте қайнасып жақындасуынан, аймақтық халықаралық құрылымдардың дамуы мен нығаюынан көрінеді.

Бұл өзара әрекет ету, жақындасу, ынтымақтасу қарама-қарсы диалектикалық сипатқа ие. Халықаралық экономикалық қатынастардың диалектикасы мынада, жеке елдердің ұлттық экономикалық тәуелсіздікке, ұлттық шаруашылықты нығайтуға ұмтылуы, нәтижесінде әлемдік шаруашылықтың интернационалдануына, ұлттық экономикалардың ашықтығына, халықаралық еңбек бөлінісінің тереңдеуіне алып келеді.

Халықаралық экономикалық қатынастар – жалпы экономикалық жүйенің басты компоненті. Халықаралық экономикалық қатынастар жүйесіне жеке елдер, интеграциялық бірлестіктер, сонымен қатар жеке кәсіпорындар арасындағы материалдық игіліктер мен қызметтерді өндіру, бөлу, айырбас жасау және тұтыну бойынша өтелетін қатынастар тетігі кіреді.

Халықаралық экономикалық қатынастардың дамуының алғы шарты – әлемдегі жұмыс күшінің, табиғи ресурстардың, техникалық құралдардың, негізгі және айналым капиталының, ғылыми-техникалық әлеуеттің орналасуындағы географиялық және тарихи қалыптасқан теңсіздік болып саналады.

Негізінде халықаралық экономикалық қатынастар олардың субъектілерінің халықаралық еңбек бөлінісіне қатысу жолымен іске асырылады. Халықаралық экономикалық қатынастарды іске асыруға сонымен бірге саяси, әлеуметтік-экономикалық, құқықтық және басқа да факторлар әсер етеді.

Халықаралық экономикалық қатынастардың макродеңгейдегі тетігіне оларды іске асыруға байланысты ұйымдық, құқықтық нормалар мен құралдар (халықаралық экономикалық келісім шарттар мен келісімдер және т.б.), халықаралық экономикалық ұйымдардың халықаралық экономикалық қатынастарды мақсаттарына жеткізу үшін үйлестіре дамытуға бағытталған қызметі кіреді. Осы заманғы халықаралық экономикалық қатынастар елеулі, тұрақты, мемлекет аралық реттеуді талап етеді. Халықаралық экономикалық қатынастарды іске асырудың микродеңгейіне халықаралық маркетинг жүйесі және сыртқы экономикалық қызметті ұйымдастыру мен оның техникасы кіреді. Халықаралық маркетинг, жалпы (ішкі) маркетингпен сырттай ұқсастығы болғанымен, кәсіпкерлікті халықаралық деңгейде басқарудың айрықша құралы ретінде көрінеді. Оның айрықша сипаты ұлттық нарықтардың ерекшеліктерін, сонымен бірге тауарлар мен қызметтердің әлемдік нарығын зерттеу әдістерінен білінеді.

Халықаралық экономикалық қатынастардың құрылымына мыналар кіреді:

- халықаралық еңбек бөлінісі;
- тауарлар және қызметтермен халықаралық сауда;
- капиталдар мен шетел инвестицияларының халықаралық қозғалысы;
- халықаралық жұмыс күшінің миграциясы;
- халықаралық валюталық-қаржылық және несиелік қатынастар;
- халықаралық экономикалық интеграция.

Халықаралық экономикалық қатынастардың объектілері мен субъектілерінің негізінде, нарық жағдайындағы ұлттық шаруашылықтың осы түсініктерінен айырмашылығы жоқ. Жаңа сандық және сапалық сәттер олардың көпжақтылығын сипаттайды. Халықаралық экономикалық қатынастардың объектісі болып халықаралық сауда айналымындағы тауарлар мен қызметтер саналады. Елдер арасындағы өндіріс факторларының жылжуы ерекше маңызға ие болды. Бұған әртүрде капиталдың жылжуы, қаржы-несиелік ресурстардың халықаралық қолданылуы, жұмыс күшінің халықаралық миграциясы, интеллектуалдық меншікпен айырбас жатады. Ерекше объект ретінде экология мен басқа да ғаламдық мәселелерді шешу саласындағы жан-жақты және әр тарапты елдер және халықаралық ұйымдар арасындағы ынтымақтастықты айтуға болады.

Халықаралық экономикалық қатынастардың субъектілерінің ерекшелігі бір шама. Нарықтық ортада әр түрлі елдердің әріптестері арасындағы қатынастар, негізінде жеке меншік фирмалар, кәсіпорындар, кәсіпкерлер деңгейіндегі байланыстар болып табылады.

Олар бір-бірін таңдауда еркіндікте болып, әлемдік шаруашылық байланыстарының негізін құрайды. Нарық жағдайында шаруашылық қызметі субъектілеріне сыртқы экономикалық қызмет жүргізу үшін қосымша ешқандай ерекше шарттардың қажеті жоқ.

Олар үшін ішкі және сыртқы нарықтың ешқандай айырмасы болмайды. Сонымен бірге, олардың маркетингтік міндеттері қиындайды: тұрақты түрде сыртқы нарықты зерттеу, ондағы осы кезеңдегі және болашақтағы жағдайлардың зерттелуі, ішкі және халықаралық жағдайлар мен әріптестерге салыстырмалы баға берілуі керек. Макроэкономикалық талдаудың көлемі мен ролі ерекше артады. Сонымен қатар, халықаралық экономикалық қатынастардың субъектілері болып көп жағдайларда мемлекеттік құрылымдар да саналады. Оларға әртүрлі деңгейдегі үкіметтік, мемлекеттік ұйымдар (орталық, аймақтық, муниципалдық) және мемлекеттік кәсіпорындар мен ұйымдар жатады.

Олардың мемлекеттік қатысу түрлері әр қилы:

- орталық министрліктер мен ведомстволардың тікелей жасайтын операциялары;
- аймақтық және муниципалдық басқару ұйымдарының тікелей операциялары, оның ішінде өнімдерді сыртқы нарықта мақсатты сату және сатып алу;
- жеке кәсіпорындарға, фирмаларға, коммерциялық және банктік құрылымдарға сонымен бірге жеке меншіктік ұйымдарға, сыртқы экономикалық келісімдер, нақты операциялар жасауда өкілеттілік беру;
- экспорттық-импорттық операцияларға кепілдік беру.

Сонымен бірге халықаралық экономикалық қатынастардың субъектілеріне халықаралық ұйымдар, оның ішінде Бірікке Ұлттар Ұйымдары жүйесінің қаржылық-несиелік көмек, жеке жобаларға қаржы инвестициялау жөніндегі қызмет көрсететін ұйымдары жатады. Халықаралық экономикалық қатынастар саласында трансұлттық корпорациялар мен халықаралық бірлестіктер қызметінің көлемі зор. Бұл субъектілердің капитал, қаржы-несие және валюталық ресурстар нарығындағы ролі ерекше жоғары.

Халықаралық экономикалық қатынастардың қоғамдық өндірістің дамуындағы рөлі нарықтық қатынастарға көшу жағдайында арта түседі:

1) Халықаралық экономикалық қатынастар халық шаруашылығының прогрессивті салаларын дамыту жолымен қоғамдық өндірістің құрылымын жетілдіруге, бүкіл өндірісті қайта техникалық жарақтандыруға мүмкіндік береді. Себебі, экспортқа өнім шығару бүкіл өндірістік үдерістің технологиясын өзгертуді талап етеді.

2) Экспортқа бейімделген ғылымды қажетсінетін өндіріс салаларын дамытуға жағдай жасайды. Экспортта ғылымды қажетсінетін тауарлардың үлес салмағы жоғарылайды.

3) Экспортта қызметтің үлес салмағы, әлемді жеке елдердің ақпараттық экспансиялауы іске асады.

4) Халықаралық несие орталықтары ретінде банктердің рөлі артады, олар ішкі шаруашылықты ғана емес, әлемдік шаруашылық байланыстарының барлық түрлерін бақылайды.

5) Өндірістің техникалық және технологиялық деңгейінің артуына байланысты ішкі және сыртқы нарықта өте сапалы тауарлар өткізіледі. Нарықта бәсекеге қабілеттілік факторы ретінде тауар сапасы алға шығады.

6) Елге шетел капиталының келуі артады. Оның себебі несиелік пайыздың мөлшерінің жоғарылығы, жалақы деңгейінің айырмашылығында ұлттық ерекшеліктерді, олардың мамандануын пайдалану және т.б. болып табылады.

7) Патенттер, лицензиялар, ноу-хаулар экспорты ұлғаяды. Ол ғылыми-зерттеу, ғылым үшін кадрлар дайындау шығындарын үнемдеуге мүмкіндік береді.

8) Халықаралық экономикалық қатынастар шикізатқа және басқа да ресурстарға бай, жаңа елдерді экспансиялауға мүмкіндік береді.

9) Халықаралық экономикалық қатынастар жұмыс күшін экспорттауға мүмкіндік береді. Шеберлігі жоғары жұмысшыларға көп еңбек ақы беру жолымен өте арзан жұмыс күші экспортталады.

10) Халықаралық экономикалық қатынастар әлемдік еңбек бөлінісін күшейтеді. Әлемдік нарыққа жеке тауар түрлерін шығаруға маманданған өндіріс салалары ғана емес, бүтіндей елдер пайда болады.

11) Халықаралық экономикалық қатынастар ашық есік саясаты ғана емес, қолдампаздық саясат қолдануды да қажет етеді. Ол ұлттық экономиканың деңгейін көтеру мақсатында ішкі нарықты шетел тауарларынан қорғау болып табылады.

12) Халықаралық экономикалық қатынастар халық шаруашылығын басқарудың алдыңғы қатарлы тәжірибесін қабылдауға мүмкіндік береді, ол өз кезегінде экономикалық өсудің маңызды факторы болып саналады.

Халықаралық еңбек бөлінісі халықаралық экономикалық қатынастардың негізін, мағынасын ашатын басты категориялардың бірі болып табылады. Дүниежүзінің барлық елдері халықаралық еңбек бөлінісіне қалай да болса қатысады. Оның тереңдеу өндіргіш күштердің дамуымен анықталады. Оған өз кезегінде ғылыми техникалық прогресс әсер етеді. Халықаралық еңбек бөлінісіне қатысу елдерге қосымша экономикалық нәтиже береді. Оларға толық және аздаған шығындармен өздерінің қажеттіліктерін қамтамасыз еуге мүмкіндік туады.

Халықаралық экономикалық қатынастардың дәстүрлі және ең дамыған түрі халықаралық сауда. Сауданың үлесіне халықаралық экономикалық қатынастар көлемінің 80 пайызы тиеді. Халықаралық еңбек бөлінісі негізінде пайда болатын халықаралық сауда әр түрлі елдердің тауар өндірушілері арасындағы байланыстарының түрі болып табылады және олардың өзара экономикалық тәуекелділігін көрсетеді.

Ғылыми-техникалық революция әсерімен болатын елдер экономикасындағы құрылымдық өзгерістер, өнеркәсіптік өндірістің мамандануы мен кооперациялану ұлттық шаруашылықтардың өзара әрекетін күшейтеді. Ол халықаралық сауданың белсенділігінің артуына әсер етеді. Халықаралық сауда өндіріске қарағанда жылдам өседі. Сыртқы сауда айналымының зерттеулеріне қарағанда әлемдік өндірістің 10% өсіміне 16% әлемдік сауданың артуы сәйкес келеді. Сонымен өндірістің дамуына қолайлы жағдай туады. Саудада кемшіліктер, кідірістер болса, онда өндірістің дамуында да төмендеу үдерісі болады.

«Сыртқы сауда» деп төленетін әкелу (импорт) мен төленетін әкетуден (экспорт) тұратын бір елдің екінші бір елмен саудасы түсініледі. Көп түрлі сыртқы сауда қызметі тауарлық мамандану бойынша дайын өнімдер, машина және құрал-жабдықтар, шикізат пен қызмет саудасынан тұрады.

Халықаралық сауда деп әлемнің барлық елдері арасындағы төленетін жиынтық сауда айналымы аталады. Сонымен бірге, «халықаралық сауда» түсінігі өте тар шеңберде

де қолданылады: мысалы, өндірісі дамыған елдердің жиынтық тауар айналымы, қандай да болмасын, құрылықтың, аймақтың жиынтық тауар айналымы және т.б.

Әлемдік экономиканың терең даму дәуірінде капитал әкету тауар әкету монополиясын басып озды. Капиталдың жылжуы тауардың жылжуынан біраз ерекшеленеді. Сыртқы сауда, тауарлардың тұтыну құны ретіндегі айырбасы болып табылады.

Капитал әкету белгілі бір елдің ұлттық айналымынан капиталдың бір бөлігін алып тауарлық немесе ақшалай түрде басқа бір елдің өндірісі немесе айналым үдерісіне салу болып саналады. Әдепкі кезде капитал әкету әлемдік шаруашылықтың шет аймақтарына капитал экспорттаушы аздаған өнеркәсібі дамыған елдерге тән болды. Әлемдік шаруашылықтың дамуы оның шеңберін біраз кеңейтті: капитал әкету қандай да болмасын экономикасы серпінді дамыған елдердің қызметіне айналады. Капитал әкетуді алдыңғы қатарлы дамыған елдер де, орташа дамыған елдер де, дамушы елдер де, ерекше жаңа индустриалық елдер де іске асырады.

Капитал әкетудің негізгі алғышарты белгілі бір елде капиталдың салыстырмалы артықшылығы, шамадан тыс қорлануы. Кәсіпкерлік пайда немесе пайыз алу мақсатында ол шетелге шығарылады. Капитал экспорты ішкі экономикаға инвестиция жетпеген жағдайда да іске асырылуы мүмкін. 2000 жылдардың басында әлемде артық капитал көлемі 180-200 млрд. долл. шамасында болды. XX ғасырдың екінші жартысынан бастап капитал әкету үздіксіз артып келеді. Капитал экспорты өндірісі дамыған елдерде даму қарқыны жөнінен тауар экспортын да ішкі жалпы өнімді де басып озды. Капитал әкету көлемі шұғыл артқан жағдайда оның халықаралық миграциясы күшейді.

Капиталдың шекарадан өтіп жылжуында, көлемі жағынан да, қарқындылығы жағынан да, халықаралық корпорациялар маңызды орын алады.

Капитал әкетуді ынталандыратын және оған әсер ететін факторларға төмендегілер жатады:

1) Капитал әкетудің белсенділігін арттыратын, қозғаушы күш болып, ұлттық экономикалардың өзара байланысының артуы саналады. Өндірістің интернационалдануы капиталдың халықаралық жылжуына үлкен әсерін тигізеді, оны жылдамдатады. Капитал экспорты, оның ішінде ерекше тікелей инвестиция түрінде, басты фактор болып табылады. Ол өндіріске халықаралық сипат береді және халықаралық өнім шығаруға жағдай жасайды. Халықаралық өнім – ғаламдық халықаралық нарықта өткізілетін өнім. Ол сәйкестендіріліген өнім, географиялық, ұлттық және тағы басқа да ерекшеліктерге байланыссыз өткізіледі.

2) Халықаралық өндірістік кооперация, трансұлттық корпорациялардың еншілес компанияларға капитал салымы. Мысалы, әртүрлі елдердің дербес заңды кәсіпорындары халықаралық корпорация шеңберінде салалық, технологиялық, бөлшектік мамандану саласында тығыз ынтымақтастық орнатады. Капитал экспорты осындай байланыстарды қамтамасыз етеді.

3) Өндіріс дамыған елдердің капиталдың қомақты бөлігін экономиканың өсу қарқынын қолдау, алдыңғы қатарлы өндіріс салаларын дамыту, еңбекпен қамту деңгейін қолдау үшін тартуға бағытталған экономикалық саясаты.

4) Дамушы елдердің шетел капиталын тарту жолымен өз экономикасын дамытуға «жарлылық шеңберінен шығуға» талпынған экономикалық мінез-құлық.

5) Шекарадан өтетін капитал ағынына бағыт беруші және реттеуші халықаралық қаржылық ұйымдардың қызметі басты ынталандырушы болып отыр.

6) Елдер арасындағы табыстар мен капиталға қосарланған салық салуды болдырмау жөніндегі халықаралық келісім тауарлық, ғылыми-техникалық ынтымақтастықты, соған сәйкес инвестицияны тартуды дамытуға жағдай жасайды.

Әлемдік шаруашылықта капитал жылжуының субъектілері, оның пайда болуының көздері ретінде жеке коммерциялық құрылымдар, мемлекеттік, халықаралық экономикалық және қаржылық ұйымдар саналады.

Әлемдік тәжірибеде капиталдың орын ауыстыруы мен шетелдік инвестициялардың арасында нақты айырмашылық жүргізіледі.

Капиталдың орын ауыстыруынамыналар кіреді: шетелдік әріптестермен жасалған операциялар бойынша төлемдер, қарыз беру, ерекше капиталды орналастыру мақсатында шетелдік компаниялардың акцияларын, облигацияларын және басқа да құнды қағаздарын сатып алу, құнды қағаз портфелін әртараптандыру және т.б.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Алшанов Р.А., Абдрахманов М.А. Внешнеторговая политика Казахстана в условиях переходной экономики. – Алматы, 2006 г.
2. А. Кажмуратова «Экспортный потенциал: классификационные, признаки формирование», Евразийское сообщество: общество, политика, культура №2(30), 2000г.
3. А.Ю. Юданов Теория «открытой экономики»: доктрины и действительность. – М., Мысль. 2002 г.
4. www.kaznex.kz

Аннотация

Мақалада әлемдік шаруашылықтың ХХ ғасырдың екінші жартысындағы ерекшеліктерінің бірі халықаралық экономикалық қатынастардың талқыланған. Халықаралық экономикалық қатынастардың дамуының алғы шарты – әлемдегі жұмыс күшінің, табиғи ресурстардың, техникалық құралдардың, негізгі және айналым капиталының, ғылыми-техникалық әлеуеттің орналасуындағы географиялық және тарихи қалыптасқан теңсіздігі анықталған. Халықаралық экономикалық қатынастардың макродеңгейдегі тетігіне оларды іске асыруға байланысты ұйымдық, құқықтық нормалар мен құралдар, халықаралық экономикалық ұйымдардың халықаралық экономикалық қатынастарды мақсаттарына жеткізу үшін үйлестіре дамытуға бағытталған қызметі талданған.

Андатпа

В статье рассмотрена одна из особенностей мировой экономики во второй половине двадцатого века - международные экономические отношения. Предпосылкой развития международных экономических отношений является географическое и историческое неравенство рабочей силы, природных ресурсов, технических средств, базового и оборотного капитала, научно-технического потенциала. Проанализирована функция макроэкономического механизма международных экономических отношений для развития организационной, правовой и нормативной базы их реализации, международных экономических организаций для достижения целей международных экономических отношений.

Summary

In the article, which has been examined by the two world economies, two-thirds of the twentieth century - international economic relations. The development of the international economic relations is based on the geographical and historical distinctions of laborers, natural resources, technical means, basic and rotational capital, scientific and technical potential. The function of macroeconomic mechanism is to analyze the organizational, economic and legal basis for the development of international economic relations, the international economic organizations for international economic relations.

Несиелік тәуекеліне әсерін тигізетін факторлары

Несиелік тәуекелді басқару банктің және басқалай несиелік мекеменің негізгі есебі. Осыдан шыға, несиелік тәуекел – несиені төлеу сәтінде қарызшының толық немесе жарым-жартылай төлем төлеуге қабілетсіздігінен белгілі бір уақыт мерзімі өткеннен кейін туындайтын несиелік портфель құнының төмендеу ықтималдығынан болатын максималды күтілетін тәуекел[1].

Несиелік тәуекел банк және клиент арасындағы қарыз(кепілдік, аккредитив және т.б) келісім-шарты арақатынасы негізінде жатыр және клиентке де, банкке де бағынышты.

Несиелік тәуекелге әсерін тигізетін факторлар, көріну көздеріне қарамастан, ішкі және сыртқы бола алады.

Ішкі мінезді ұстанатын факторлар банктің ішкі ортасына байланысты болады. Несиелік тәуекелге әсерін тигізген ішкі факторлар:

- банк стратегиясы;
- несиелік процесс ұйымдастыру;
- рәсім және әдіснама;
- өнім және технология;
- қызметкерлер құрамы.

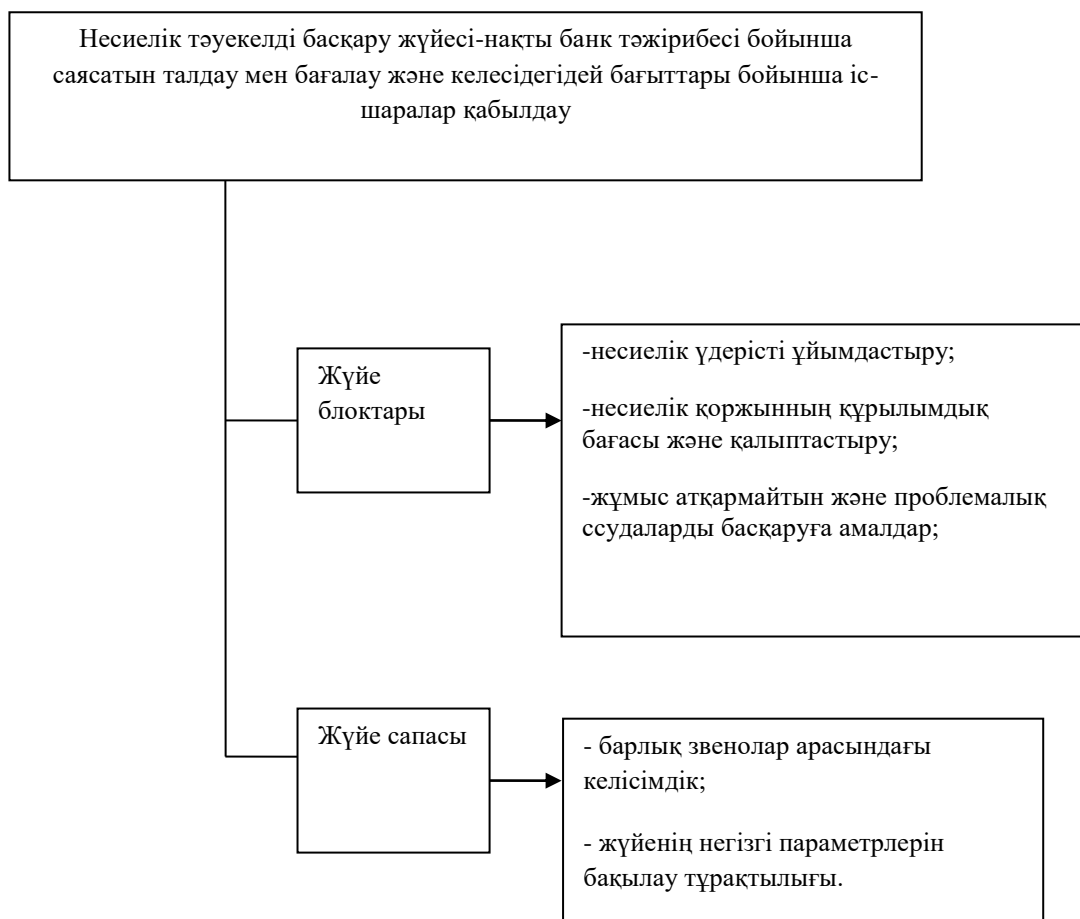
Сыртқы мінезді ұстанатын факторлар банктің сыртқы ортасына байланысты болады. Несиелік тәуекелге әсерін тигізген сыртқы факторлар:

- контрагент тәуекелі – қарызшының өз жұмысының орындамау қаупі;
- нарықтық тәуекел – нарықтық жағдайдың жағымсыз өзгерулер қаупі (валюталық тәуекел, нарықта қалыптасатын пайыздық және бағалық тәуекел);
- салалық тәуекел – экономикалық жағдайдадың өзгеруі нәтижесінде салалық және сала аралық кезеңдерінің жоғалу ықтималдығы;
- аймақтық тәуекел – елдің бөлек экономикалық аудан деңгейіндегі инвестицияларды жүзеге асыру барысында туындайтын қауіп (экономикалық, саяси, әлеуметтік, құқықтық, экологиялық және т.б жеке аймақтың тәуекелдері);
- экономикалық тәуекел – экономиканың даму деңгейі, ішкі өнім көлемі, мемлекеттің ішкі және сыртқы қарыз көлемі, құнсыздану(инфляция) деңгейі және т.б бағынышты;
- саяси тәуекел – белгісіз күш негізінде болтын және саяси мінез тиесілі, яғни, басқару және билік органдары негізінен немесе басқа мемлекеттік білім орындары, халық массаларынан шығатын қауіп (мемлекеттік құрылғы өзгеруі, мемлекеттік территориясындағы соғыстық қозғалулар, төтенше ахуалдың енгізуі, шектің жабуы, тауарды әкелу немесе әкетуге тыйым, көтеріліс жүргізуге тыйым және т.б);
- табиғи тәуекел – табиғи апаттар, экологияның нашарлауы, климаттық жағдай және т.б нәтижесінде пайда болатын қауіптер.

Несиелік тәуекелді басқару жүйесі өзіне ұйымдастырылған тәуекел менеджмент құрылымын бекітеді (банк желісінің көпсалалығын есепке ала отырып, банкте несиелік тәуекелін басқару мақсатын жүзеге асыру үшін екі деңгейлі жүйе құрылған).

Банкте несиелік тәуекелді басқару қауіп-қатер мен кірістілік арасындағы өзара қарым-қатынас үйлесімді шешім қабылдауға мүмкіншілік береді. Банктің несиелік саясаты несиелік тәуекелдің пайда болуы көздерін, әдістерін өндеуді есепке алуы тиіс.

Келесі сурет 1-де несиелік тәуекелді басқару жүйесі келтірілген.



Сурет 1- Несиелік тәуекелді басқару жүйесі

Қазіргі уақытта республикамыздың банктік секторының тұрақтылығын қамтамасыз ету үшін әр банктің қаржылық жағдайы, олардың ссудалық қоржынының сапасы, тәуекел менеджменті анықталады.

Әлемдік қаржылық дағдарыс қазақстандық банктік секторының қалыптасуына жағымсыз әсерін тигізді: бұрынғы қарықдыжабу күрделенді, өтімділігінің жетіспеуінен экономиканың нақты секторының несиеленуі азайды.

Соңғы жылдардағы тәжірибеден, тәуекелді басқарудың тиімді жүйесіне сыртқы ортаның факторларының ықпал етуі жеткіліксіздігін көрсетті.

Әр банктің қызметі бірқатар факторлармен байланысты. Макродеңгейдегі олар жалпыэкономикалық, саяси, құқықтық, қаржылық және т.б. Банктің өз деңгейінде ұйымдастырушылық, технологиялық және т.б.

Екінші деңгейдегі банктердің тәуекелін басқару үдерісі көбінесе оның ерекшеліктерімен анықталады. Бұл деген, Қазақстанның әр банкінің өз қосатын үлесі бар дегенді білдіреді.

Тәуекелге байланысты шараларды қашқақтау нәтижесінде, тәуекелден құтылуға болады. Тәуекелді басқаруға болады, яғни, білгілі бір дәрежеде қауіпті жағдайдың болу тәуекелін болжауға және ол тәуекелі дәрежесін төмендететін шаралар жүргізуге болады.

2-ші деңгейлі банктер кредиттік тәуекелін тиімді басқару мақсатында сату және тәуекелдерді басқару функцияларын бөлу негізделген жаңа бизнес-процесс әзірленді, және тәуекел-менеджиент жүйесі енгізілген.

Тәуекел-менеджмент - тәуекелдерді бағалау, шешім қабылдау және орындау және олардың орындалуын бақылауды барлық ұйымдастырушылық процесін қамтитын тәуекелдерді басқару бірыңғай жүйесі.

Бұл жүйе, объективті тәуекел капитал инвестицияларын дамыту үшін тәуекел дәрежесі, ауқымы мен ықтималдығын анықтау үшін, ұйымдық құрылымын, рәсімдерін, технологиялар мен өнімдер, тәуекелдерді басқару стратегиясын және оны төмендету механизмдерін таңдауға мүмкіндік беретін банктің стратегиясы.

Тәуекел-менеджменттің басты міндеттерін банк қызметінің сипатына байланысты төмендегідей анықтауға болады:

- банктің ең үздік өз клиенттерінің қызығушылықтарын қанағаттандыру үшін пайданы барынша арттыру;
- кредиторлар мен салым иелері қызығушылықтарын құрметтеу кепілдік ретінде қызмет етеді, банк баланстың өтімділігін қамтамасыз ету;
- банктік қызметтердің көлемі, құрылымы мен сапасы клиенттердің қажеттілігін қанағаттандыру.

Несиелендіру шарттарына банктің тәуекел-менеджмент негізгі міндеттері:

- кредиттік тәуекелдерді барынша азайту;
- тәуекел /табыстылық қатынасын басқару;
- нормативтік талаптарына және халықаралық стандарттарға сәйкес кредиттік тәуекелдерді басқару жүйесін қысқарту.

Демек, несиелендіру тұрғысынан тәуекел-менеджменттің негізгі міндеттері болып:

- тәуекелдерді диагностикалау;
- тәуекелдерді талдау;
- тәуекелдерді басқару;
- араласудың тиімділігін бағалау;
- міндеттердің орындалуын бақылау;
- банктің мүдделерін қорғау.

Тәуекелдерді басқарудың тиімді жүйесі мыналарды қамтиды: кешенді тәуекелдерді басқару жүйесінің болуын, тәуекелдерді басқару үшін портфельді тәсіл, тәуекел өлшеу және болжау, тәуекел-менеджмент табыстылық қатынасын тиімді ішкі бақылау жүйесін басқару.

Тәуекелдерді басқару негізінде, жұмыс іздеу және қатерін азайту үшін белгісіз экономикалық жағдайға табыс алу және көбейтудің өнерін ұйымдастыруға бағытталып отыр.

Сонымен қатар, тәуекел-менеджмент тәуекелдерді басқару жүйесі болып табылады және экономикалық, дәлірек айтқанда, қаржылық қарым-қатынастар басқару процесінде туындайды.

Тәуекел - менеджментке басқару стратегиясы мен тактикасы кіреді.

Басқару стратегиясы астында бағытта және осы мақсатқа жету үшін құралдарды пайдалану жолында жатады.

Бұл процесс шешім қабылдау үшін ережелер мен шектеулер белгілі бір жиынтығы сәйкес келеді. Стратегия барлық басқа нұсқалардан бас тарту, қабылданған стратегияға қайшы келмесе, істерді шешуге назар аударуға мүмкіндік береді.

Жаңа нысаналар жаңа стратегияны әзірлеу мақсатында жүргізіледі.

Тактика - нақты жағдайларда осы мақсатқа жету үшін нақты тәсілдері мен әдістері болып табылады. Тактиканың мақсаты үздік шешімдерді және осы экономикалық ахуалдың ең қолайлы, әдістері мен тәсілдерін таңдауға басқару болып табылады.

Басқару жүйесі ретінде тәуекел - менеджментке екі кіші жүйеден тұрады: бақыланатын ішкі жүйесі (басқару объектісі) және бақылау ішкі жүйесі (басқару субъектісі) [2].

Тәуекел-менеджмент басқарудың объектісі тәуекел, тәуекелді іске асыру процесінде шаруашылық субъектілері арасындағы тәуекелдерді капитал инвестициялық және экономикалық қарым-қатынастар болып табылады.

Тәуекелдерді басқару менеджмент басқару субъектісі әкімшілік ықпал ету түрлі әдістемелер мен әдістер арқылы бақылау объектісінің жұмыс істеуін мақсатты жүзеге асыратын адамдардың арнайы тобы.

Бақылау объектіге субъектісінің әсері процесі, яғни өзін-өзі басқару процесі тек басқару және бақылауші жүйенің арасындағы белгілі бір ақпарат айналымыболса жүзеге асырылуы мүмкін.

Оның нақты мазмұны процесі бақылау әрқашан ақпаратты алу, беру, өңдеу және пайдалану көздейді. Тәуекел-менеджмент, осы жағдайларда, жеткілікті және сенімді ақпарат алуға, бұл сіз тәуекел жағдайында іс-қимыл туралы нақты шешім қабылдауға мүмкіндік береді, сондай-маңызды рөл атқарады.

Бұл ережелер мен рәсімдер мыналарды қамтиды: үкімет құру, басқару персоналының құрылымының құрылысын, басқару бірлік арасындағы өзара байланысты құру, нормалар, стандарттар, рәсімдер, дамыту т.б. Бақылау объектісінің әсері арқылы жиынтығы параметрлерін ауытқу жағдайда объектінің тұрақтылық жағдайын қол жеткізіледі, тәуекелдерді басқару саласындағы бақылау функциясы деп түсінуге болады.

Тәуекелдерді басқару және ішкі нормативтік құрылымдық бөлімшелерінің өзара іс-қимыл ұйымдастыру үшін тактикалық шешімдер банк саласының қазіргі жеткіліктілік кредиттік мекеменің табысты жұмыс істеуі үшін негізгі алғышарттардың бірі болып табылады.

Несиелік тәуекел деңгейінде несие процесін ұйымдастыруға қатысты банктің жұмысының сапасын анықтау факторлар ықпал етеді:

- банктің кредит операцияларын реттейтін әдістемелік және әдістемелік құжаттардың болуы;
- несие беру және қарастырудың айқын рәсімінің болуы;
- несиелік құжаттаманы тіркеу үшін айқын талаптар;
- мониторинг және қарыз негізділігі мен өтеу оның көздерін шындыққа тиімді бақылау;
- жақсы өндірістік талдау және қарыз алушылар туралы сенімді ақпарат болуы;
- несиелік үдерісіне және қолданыстағы несие саясатының қатаң сәйкестікте тартылған банктің қызметкерлері, оның ережелер мен рәсімдерді жоғары кәсіби деңгейі.

Қазақстандағы коммерциялық банктердің ұйымдастырушылық несиелік тәуекелдерді басқару жүйесінің негізгі қағидасы, яғни ұйымдастырушылық деңгейлері арасындағы өкілеттіктердің шектеу принципі банк мүдделер қайшылығын болдырмауға мүмкіндік береді, сату функциялардан басқару бөлу. Директорлар кеңесі несиелік тәуекелдерді басқару саясатына сәйкес, несиелік тәуекелді бағалау, өлшеу, мониторинг және рейтингінде үшін ережелер мен рәсімдерді кредиттік тәуекелдерді басқару қызметіне жалпы басшылықты жүзеге асырады және ақпараттық құрылымдық бөлімшелері ұсынған және қолданыстағы несиелік тәуекелдер мен басқару мәселелері бойынша есеп қарастырады [3].

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1 Кудайбергенова Л.Ж. Банковский риск-менеджмент: механизм функционирования и пути совершенствования.- Алматы, 2010

2 Лисак Б.И. Интегрированный риск-менеджмент в банках.- Алматы: Экономика,- 2013.

3 Банковское дело /под редакцией Г. С. Сейткасимова. Алматы, Каржы-каражат,2007

Андатпа

Несиелік тәуекел – қарызшылардың өздеріне алған ақшалай міндеттемелерін орындау бойынша қабылдаған бастапқы міндеттерін қадағаламау салдарынан туындайтын банк залалының тәуекелі.

Аннотация

Кредитный риск - возможность потерь банком финансового актива в результате неспособности контрагентов (заемщиков) исполнить свои обязательства по выплате процентов и основной суммы долга в соответствии с условиями договора.

Summary

Credit risk-the possibility of the Bank losing a financial asset as a result of the inability of counterparties (borrowers) to fulfill their obligations to pay interest and principal in accordance with the terms of the agreement.

Аканов А.А.
магистрант КазУМОиМЯ имени Абылай хана
Специальность «6М051100-Маркетинг»
Алматы, Казахстан
e-mail: aset_akanov@mail.ru

О некоторых вопросах конкурентоспособности предприятия

Лидирующая компания в сегменте имеет конкурентное преимущество в издержках производства, а значит и самый высокий уровень рентабельности на рынке. Для того, чтобы эффективно функционировать в быстрорастущих сегментах, компания должна инвестировать в развитие товара на высоком уровне; и наоборот, присутствие на рынке с низкими темпами роста позволяет сокращать расходы на развитие товара. Матрица БКГ предполагает, что компания для обеспечения продуктивного прибыльного долгосрочного роста должна генерировать и извлекать денежные средства из успешных бизнесов на зрелых рынках и инвестировать их в быстро растущие привлекательные новые сегменты, укрепляя в них положение своих товаров и услуг для получения в будущем устойчивого уровня дохода. Таким образом, основной задачей модели БКГ является определение приоритетов в развитии ассортиментных единиц компании, определение ключевых направлений для будущих инвестиций. Метод помогает ответить на вопрос «Инвестиции в развитие, каких товаров и услуг будут наиболее прибыльными?» и разработать долгосрочные стратегии развития каждой единицы ассортимента. Построение матрицы БКГ начинается с расчета трех показателей по каждой товарной группе, включенной в модель: относительная доля рынка товара компании, темп роста рынка и объем продаж/прибыли анализируемых товарных групп. Расчет относительной доли рынка рассчитывается делением абсолютной доли рынка товара компании на анализируемом сегменте на долю рынка ведущего конкурента в анализируемом сегменте. Относительная доля рынка откладывается по горизонтальной оси матрицы и является показателем конкурентоспособности товара компании в отрасли. Если значение относительной доли рынка товара компании больше единицы, то товар компании занимает сильное положение на рынке и имеет высокую относительную долю рынка. Если значение относительной доли рынка меньше единицы, то товар компании имеет более слабые позиции на рынке в сравнении с ведущим конкурентом и его относительная доля считается низкой. Расчет темпов роста рынка откладывается по вертикальной оси матрицы БКГ и является показателем зрелости, насыщенности и привлекательности рынка, на котором компания реализует свои товары или услуги. Рассчитывается как средне взвешенное значение среди всех сегментов рынка, на которых действует компания. Если показатель темпа роста рынка больше 10% — рынок быстрорастущий или рынок с высоким темпом роста. Если показатель роста рынка меньше 10% — рынок, медленно растущий или рынок с низким темпом роста.

Объем продаж показывается в матрице через размер окружности. Чем больше размер, тем выше объем продаж. Информация собирается на основе имеющейся внутренней статистики компании и представляет наглядно, на каких рынках концентрируются основные денежные средства компании.

В результате построения матрицы БКГ все товарные группы или отдельные продукты компании разбиваются на 4 квадранта. Стратегия развития товарной группы зависит от того, в каком квадранте находится товар. Каждый квадрант имеет отдельные рекомендации. Маркетинговые возможности роста обозначены показателями темпов изменения спроса на продукцию предприятия как индикаторы привлекательности рынка. Внутренний потенциал как индикатор конкурентоспособности и прибыльности представлен в матрице БКГ в качестве относительной доли предприятия на рынке (хозяйственного подразделения на сегменте рынка) по сравнению с основными конкурентами.

Доля на рынке определяется по отношению к наиболее опасным конкурентам или к лидеру рынка. Для оси «доля рынка» линия раздела проходит через «I». Если отношение доли предприятия к доле конкурентов ниже 1, то она низкая. Если больше 1, то доля предприятия высокая.

Двумерная матрица БКГ «рост/доля» используется в основном для оценки выбора стратегических зон развития предприятия и оценки потребностей в инвестициях, испытываемых отдельными хозяйственными направлениями (продукты, рынки, подразделения). Каждый из четырех квадрантов описывает существенно, различную ситуацию, требующую отдельного подхода, с точки зрения, как капиталовложений, так и выработки маркетинговой стратегии. Возможны стратегии:

- «Звезды» — сохранение лидерства;
- «Дойные коровы» — получение максимальной прибыли;
- «Трудные дети» — инвестирование и избирательное развитие;
- «Изгоняемые собаки» — уход с рынка или малая активность.

Задача заключается в том, чтобы обеспечить стратегическое равновесие портфеля путем развития хозяйственных зон, способных давать свободные денежные средства, и зон, обеспечивающих долгосрочные стратегические интересы предприятия.

На практике перераспределение ресурсов между хозяйственными направлениями часто приводит к конфликтам. Так, управляющий «Изгоняемых собак» будет стремиться удержаться, «Дойных коров» — возмущаться, а «Трудных детей» — стесняться и т.д.

Выводы из анализа «портфеля» дают общую ориентацию, требующую дальнейших уточнений. Например, невозможно оценить зоны, находящиеся в средней позиции, хотя на практике это требуется часто. За пределами анализа остаются такие показатели, как нестабильность ситуации, расходы на маркетинг, качество продукции, интенсивность инвестиций и др. [3]

Рассмотрим следующую матрицу. Матрица «привлекательность отрасли — конкурентоспособность» по другому называется также матрица General Electric (GE) / McKinsey — это метод портфельного анализа, который используется для разработки стратегий развития ассортимента компании. Модель GE / McKinsey представляет из себя матрицу, состоящую из 9 ячеек для сравнительного анализа стратегических направлений бизнеса.

Впервые модель «привлекательность рынка — конкурентоспособность» появилась в 1970-х годах и была предложена корпорацией General Electric и консалтинговой компанией McKinsey & Co, в связи с чем получила название «модель GE/McKinsey». К 1980 году модель «привлекательность-конкурентоспособность» стала наиболее популярной многофакторной моделью анализа стратегических позиций бизнеса. Главной особенностью модели McKinsey является: использование весовых коэффициентов при построении модели и учет трендов развития отрасли. На практике матрица General Electric (GE) / McKinsey позволяет ответить на следующие вопросы:

- какое из направлений бизнеса следует развивать компании
- в каком из направлений компания будет нести убытки в долгосрочной перспективе

- какие товары нуждаются в повышении конкурентоспособности
- какие товары являются приоритетными в продвижении и развитии
- как наиболее эффективно распределить ресурсы внутри компании между отделами

- в каких направлениях следует сократить использование ресурсов компании в связи с их непривлекательностью.

Потенциал сегмента можно оценить по следующим 7 факторам:

- разница между текущим и потенциальным объемом рынка (чем больше разница — тем больше потенциал)

- темпы роста сегмента на ближайшие 3-5- лет (чем выше темпы роста — тем выше потенциал)

- изменение благосостояния, образа жизни, ценностей потребителя (изменения в рамках концепции вводимого товара — потенциал есть)

- изменение технологий производства

- изменение экономического и политического климата на рынка

- возможные изменения в конкурентном окружении сегмента

- потенциал расширения ассортимента и т.п.

После того, как конкурентоспособность каждой товарной группы компании проанализирована и выявлены привлекательные рыночные ниши, можно переходить к разработке стратегий развития товаров. [3]

«Портфельные стратегии» — это способы распределения ограниченных ресурсов между хозяйственными подразделениями предприятия с использованием критериев привлекательности рыночных сегментов и потенциальных возможностей каждой хозяйственной единицы. [4]

Более широкие возможности для выбора стратегических маркетинговых решений на корпоративном уровне представляет многомерная матрица Джи-И-Маккензи («привлекательность рынка/стратегическое положение предприятия»). Она позволяет принимать более дифференцированные стратегические маркетинговые решения по эффективному использованию потенциала предприятия в зависимости от различных уровней привлекательности рынка. Эту матрицу предложила компания McKinsey, усовершенствовав матрицу БКГ в ходе реализации проекта, выполнявшегося по заказу General Electric (отсюда и ее название: Джи-И-Маккензи). Она значительно увеличивает число факторов, участвующих в оценке, охватывает средний уровень хозяйственных зон. Делает возможным использовать ее в условиях нестабильного развития.

Многомерная матрица Джи-И-Маккензи, выделяет дополнительно средний уровень оценки привлекательности рынка и стратегического положения предприятия. Она позволяет определить три основных стратегических направления, в рамках которых формируется маркетинговая политика:

1. Наступательная стратегия (инвестирование).

2. Оборонительная стратегия (сохранение позиций).

3. Стратегия деинвестирования (уход, ликвидация).

Политика маркетинга в наступательной стратегии связана с постоянным исследованием потребностей рынка, активным продвижением товаров, обновлением ассортимента, формированием новых каналов распределения, подготовкой торгового персонала, созданием положительного образа и т.д.

При оборонительной стратегии маркетинговая деятельность направляется на замену нерентабельной продукции, создание стимулирующих цен, сокращение сроков доставки товаров, формирование новых рыночных ниш и т.д.

В случае стратегии деинвестирования маркетинговая политика связана с сокращением производства товаров, свертыванием связей со средствами массовой информации, отказом от стимулирования продаж и т.д. [5]

Таким образом, так называемый портфельный подход к выработке стратегических маркетинговых решений на корпоративном уровне основан на следующем:

- четкая структуризация направлений деятельности предприятия по подразделениям, рынкам, товарам;
- выработка конкретных показателей (индикаторов), позволяющих сравнивать стратегическую ценность различных направлений;
- матричное представление результатов стратегического мышления выполнены точно, конкретно и в срок, но и то, насколько эти действия правильно выбраны для достижения поставленной цели.

Литература

- 1 <https://studopedia.org/4-50908.html>
- 2 Ансофф И. Стратегическое управление: Сокр.пер. с англ. – М.: Экономика, 2009.
- 3 Ивашкова Н. И. Управление маркетингом: стратегические решения: учебное пособие. – М.: ГОУ ВПО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2011.- 102с.
- 4 Корнилов Д.А., Яшин С.Н. Использование методов портфельного анализа при стратегическом планировании на предприятиях / Корнилов Д.А., Яшин С.Н. // Экономический анализ: теория и практика. – 2005. – № 16.
- 5 <http://powerbranding.ru/marketing-strategy/assortiment/>

Аннотация

В статье рассматриваются конкурентные позиции предприятия, портфельные стратегии, их значение в управлении предприятием. Уделено внимание управлению маркетингом и представлен механизм построения матриц портфельных стратеги

Abstract

The article discusses the competitive position of the enterprise, portfolio strategies, their importance in the management of the enterprise. Attention is paid to marketing management and a mechanism for building portfolio strategy matrices is presented.

Аннотация

Мақалада кәсіпорынның бәсекелестік позициясы, портфолио стратегиясы, кәсіпорынның басқаруындағы маңызы талқыланады. Маркетингтік басқаруға назар аударылады және портфельдік стратегия матрицасын құру механизмі ұсынылған.

Алдажарова Арай Турыскановна
Шет тілдер және іскерлік карьера
университеті, аға оқытушы

ИННОВАЦИЯЛЫҚ КӘСІПКЕРЛІК ЖӘНЕ ОНЫҢ ТУРИЗМДЕГІ МАҢЫЗЫ

Инновациялық кәсіпкерліктің субъектілеріне инновациялық қызметті жүзеге асыратын кәсіпорындар мен ұйымдар жатады. Инновациялық кәсіпорынның қызметі технологиялық немесе өнімдік инновацияларды пайдаланудың нәтижесінде пайда табудан көрінеді. Дамыған елдерде кәсіпорындардың 70%-на жуығы нарықты жаңа сегменттерін игеру мақсатында өнімнің ассортиментін кеңейтумен байланысты инновацияларды жүзеге асырады.

Қазақстанда инновациялық қызметті мемлекеттік қолдау келесі нысандарда жүзеге асырылуы мүмкін:

- 1) инновациялық қызметтің мамандандырылған субъектілерін құруға қатысу;

- 2) мемлекеттік даму институттарын құру, қызметін үйлестіру және жұмыс істеп тұрғандарын одан әрі дамыту;
- 3) инновациялық жобаларды бюджет қаражаты есебінен іске асыру;
- 4) инновациялық гранттар беру;
- 5) инновациялық қызметті кадрлық қамтамасыз етуді, соның ішінде инновациялық менеджмент негіздеріне оқыту арқылы ұйымдастыру;
- 6) инновациялық қызмет саласында мемлекеттік саясатты іске асыру үшін инвестициялар тартуды қамтамасыз ететін қажетті ұйымдық, құқықтық және экономикалық жағдайлар жасау.

Мемлекет инновациялық қызметтің мамандандырылған субъектілерін құруға қатысып қана қоймай, олардың тиімді жұмыс жасауы мен оң нәтижелерге қол жеткізуіне де ерекше назар аудару қажет. Қазақстан Республикасының «Инновациялық қызметті мемлекеттік қолдау туралы» заңына сәйкес, инновациялық қызметтің мамандандырылған субъектілеріне технологиялық бизнес-инкубаторлар, технологиялық парктер, инновациялық қорлар жатқызылады. Ал, инновациялық инфрақұрылым деп инновациялық қызметтің бір-бірімен өзара іс-қимыл жасайтын мамандандырылған субъектілерінің жүйесін айтамыз. Инновациялық инфрақұрылымды инновациялық қызметті жүзеге асыру үшін қажетті жұмыстарды орындайтын және қызмет көрсететін ұйымдар жиынтығы деп те айтуға болады [3].

Қазақстанның ұлттық инновациялық жүйесінің негізгі ұйымдық институттары ретінде ұлттық инновациялық қорды, технологиялық бизнес-инкубаторлар мен технопарктерді т.б. айта аламыз.

Елдегі жалпы инновациялық белсенділікті арттыру, соның ішінде жоғары технологиялық және ғылымды қажетсінетін өндірістерді дамытуға жәрдемдесу мақсатында ұлттық инновациялық қор құрылды.

Оның негізгі міндеттеріне төмендегілер жатқызылады:

- 1) инновациялардың құрылуын және енгізілуін қаржыландыруды жүзеге асыратын инновациялық қорлар мен инвестициялық қорлардың жарғылық капиталына бақылаусыз қатысу;
- 2) инвестицияланатын компаниялардың жарғылық капиталына үлестік бақылаусыз қатысу және қаржылық лизинг арқылы инновациялар құруды және енгізуді қаржыландыру;
- 3) инновациялық инфрақұрылымды дамыту;
- 4) сыртқы нарықтарға отандық инновацияларды жылжыту;
- 5) инновациялық технологияларды ауыстыру, қарызға беру және дамыту, оларды коммерцияландыру мен енгізу саласында халықаралық ынтымақтастықты дамыту болып табылады.

Шағын инновациялық кәсіпорындарды қолдау мен дамыту механизмдерінің бірі бизнес-инкубация үрдісі болып табылады. Яғни, инновациялық жобаларға ең алғашқы тәуекелді сатысында қолайлы жағдай жасау үрдісі. Инновациялық жүйені қалыптастырудың бастапқы сатысында инновациялық кәсіпкерлікті дамытуда мемлекеттің негізгі міндеттерінің бірі Қазақстанда «технологиялық бизнес-инкубаторлар» жүйесін құру болып табылады. Технологиялық бизнес-инкубаторлар өз бетінше дербес бірлік ретінде, сондай-ақ технопарктің бөлігі ретінде жұмыс істейтін болады [2].

Сонымен технологиялық бизнес-инкубатор дегеніміз инновацияны құру, қорғау құжаттарын алуға өтініштерді ресімдеу және инновациялық жобаны дайындау үшін жеке және заңды тұлғаларға құқықтық, ұйымдық, ақпараттық және өзге де қызметтер ұсынуды жүзеге асыратын заңды тұлға. Мұндай қызметтерді ұсыну үшін тиісті біліктілігі бар персоналы, сондай-ақ инновацияларды құру үшін жеткілікті кенсе және өндіріс үй-жайлары болуға тиіс. Технологиялық бизнес-инкубаторларға инновациялық кәсіпкерлер мен компанияларды іріктеу байқау (конкурс) негізде жүргізіледі.

Технологиялық бизнес-инкубаторлар мынадай қызмет түрлерін жүзеге асырады:

- 1) шарт жағдайында инновациялар құруға қажетті материалдық-техникалық база ұсыну;
- 2) шарт жағдайында зияткерлік меншік объектілерін қорғау құжаттарын алуға өтінімдер ресімдеуге қажетті жұмыстар мен қызметтер ұсыну;
- 3) инновациялық жобаның техникалық-экономикалық негіздемесін және инновациялық жобаны қаржыландыруға арналған құжаттарды әзірлеуге жәрдем көрсету;
- 4) инновациялық жобаларды іске асыру үшін инвестициялар тартуға жәрдем көрсету;
- 5) инновациялық қызметті жүзеге асырушы шағын және орта кәсіпкерлік субъектілерін ұйымдастыруға жәрдем көрсету.

Инновациялық үрдісті басқару тұрғысынан технологиялық бизнес-инкубаторлар құру келесілерге мүмкіндік береді:

- технологиялық бизнес-инкубаторлар территориясындағы жоғары технологиялы кәсіпорындарды ұлттық инновациялық қордан гранттық қаржыландыру үшін қажетті материалдық ресурстарды шоғырландыруға;
- инновациялық циклдың ұзақтығын қысқартуға мүмкіндік беретін басқарушылық шешімдерді тез арада қабылдауға;
- инвестициялық шешім қабылдауда бюрократиялық тәртіпті қысқартуға;
- инновациялық кәсіпорынның басқару құрылымын оңтайландыруға;
- инновациялық жүйеде білім беру мен алмасу үшін жағдай жасауға.

Инновациялық қызметтің мамандандырылған субъектілерінің бірі технопарк болып табылады. Технопарк дегеніміз – негізгі қызметті инновациялық жобаны іске асыру үшін қажетті жұмыстар мен қызметтерді ұсыну болып табылатын біртұтас материалдық-техникалық кешенге меншік құқығы бар заңды тұлға. Оны технологияларды әзірлеуді және оларды коммерциялық өнімге айналдыру мен өндіріске беру, технологияны сараптамалық бағалауды қамтамасыз ететін ғылыми-өндірістік кешен деп те айта аламыз. Парктің өндірістік базасы құрылтайшы-фирмалар мүмкіндіктерімен анықталады. Технопарк шағын инновациялық фирмалардың дамуы үшін қолайлы орта тұрады және олардың әрқайсысы белгілі бір қызметтер жиынын көрсетеді.

Басқаша айтқанда, технопарк деп инновациялық өнім өндіруге бағытталған ғылым және білім мекемелерімен іскерлік келісімшарты бар инновациялық өнім өндіруге мүмкіндік беретін арнайы аумағы бар ұйым. Технопарктер инновациялық қызметті дамытуды қолдайды және нарыққа дайын ғылыми-техникалық жаңашылдықты шығаруға мүмкіндік береді. Технопарктер алғаш рет шет елдерде пайда болды, атап айтсақ 1950 ж. АҚШ-тың Стэнфорд университетінде құрылды.

Инновациялық кәсіпкерлік ерекше экономикалық қызмет түрі ретінде инновациялық үрдістің негізгі қозғаушы күші болып табылады. Инновациялық кәсіпкерлік техника-технологиялық жаңашылдықтарды дайындау және оны коммерциялық мақсатта пайдаланумен байланысты сипатталады. Инновациялық кәсіпкерлік субъектілеріне инновациялық қызметті жүзеге асыратын кәсіпорындар мен ұйымдар жатады. Инновациялық кәсіпорынның қызметі технологиялық немесе өнімдік инновацияларды пайдалану нәтижесінде табыс табумен сипатталады. Дамыған елдерде нарықтың жаңа сегменттерін меңгері мақсатында өнім ассортиментін кеңейтумен байланысты инновацияларды кәсіпорынның 70% жуығын жүзеге асырады. Осыған байланысты ғылыми зерттеу тәжірибе-конструкторлық жұмыстарға жұмсалатын шығындар инвестицияның 30%-ға жуығын құрайды [1].

Инновациялық кәсіпкерліктің негізгі функцияларының бірі ғылыми-техникалық және өндірістік сфераның арасында байланыстырушы рөлді жүзеге асыру болып табылады. Инновациялық кәсіпкерліктің қызмет етуі ғылыми-техникалық ұйымдармен шаруашылық субъектілердің инновациялық өнімді жасаумен немесе ғылыми-техникалық шешімдерді коммерциялық мақсатта пайдалану мүмкіндігіне дейін жеткізімен байланысты шығындарды қысқартуға мүмкіндік береді.

Сонымен инновациялық кәсіпорынның кәсіпкерлік қызметі жаңа ғылыми идеяларды іздеу немесе әзірлеуге және оларды бағалауға, қажетті инвестициялық

ресурстарды табуға, кәсіпорынды немесе жобаны басқарудың тиімді моделін жасауға, ақшалай табыстар алуға көмектеседі.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. Кыдыралина Б.М. Организация малого предпринимательства в РК: макро, мезо и микроуровневые аспекты. - Караганда: Болашак – Баспа, 2000 – 166 с.
2. Гуськов С.В. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие. М.: издательско – торговая корпорация «Дашков и К», 2007.
3. Сураганова с.К., Ешенкулова Г.И. Основы предпринимательской деятельности в туризме: учебное пособие. – Астана, 2007 – 116 с.

Андатпа

Инновациялық кәсіпкерлік ерекше экономикалық қызмет түрі ретінде инновациялық үрдістің негізгі қозғаушы күші болып табылады. Инновациялық кәсіпкерлік техника-технологиялық жаңашылдықтарды дайындау және оны коммерциялық мақсатта пайдаланумен байланысты сипатталады. Инновациялық кәсіпкерлік субъектілеріне инновациялық қызметті жүзеге асыратын кәсіпорындар мен ұйымдар жатады.

Аннотация.

Инновационное предпринимательство как особый вид экономической деятельности является основной движущей силой инновационного процесса. Инновационное предпринимательство характеризуется разработкой технико-технологических новшеств и его использованием в коммерческих целях. К субъектам инновационного предпринимательства относятся предприятия и организации, осуществляющие инновационную деятельность.

Annotation.

Innovative entrepreneurship as a special kind of economic activity is the main driving force of the innovation process. Innovative entrepreneurship is characterized by the development of technical and technological innovations and its use for commercial purposes. The subjects of innovative entrepreneurship are enterprises and organizations engaged in innovative activities.

**Алманиязова К.Н.,
МЕББМ Қазақстан
Ресей Медициналық Университетінің
аға оқытушысы
Асанова Т.А.,
«Тұран» Университетінің
аға оқытушысы**

МЕДИЦИНАЛЫҚ ҚЫЗМЕТ КӨРСЕТУДЕГІ МАРКЕТИНГТІҢ МАҢЫЗЫ МЕН ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Елдің әлеуметтік-экономикалық дамуының қазіргі кезеңі экономикалық өсудің негізгі факторы ретінде адами капитал рөлінің өсуін алдын ала айқындайды, бұл денсаулық сақтау саласына, оның ішінде, халықтың медициналық қызмет көрсетуге қанағаттануын арттыруға ерекше талаптар қояды. Сонымен қатар, әлемдік және отандық экономикадағы мемлекеттік қаржыландыру тапшылығымен, халықтың өмір сүру деңгейінің төмендеуімен сипатталатын дағдарыстық құбылыстар денсаулық сақтау жүйесін қозғамай алмады. Ресурстармен қамтамасыз етудің шектеулі жағдайында денсаулық сақтау қызметінің нәтижелілігін арттыру, медициналық көмектің негізгі түрлерінің қолжетімділігі мен сапасын арттыру мәселелері ерекше өзектілікке ие болады. Аталған мәселелерді шешуде маркетингтің әдістері мен құралдарын тиімді пайдалану қажеттілігі туындайды [1].

Медициналық қызметтер маркетингінің негізгі алғышарттары:

- ЕПМ қаржыландыру әдістерінің өзгеруі;
- коммерциялық медициналық мекемелерді дамыту;
- бәсекелестіктің күшеюі;
- медициналық қызмет көрсету сапасын төмендеуі;
- өндіріс пен қызмет шығындарының өсуі, емдеудің жаңа технологияларын, жабдықтарды, дәрі-дәрмектерді қолдануға байланысты қызмет көрсетуге ЕПМ шығындарын ұлғайту;
- халықтың денсаулық жағдайының нашарлауы.

Американдық медициналық ассоциацияның анықтамасы бойынша денсаулық сақтаудағы маркетинг - денсаулық сақтау қызметтерін жоспарлау, экономикалық негіздеу және өндіруді басқару, емдеу-алдын алу үрдісі саласындағы баға саясаты, тұтынушыларға қызметтерді (медициналық мақсаттағы тауарларды) жылжыту, сондай-ақ, оларды іске асыру бойынша кешенді процесс.

Маркетингтік технологиялар денсаулық сақтауда саланың ерекшелігіне, оның ресурстары мен міндеттеріне бейімделу жағдайында қажет. Медициналық маркетинг деп халықтың қоғамдық денсаулықты сақтауды қамтамасыз ететін медициналық-әлеуметтік көмектің әртүрлі түрлеріне мұқтаждығы туралы толық ақпарат алуға бағытталған қызметті түсіну қажет.

Кең ұғымда денсаулық сақтаудағы маркетинг тұтынушылардың сұранысын ұжымдық зерттеуге және өндірушінің медициналық тауарлары мен қызметтерінің ұсыныстарын мақсатты қалыптастыруға негізделген принциптер, әдістер мен шаралар жүйесін білдіреді.

Денсаулық сақтаудағы маркетингтің негізгі түрлері медициналық қызметтер, ұйымдар, жеке адамдар, орындар мен идеялар болып табылады.

1-ші суретте денсаулық сақтаудағы маркетингтің негізгі түрлері мен олардың сипаттамалары берілген.



Сурет1. Денсаулық сақтаудағы маркетингтің негізгі түрлері мен олардың сипаттамалары

Денсаулық сақтау маркетингінің саласына халық денсаулығын сақтау мен нығайтуға қатысы бар тауарлар мен қызметтердің барлық түрлері, ақпарат, идеялар, оқиғалар, мамандар, мекемелер, ұйымдар және т.б. кіреді.

Маркетинг тұжырымдамасын басшылыққа ала отырып, медициналық мекемелер пациенттердің қанағаттануын қамтамасыз ету есебімен өзінің "өндірістік" қызметін құрады, медициналық қызметтерге тұтынушылық қанағаттанудың арқасында табыс табады.

Соңғы уақытта әлеуметтік-этикалық маркетинг тұжырымдамасына көп көңіл бөлінуде. Оның міндеті мақсатты нарықтардың қажеттіліктері мен мүдделерін белгілеу, тұтынушының, тұтастай алғанда қоғамның әл-ауқаты мен қауіпсіздігін бір мезгілде сақтай отырып, неғұрлым тиімді және өнімді тәсілдермен қалаған қанағаттануды қамтамасыз ету болып табылады. Бұл тұжырымдама өндірушілердің табыстары, сатып алу қажеттілігі мен қоғамның әл-ауқаты теңгерімдерін білдіреді.

Медицина саласындағы маркетинг үшін әлеуметтік-этикалық маркетинг тұжырымдамасы тән: медициналық ұйым тұтынушылардың анықталған сұраныстарын барынша толық және тиімді қанағаттандырып қана қоймай, сондай-ақ, қоғамның барлық мүшелерінің денсаулығы мен әл-ауқатын қолдап, жақсартуы тиіс.

Маркетингті басқару—бұл ұйымның белгілі бір міндеттерін шешу үшін мақсатты сатып алушылармен тиімді айырбастауды орнатуға, нығайтуға және қолдауға есептелген іс-шаралардың өткізілуін талдау, жоспарлау, жүзеге асыру және бақылау: пайда алу, өткізу көлемінің өсуі, нарық үлесінің артуы [2].



Сурет 2. Медициналық қызметті маркетингтік басқару процесі

Суреттен көріп отырғанымыздай, медициналық қызметті маркетингтік басқару процесі келесі кезеңдерді қамтиды: нарықтық мүмкіндіктерді талдау, мақсатты нарықтарды таңдау, маркетинг кешенін әзірлеу және маркетингтік іс-шараларды жүзеге асыру.

Медициналық қызметтердің басқа түрдегі қызметтерінен ерекшеленетін сипаттамасын көрсетуге болады: тұтынушыларда ақпараттың толық көлемінің болмауы, белгісіздік, ақпараттың асимметриясы, сұраныстың икемділігі. Көп жағдайда

тұтынушылардың оларға қандай медициналық қызметтің қажеттілігі туралы нақты түсініктері жоқ, сондай-ақ осы қызметтерге қажеттілікті анықтай алмайды. Емдеу туралы ақпарат пациенттерді түсіну үшін күрделі болуы мүмкін. Сонымен қатар, егер клиент ауыр жағдайда болса, онда оның толық ақпаратты қабылдау және оған қажетті шешім қабылдау үшін уақыты жетпеуі мүмкін. Демек, тұтынушылар қандай және қанша қызмет алу керектігін және емдеу нәтижесі қандай болатынын түсінбеуі мүмкін.

Ф. Котлер маркетингтік қызметте ескерілуі тиіс медициналық қызметтердің төрт сипатын атап өтеді:

1. Медициналық қызметтердің сезілмейтіндігі. Бұл қызметтерді сатып алу сәтіне дейін көруге, естуге, сүруге немесе дәмін сезінуге болмайды дегенді білдіреді. Медициналық қызметтерге жүгінген пациенттер нәтижені алдын ала біле алмайды.

2. Медициналық қызметтердің қайнар көзден бөлінбеуі. Медициналық қызметтің маңызды ерекшелігі – ол бір мезгілде ұсынылады және тұтынылады. Әдетте тауарлар мен қызметтер алдымен төленеді және содан кейін ғана пайдаланылады. Медициналық қызметтерді ұсыну тәсіліне қарамастан, қайнар көзден ажырату мүмкін емес.

3. Медициналық қызмет сапасының тұрақсыздығы. Көп жағдайда көрсетілген қызметтердің сапасы көптеген факторларға байланысты: персоналға, мамандардың біліктілік деңгейіне, қызмет көрсету жылдамдығына, жабдықтарға. Қызмет көрсету сапасын бақылау өте қиын. Сонымен, бір медициналық мекемеде бір дәрігер тез және сапалы көмек пен қолдау көрсете алады, ал екіншісі пациенттермен өздерін өрескел ұстай алады. Тіпті бір мамандарға қызмет көрсету сапасы әр емделушімен жұмыс істеу барысында нашар көңіл-күйден өзгеруі мүмкін.

4. Медициналық қызметтерге сұраныстың тұрақсыздығы. Денсаулық сақтау қызметтерінің маңызды құрамдас бөлігі оны одан әрі тұтыну немесе қайта сату мақсатында сақтаудың мүмкін еместігі болып табылады. Бұл сипат сұраныстың тұрақсыздығымен байланысты, бұл әртүрлі факторларға байланысты болуы мүмкін [3].

Қорытынды келе, медициналық қызметтер маркетингі тұтынушылық сұраныс пен медицина нарығының тән ерекшеліктерімен байланысты өзіндік ерекшеліктерге ие. Маркетингтік қызметті жүзеге асыру кезінде медициналық қызметтердің ерекшелігін ескеру, олардың сезгіштігін арттыру және пациенттердің клиникаға деген сенімін нығайту қажет. Егер медициналық мекеме аталған критерийлерді жоғары деңгейде қолдайтын болса, онда бұл жоғары пайда әкеледі, пациенттердің адалдығын арттырады және жаңа клиенттерді тартады, медициналық қызметтер мен клиниканың бәсекеге қабілеттілігінің деңгейін арттырады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Багдасарян С.Л. Методологические аспекты формирования механизма эффективного маркетинга в системе здравоохранения // УЭКС.- 2015. №4.

2. Маркетинг в здравоохранении: учебное пособие / Н.А. И орданская, Т.В. Поздеева, В.А. Носкова. -Н. Новгород: изд-во Нижегородской государственной медицинской академии, 2008. — 64 с.

3. Бабенко А. А. Специфика организации маркетинговой деятельности в сфере платных медицинских услуг // Молодой ученый. -2016. - №2. - С. 429-431.

Түйін

Мақалада медициналық қызмет көрсетудегі маркетингтің маңызы мен ерекшеліктері қарастырылған. Денсаулық сақтауға нарықтық экономика элементтерін енгізу, бәсекелестіктің пайда болуы және шығындардың өсуі жағдайында медициналық ұйымдар тарапынан маркетингке деген қызығушылық арта түсуде.

Резюме

В статье рассмотрены особенности и значение маркетинга в оказании медицинских услуг. В условиях внедрения элементов рыночной экономики в

здравоохранение, возникновения конкуренции и роста затрат возрастает интерес к маркетингу со стороны медицинских организаций.

Summary

The article deals with the features and importance of marketing in the provision of medical services. In the context of the introduction of elements of the market economy in health care, the emergence of competition and rising costs increases the interest in marketing by medical organizations.

**Алпамыс Д., Кудайберген Б. – магистранты,
Баймырзаев А. - докторант, Бектурганова А.Е.- к.э.н., зав.кафедрой,
Аскарова К.У.- м.т.н., ассистент,
Казахский национальный аграрный университет**

«СОСТАВ, СТРУКТУРА И ЭКОНОМИКО-ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ ПОЧВ КУРМАНГАЗИНСКОГО РАЙОНА, АТЫРАУСКОЙ ОБЛАСТИ»

Экологическое состояние почв в нефтедобывающих регионах Казахстана стоит очень остро. Одним из главных источников загрязнения почв являются сбросы нефти в земляные амбары, разливы нефти и водонефтяной смеси при разрывах трубопроводов, утечки нефти на поверхность земли при производстве ремонта скважин. Практика сжигания попутного газа в факелах также наносит значительный экологический и экономический ущерб. Повышенный тепловой фон и подкисление компонентов окружающей среды вокруг месторождений при сгорании газа также оказывают негативное влияние на почву. При разведке и эксплуатации месторождений углеводородов вокруг каждой буровой установки происходит уничтожение растительности на 70-80% в радиусе 500- 800 метров. Интенсивное развитие нефтекомплекса приводит к разрушению естественного экологического баланса земли [1]. Изучение почвенного покрова на разных месторождениях Атырауской области показало, что воздействие нефти и нефтепродуктов приводит к изменениям физико-химических и химических свойств почвы. Так на месторождениях Жанаталап и С.Балгимбаев установлена трансформация луговых приморских почв в техногенно-солончаковые почвы и солончаки. На сильно нарушенных участках обнажается карбонатно-иллювиальный горизонт, образуются такыровидные и такырные поверхности, усиливаются процессы засоления. Проблема детоксикации, очистки и восстановления свойств и плодородия почв, загрязненных нефтью и нефтепродуктами, является важной и наиболее актуальной в настоящее время

Основными тенденциями естественного развития окружающей среды города является процессы засоления. Они связаны с наличием высокоминерализованных вод грунтового водоносного горизонта, близко расположенного к поверхности (не глубже 4м), большим дефицитом влаги при очень сухом климате. Этому благоприятствует и достаточно рыхлая структура отложений. Участки с отклонением от фона увлажнения с увеличением или уменьшением обводненности, наличием в большей или меньшей мере растительного покрова, различной степенью засоленности почв, отмечаются преимущественно в городской черте и на окраинах. В пределах города, особенно его промышленных зон, больше развитие приобретают площади, деградировавшие в результате антропогенной деятельности. Деградация выражается в ускоренном развитии солончаков, лишенных растительного покрова, наличии участков загрязнения различными промышленными отходами, в том числе и нефтепродуктами, заболачивании мелких выемок грунтовых и других повреждениях земной поверхности.

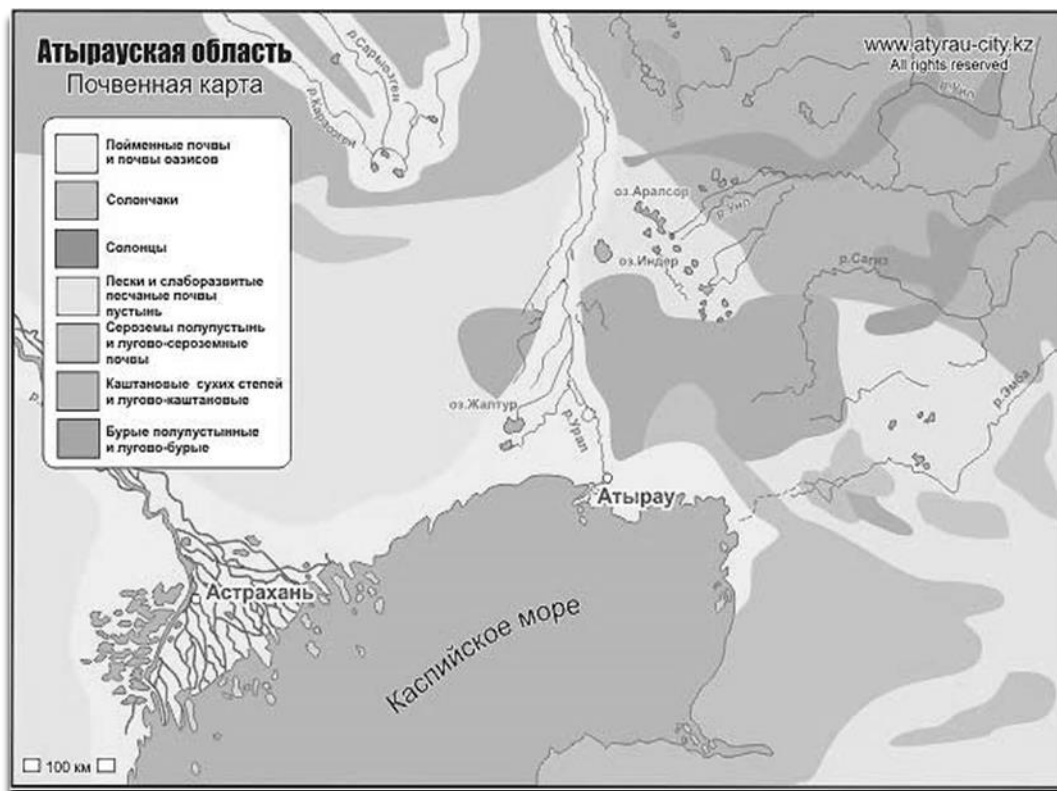


Рис. 3.4.1. Почвенная карта Атырауской области

Особо следует отметить площади вторичного засоления вследствие подъема грунтовых вод и сильно переувлажнения с близким к поверхности расположением водоносного горизонта, которые подвержены подтоплению. Такие площади, как правило, встречаются в местах интенсивных земляных работ - жилищного и промышленного строительства, прокладки дорог, разработки карьеров. Широким развитием вдоль трасс каналов пользуются зоны инфильтрации сточных вод различной степени воздействия на сопредельные территории - от интенсивной до умеренной. Это имеет место главным образом на юге - восточной окраине города [2].

Отмечены также участки поливного земледелия различного состояния. Их степень сохраненности связана с соблюдением правил поливного земледелия. Очень часты случаи избыточных поливов, что приводит к вторичному полному или частичному засолению земель, которые при умеренных поливах могли бы использоваться в сельскохозяйственных целях. Почвенный покров, аккумулирующий значительную часть техногенных загрязнителей, представляет собой сообщество живых и минеральных компонентов, образующих органо-минеральный комплекс гумусового горизонта. В этом горизонте почв происходит аккумуляция, преобразование и миграция поступающих вредных химических элементов, которые в зависимости от их токсичности могут быть причиной деградации и полного разрушения этого комплекса. Наряду с этим, повышение содержания химических элементов в верхнем горизонте почв является причиной их высокого содержания в составе пыли, образующейся при механическом воздействии на почву, что в условиях аридного (субаридного) климата в значительной мере обуславливает общее экологическое состояние города.

Наличие в почве загрязнителей в основном предопределяет и условия существования растительности в приделах города, контролируя изменения ее биохимических функций, устойчивость к заболеваниям и генетические изменения. Аномально высокие (низкие) содержание химических элементов в почве являются причиной деградаций и гибели растений (Киселева, 1976; Сб. временных метод. указаний

по оценке земель КазСРР, 1979; Системат. список, 1961). Таким образом, состояние почвенного покрова, являющегося долговременным аккумулятором техногенных веществ, выступает в качестве одного из важнейших критериев оценки общего экологического состояния природной среды (Ковальская, 1974; Классификация и диагностика почв СССР, 1977).

Самоочищение почв практически не происходит (в противоположность атмосфере и водам) или же скорость его очень низка и токсические вещества могут, накапливаясь в зоне гипергенеза. Это в свою очередь приводит к постоянному изменению химического состава почв, нарушению единства геохимической среды и живых организмов. Почвы Атырауской области в различной степени загрязнены. Основными источниками загрязнения являются нефтяные и газовые отходы переработки, сточные и попутные воды, углеводороды, оксиды серы, азота и др. Самоочищение почв практически не происходит (в противоположность атмосфере и водам) или же скорость его очень низка. Однако разработаны методы рекультивации и очищения почв, к примеру, с помощью микроорганизмов – биологическая рекультивация. Почвы на объекте представлены приморскими солончаками и бурыми луговыми солонцами. В сельском хозяйстве эти почвы относятся к малопродуктивным и используются как пастбище. Обычно на таких почвах не производят снятие плодородного слоя, но в данном случае рекомендуется удалить так называемый «пухляк». Согласно ГОСТ 17.5.1.03-86 «Охрана природы. Земли» почвы, в пределах исследованной территории, относятся к группе малопродуктивных [3].

Почвы на исследованной территории не подлежат рекультивации в связи с высокой засоленностью и невысоким плодородием. Однако по мощности снимаемого пухляка их можно объединить в две группы: первая группа – снимаемый слой 10см, причем она не зависит от почвенной разновидности. В основном располагаются на возвышенных элементах рельефа и представлены солонцами или их комплексами с солончаками. Вторая группа – 15-40см, распространены в пределах пониженных элементов рельефа. При обследовании трассы «пухляк» был обнаружен на всем протяжении трассы, мощности которых указаны на профилях трассы [4].

Рекультивация земель - это комплекс работ, направленных на восстановление продуктивности и народнохозяйственной ценности нарушенных и загрязненных земель, а также на улучшение условий окружающей среды.

Рекультивации подлежат нарушенные земли всех категорий, а также прилегающие земельные участки, полностью или частично утратившие продуктивность в результате отрицательного воздействия нарушенных земель, составной частью ее является технологический процесс, связанный с нарушением земель и должен проводиться с учетом местных почвенно-климатических условий, степени повреждения и характеристики нарушенных земель, конкретного участка.

В проекте рассматриваются технические решения по рекультивации земель, нарушенным карьером. По рекультивации карьеров в проекте принято техническое решение, предусматривающее создание односкатной поверхности с уклонами, близкими к существующему рельефу, путем выполаживания бортов и откосов карьеров от 10° до 30°.

Согласно пунктам 4.4.12 и 4.4.16 «Указаний по составлению проектов рекультивации нарушенных и нарушаемых земель в Республике Казахстан» (Алматы, 1993 г.) уклоны должны быть не более 10°- 30°, что необходимо для нормального передвижения техники, безопасной миграции животных и создания наиболее благоприятных условий самозарастания естественной растительностью. Принятый уклон выполаживания обеспечивает также оптимальные объемы и дальность перемещения грунта.

В проекте учитывались факторы наименьшего нарушения существующего растительного покрова, наличие примыкающих к участку неблагоприятных почво-грунтов (солончаков), предотвращение эрозионных процессов.

Технический этап рекультивации предусматривает подготовку земель для последующего целевого использования и включает выполнение указанных ниже работ по видам нарушений.

По результатам почвенно-грунтовых изысканий и лабораторных анализов почвы и почво-грунты на рассматриваемых объектах и прилегающей к ним территории по показателям химического и гранулометрического состава согласно ГОСТам 17.5.1.03-86, 17.5.3.06-85, 17.4.3.02-85 не пригодны для снятия плодородного слоя и биологической рекультивации. В связи с этим рекультивация нарушенных земель ограничивается проведением только технического этапа рекультивации и после этого проектом предусматривается оставить рекультивируемые участки для самозаращания местной засухо- и солеустойчивой естественной растительностью [4].

Список литературы

1. Экологический кодекс РК» от 9 января 2007 года №212 с изменениями и дополнениями;
2. Инструкции по проведению оценки воздействия намечаемой хозяйственной и иной деятельности на окружающую среду при разработки предплановой, плановой, предпроектной и проектной документации» от 28.06.2007 №204 с изменениями и дополнениями ;
3. Методические указания расчета выбросов от предприятий, осуществляющих хранение и реализацию нефтепродуктов (нефтебазы, АЗС) и других жидкостей и газов. Приложение к приказу Министра охраны окружающей среды Республики Казахстан от 29 июля 2011 года № 196-п.
4. Методика расчета нормативов выбросов от неорганизованных источников Приложение №8 к Приказу Министра охраны окружающей среды и водных ресурсов Республики Казахстан от 12 июня 2014 года № 221-Ө;

Аннотация.

В данной статье рассматривается экологическое состояние почв Курмангазинского района, Атырауской области. Интенсивное развитие нефтекомплекса приводит к разрушению естественного экологического баланса земли. Изучение почвенного покрова на разных месторождениях Атырауской области показало, что воздействие нефти и нефтепродуктов приводит к изменениям физико-химических и химических свойств почвы.

Аңдатпа.

Бұл мақалада Атырау облысының Құрманғазы ауданының топырақ жамылғысының экологиялық жай-күйі қарастырылды. Мұнай кешенінің қарқынды дамуы жердің табиғи экологиялық балансын бұзуда әкеп соқты. Атырау облысының кен орындарындағы топырақ жамылғысын зерттеу нәтижесінде, мұнай мен мұнай өнімдерінің әсерінен топырақтың физика және химиялық қасиеттерінің өзгеріске ұшырағаны анықталды.

Annotation.

This article discusses the ecological state of the soils of the Kurmangazinsky district, Atyrau region. Intensive development of the oil complex leads to the destruction of the natural ecological balance of the earth. The study of soil cover at different fields of the Atyrau region showed that exposure to oil and oil products leads to changes in the physicochemical and chemical properties of the soil.

«Управление активами коммерческого банка»

Аннотация

В статье рассмотрено управление активами коммерческого банка, которые играют огромную роль в финансовой устойчивости, ликвидности и надёжности банка.

Андатпа

Мақалада банктің қаржылық тұрақтылығы, өтімділігі мен сенімділігінде үлкен рөл атқаратын коммерциялық банктің активтерін басқару қарастырылған.

Annotation

The article discusses the management of the assets of a commercial bank, which play a huge role in the financial stability, liquidity and reliability of a bank.

Огромная роль отведена коммерческим банкам в качестве механизма функционирования кредитной системой в рыночной экономике. Коммерческие банки являются универсальным центром, их деятельность направлена на привлечение и размещение денежных средств, предоставление различного объема финансовых услуг.

Управление активами коммерческого банка представляет собой порядок размещения собственных и привлечённых средств. При размещении средств в инвестиции и ценные бумаги ссудным операциям уделяется особое внимание. Изучая структуру активов, определяется вывод, что она неоднородна, по причине рядом свойств. Наиболее нужными из них являются рискованность, ликвидность, доходность. Данные свойства находятся в тесной зависимости.

Наиболее низкий процент доходности и риска относится к высоколиквидным активам. К наиболее высоколиквидным относят денежные единицы, также ценные бумаги и драгоценные металлы [1].

Каждый банк испытывает небольшие трудности при создании и управлении структуры активов, которая зависит от особенностей установленного банковского законодательства и от влияния внешней среды.

Ценные бумаги – это облигации, векселя и другие ценные бумаги, которые приобретаются для продажи или погашения в краткосрочном периоде, готовы к продаже и могут удерживаться банком до погашения.

Средства в других банках и кредиты, выданные другим банкам, включают средства, находящиеся на корреспондентских счетах в банках-резидентах и нерезидентах, а также предоставляемые им кредиты, займы и размещенные в других коммерческих банках депозиты [2].

Процесс управления фондом коммерческого банка выражается сложностью нескольких факторов:

- банки должны осуществлять размещение средств согласно законам и органам контроля;
- отношения между коммерческим банком и заёмщиками основываются на принципах помощи и доверия;
- акционеры коммерческого банка надеются получить доход, который соответствует инвестиционному риску.

Следующий принцип правильного управления активами банка – достаточность средств, предназначенных для удовлетворения потребностей в ссуде банковских процентов. При невозможности банка удовлетворить потребности заёмщика, банк в этом случае может потерять выгоду в некоторых операциях или потере деятельности банка [3].

Одну из определяющих операций коммерческого банка составляют активные операции. Актив баланса подразумевает содержание, размещение и целевое назначение средств банка. Благодаря активу баланса можно увидеть, в какие сферы вложены финансовые средства. В состав активов банка также входят и прочие активы. К прочим активам относятся средства, перечисленные в расчёты, дебиторская задолженность, расчёты с филиалами, различные расходы, предназначенные для будущих периодов.

Согласно мнениям Э.Рид, Э.Гил, Р.Смит, активы коммерческого банка подразделяются на 4 основные категории: (см. Рисунок 1)



Рисунок 1 – Активы коммерческого банка

Наличные средства состоят из наличных денежных средств банка в национальной и иностранной валюте, необходимы для выполнения обязательств перед клиентами банка по выплате вкладов и средств со счета в наличной форме, а также для совершения валютно-обменных операций.

Драгоценные металлы включают запасы драгоценных металлов, собственником которых является банк, а также корреспондентские счета и вклады (депозиты) банка в драгоценных металлах в других банках.

Изучив крупную группировку состава активов можно выделить, что в основном, кредитные активы занимают ведущее место в активных операциях банка. Далее занимают инвестиции в ценные бумаги, последнее место принадлежит кассовым активам.

Кассовые активы. Для того, чтобы ежедневно выполнять функции по работе с клиентами, банку нужно всегда иметь средства, находящиеся в денежной форме. Основной частью средств, которыми располагает банка – это средства, находящиеся на счетах до востребования. Владельцы данных средств могут в любой момент требовать эти средства от банка, и банк должен быть готовым возратить данные средства. Такие моменты обычно происходят в кризисные ситуации. Но банку не выгодно держать на счетах средства всех клиентов, так как не будет поступления дохода, в целях покрытия банковских издержек. Именно поэтому каждому банку следует правильно распределять определенную сумму средств, которую он готов выдать клиентам по требованию. К кассовым активам относят: драгоценные металлы, драгоценные камни, корреспондентские счета в коммерческих банках [4].

Главной чертой оборотных активов является то, что они могут быстро оборачиваться и приносить доход. К данной группе активов относят краткосрочные и среднесрочные кредиты, вложения в ценные бумаги.

Одними из представителей оборотных активов являются межбанковские кредиты, депозиты, размещённые в коммерческих банках или в Национальном банке. В состав работающих активов входят: депозиты в Национальном Банке РК, кредиты, предоставленные небанковским заёмщикам, различные операции, связанные с факторингом, лизингом, также межбанковские кредиты.

Половину активов банк должен размещать в долгосрочные вложения.

Основной целью такой работы – распределение риска, получение повышенного дохода в будущем. Состояние инвестиционной группы активов зависит от инвестиционной ситуации в стране, также от сферы деятельности банка. В обычных коммерческих банках доля инвестиционных активов не должна быть больше 10%, в специализированных доля таких активов колеблется на уровне 50 - 60%. В состав инвестиционных активов входят долговые обязательства, векселя, акции, приобретённые с целью дальнейшего инвестирования.

Активы банка играют огромную роль в его финансовой устойчивости, ликвидности и надёжности. При изменении рыночной конъюнктуры, возникновении банковской конкуренции, от банков требуется поиск новых сфер вложения ресурсов, что приводит к усложнению структуре активов банка.

По субъектам активы подразделяются:

- активы, находящиеся во владении у самого банка;
- активы, предоставленные во временное пользование государству, негосударственным юридическим лицам, физическим лицам и нерезидентам.

Благодаря данной структуре, можно определить, в какие сферы экономики происходит направление ресурсов банка, и в каком количестве диверсифицированы вложения. Положительным действием считается – чем ниже степень концентрации ресурсов, тем надёжнее.

По срокам размещения различают активы: бессрочные, активы до востребования и свыше 3 лет.

Все активы по уровню доходности делятся на: приносящие доход и не приносящие. По приносящим доход активам, доходность выражается в соответствии с установленными уровнями риска и тарифами.

Качество активов определяется следующими факторами:

1. соответствие структур активов и пассивов по срокам;
2. ликвидность активов;
3. доходность активов;
4. наличие рискованных операций [5].

Очень высокое качество активов характеризуется полной возвратностью денежных средств в установленные сроки.

Также по качеству, активы делятся на: полноценные и неполноценные.

Актив является неполноценным, если у банка нет возможности превратить актив полностью в денежные средства по истечению срока его погашения.

Следует отличать неполноценных активов от рискованных. К рискованным активам относятся те активы, которые имеют возможность риска потери стоимости в будущем, а к неполноценным – те активы, у которых потеря стоимости уже наступила.

Основная наибольшая часть средств, которыми располагает банк, это средства на счетах до востребования. Владельцы данных средств могут в любое время требовать их у банка, и банк должен быть готов выдать их.

Для построения рейтинга качества активов обычно используют следующие методы – номерной, балльный, индексный. Для того, чтобы дать оценку качества по кредитным операциям применяют номерной и балльный методы, а для оценки инвестиционного и кредитного портфеля банка применяют индексный метод. При балльном методе происходит определение каждому показателю определённого балла. В конце составляется итоговая оценка балльная оценка. Несмотря на состав и структуру своих активов, каждый банк должен стремиться к созданию более рациональной структуры активов, которая зависит от качества активов. С помощью оценки качества активов банку даётся возможность определить его основные приоритеты деятельности, а также место на рынке банковских услуг, определить наиболее опасные или рискованные вложения, выделить перспективные вложения, разработать общую стратегию по управлению банком в целом.

Также к управлению активами можно отнести следующие теории:

- теория коммерческих ссуд.

Данная теория основывается на принципе: банк может быть ликвидным, если его активы проданы или переведены на наличные средства.

- теория ожидаемого дохода.

Согласно теории ожидаемого дохода банковскую ликвидность можно запланировать, путем вложения в график платежей будущие доходы клиента

Изменив структуру сроков погашения кредита и инвестиций, можно воздействовать на ликвидность банка.

Коммерческие банки должны размещать привлечённые средства в различные виды активных операций, при этом сохраняя устойчивость прибыльности и рентабельности.

Система управления активами банка предполагает следующие этапы:

- активные операции должны быть диверсифицированы по уровням ликвидности;
- выявление рисков и их устранение, создание запасных резервов на случайные потери;

- сбалансированность доходности активов.

Согласно мнениям ученых, управление активами коммерческого банка эффективно осуществляется при одновременном управлении пассивами банка.

При управлении пассивами банка разрабатываются основные задачи:

- составление плана для оценки эффективности использования средств, а также цели направления;

- определение % на ссуды и депозиты;

- определение % ставок на активные и пассивные операции;

- определение уровня риска ликвидности.

Решение проблем связанных с увеличением прибыли или установления определенной величины маржи на установленном уровне риска ликвидности

– это одно из основных целей при управлении активами и пассивами банка.

При осуществлении управления активами и пассивами коммерческого банка, происходит общее управление структурой баланса, также изменяется структура от условий внешней среды, увеличение прибыли банка до максимального уровня.

Первая составляющая системы управления активами и пассивами банка является организационная. В ней существуют подразделения, которые непосредственно принимают участие в управлении. В данном случае может выступать комитет по управлению активами и пассивами, а также подчиненные к нему. Данный комитет анализирует и устанавливает решения на основе данных подчиненных. В состав комитета входят основатели стратегии и политики данного банка. В зависимости от времени принятых решений можно выделить ежедневно, ежеквартально и ежемесячно. Данный комитет подчинен соответственно высшему исполнительному органу. Также к комитету прилегают кредитный комитет.

Действие комитета по управлению активами и пассивами банка основывается на базе полученной информации из внешних и внутренних источников – это и характеризует временную составляющую системы управления активами и пассивами. При внешней информации определяется основной процесс развития банка, а внутренняя информация используется для соблюдения установленных норм и внесения поправок. Информация поступающая в подразделения должна быть правильной [2].

Полученная информация должна быть проанализирована в соответствующих отделах, затем перенесена в отдел по управлению активами и пассивами, который представляет ее на заседании комитета.

В настоящее время развитие банковской системы предусматривает выполнения поставленных задач таких, как рациональное управление портфелей активов, эффективное размещение привлеченных средств.

Литература

- 1 Владимирова М.П. Деньги, кредит, банки: учебное пособие. –2-е изд., стер, - М.: КНОРУС. – 2006. – 288с.
- 2 Сейткасимов Г.С. Банковское дело. А.: Каржы -Каражат. - 2008. – 416 с.
- 3 Лаврушин О.И. Деньги. Кредит. Банки. М.: Финансы и статистика. 2009.- 367 с.
- 4 Мягкова Т.Л. Активные операции коммерческих банков. // Деньги, кредит, банки. - К.: Эльга, Ника-Центр, 2007. - 521 с.
- 5 Рид Э., Гилл Э., Смит Р.. Коммерческие банки. - 1991. – 99с.
- 6 Белоглазова Г.Н. Сущность активных операций. // Деньги, кредит, банки – 2010. - №1. – С.313-318.
- 7 Экономическое содержание и классификация активных операций коммерческого банка. Учебные материалы онлайн. [Электронный ресурс] <https://studwood.ru>

Амирова Е. Н.,
Студентка 1 курса, специальность – Логистика,
Университет «Туран»
Научный руководитель:
к.э.н., доц. Кренгауз И. Н.

НОВЫЙ ШЕЛКОВЫЙ ПУТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ КАЗАХСТАНА

Для нашей страны проект «Экономический пояс Шелковый путь» («ЭПШП»), концепт которого был предложен только в 2013 году, может дать возможность для развития экономики и транспортной инфраструктуры, а также для укрепления позиций на мировой арене, так как Казахстан в этом проекте играет одну из ключевых ролей, соединяя Запад и Восток. В настоящее время проект «ЭПШП» находится в начальной стадии реализации, поэтому изучение и анализ перспектив, а также рисков Казахстана, которые могут возникнуть в процессе участия в проекте является одной из наиболее актуальных тем.

Исследованием выбранной мною темы занимались К. Л. Сыроежкин [1, с.112-113; 2, с.50], С. Г. Лузянин [3 с.8; 4, с. 41-43; 5, с.47, с.50], Л. Е. Васильев [6, с.115], Ю. Н. Гладкий [7, с.24-26], А. В. Лукин [8, с.92-94], Е.Ф. Авдокушин [9, с.5], Б.В. Базаров [10, с.32], М.М. Ковалев [11, с. 7]. В трудах данных авторов описываются основные моменты начала реализации проекта «Экономический пояс Шелковый путь», позиция Китая в отношении Центральной Азии и Казахстана, концепция проекта.

Такие авторы, как К. Л. Сыроежкин [1, с.112-113; 2, с.50], Л. Е. Васильев [6, с.115], С. Г. Лузянин [3 с.8; 4, с. 41-43; 5, с.47, с.50] А. Ф. Чернова [12, с. 451], Л. А. Безруков [13, с. 322], А. В. Кочетков [14, с.10], П. А. Минакир [15, с.10], Ю.А. Харламова [16, с.4], Дж. Д. Сайдэвей [17, с. 3-4], В. А. Кэллахан [18, с. 17], Е.Ф. Авдокушин [9, с.5], М.М. Ковалев [11, с. 7] предполагают, что реализация данного проекта открывают новые возможности для стран Центральной Азии, в особенности Казахстана, в экономических и интеграционных аспектах. Они отмечают, что железнодорожные и морские пути, а также трубопроводная инфраструктура, созданные в процессе осуществления проекта, облегчат доступ к системе международной торговли государствам Центральной Азии и Монголии.

А. В. Лукин [8, с.92-94], А. В. Ломанов [19, с.54-56], Д. Л. Шамбо [20, с.99-100], Ю. Н. Гладкий [7, с.24-26] признают плюсы проекта «Экономический пояс Шелковый путь», но также поднимают проблему явного лидерства Китая. Подчеркивают, что есть вероятность использования Китаем своего положения для достижения личных целей без учета интересов стран-партнеров.

Ознакомившись с мнениями авторов, я пришла к выводу, что Казахстан в реализации данного проекта имеет как большие перспективы, так и большие риски. Я разделяю позицию сторонников участия стран Центральной Азии в проекте. И считаю, что подобные программы могут положительно повлиять на развитие экономики и инфраструктуры Казахстана, а также на положение страны на мировой арене.

«Экономический пояс Шелковый путь» («ЭПШП») - это часть инициативы Китая под названием «Один пояс один путь», второй составляющей которого является «Морской Шелковый путь XXI века». Это международная транспортная система, предназначенная для перевозки товаров и пассажиров из Китая в Европу сухопутным путем в два раза быстрее, чем на данный момент. Главная цель проекта – перевозка грузов за 10-13 дней по суше в альтернативу нынешним 40-60 дням через Суэцкий канал. Суть программы заключается в восстановлении древних торговых маршрутов в Центральной Азии, Северной Африке и Европе с учетом современных потребностей и тенденций, а также в продвижении новой модели мирового сотрудничества и в укреплении существующих на данный момент торговых отношений между Китаем и Центрально-азиатским регионом [9, с.5; 18, с.17]. Программа действия проекта Нового Шелкового пути состоит из пяти пунктов: 1) усиление координации государств региона в политической области; 2) интенсификация строительства единой дорожной сети; 3) развитие торговли путем ликвидации торговых барьеров, снижения издержек торговли и инвестиций, повышения скорости и качества экономических операций в регионе; 4) увеличение валютных потоков за счет перехода на расчеты в национальных валютах; 5) усиление роли народной дипломатии, расширение прямых связей между народами стран региона [12, с.451][21].

В рамках программы «Экономический пояс Шелковый путь» планируется создание «Евразийского моста», т.е. Евразийской Транспортной Магистральной (ЕТМ) и развитие таких глобальных логистических и экономических коридоров, как Китай-Монголия-Россия, Китай-Центральная Азия-Ближний Восток, а также Китай-Индокитайский полуостров при использовании международных транспортных маршрутов. Программа опирается на ведущие города на Новом Шелковом пути и на ключевые экономические промзоны, которые играют роль платформ для сотрудничества стран [17, с. 4].

В плане проекта Китая выделены три сухопутных маршрута Евразийской Транспортной Магистральной: Северный, Центральный и Южный. По словам китайского руководства, при строительстве данной магистральной учитываются все основные интересы стран, по территории которых прокладывается путь. По казахстанской земле, согласно проекту, будет проходить два маршрута: две ветки Северного маршрута (Урумчи-Джунгарские ворота – Алматы – Шымкент – Актюбинск – Уральск - российские транспортные коммуникации – Европа и Урумчи - Хоргос – Достык – Жезказган – Саксаульская станция – Бейнеу – Актау - Баку – Тбилиси – Карс), а также Центральный маршрут (Ляньюньган – Алашанькоу – Достык – Актогай – Алма-Ата – Теджен – Мешхед – Серакс – Тегеран – Тебриз – Анкара – Стамбул – Париж – Роттердам) [4, с. 41]. На данный момент уже завершено строительство части автомагистральной от морского порта Ляньюньган на восточном побережье Китая до сухого порта Хоргос на границе с Казахстаном. Далее планируется продолжение строительства через территорию Казахстана и России и до Европы [10, с. 32].

Частью китайского мегапроекта также стало создание Азиатского банка инфраструктурных инвестиций (АБИИ), в который входит уже более 60 стран. Согласно исследованиям, подобный финансовый институт позволит придать новый импульс региональному инфраструктурному строительству, сократить отток капиталов из Азии, активизировать экономический рост не только в странах региона, но и во всем мире [3, с. 8]. Данные мероприятия способствуют увеличению прямых китайских инвестиций в страны мира, включая Казахстан [11, с.7].

Для Пекина Казахстан важен как ворота в Центральную Азию, где должны пройти основные транспортные и энергетические коридоры, связывающие КНР с этим регионом. Создавая дорожную сеть, тоннели и терминалы, Китай формирует каналы для поставки собственной продукции в Центральную Азию и расширяет свои рынки сбыта [16, с.4]. Поэтому Китай уже к 2017 г. инвестировал в Казахстан 186 млрд долл. США, а к 2022 г. предполагаются инвестиции до 700 млрд долл. США (смотрите рис.1) /

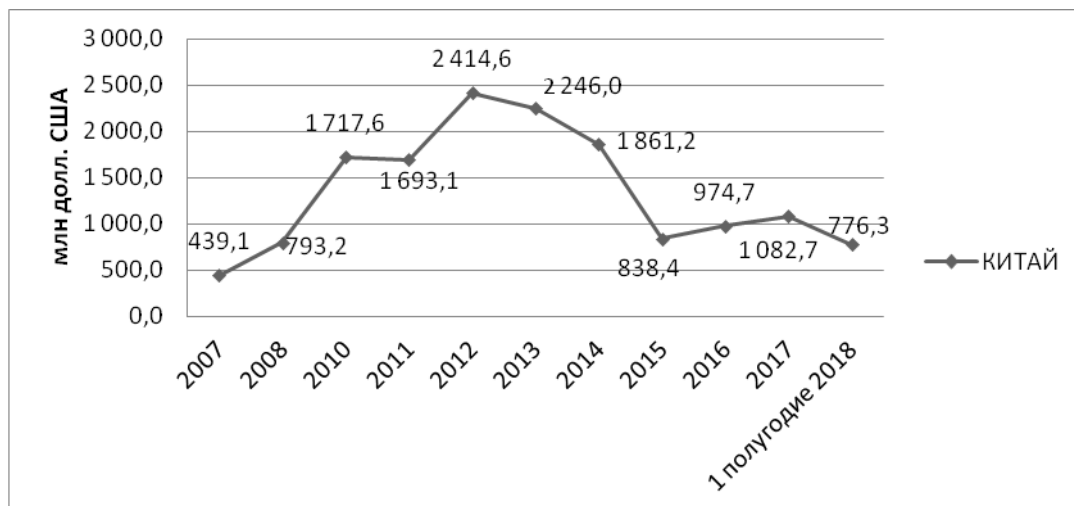


Рис. 1 Валовый приток прямых китайских инвестиций в Казахстан
Примечание: составлено авторами на основе данных [22]

Согласно исследованиям, Казахстан в проекте «ЭПШП» занимает немаловажное место, так как среди всех стран Центральной Азии Казахстан имеет наиболее выгодное месторасположение. Соседствуя как с Китаем, так и Россией, а также имея выход в Каспийское море, Казахстан имеет возможность, благодаря данной программе, стать своеобразным хабом между Дальним Востоком и Восточной Европой.

Более того, Казахстан продвинулся дальше других государств Центральной Азии в сопряжении собственных внутренних государственных программ и программы «Экономического пояса Шелкового пути». Например, цели и задачи «Нурлы Жол» и «ЭПШП» практически совпадают, особенно в тех аспектах, что касаются транзита через территорию Казахстана [1, с.112]. «Нурлы жол» главной своей целью ставит формирование единого экономического рынка путем интеграции макрорегионов страны на основе выстраивания эффективной инфраструктуры на хабовом принципе для обеспечения долгосрочного экономического роста Казахстана [23]. То есть главными задачами проекта являются улучшение транспортно-логистической инфраструктуры страны и развитие индустриальной инфраструктуры. Такой курс совпадает с инициативой Китая, что является огромным преимуществом Казахстана и предполагает, что проект «ЭПШП» сильно поспособствует внутреннему развитию страны и укреплению ее на международной арене.

Но, несмотря на то, что реализация проекта «Экономический пояс Шелковый путь» на территории Казахстана выглядит довольно многообещающе, наша страна подвержена некоторым внутренним и внешним рискам.

Внешние риски, по мнению, многих исследователей, исходят в основном со стороны Китая. Основной задачей Китая является обеспечение благоприятных внешних условий для дальнейшего развития страны и превращения его в мощную мировую державу [19, с.56]. Таким образом, в Казахстане возникает риск вытеснения национального бизнеса из ключевых сфер экономики и подчинения его интересам Китая. В какой-то степени это связано и с процессом обновления правящей элиты Китая, приходом к власти политиков — более амбициозных, прагматичных и жестких в

отстаивании национальных интересов своей страны [6, с.115; 20, с.99]. Такая ситуация уже произошла в Чехии, которая стала в последние годы своего рода «экспериментальной площадкой» для реализации китайского проекта в Европе. Чехия так же, как и Казахстан, играет важную роль в проекте «Экономический пояс Шелковый путь», но в европейской ее части. Здесь при реализации программы масштабной угрозой стало плавное «перетекание» основных фондов в собственность Китая, что вызывает у национальных элит обоснованное беспокойство. Поэтому нельзя с точностью сказать, что Казахстан избежит этого и, что у страны нет оснований для обдумывания участия в реализации проекта «Экономический пояс Шелковый путь» [7, с.25].

Определенные внешние риски также связывают и с состоянием природной среды. В декларации, принятой на семинаре Инициативы «Зеленый Шелковый путь», отмечается: «Мы, представители гражданского общества стран Евразии, считаем необходимым объединить наши усилия, чтобы строительство «экологической цивилизации» стало центральной задачей для интеграционных процессов в Евразии в целом. Мы убеждены, что устойчивое развитие возможно только в том случае, когда в его основе лежат экологически выверенные процедуры стратегического планирования с широким общественным участием» [24]. То есть, реализация проекта, заключающаяся в строительстве и развитии транспортной инфраструктуры, а также все торговые процессы, проводимые в рамках программы, несут в себе огромную угрозу экологическому состоянию Евразии, включая Казахстан. В таком масштабном проекте как «Экономический пояс Шелковый путь» вопрос нанесения вреда экологии практически не поднимается. Хотя на данный момент экологические проблемы являются одними из наиболее приоритетных во всем мире. По мнению директора Эколого-энергетического рейтингового агентства «Интерфакс-ЭРА» А.А. Мартынова: Шелковый путь – это не дорога, это некая идеология. И вот вопросы экологии в этой идеологии и есть предмет беспокойства» [7, с. 26].

К внутренним рискам, зависящим только от самого Казахстана, можно отнести недоверие со стороны населения. Страны Центральной Азии довольно осторожно относятся к проектам мирового масштаба, в рамках которых могут быть затронуты внутренняя политика и государственный строй стран [8, с.92]. Поэтому настороженно на программы такого рода реагирует и население государств Центрально-азиатского региона, в том числе и Казахстана. Даже слух о возможной передаче в аренду Китаю сельскохозяйственных земель уже вызывал волну протестов в Казахстане и потребовал специального предупреждения Генпрокуратуры и заявления президента [2, с.50]. Поэтому определенным риском является непредсказуемая реакция населения страны на отведение территории Казахстана под проведение инициативы Китая по развитию транспортной инфраструктуры. Однако, по мнению исследователей, на данный момент отношение Казахстана к проекту «Экономический пояс Шелковый путь» в общих чертах остается положительным.

Кроме того, в Казахстане недостаточно предприятий, экспортоориентированных не только на ближний рынок, т.е. в Россию, Китай и страны Центральной Азии, но и на весь мир. Подтверждением этому служит стратегия Казахстанского института развития индустрии (КИРИ) «Производительность-2020», направлением которой является государственная поддержка по повышению конкурентоспособности промышленных предприятий в приоритетных секторах экономики [25], а также Государственная программа индустриально-инновационного развития [26]. Только в процессе реализации данных стратегий планируется повышение производительности таких секторов как машиностроение, легкая промышленность, химическая промышленность и фармацевтика, строительная индустрия, туризм, а также расширение рынков для реализации несырьевых товаров. Сегодня только сильнее проявляются тенденции падения темпов роста производительности труда, продолжается снижение конкурентоспособности производства. То есть на данный момент национальные компании могут быть не готовы к

проекту такого мирового масштаба, который предполагает большой объем производства и глобальную экспортоориентированность.

Важную роль в решении проблем конкурентоспособности хозяйственного сектора страны играет транспортная инфраструктура. Так как широкая география производственных предприятий требует хорошо налаженной транспортной сети, которая на данный момент является недостаточно плотной.

Согласно Индексу глобальной конкурентоспособности Казахстан занимает общее 57 место из 137 исследованных стран. По состоянию транспортной инфраструктуры – 77 место, по состоянию автомобильных дорог – 115-е, железных дорог – 32-е, по портовой инфраструктуре – 105-е, по авиационное – 90-е место. То есть транспортная инфраструктура страны еще не является конкурентоспособной на мировом масштабе [27].

По состоянию на 01 января 2017 года транспортная сеть общего пользования Казахстана состояла из 16,1 тыс. км железных дорог, 96,5 тыс. км автомобильных дорог, 4,2 тыс. км внутренних водных судоходных путей, 23,3 тыс. км магистральных трубопроводов. Таким образом, общая протяженность путей сообщения общего пользования без учета длины магистральных трубопроводов составила 116,9 тыс. км, с учетом длины магистральных трубопроводов – 140,1 тыс. км (смотрите рис.2).

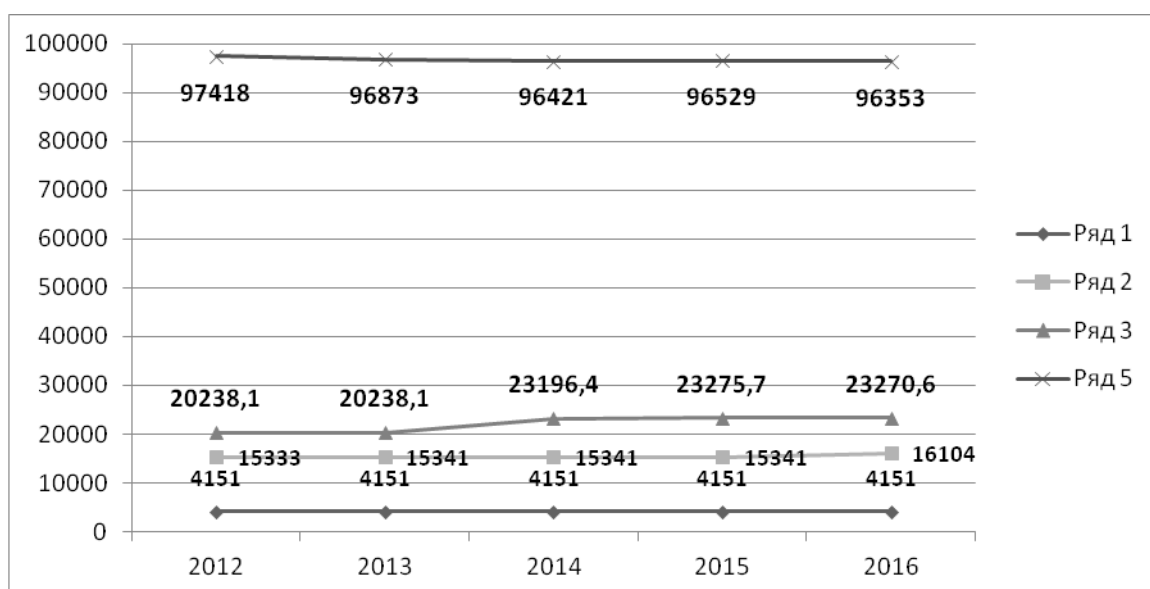


Рис. 2 Протяженность транспортных путей РК к 2017 г.
Примечание: составлено авторами на основе данных [28]

Автомобильная сеть имеет наибольшую протяженность в транспортной системе Казахстана. И сегодня именно ей отдается приоритет при выборе способа транспортировки груза внутри страны. Нынешняя протяженность в 96,5 тыс. км, как показывает Индекс обеспеченности автодорогами, недостаточна, даже с учетом того, что в 2016 году план был увеличен более чем втрое. Программа «Нурлы жол», направленная на развитие и улучшение транспортной инфраструктуры, ставит своей целью и расширение дорожной сети [23]. Но, согласно исследованиям, при реализации данной программы протяженность дорожной сети Казахстана все равно будет недостаточной. Существенного увеличения протяженности автодорог в последние годы не наблюдалось, тогда как количество транспортных средств ежегодно росло в среднем на 4,2%. При этом инвестиции в течение последних лет направлялись на реконструкцию существующих, а не строительство новых дорог.

Если по обеспеченности автомобильной сетью Казахстан значительно отстает от развитых стран, то по железнодорожной инфраструктуре страна находится в числе лидеров [27].

За период с 2012 по 2016 год наблюдается значительное увеличение протяженности железнодорожных путей в стране. В связи с географическим расположением и обширностью территории РК, железнодорожной отрасли в экономике отводится значительная роль в развитии инфраструктурного потенциала страны, поэтому вполне логичным видится 5%-ый прирост эксплуатационной длины железнодорожных путей [28].

Из 16104,0 км эксплуатируемых железнодорожных линий 574 км принадлежит другим государствам. Кроме того, на территориях других государств расположено 275,1 км казахстанских железных дорог. Из дорог, принадлежащих Казахстану, 4 217 км - электрифицированных, 4 900,3 км - двухколейных и многоколейных. При этом густота железнодорожных путей Казахстана на территории других стран на конец 2016 года составила 5,7 км на 1000 кв. км территории (+3,6% к 2015) [28].

Так как программа «ЭПШП» направлена на развитие логистики, транспортировку грузов через цепочку поставок, управление перевозками через успешное управление железной дорогой, и так как железнодорожная сеть является приоритетом в этом проекте, то значительное внимание уделяется развитию «Қазақстан Темір Жолы». Теперь для «КТЖ» основными ориентирами являются: фокус на глобальный рынок; культура и организация, ориентированная на клиента и управление, сфокусированное на росте и ценности, в отличие от нынешнего управления, основанного на избегании рисков.

Повышение качества железных дорог, обеспечение безопасности перевозок, беспрепятственность транзита и рост транзитных потоков являются основными приоритетами для данной инфраструктуры. Более того, реализация проекта «ЭПШП», планирующая развитие железнодорожного транспорта Казахстана предполагает собой включение до сих пор отстававших районов страны в мировое сотрудничество и облегчит им доступ к системе международной торговли [13, с.322; 5, с.47].

Однако, во всей транспортной системе Казахстана самое значительное увеличение протяженности путей наблюдается в магистральной трубопроводной инфраструктуре. Если на конец 2012 года протяженность трубопроводов составляла 20,2 тыс. км, то на конец 2016 года протяженность магистральных трубопроводов увеличилась на 15,0%, составив 23, 3 тыс. км. Среди них наибольший рост приходится на магистральные газопроводы, протяженность которых увеличилась к концу 2016 года по сравнению с 2012 годом на 23,8% и составила 15,3 тыс. км. Прирост магистральных нефтепроводов за аналогичный период составил 1,2% и на конец 2016 года протяженность нефтепроводов составила 8,0 тыс. км. Наибольший прирост протяженности газо- и нефтепроводной магистральной системы наблюдается в 2014 году [28].

Учитывая тот факт, что инициатива Китая настойчиво требует развития трубопроводной инфраструктуры, Казахстан находится на правильном пути. И если тенденция увеличения протяженности трубопроводных путей сохранится, то страна имеет неплохие перспективы при реализации данной части проекта «ЭПШП» [15, с.10].

Кроме того, также наблюдается позитивное развитие мультимодальных перевозок и аэродромных комплексов. Среди хороших примеров – Актауский морской северный терминал. Прикаспийский регион играет важную роль в программе «ЭПШП», так как многие пути международной торговли, поддерживаемые ООН и ЕАТС проходят через Каспийское море. Именно поэтому внимание к Актау, как к интернациональному торговому порту, с каждым годом лишь усиливается. Тенденция роста транзитной привлекательности порта была отмечена еще в ранее, в Постановлении Правительства Республики Казахстан от 27 апреля 2001 г. N 566 «О Концепции развития международных транспортных коридоров Республики Казахстан» [14, с.10].

Также в процессе развития находятся: международный центр приграничного сотрудничества «Хоргос», мультимодальные центры «КТЖ-Экспресс», авиахаб на базе аэропорта Алматы, строительство нового терминала в Астане.

Таким образом, Казахстан играет одну из ключевых ролей при реализации проекта «ЭПШП». Однако, на фоне общей перспективности инициативы Китая для Казахстана,

недоверие со стороны населения и неготовность национальных предприятий к масштабным проектам, а также экологические факторы и риск вытеснения национального бизнеса ставят под вопрос необходимость и последствия участия страны в данной программе. Анализ нынешнего состояния транспортной инфраструктуры показал, что риски, связанные с конкурентоспособностью производства, могут быть снижены за счет улучшения и развития автомобильного, железнодорожного и трубопроводного транспорта. Ради сохранения перспективности проекта «Экономический пояс Шелковый путь» целесообразно ускорить темпы развития транспортной инфраструктуры страны, что доказывает выдвигаемую гипотезу.

Список использованной литературы:

1. Сыроежкин К. Л. Проект «Экономический пояс Шёлкового пути» в сложном пространстве Центральной Азии//Контурь глобальных трансформаций: политика, экономика, право. – 2016 г. - №9. – С. 104-122
2. Сыроежкин К. Л. Сопряжение ЕАЭС и ЭПШП//Стратегия и политика. – 2016 г. – № 2(31). – С. 37-55
3. Лузянин С. Г. Один пояс, один путь – политические и экономические измерения/С. Г. Лузянин, А. В. Афонасьева//Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2017 г. - №40. – С. 5 -14
4. Лузянин С. Г. Экономический пояс Шёлкового пути: модель 2015 года/С. Г. Лузянин, С. Л. Сазонов//Обозреватель. – 2015 г. - №5. – С. 35-46
5. Лузянин С. Г. Связанные одним поясом//Контурь глобальных трансформаций: политика, экономика, право. – 2016 г. - №6. – С. 41-59
6. Васильев Л. Е. Некоторые аспекты политики Китая в Центральной Азии// Китай в мировой и региональной политике. История и современность. – 2015 г. - №20. – С. 104-118
7. Гладкий Ю. Н. Новый «Шелковый путь» и место России в глобализации «по-китайски»/Ю. Н. Гладкий, В. Н. Бочарников// Общество. Среда. Развитие (Тerra Humana). – 2017 г. - №2. – с. 22 – 28
8. Лукин А. В. Идея «экономического пояса Шелкового пути» и евразийская интеграция//Международная жизнь. – 2014 г. - №7. – С. 84-98. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://igpi.ru/bibl/other_articl/1406820606.html
9. Авдокушин Е. Ф. Тигр прыгнул, дракон взлетел - проект "Один пояс - один путь". Теория и практика//Вопросы новой экономики. – 2015 г. - №4. – С. 4-17
10. Базаров Б. В. Новый шелковый путь: открытая политика открытого общества Китая/Б.В. Базаров, В. Б. Базаров, Е. В. Нолев//Власть. – 2015 г. - №11. – С. 29 – 34
11. Ковалев М. М. Инвестиционная стратегия Китая «Один пояс – один путь»/М.М. Ковалев, Г. Линь//Банковский вестник. – 2015 г. - №9. – С. 3-9
12. Чернова А. Ф. Основные этапы реализации проекта "Экономический пояс Шёлкового пути"/Общество и государство в Китае. – 2017 г. - №22-1. – С. 450-456
13. Безруков Л. А. Транссиб и Шелковый путь: глобальная инфраструктура и региональное развитие// Восток России: проблемы освоения – преодоления пространства/под ред. В.А. Крюкова и В.В. Кулешова. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2017. – С. 310 – 324
14. Кочетков А. В. Каспийские транспортные альтернативы: некоторые аспекты формирования транспортного пространства/А. В. Кочетков, О. Н. Тынянова, М. М. Бекмагамбетов// Электронное научное издание Альманах Пространство и Время. – 2014 г. - №5-2. – С. 2-27. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/kaspiyskie-transportnye-alternativy-nekotorye-aspekty-formirovaniya-transportnogo-prostranstva>
15. Минакир П. А. В поисках пространственной гармонизации//Пространственная экономика. – 2017 г. - №2. – С. 7-15
16. Харламова Ю.А. Новый «Шелковый путь» как транспортный мегапроект Китая//Вестник Транспорта. – 2015 г. - №8. – С. 2-4

17. Sidaway J.D. Chinese Narratives on “One Belt, One Road” (一帶一路) in Geopolitical and Imperial Contexts/J.D. Sidaway, C.Y.Woon//Professional Geographer. – 2017. – No 69. – p. 2-16
18. Callahan W. A. China’s “Asia Dream”: The Belt Road Initiative and the new regional order//Asian Journal of Comparative Politics. – 2016. – No 1-18. – p. 5 – 23
19. Ломанов А. В. Стратегия культурного влияния Китая в проекте «Один пояс, Один путь»// Китай в мировой и региональной политике. История и современность. – 2017 г. - №22. – С. 52-63
20. Shambaugh D.L. China’s Soft-Power Push//Foreign Affairs. – 2015. – No 94. – p. 99-107
21. Посольство Китайской Народной Республики в Республике Казахстан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kz.chineseembassy.org/rus/zhgx/t1077192.htm>.
22. Конференция Организации Объединенных Наций по торговле и развитию (ЮНКТАД), доклад о мировых инвестициях за 2017 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2017_overview_ru.pdf
23. Государственная программа инфраструктурного развития «Нұрлы жол» на 2015 - 2019 годы: Указ Президента Республики Казахстан от 6 апреля 2015 года № 1030//Стратегии и программы Республики Казахстан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.akorda.kz/ru/official_documents/strategies_and_programs
24. Инициатива «Зеленый Шелковый путь»: Декларация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://greensilkroad.net/pdf/GreenSilkRoad_ru.pdf
25. Казахстанский Институт развития индустрии (КИРИ): Стратегия «Производительность 2020» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kidi.gov.kz/proizvoditelnost2020>
26. Государственная программа индустриально-инновационного развития: Указ Президента Республики Казахстана от 1 августа 2014 года № 874//Стратегии и программы Республики Казахстан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.akorda.kz/ru/official_documents/strategies_and_programs
27. World Economic Forum: Отчет о глобальной конкурентоспособности 2017-2018 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2017-2018>
28. МНЭ РК Комитет по статистике: Официальная статистическая информация (транспорт) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/homeNumbersTransport?_afzLoop=43326819870006#%40%3F_afzLoop%3D43326819870006%26_adf.ctrl-state%3D11ts46so9d_43

Аннотация

В статье рассмотрено основное видение проекта Китая «Экономический пояс Шелковый путь», роль Казахстана в данной программе. Выявлены внешние и внутренние риски страны при реализации этого проекта, проведен анализ состояния транспортной инфраструктуры Казахстана.

Андатпа

Мақалада “Жібек Жолы экономикалық белдеуі” Қытай жобасының негізгі қағидалары мен Қазақстанның осы бағдарламада ойнайтын рөлі анықталған. Жобаның орындау үдерісіндегі Қазақстанның сыртқы және ішкі тәуекелдері айқындалған және де елдегі көлік инфрақұрылымының бүгінгі жағдайы талдалған.

Annotation

This article reviews the main vision of the “Silk Road Economic Belt” initiative and Kazakhstan’s role in this program. It reveals external and internal risks of the country if the project is implemented, and analyzes current conditions of Kazakhstan’s transport infrastructure.

РЕАЛИЗАЦИЯ СБЫТОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Наличие хорошо разработанной стратегии в системе сбыта является залогом нормального функционирования предприятия. Изучение данной проблемы необходимо для понимания основных аспектов деятельности предприятия, связанные с его адаптацией к рыночным условиям.

Эффективность сбытовой деятельности является определяющим фактором выживания торговых предприятий и их целенаправленного развития на современном этапе рыночной экономики из-за обострения конкуренции за рынки сбыта, роста расходов, а также повышение требований потребителей относительно качества обслуживания.

Объектом исследования является ЧАО «Звенигородский сыродельный комбинат» которое специализируется на производстве сыров. Исследование маркетинговой деятельности предприятия и оценка существующих каналов сбыта продукции свидетельствуют, что перспективным и прибыльным каналом сбыта продукции для анализируемого предприятия является развитие фирменных торговых точек.

Основными преимуществами фирменной сети являются:

1. наличие полного ассортимента предприятия-изготовителя;
2. расширение возможностей проведения маркетинговых исследований, направленных на изучение спроса населения;
3. привлечения потребителей по признакам качества и цены;
4. создание условий для быстрого реагирования на изменение потребностей целевых сегментов рынка, обновления и расширения ассортимента товаров, разработку и внедрение новинок.

Покупатели также предпочитают фирменные магазины, потому что получают более высокий уровень обслуживания, чем в обычной розничной сети благодаря гарантированному качеству товаров, ниже розничной ценам, наличию дополнительной информации относительно потребительских свойств товаров.

Для расширения каналов сбыта продукции предприятия ЧАО «Звенигородский сыродельный комбинат» планируется открытие двух фирменных торговых точек.

Таблица 1

Расходы на открытие и функционирование фирменных торговых точек

Расходы	Стоимость, грн.	Удельный вес, %
Материальные затраты	2300	0,4
Расходы на оплату труда	295 752	48,8
Амортизация	34416,2	5,7
Аренда	240000	39,6
Обслуживание кассового аппарата	8000	1,3
Расходы на рекламу	19140	3,2
Транспортные расходы	6000	1,0
Всего расходов	605608,2	100

В таблице 1 мы отразили все расходы, которые необходимо на открытие двух фирменных торговых точек, которые составляют 605,6 тыс.грн. Наибольший удельный вес занимают затраты на оплату труда (48,8%) и аренду помещения (39,6%).

Согласно расходам на коммуникационные мероприятия устанавливаем следующие цели рекламной политики для фирменных торговых точек ЧАО «Звенигородский сыродельный комбинат»:

- 1) прописать константы организации рекламной деятельности;
- 2) организовать базовые принципы организации рекламной деятельности;
- 3) структурировать рекламную деятельность;
- 4) разработать систему выбора средств распространения рекламы;
- 5) выбрать и утвердить методы формирования рекламного бюджета;
- 6) прописать базовые методы оценки эффективности рекламной деятельности.

Стоимость продуктов в супермаркетах имеет определенную особенность, поскольку к цене, по которой продукт от производителя продается в супермаркете, добавляется еще 20% стоимости. С целью привлечения внимания потребителей к фирменным магазинам внедрим цены на продажу в фирменной точке по меньшей цене, чем в супермаркете, поскольку к цене производителя добавим 11%. Оценим эффективность открытия фирменной торговой точки ЧАО «Звенигородский сыродельный комбинат» - таблица 2.

Таблица 2

Сравнение эффективности реализации продукции через супермаркет и фирменную торговую точку

Показатель	Супермаркет	Фирменная точка	Отклонение +/-
Количество проданной продукции в год, кг:	1893310,2	1893310,2	-
Затраты на производство продукции, тыс.	118710,5	119316,2	605,6
Расходы на функционирование торговой точки, тыс.	-	605,6	-
Выручка от реализации, тыс. грн.	177841,4	195625,6	17784,1
Прибыль, тыс. грн.	59130,9	76309,4	17178,5
Рентабельность производства, %	49,8	64,0	14,1
Рентабельность продаж, %	33,2	39,0	5,8

Анализ расчетов, приведенных в таблице 2, показывает, что при реализации продукции в фирменных торговых по сравнению с продажей в супермаркетах прибыль выше на 17178,5тыс.грн. Этот рост происходит за счет высокой цены реализации (на 11%) в фирменной точке по сравнению с ценой производства, по которой предприятие реализует продукцию в супермаркет. Рентабельность производства возрастет на 14,1 п.п., а рентабельность продаж повысится на 5,8 п.п.

Итак, сбытовая политика предприятия направлена на повышение эффективности фирмы, так как в сфере сбыта окончательно проявляются все усилия маркетинга по повышению прибыльности. Приспосабливая сбытовую сеть под потребителя, предприятие имеет больше шансов выстоять в конкурентной борьбе. Поскольку главной целью любого предприятия является получение максимальной прибыли, то сбытовой деятельности должно предоставляться как можно больше внимания. На каждом производственном предприятии должна быть хорошо организована служба маркетинга, занимающаяся продвижением своей продукции на рынке.

Литература

1. Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия: уч. для вузов./ Г.Ассэль; пер. с англ. – М.: ИНФРА–М, 2013.– 804 с.
2. Дихтль Е., Хершген Х. Практический маркетинг : [учеб. пособ.] ; под ред. И.С. Минко. – М. : Высш.школа, 2005. – 255 с.
3. Кныш М.И. Конкурентные стратегии : учеб. / М.И. Кныш. – Спб Питер, 2010. – 284 с.

4. Ланкестер Д. Организация сбыта: / Д. Ланкестер, Д. Джоббер; [пер. с англ. Л. В. Измайловой]. – Мн : Амалфея, 2012. – 384 с.
5. Хулей Г. Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование: учеб. / Г.Хулей, Д. Сондерс, Н.Пирси ; пер. с англ. – Д.: Баланс Бизнес Букс, 2005. – 800 с.

Аннотация

В статье предложена и обоснована эффективность реализации сбытовой стратегии рынке сыров.

Annotation

The article suggests and justifies the effectiveness of sales strategy of the cheese market.

**Асанов Ә.Қ.,
Магистрант 6М050700-Менеджмент
«Қаржы академиясы» АҚ, Астана қаласы**

Нарықтық экономика жағдайында кәсіпкерлік тәуекелділікті дамыту

Нарықтық экономика жағдайында өндірушілер, сатушылар және сатып алушылар бәсекелестік жағдайында өздері, яғни өз үрей және тәуекел жағдайында қызмет етеді. Сондықтан олардың қаржылық болашағы көбінесе аз болжанады. Тәуекел-менеджменті тәуекелді бағалау, бизнесте пайда болатын қаржылық қатынастар және тәуекелді басқару жүйесі болып табылады. Белгілі бір дәрежеде тәуекел жағдайы болуын болжамдауға және тәуекел дәрежесін уақытылы төмендету шараларын қабылдауға мүмкіндік беретін түрлі тәсілдер қолдана отырып, тәуекелді басқаруға болады [1].

Тәуекел мөлшеріне және дәрежесіне стратегия және қаржылық менеджмент әдістерімен жүзеге асырылатын қаржылық механизм арқылы нақты әсер етуге болады. Бұл тәуекелді басқарудың өзіндік механизмі тәуекел-менеджменті болып табылады. Тәуекел-менеджментінің негізі тәуекелді анықтау және төмендету бойынша ұйымдастырушылық жұмыстар болып табылады.

Экономикалық категория ретінде тәуекел өзімен бірге болуы мүмкін немесе болмауы да мүмкін жағдайларды ұсынады. Мұндай жағдайдың туындауы салдарынан келесідей үш экономикалық нәтиже болуы мүмкін: жағымсыз (ұтылыс, зиян, шығын), нольдік, жағымды (ұтыс, пайда, табыс).

Тәуекелді басқаруға болады, яғни тәуекелдік жағдай туындауын белгілі бір шекте болжамдау және тәуекел дәрежесін төмендету үшін шаралар қабылдауға мүмкіндік беретін түрлі шаралар қолдануға болады.

Көбінесе тәуекелді басқаруды ұйымдастыру тиімділігі тәуекелдің сыныптамасына тәуелді.

Мүмкін болатын нәтижеге (тәуекелдік жағдайдың нәтижесіне) байланысты тәуекелдер екі үлкен топқа бөлуге болады: таза және спекулятивтік.

Таза тәуекелдер жағымсыз немесе нольдік нәтиже алуға мүмкіндік береді. Бұл тәуекел түрлеріне келесілер жатады: табиғи, экологиялық, саясаттық, транспорттық және коммерциялық тәуекелдер бөлімі (мүліктік, өндірістік, саудалық).

Спекулятивтік тәуекелдер жағымды да, жағымсыз да нәтиже алу мүмкіндігімен сипатталады. Бұл тәуекел түрлеріне коммерциялық тәуекелдер бөлімі болып табылатын қаржы тәуекелдері жатады.

Кәсіпорын қаржы тәуекелі қаржылық институттармен (банктер, қаржылық, инвестициялық, сақтандыру компаниялары, биржалар және т.б.) қатынасы процесінде пайда болады [1].

Кәсіпорынның қаржы тәуекелінің туындау себептері – инфляциялық факторлар, банктің есептік мөлшерлемелерінің өсуі, бағалы қағаздар құиының төмендеуі және т.б.

Кәсіпорынның қаржы тәуекелдері екі түрге бөлінеді:

- ✓ ақшаның сатып алу қабілеттілігімен байланысты тәуекелдер;
- ✓ капитал салымдарымен байланысты тәуекелдер (инвестициялық тәуекелдер).

Ақшаның сатып алу қабілеттілігімен байланысты тәуекелдерге тәуекелдердің келесі түрлері жатады: инфляциялық және дефляциялық тәуекелдер, валюталық тәуекелдер, өтімділік тәуекелі.

Инфляция ақшаның құнсыздануы болып табылады, бағалар өседі. Дефляция – инфляцияға кері процесс, ол бағалардың төмендеуінен және соған сәйкес ақшаның сатып алу қабілетінің жоғарылауынан көрінеді.

Инфляциялық тәуекел – инфляция өсімі кезінде нақты сатып алу қабілеттілігі көзқарасынан өсуден көрі алынатын ақшалай табыстар тез құнсыздануындағы тәуекел. Мұндай жағдайда кәсіпкер нақты шығыстарға тап болады.

Дефляциялық тәуекел – дефляция өсімі кезінде бағалар деңгейі төмендейді, кәсіпкерліктің экономикалық жағдайы нашарлайды табыс төмендейді [2].

Валюталық тәуекелдер сыртқы экономикалық, несиелік және басқа да валюталық операцияларды жүргізу кезінде бір шетелдік валюта бағамының басқа валюта бағамына қатынасының өзгеруімен байланысты валюталық жоғалту қаупімен түсіндіріледі.

Өтімділік тәуекелі – тұтынушылық құнының және сапалық бағанын өзгерісі себебінен бағалы қағаздар немесе басқа да тауарларды өткізу кезіндегі мүмкін болатын жоғалтулармен байланысты тәуекелдер.

Инвестициялық тәуекелдер келесі ішкі жүйелік тәуекелдерді қамтиды:

- 1) жіберіліп қойған пайда тәуекелі;
- 2) табыстылықтың төмендеу тәуекелі;
- 3) тікелей қаржылық жоғалтулар тәуекелі.

Жіберіліп қойған пайда тәуекелі — белгілі бір шараларды (мысалы, сақтандыру, хеджирлеу, инвестициялау т.с.с.) іске асырмау нәтижесінде жанама (қосымша) қаржылық зиянның (алынбаған табыс) туындау тәуекелі.

Табыстылықты төмендеу тәуекелі портфельдік инвестициялар, салымдар және несиелер бойынша дивидендтер және пайыздар мөлшерінің төмендеу нәтижесінде туындауы мүмкін.

Табыстылықты төмендеу тәуекелі келесідей тәуекел түрлерінен тұрады: пайыздық тәуекелдер және несиелік тәуекелдер.

Пайыздық тәуекелдерге тартылған қаражаттар бойынша төленетін пайыздық мөлшерлемелер ұсынылған несиелер бойынша мөлшерлемелерден жоғары болып кетуі нәтижесіндегі коммерциялық банктердің, несиелік мекемелердің, инвестициялық институттардың жоғалту қауіптері жатады. Пайыздық тәуекелдерге сонымен қатар акциялар бойынша дивидендтердің, облигациялар, сертификаттар және басқа бағалы қағаздар нарығындағы пайыздық мөлшерлемелердің өзгерісімен байланысты инвесторлар жоғалтулар тәуекелі жатады.

Пайыздың нарықтық мөлшерлемесінің өсімі бағалы қағаздардың бағамдық құнының төмендеуіне алып келеді, әсіресе тұрақты пайызды облигацияларға қатысты. Пайыздың жоғарылауы салдарынан төмен тұрақты пайыз бойынша шығарылған және шығару шарттары бойынша эмитент жедел қайта қабылданатын бағалы қағаздардың массалық алынып тасталуының басталуы мүмкін. Тұрақтандырылған дәрежемен салыстырғанда орташа нарықтық пайыздың өсуі кезінде тұрақты пайыздық орта мерзімді және ұзақ мерзімді бағалы қағаздарға өз қаражатын салған

инвестор пайыздық тәуекелге ұшырауы мүмкін. Басқаша айтқанда, инвестор пайыздың жоғарылауы есебінен табыстар өсімін ала алатын еді, бірақ жоғарыда көрсетілгендерге салынғаы өз қаражаттарын босата алмайды.

Тұрақтандырылған деңгеймен салыстырғандағы орташа нарықтық пайыздың төмеюдеуі кезінде тұрақты пайызды орта мерзімді және ұзақ мерзімді бағалы қағаздарды айналысқа шығарған эмитент пайыздық тәуекелге ұшырауы мүмкін. Басқаша айтқанда, эмитент нарықтан төмен пайызды қаражаттар тарта алатын еді, бірақ ол өзі шығарған бағалы қағаздармен байланысты [2].

Тәуекелдің бұл түрі инфляция жағдайында пайыздық мөлшерлемелердің тез өсуі кезінде қысқа мерзімді бағалы қағаздар үшін де мән береді.

Несиелік тәуекел – қарыз алушының негізгі қарыз және несиегерге жататын пайыздардың төленбей қалу қаупі. Несиелік тәуекелге сонымен қатар қарыздық бағалы қағаздар шығарғаы эмитент қағаздар бойынша пайыздар немесе қарыздың негізгі сомасын төлей алмайтын жағдай да жатады.

Сонымен қатар несиелік тәуекел тікелей қаржылық жоғалтулар түрлілігі болуы мүмкін.

Тікелей қаржылық жоғалтулар тәуекелі келесі түрлерін қамтиды: биржалық тәуекел, селективтік тәуекел, банкроттық тәуекел, сонымен қатар несиелік тәуекел.

Кәсіпорынның қызметінің тәуекелін бағалау және талдау әдістері кез келген қаржылық немесе шаруашылық операциялардың тиімділігі мен онымен бірге болатын тәуекел деңгейі бір-бірімен байланысты. Тәуекел факторын есептемей толық инвестициялық талдау жүргізу мүмкін емес. Сондықтан тәуекел деңгейін бағалай және оның нақты операция табыстылығының деңгейімен байланыстылығын бағалай білу қажет [2].

Тәуекелдің мәні мен түріне тәуелсіз кәсіпкерліктің негізгі мақсатына -салынған капиталдан табыс алуға – тәуекелді анықтау сәйкес келеді.

Төмен табыс табу немесе шығыстарға ұшырау ықтималдылығы қаншалықты жоғары болса, соншалықты жоба тәуекелді болатыны белгілі. Капиталды салу мүмкін нұсқауларды тандау кезінде жиі «бұл жобаның тәуекелі төменірек сияқты» дегендей абстрактілік пайымдаулармен шектеледі. Алайда, көбінесе тәуекел деңгейін нақты анықтауға болады, сонымен қатар осы тәуекелге сәйкес келетін, ұсынылатын жобаның табыстылық деңгейін де анықтауға болады. Алынған нәтижелерге сүйене отырып, салымшы оған тиімді ақша салымын салмай алады, сонымен қатар мүмкін болатын тәуекел деңгейін де төмендетуге болады.

Тәуекелдің жоғары, орташа немесе төмен деңгейлерін ажыратады. Тәуекелдің көлемін (не деңгейін) екі критерий арқылы өлшенеді (бағаланады): орташа ауытқу мәнімен (дисперсия) және мүмкін болатын нәтижелерді өзгермелілігімен (вариация).

Кәсіпкерлік тәуекелділікті талдау – бұл кәсіпорынның қызмет барысында өз ресурстарының жартысын жоғалтып алу ықтималдығы.

Тәуекелділік өз-өзін сақтандыру және қайта сақтандыруға тәуекелділікті табыстау (хеджерлеу) арқылы төмендетуге болады.

Өз-өзін ақтандыру қарастырылмаған шығындарды жабуға қаржыларды резервілеу арқылы немесе меншікті капитал арқылы зиянды жабу арқылы жүргізіледі [3].

Кәсіпорынның экономикалық қызметінің тәуекелін сапалы бағалау төмендегілерді қарастырады:

- 1) тәуекел факторларын анықтау;
- 2) тәуекел туындайтын жағдайларды талдау;
- 3) тәуекелдердің потенциалды облысын анықтау.

Сонымен кез-келген кәсіпорындағы кәсіпкерлік тәуекелділіктің мақсаты жоғары табыс табу, ал кәсіпорын табысты болу үшін тұлға нар тәуекелге бел буып, қызметін жалғастырады. Осы орайда тұлға өз қызметінің оң табысты болғанын, аз шығын жұмсап, жоғары табыс табатындығын қалайды.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Басовский Л.Е. Экономический анализ (комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности): УП – Москва: ИНФРА-М, 2005

2. Шеремет А.Д. Теория экон. анализа: учебник – Москва: ИНФРА-М, 2003
3. Савицкая Г.В. Анализ хоз. деятельн.: УП – Москва: ИНФРА-М, 2005
4. Управленческий анализ. С.А. Бороненкова УП – Москва: ФиС, 2004
5. Чернов Т.П. Экономический анализ: Предприятие УП для вузов. Под ред. М.И. Баканова – Москва, 2003

Резюме

В статье автор рассматривает подходы к оценке, анализу и развитию предпринимательских рисков в условиях рыночной экономики.

Түйін

Мақалада автор нарықтық экономика жағдайындағы кәсіпкерлік тәуекелділікті бағалау, талдау, дамыту жолдарын қарастырған.

Summary

In the article the author considers approaches to the assessment, analysis and development of business risks in a market economy.

**Асанова Т.А. - аға оқытушы,
«Тұран» Университеті, Алматы қ.**

МАРКЕТИНГТІК ЛОГИСТИКА ТИІМДІ КӘСІПКЕРЛІК ФАКТОРЫ РЕТІНДЕ

Отандық кәсіпорындардың қызмет етуінің заманауи шарттары тұтынушыларды тарту мен ұстап қалудың ең тиімді тәсілдерін іздеу қажеттілігі, нарықта бәсекеге қабілеттілікті арттырудың жаңа әдістерін әзірлеу және енгізу, өндірілген өнімдерді өткізуді ұйымдастырудағы жетілген құралдар мен технологияларды қолдану болып табылады. Басқаша айтқанда, отандық кәсіпорын басшылары тиімді басқару әдісі ретінде маркетингтік логистиканың маңыздылығына көңіл бөлулері қажет.

Маркетинг және логистиканың дамуына соңғы жылдары болған бизнес жүргізу әдістеріндегі өзгерістер ықпал етті. Маркетинг және логистика өндірістік-шаруашылық қызметтің дербес, тығыз өзара байланысты бағыттарын ұсынады. Кәсіпкерлер кәсіпорынды басқару үшін маркетинг және логистика концепцияларын бір-біріне қарамастан пайдалана алады. Сонымен қатар, ең жақсы нәтижені бір уақытта екі тұжырымдаманы шебер пайдалану арқылы алуға болады.

Маркетингтік логистика–бұл материалдар мен дайын өнімдердің физикалық ағындарын бастапқы шикізат, жинақтаушы бөлшектер мен тағы басқалардың пайда болған жерлерден бастап жоспарлау, жедел басқару және тұтынушылардың сұраныстарын неғұрлым тиімді қанағаттандыру мақсатында түпкілікті өнімдерді тұтынушыларға жеткізумен аяқтай отырып бақылау. Маркетингтік логистика маркетинг пен логистика идеяларын біріктіруге негізделген. Мұнда тапсырыс портфелінің маркетингтік қызметтері қалыптастырған негізінде өндірістің ассортименттік жүктемесінің міндеттері шешіледі, ресурстар мен өнімдердің оңтайлы жылжу технологиясы айқынжалады, өнімнің қаптамасына, сапасына қойылатын стандартты талаптар әзірленеді, уақыт шығынының пайда болу, материалдық және еңбек ресурстарын, жабдықтар мен үй-жайларды ұтымсыз пайдалану орталықтары анықталады [1].

Маркетинг пен логистиканың "өзара іс-қимыл" тұжырымдамасы тез дамып келе жатқан ғылыми-техникалық прогреспен тікелей байланысты.

Дамыған нарықтық қатынастар жағдайында басқарудың екі тұжырымдамасының өзара іс-қимылына негізделген маркетинг пен логистиканы интеграциялау процестері

неғұрлым өзекті болып отыр. Маркетингтің нарыққа бағдарланған басқару концепциясы ретінде өзара іс-қимылы және логистика ағынға бағдарланған басқару концепциясы ретінде өнімнің материалдық және ақпараттық пайдалылығы мен құндылығын арттыруға мүмкіндік береді.

Маркетинг нарықты зерттеуге, жарнамаға, сатып алушыға психологиялық әсер етуге және т. б. бағытталған. Ал, логистика бірінші кезекте тауар өткізу тізбектері бойынша материалдарды жүргізудің техникалық-технологиялық жағынан жанасатын жүйелерін, сондай-ақ олардың өтуін бақылау жүйелерін құруға бағытталған.

Маркетингтік логистикада қазіргі заманғы ақпараттық технологиялар маңызды рөл атқарады: компьютерлер, кассалық терминалдар; тауарларды бірыңғай кодтау; тасымалдауды спутниктік бақылау жүйелері; электрондық деректер алмасу және ақша аудару. Маркетингтік логистикаға арналған шығындар дайын өнімдердің өзіндік құнының 30-40% - ын құрайды.

Кесте–1. Маркетинг және логистиканың салыстырмалы сипаттамасы

Маркетинг пен логистиканың салыстырмалы сипаттамасы	Маркетинг	Логистика
Зерттеу объектісі	Нақты тауарлар мен қызметтердің нарықтары мен конъюнктурасы	Осы рыноктарда айналатын материалдық ағындар
Зерттеу пәні	Тауарларды немесе қызметтерді өткізу бойынша нарықтық мінез-құлықты оңтайландыру	Материалдық ағындарды басқару процестерін оңтайландыру
Зерттеу әдістері	Нақты тауарлар мен қызметтер бойынша конъюнктураны, сұраныс пен ұсынысты зерттеу әдістері	Материалдық өткізгіш тізбектерді құруға жүйелік көзқарас, сондай-ақ өндірістік және экономикалық жүйелерді жоспарлау және басқару кезінде қолданылатын жалпыға белгілі әдістер
Қорытынды нәтижелер	Компанияның өндірістік-өткізу стратегиясы мен тактикасы бойынша ұсыныстар: нені өндіру, қандай көлемде, қандай рыноктарға және қандай мерзімде.	Логистика мақсаттарына жауап беретін жүйелер жобалары: қажетті тауар, қажетті мөлшерде, қажетті сапада, қажетті жерде, қажетті уақытта және ең аз шығындармен

Маркетингтік логистика тұжырымдамасы тұрақты бәсекелестік артықшылықтарға қол жеткізу, қызмет көрсету сапасын арттыру және шығындарды азайту мақсатында тұтынушылардың басымдығын қамтамасыз ету кезінде бөлу саласындағы кәсіпорынның ағындық процестерін маркетингтік басқарудың тиімділігін арттыруға көзқарастар жүйесі ретінде қарастырылады [2].

Маркетингтік логистика екі қарама-қарсы мақсатқа жетуге бағытталған:

- сатып алушыларға қызмет көрсетудің ең жақсы деңгейі, бұл шығындарды арттыруды талап етеді;
- кәсіпорынның өткізу шығындарының төмендеуі, бұл сатып алушыларға қызмет көрсету деңгейін нашарлатуы мүмкін.

Аталған мақсаттар арасында оңтайлы арақатынасқа қол жеткізу қажет. Тауар қозғалысын ұйымдастыру әртүрлі ымырамен ұштасқанын ескере отырып, осындай шешімдерді қабылдауға жүйелі көзқарас қажет. Тауар қозғалысы жүйесін құру үшін негіз клиенттердің қызмет көрсетуге қойылатын талаптарын және бәсекелестердің ұсыныстарын зерделеу болуы тиіс.

2–Кесте. Маркетингтік логистикада қабылданатын шешімдер

Шешім түрлері	Сипаттамасы
Тапсырыстарды өңдеу	Кәсіпорын "тапсырыстың түсуі – өнімді жеткізу –төлем"циклының уақытын қысқартуға ұмтылуы тиіс. Бұл циклда бірнеше кезең бөлінеді: сауда фирмасының өтінім алуы, бланкілерді толтыру, тауарды жөнелту, төлем алу. "Тапсырыс-төлем" циклі ұзақ болған сайын, Тапсырыс берушінің қанағаттануы және өнім берушінің пайдасы да төмен.
Қоймалау	Кез келген кәсіпорынға тауарды сату сәтіне дейін сақтайды. Сақтау өндіріс, сату және тұтыну циклдары сирек бір-біріне сәйкес келеді. Көптеген ауыл шаруашылығы өнімдері маусымда өндіріледі, бірақ оларға сұраныс тұрақты. Қоймалық сақтау ұйымы осы қайшылықтарды жоюға көмектеседі.
Қорлар көлемі	Өндіруші мен сатушыға қоймадағы өнім қорының мөлшерін анықтау қажет. Қордың болуы келіп түскен тапсырыстарды жедел орындауға және сол арқылы сатып алушылардың қанағаттануын арттыруға, кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін қолдауға мүмкіндік береді. Алайда, қоймадағы тауардың мазмұны сақтауға арналған қосымша шығыстарға алып келеді,айналым қаражатының айналымдылығын кідіртеді. Өнімнің бүліну, физикалық және моральдық қартаю қаупі туындайды. Қор шамасы туралы шешім қабылдай отырып, мынадай мән-жайларды ескеру қажет: сатып алушылардан келіп түсетін тапсырыстардың мөлшері; тапсырыстардың тұрақтылығы; сатып алушылардың жеткізу мерзімдеріне қойылатын талаптары; тауар бірлігі мен партиясын өндіруге және сақтауға арналған шығындар; тауардың сақталуы; сұраныстың ауытқуы. Қорлар көлемінің сату және пайда көлеміне, сатып алушыларға қызмет көрсету жылдамдығына және шығындарға қалай әсер ететінін анықтау қажет.
Тасымалдау	Маркетингтік логистика жүйесінің бір бөлігі тасымалдау болып табылады. Көлік түрін таңдау өнімнің бағасына, уақтылы жеткізілуіне, тауардың сақталуына әсер етеді, бұл, сайып келгенде, тұтынушылардың қанағаттануына әсер етеді. Тауарларды жеткізу үшін көліктің бес түрі пайдаланылады: әуе, темір жол, су, автомобиль және құбыржол.

Жалпы маркетинг логистикасы бойынша шешімдер шығындарды қысқарту ниетімен ғана емес, кәсіпорын жұмысының жалпы стратегиясына негізделуі тиіс. Бұдан басқа , логистикалық жүйе ақпараттық толық болуы тиіс, оның барлық элементтері арасында (қойма, көлік, өндіріс) тұрақты байланыстар орнатылады. Маркетингтік логистиканы басқарудың басты мақсаты-қолайлы шығындар шеңберінде сатып алушыларға қызмет көрсетудің жоғары деңгейін қамтамасыз ететін жүйені ұйымдастыру[3].

Сонымен, маркетингтік логистика нарықтық табысты қамтамасыз ететіндіктен, бұл шарттан нарықты болжаумен, өндірісті жоспарлаумен және оны басқарумен, тиімді өткізумен және кәсіпкерлік қызметтің басқа барлық салаларымен байланысты оның маркетингтік функциясы бастау алады. Бұл логистиканы маркетингтің жалпы тұжырымдамасына және маркетингті жоспарлауға интеграциялау қажеттілігін білдіреді.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Трифилова, А.А. Маркетинговая логистика : учебное пособие/ А.А.Трифилова, А.Н.Воронков; Нижегород. гос. архит.-строит. ун-т – Н. Новгород: ННГАСУ, 2011. – 83 с.
2. Гаджинский А.М. Логистика:Учебник–М.:Маркетинг,2001.–С.41
3. Шаповалов В.А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ: Учебное пособие/–Ростов-на-Дону. 2008.-337с.

Түйін

Мақалада маркетингтік логистиканың тиімді кәсіпкерлік факторны ретінде маңызы анықталған. Отандық кәсіпорындардың жұмыс істеуінің қазіргі заманғы шарттары тұтынушыларды тарту мен ұстаудың неғұрлым тиімді тәсілдерін іздестіру, нарықтағы бәсекелестіктің жаңа тәсілдерін әзірлеу мен енгізу, өз өнімдерін өткізуді ұйымдастыруда прогрессивті құралдарды, әдістер мен тәсілдерді пайдалану қажеттігіне негізделеді. Сондықтан да маркетинг пен логистиканы интеграциялау

мәселелері, шаруашылық қызметті жүргізудің екі негізгі тұжырымдамасы ерекше маңызға ие болады.

Резюме

В статье определено значение маркетинговой логистики как эффективного предпринимательского фактора. Современные условия функционирования отечественных предприятий базируются на необходимости поиска наиболее эффективных способов привлечения и удержания потребителей, разработки и внедрения новых подходов конкуренции на рынке, использования прогрессивных средств, методов и способов организации сбыта своей продукции. Поэтому вопросы интеграции маркетинга и логистики, две основные концепции ведения хозяйственной деятельности имеют особое значение.

Summary

The article defines the importance of marketing logistics as an effective entrepreneurial factor. Modern conditions of functioning of domestic enterprises are based on the need to find the most effective ways to attract and retain consumers, the development and implementation of new approaches to competition in the market, the use of advanced tools, methods and methods of marketing their products. Therefore, the integration of marketing and logistics, the two main concepts of economic activity are of particular importance.

Асылбаев Е.А.,

Э.ғ.м., аға оқытушы,

Алматы экономика және статистика академиясы

Мұнай газ секторындағы бухгалтерлік есепті ұйымдастырудың салалық ерекшелігі

Мұнай газ секторында өндірісті ұйымдастырудың негізгі ерекшелігі олардың тік ықпалдасқан құрылым негізінде қызмет атқаруы. Бұл құрылым мұнайды барлау, өндіру үрдістерінен бастап өңдеу мен оны соңғы тұтынушыларға сатуға дейінгі аралықты қамтитын барлық өндірістік кезеңдер бойынша сегменттер қызметінің байланыстарын көрсетеді.

Өндірісті ұйымдастырудың мұндай түрі мұнай газ секторы үшін көптеген артықшылықтарға ие. Тігінен ықпалдасуда мұнай ұйымдары тек шикізаттар нарығында ғана емес, сондай-ақ мұнай өнімдерін және нарықтың олигополиялық ұйымдастырылуын күшейтуге әсер ететін көмірсутегі шикізаттарын тереңірек өңдеу нәтижесінде алынған өзге де өнімдерді сатуда да басымдыққа ие болады. Тік ықпалдасу «ауқым нәтижесі»-н кең көлемде қаржылық және материалдық ресурстарды қолдану арқылы, бірегей бизнес инфрақұрылымын қолдану арқылы әртараптандырылған өндіріс үрдісінде шығындарды үнемдеуде кең көлемде қолдануға мүмкіндік береді. Сонымен қатар, өндіріс үрдісін қолданатын ұйымдар әлемде ресурстардың шектеулі жағдайында бизнесті табысты жүргізуге мүмкіндік беретін факторлардың бірі, шикізаттар базасын бақылаумен, өзін қамтамасыз етеді.

Ұйымның өндірістік және ұйымдастыру кезеңдерінің бұл құрылымы ұңғымалардың құрылысын, кен орындарын және тағы басқаларды іздейтін ірі және капитал сыйымдылығы жоғары жобаларды жүзеге асыруда тәуекелді төмендетуге мүмкіндік береді.

Мұнай газ секторының келесі бір ерекшелігі – өндірістің мұнай бағасының өзгерісіне тәуелділігі. Нарықтық конъюнктураның мұндай тәуелділігі мұнайға деген сұраныс пен ұсыныстың өзара байланысына әсер ететін көптеген факторлар негізінде орын алады. Мұнай факторларға мұнай өндіруді жүзеге асыратын аймақтағы геосаяси жағдайларды және жалпыэкономикалық әлемдік конъюнктураны жатқызсақ болады.

Мұнай ұйымдарының тағы бір ерекшелігі ретінде шикізатты терең өңдеу саласындағы, сондай-ақ өз қызметінің географиялық аумағын кеңейту саласындағы қызметтерінің әртараптандырылуы.

Мұнай саласына тиісі өзге де ерекшеліктер, яғни:

- барлау жұмыстарын жүргізу және мұнай қоры табылған жерден оны пайдаға жаратудан бастап қажетті көлемдегі шикізатты өндіруге дейінгі мерзім өте ұзақ болғандықтан, өндірістік циклдің өте ұзаққа созылуы;

- ірі мұнай ұйымдарының жарғылық капиталының бөліктерін ала отырып мемлекеттің жоғары деңгейде реттеулер жүргізуі;

- мұнай сапасының әртүрлі болуы оның кен орнына байланысты болып келеді және сол арқылы құбыр жолдарына түскенде араласатын экспортталатын мұнай сапасына әсерін тигізеді.

Осы және өзге де мұнай саласының ерекшеліктері есеп әдістемесі мен оның ұйымдастырылуына арнайы талаптарды қалыптастырады. Салалдық ерекшеліктердің есеп және есептілік жүйелеріне әсерін келесі 1-кестеден байқауға болады.

Кесте 1. Салалық ерекшеліктердің мұнай ұйымдарының бизнес сегменттері бойынша есептілікті құрастыруға, есеп әдістемесіне және ұйымдастырылуына әсері.

№	Мұнай өнеркәсібінің ерекшеліктері	Сегменттер бойынша есептіліктің құрастырылуына және есеп әдістемесі мен ұйымдастырылуына әсері
1	Қызметінің мәні	Әртүрлі бизнес сегменттерінде өнімнің өзіндік құнын калькуляциялау мен шығындар есебінің арнайы әдістемесі
2	Мұнай ұйымдарының қызметінің тікықпалдастанған құрылымы	Есептің әдістемесіне және ұйымдастырылуына, бизнес сегментінің келесі бағыттарында есептілікті жасауға әсер етеді: - бизнес сегменттері өндіріс кезеңінің соңғы бір-бірімен байланысты барлау, өндіру, мұнайды өңдеу сияқты сатыларына сәйкес келеді.
3	Саланың мұнай бағасының өзгерісіне тәуелділігі	Нарықтық табыстың өзгерісіне жоғары дәрежедегі әсері
4	Қызметтің әртараптандырылуы: 1) шикізатты тереңірек өңдеу саласында 2) географиялық аумақтарда 3) бірігіп қызмет етуші салаларда	Жаңа бизнес сегменттерін (барлау, өндіру, өңдеу және сатудан басқа) мен олардың маманданған қызметтерін көрсететін сегменттік есептілігінің көрсеткіштер жүйесін сәйкестендірудің қажеттілігі
5	Жоғары капитал сыйымдылығы	Активтерді үнемі бақылау мен басқарудың қажеттілігі.
6	Өндірістік цикл ұзақтығы	Өз сипатын бизнес сегменттері бойынша шығындар құрылымында көрсететін технологиялық үрдіс кезеңінің сатыларына байланысты шығындардың арнайы есебі
7	Анықталған жеріне байланысты мұнай сапасының әртүрлілігі	Мұнайдың сапасы нарықтағы мұнай мен мұнай өнімдерінің бағасына әсер етеді, яғни бұл бизнес сегментінің сапаны бақылауын анықтайтын ақпараттарды ашып көрсетуінің керек екендігін көрсетеді
8	Геологиялық барлау мен өндіруге байланысты тәуекелдер мен белгісіздіктер	Бұл фактор ағымдағы дамудың негізгі көрсеткіштері және мұнай ұйымдарының перспективалары болып табылатын, сондай-ақ геологиялық барлау сегментінің сапасын бағалайтын фактор болып табылатын ұйымның мұнай-газ қорларының көлемінің бағалық мәндерінің белгісіздігіне тікелей әсер етеді.
9	Мұнай өнімдеріне деген тұрақты сұраныс	Шығындардың өзіндік құнына үлкен серпін береді
10	Салалардың көп бөлігімен тұрақты байланыс	Техникалық әртараптандыру
11	Саланы мемлекеттік реттеудің жоғары деңгейі	Бұл фактор сегменттік есептіліктің жасалуының шектеулерінің есебінің мүмкіндіктерін шарттастырады
12	Жер қойнауынан шикізаттың ұдайы алынбауы	Нәтижесінде өндірістік шығындар өседі.

Мұнай мен газды өндіру кезінде өндірілген өнімдердің өзіндік құнының деңгейіне, басқару есебінің ұйымдастырылуына, өндірістік шығындардың құрылуына әсер ететін технологиялық және ұйымдастырушылық ерекшеліктер орын алады. Мұнай өндіру кезінде құралдарды монтаждау және бөлшектеу, ұңғымалардың жерасты және жерүсті жөндеу жұмыстары, мұнай мен газды жинау және тасмалдау және өзге де жұмыстар атқарылады. Мұнай қабаттардан ұңғымаларға келіп түседі, осы кезеңде оның тасымалдануы қабаттың өзінің гидродинамикалық күші арқылы жүзеге асады.

Жер қойнауынан мұнайды шығару өлшеміне қарай қабаттың қысымы әлсірейді және ұңғымаға келетін мұнай ағымы азаяды. Қабаттың қысымының тұрақтылығын сақтау үшін ұңғымаға тұз ерітіндісі немесе инертті газ жіберіледі. Мұның барлығы қабаттың мұнайды жіберуінің шығындарының көбеюіне алып келеді. Мұнай ұңғымалары атқыламалық, компрессорлық, терең-сорғылау секілді әлістер арқылы жүзеге асырылуы мүмкін.

Ұйымның шығындары құрамына бақылау жүргізу үшін өндірісте ұңғымаларды пайдалану әдісімен сәйкес өндірілген өнімнің өзіндік құнын нақты калькуляциялау қажеттілігі туындайды.

Мұнай өндіруге үлкен электр сыйымдылық тән. Ұңғымадан компрессорлық және терең-сорғылау әдістермен алу кезінде электр энергиясын, буды, газды қолдану көлемі бірден артады. Энергетикалық шығындар өзіндік калькуляциялау баптарына кіреді.

Мұнай және газ ұңғымалары үлкен аумақтарда орналасқан. Бұрғылау құндылықтарды жинау, тасымалдау, мұнай мен газды сақтау құрылғыларымен жабдықталған. Оларды ұстау шығындары өндірістік шығындарды көбейтеді және калькуляциялаудың арнайы баптарын қалыптастырады.

Технологиялық үрдіс барысында екі өнім түрі алынады: мұнай және ілеспе газ. Осы кезде пайда болған жалпы шығындар өнімнің өзіндік құнын калькуляциялау кезінде олардың түрлері бойынша бөлініп таратылады.

Техникалық қондырғылардың құнына және олардың өнімділігіне негіздеп технологиялық үрдістердің күрделілігін бағалау үшін ғалым Вилбург Е Нельсон мұнай өңдеуші өндірістің күрделілік коэффициенті(ары қарай Нельсон коэффициенті) деп аталатын ұғым енгізді.

Кесте 2. Индекстік қатар

Үрдіс	Нельсон индексі
Мұнайды тікелей айдау	1,0
Мұнайды ауамен айдау	2,0
Жылытумен, оның ішінде	5,0
термокрекинг, висбрекинг	2,75
жайлап кестеу арқылы	6,0
Катализдік әдіспен, оның ішінде	
крекинг	6,0
риформинг	5,0
сулы крекинг	6,0
Сумен қорғау	3,0
Сумен тазалау	2,0
Алкилдеу, полимерлеу	10,0
Изомерлеу, иісті көмірқышқылын алуға	15,0
Май өндіру	10,0
Битум өндіру	1,5
Көміртегін өндіру	1,0
Оксигенаттар өндіру (МТБЭ, ТАМЭ)	10,0

Сонымен, мұнай өңдеуші ұйымдардың мұнай өңдеуінің технологиялылығын көрсететін Нельсон коэффициентінің мәні Қазақстанда 5,3-ті құраса, АҚШ-та -10,8, Еуропада -9,4-ке тең.

Қазіргі даму кезеңінде мұнай газ секторында әлемдік мұнай нарығының конъюктурасына деген тәуелділікті азайтуға және кен орындарын пайдалану рентабельділігін көбейтуге (мысалы, кен орнына мұнайды жіберу үшін мұнай қабатында ілеспе газды қолдану) мүмкіндік беретін ілеспе газды, гах химиясын, электр энергетикасын өңдеу секілді іргелес қызмет салалары пайда болуда.

Сондай-ақ мұнай газ саласының маңызды ерекшелігі оның капитал сыйымдылығы болып табылады. Бұл фактор ресурс қорының сарқылуы мен жаңа кен орындарын игеру мәселелерімен тығыз байланысты. Өндіріс көлемін ұлғайту өңдеуші күшті дамытуды талап етеді, яғни сонымен қатар мұнай газ секторындағы айналымнан тыс активтердің көбеюін ынталандырады. Активтердің үлесінің көп болуы мұнай ұйымсы тарапынан есептің, талдау мен бақылаудың қажеттілігіне алып келеді.

Мұнай газ секторындағы бухгалтерлік есептің міндеттеріне келесілер кіреді:

- қаржылық есептіліктің ішкі пайдаланушыларына – басшылар, құрылтайшылар мен меншік иелеріне, сонымен қатар сыртқы пайдаланушыларға – инвестор, кредиторларға және өзге де тұлғаларға қажетті мұнай ұйымдарының мүліктік жағдайы арқылы оның қызметін сипаттайтын толық әрі сенімді ақпаратты қалыптастыру;

- мұнай ұйымдарының шаруашылық қызметінде теріс нәтижелердің алдын алу және ішкі шаруашылық қорларды анықтау, олардың тұрақтылығын қамтамасыз ету. Демек, бухгалтерлік есеп пен қаржылық есептілікті құрудың қағидалары есептеу мен үздіксіздік болып табылады.

Бухгалтерлік ақпаратқа негізделіп қабылданған шешімдер келесілерді қамтуы мүмкін: қандай құралдарды және ғимараттарды сатып алу қажет, қоймада қанша тауар сақтау керек және қандай көлемдегі қаражатта несиеге алу қажет.

Мұнай-газ секторының тәжірибесінде бухгалтерлік есеп қаржылық және басқару есебі болып екіге бөлінеді.

Мұнай ұйымдарының басқару есебі ішкі өндірістік қызмет туралы ақпараттарды біріктіреді. Есептің бұл жүйесін ұйымның өзі анықтайды. Басқару есебінің ақпараттары басқару шешімдерін қабылдау кезінде қажет. Ішкі ақпараттар жиынтық ақпар және ұйымның өндірістік, сондай-ақ өзге де бөлімшелерінің есептілігі түрінде ұсынылады. Есептің бұл түрінің ақпараттары коммерциялық құпияны қамтиды. Басқару есебінде барлық өлшемдер қолданылады, ал қаржылық есепте тек ақшалай өлшемдер қолданылады. Бухгалтерлік есептің бұл ішкі жүйесінің элементтерін ұйымның өзі анықтайды. Есеп саясатына сәйкес оған өндірістік есеп (шығындар орталығы және жауапкершілік орталығы бойынша), оперативті (технологиялық) есеп, өндірістік бухгалтерлік есеп (өндірістің, экономикалық тапсырмалардың, сонымен қатар ішкі шаруашылық жоспарлау мен бақылаудың, ұйымның шаруашылық қызметінің экономикалық талдауының ерекшеліктеріне байланысты әртүрлі тәсілдерді қолдану бойынша) кіреді.

Мұнай газ секторының қаржылық есебінде шаруашылық құралдары мен олардың құралу көздері жайлы ақпараттар көрсетіледі. Бұл ақпараттар ашық түрде жарияланады және қаржылық есептілікті орындау кезінде қолданылады. Мұнай газ секторының әрбір ұйымы қаржылық есепті жүргізуге міндетті. Қаржылық есеп ұйымның активтері мен міндеттемелері, ұйымның қаржылық және инвестициялық қызметтері туралы жарғы түріндегі ақпараттарды біріктіреді. Бухгалтерлік қаржылық есеп ақпараттары негізінде ұйым ішіндегі менеджер мен басшылар, сондай-ақ сыртқы пайдаланушылар үшін де (құрылтайшылар, инвесторлар, кредиторлар, экономикалық және салық органдары) қажетті қаржылық есептілік құрастырылады.

Ұйымның бухгалтерлік есеп регистрлері коммерциялық құпия ақпараттарды қамтитын болса, ал қаржылық есептілік ақпараттары (ашық түрде жарияланатын)

пайдаланушылар үшін қажетті құрылым болып табылатындықтан толығымен өңделген есеп саясаты аясында әрекет етуі тиіс.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Жер қойнауы және жер қойнауын пайдалану туралы» Қазақстан Республикасының 2010 жылғы 24 маусымдағы Заңы.

2. Салық және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдер туралы Қазақстан Республикасының 2008 жылғы 10 желтоқсандағы N 99-IV Кодексі. (2017 жылғы өзгертулермен).

3. Жер қойнауын пайдаланушылардың тауарларды, жұмыстар мен көрсетілетін қызметтерді сатып алуының жылдық, орта мерзімді, ұзақ мерзімді бағдарламаларын, сатып алынған тауарлар, жұмыстар мен көрсетілген қызметтер туралы және кадрлардағы жергілікті қамту жөніндегі міндеттемелердің орындалуы туралы есептерін жасау және ұсыну нысандары мен қағидасын бекіту туралы. Қазақстан Республикасы Инвестициялар және даму министрінің 2015 жылғы 30 сәуірдегі № 538 бұйрығы.

4. Қазақстан Республикасы Мұнай және газ министрлігінің 2014 - 2018 жылдарға арналған стратегиялық жоспары туралы. Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2013 жылғы 31 желтоқсандағы № 1576 қаулысы.

Түйін

Мұнай-газ секторы - экономиканың маңызды құрылымдық құрайтын, өндірістің негізгі факторларының бірі, өндірістің өмір сүру сапасын және өмір салтын өмір сүрудің бірден бір түрі.

Резюме

Нефтегазовый сектор - важнейшая структурная составляющая экономики, один из ключевых факторов роста производительности труда, жизнедеятельности производительных сил и населения страны.

Summary

The oil and gas sector is the most important structural component of the economy, one of the key factors for the growth of labor productivity, the vital activity of the productive forces and the population.

Ахметжанов Бура

д.э.н, профессор, заведующий кафедрой ЭИМП КарГТУ

Тен Юлия Валерьевна - магистрант КарГТУ

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВЫСОКОЗОЛЬНЫХ УГЛЕЙ БОРЛИНСКОГО И КУУЧЕКИНСКОГО МЕСТОРОЖДЕНИЙ КАРАГАНДИНСКОГО УГОЛЬНОГО БАССЕЙНА

Түйін

Статья посвящена проблеме поиска альтернативных вариантов использования высокозольных углей Борлинского месторождения. Теретически обоснованы основные показатели определения эффективности использования углей. Определены альтернативные варианты использования высокозольных углей Борлинского месторождения для ТОО «Разрез Молодежный».

Резюме

Мақалада Борлин кен орнынан жоғары күлді көмірлерді пайдаланудың баламалы нұсқаларын табу мәселесі талқыланды. Көмірді пайдалану тиімділігін анықтаудың негізгі көрсеткіштері негізделген. «Молодежный» ЖШС үшін Борлинск кен орнынан жоғары күлді көмірді пайдаланудың баламалы нұсқалары анықталды.

Summary

The article is devoted to the problem of finding alternative options for the use of high-ash coals from the Borlin deposit. The main indicators for determining the efficiency of coal use are substantiated. Alternative options for the use of high-ash coals from the Borlinsky field for LLP Molodezhny LLP have been identified.

Металлургическое производство основано на использовании различных энергоносителей: топливо, электроэнергия, пар, горячая вода, кислород, вода и др.

Топливо является основным источником энергии, на долю которого приходится свыше 80% от всей потребности в энергии.

Треть используемого топлива поступает извне. Это - природный газ, мазут, уголь. Две трети производится на заводах отрасли в виде коксовой продукции, коксовых и доменных газов и других видов топлива.

Топливо для металлургического предприятия делится на технологическое и энергетическое. К энергетическому относится топливо, химическая энергия которого используется для получения физического тепла продуктов горения, а к технологическому - топливо, применяемое также в качестве восстановителя в технологических процессах (кокс в доменных печах).

В состав угля входят также негорючие элементы, которые превращаются в золу при горении угля. Чем выше содержание негорючих элементов (минеральных веществ) в топливе, тем ниже содержания горючих компонентов, а следовательно, снижается теплота горения и увеличивается расход тепла на нагрев при плавке минеральной массы. Установлено, что повышение зольности металлургического угля на 1% увеличивает расход топлива на 1,5-2,5% и снижает производительность доменных печей минимум на 1,5-2,5 %.

Кроме того что, зола уменьшает количество выделяемой теплоты, ее выброс в атмосферу загрязняет окружающую среду [1].

На качество и эффективность использования угля в металлургическом производстве очень важное влияние оказывает содержание такого компонента как сера. Если зольность - это балласт, то сера, практически полностью переходящая в кокс, в чугун и далее в сталь, ухудшает качество последней.

Борлинское месторождение каменного угля расположено в Осакаровском районе Карагандинской области в 120 км от г. Караганды.

Промышленная разработка месторождения открытым способом началась разрезом «Молодежный» ПО «Карагандауголь» в конце 1979 г. И уже в 1980 г. было добыто свыше 2,0 млн тонн угля. В 1997 г. Разрез вошел в ТОО «Корпорация Казахмыс», как структурное подразделение. В настоящее время предприятие реорганизовано в самостоятельное юридическое лицо – ТОО «Разрез Молодежный».

Перспективы развития разреза связаны с промышленными запасами угля, которые на 01.01.2018 г. оцениваются в более 300,0 млн. тонн.

Борлинское месторождение представляет собой комплексы пластов Верхнего, Среднего и Нижнего угольных горизонтов. Максимальной угленасыщенностью характеризуется Нижний горизонт. Из-за высокой зольности угли разреза используются в основном для энергетических целей (слоевое, пылевидное сжигание, коммунально-бытовые нужды) (таблица 1).

Таблица 1. Средние показатели качества углей Борлинского месторождения

Наименование	Зольность, %		Низшая теплота сгорания, ккал/кг	Влажность рабочая, %	Содержание серы, %	Содержание фосфора, %	Выход летучих веществ, %
	Угля от-до	Рядового угля, средняя					
Верхний угольный горизонт	31,- 42,7	43,3	3624-4827	4,0-6,3	0,54-0,80	0,010-0,018	30,4-32,4
Средний угольный горизонт	35,5- 40,0	42,7	3733-4391	4,7-5,4	0,46-0,57	0,010-0,016	29,6-31,3
Нижний угольный горизонт	42,1- 43,8	46,6	3695	4,5	0,64	0,015	32,9

Продукция объекта исследования (ТОО «Разрез Молодежный») потребляется на энергетические нужды (теплоэлектростанции, котельные установки).

Качество угля характеризуется высокой зольностью, соответственно низкой калорийностью.

Для месторождения характерны сложное строение угольных пластов и значительные колебания качества по отдельным пластам.

В связи с этим, для выполнения норм показателей качества согласно ГОСТам, утвержденным техническим условиям производится предварительное усреднение по зольности при формировании штабелей на угольных складах и погрузке в железнодорожные вагоны.

Цена реализации энергетических углей на рынках сбыта во многом зависит от их показателей качества:

- зольность;
- влага;
- калорийность.

Как уже указывалось выше товарная продукция разреза имеет высокую зольность (до 45%) и низкую теплотворную способность. Соответственно и формируются экономические показатели предприятия при реализации их на рынках сбыта. С целью улучшения качества добытых углей был проведен ряд испытаний по их обогащению.

Результаты промышленного испытания на действующей обогатительной фабрике (ОФ-38 ТОО Гефест Караганда июнь-июль 2018 г.

Принятый метод обогащения - гравитационный (3-х продуктовая отсадочная машина) и флотация (класс < 0,5 мм)

Общий объем переработанного угля по исходному составил 989,3 тонн в течении восьми часов. Практический баланс продуктов обогащения

Таблица 2 Результаты промышленного испытания на действующей обогатительной фабрике (ОФ-38 ТОО Гефест

Продукция	Выход		Зольность, %	Влага, %	Калорийность ккал/кг
	тонн	%			
Концентрат	293,0	29,6	18,3	8,3	6155
Промпродукт	395,0	39,9	34,6	7,9	4604
Отходы	172,3	17,5	62,4	7,5	2012
Флотохвосты	119,0	12,0	64,0		
Потери	10,0	1,0	37,5		
Исходный	989,3	100,0	38,2		

Получено товарной продукции 688 тонн (69,5% от рядового угля) зольностью 27,7%, общие потери составили 301,3 тонн (30,5% от рядового угля) зольностью 62,1%.

Снижение зольности товарной продукции составила на 10,5%.

Многочисленными исследованиями, лабораторными, полупромышленными и промышленными испытаниями установлено:

Угли Борлинского месторождения относятся к категории очень труднообогащаемым. При незначительном улучшении качества товарной продукции (не более 10 %) допускаются значительные потери угля с отходами.

По указанным причинам обогащения рядового угля не представляет экономической выгоды для предприятия.

Есть целесообразность рассмотреть вопросы по комплексному использованию угля с получением продукции, востребованной в других отраслях промышленности, в том числе и в металлургии [2].

Основной объем добываемых углей разрезом «Молодежный» - 8,0 млн. тонн в год используется в качестве пылевидного сжигания для собственных нужд компании теплоэлектростанции г. Жезказгана, Балхаша, Сатпаева, пос. Топар.

Реализация оставшейся части продукции сторонним организациям (порядка 1,6 млн. тонн - 20% от общего объема) в условиях рыночной экономики сдерживается из-за относительно низкого качества (зольность средняя - 45,0 %) [3].

Для оценки возможности комплексного использования угля, его эффективности для предприятия был проведен ряд исследований.

На сегодняшний день имеется ряд разработок по технологии переработки высокзолых углей с получением востребованных продукций для использования на другие виды потребления:

- производство высокзолых низкофосфористого металлургического полукокса – восстановителя при выплавке ферросплавов (подтверждаются проведенными испытаниями);

- производство среднетемпературного полукокса для использования в качестве металлургического и технического топлива, углеродного восстановителя для металлургии;

- производство ферросиликоалюминия высокоэффективного раскислителя стали, восстановителя при производстве ферросплав .

Экономическая целесообразность внедрения указанных технологий прогнозируется конкурентоспособностью указанных продукций производства и исследования факторов, влияющих внедрению эффективный технологий является актуальным и имеет теоретическое и практическое значение.

Организация производства в промышленном масштабе по выпуску и реализации востребованной альтернативной угольной продукции прогнозирует экономическую выгоду для предприятия.

Список использованной литературы

1. Козлов В.А., Гарбер В. Сжигание высокзолых шламов как путь к безотходной технологии обогащения углей // Август, 2017, «УГОЛЬ». – стр. 140-145.

2. Сжигание высокзолых шламов и промпродуктов углеобогащения при сушке углей и в котельных агрегатах. Безотходное обогащение углей / 007 Брошюра. URL: <http://ftt-ing.de/09Broschure.html> (дата обращения: 14.07.2017).

3. Komilis D., Kissas K., Symeonidis A. Effect of organic matter and moisture on the calorific value of solid wastes: An update of the Tanner diagram, Waste Management, 34 (2014), pp. 249–255.

Ахметова А.М.
«Тұран» университетінің «Маркетинг» мамандығы ҒПБ,
2 курс магистранты
Ғылыми жетекші: Ильяс А.
«Маркетинг және логистика» кафедрасының э.ғ.к., доценті

ІШКІ ТУРИЗМДІ ДАМУДА МАРКЕТИНГТІК ҚҰРАЛДАРДЫ ҚОЛДАНУ

Туризм Қазақстан экономикасындағы қарқынды салалардың бірі, Халықаралық сарапшылардың пікірінше қазіргі кезде туризм әлемдік экономикадағы қарқынды төмендемейтін саланы біріне жатады. Туризм көп елдерде жалпы ішкі өнімнің қалыптасуына, қосымша жұмыс орнын құруға және сыртқы сауда балансының белсенділігіне ықпал етеді. Соңғы жылдары туризм әлемдегі ең табысты бизнестің бірі. Туризмнің маңызы жылдан-жылға өсуде, оның халықаралық байланыста және валюталық түсім көз ретінде маңызы артауда. Елдердің шикізат көзі азайды, ал туристік индустрия қалпына келетін ресурстармен жұмыс істейді. Туризмнің басқа да салаларға тигізетін әсері мол, оның 32 салаға жанама ықпал етеді (турфирмалар, көлік түрлері, мейманхана кешендері, демалыс үйлері, санаториялар, ұлттық парктер, тамақтану сферасы, т.б.). Сол себепті ішкі туризмді дамыту қазіргі кездегі ең өзекті мәселелердің бірі болып табылады [1].

Бүгінгі таңдағы туризм туристік өнім сервис және өндірісті ұйымдастыру сипаттамаларының бір қатар маңызды ерекшеліктермен айрықшаланады. Сонымен туризм индустриясының жүйесіне мамандандырылған мәселелер, ұйымдар мен қоғамдар енеді. Олардың барлығы маркетингпен айналысуға мәжбүр. Бұл тұста саяхаттар бюросы, ресторан мен транспорттық мекеме үшін маркетинг мақсаты мен мазмұны бірдей емес. Сонымен туристік фирма клиенттерінің мұқтаждығын қанағаттандыру есебінен өз кірісін арттыруға ұмтылады. Ұлттың аймақтық әкімшілік аймаққа туристерді көп тартқысы келеді. Қоғамдық туристік ұйым өз мәнін көтеруді және өз кәсіби қызметінің пайдасын көрсетуді қалайды.

Туристік саясаттың мақсаты ел дамуының нақты экономикалық және тарихи жағдайлармен байланысты. Бұлардың ішіндегі ең маңыздысы ұлттық туристік өнім жасау және нарыққа шығару болып табылады. Бұл мақсатты іске асыру сәйкес маркетингтік шараларды іске асыруды қажет етеді. Ең алдымен, Қазақстанның ішкі туризміне талдау жасайық (кесте 1).

Кесте 1- Қазақстан ішкі туризмін SWOT-талдауы

Күшті жақтары:	Әлсіз жақтары:
<p>Орналасыру орындарының тұрақты резервінің болуы; -Елдегі тұрақтылық; -қызмет көрсету нарығында бәсекелестіктің артуы; -Туристік индустрия инфрақұрылымының болуы; -Туристік саланың дамуы үшін заңнамалық және нормативті-құқықтық негіз; -туризмнің дамуы үшін табиғи және климаттық жағдайлардың болуы.</p>	<p>-Жыл бойы жұмыс істейтін мекемелерде зиянды «өлі» маусымдарының болуы; -Жарнама мен маркетингтік зерттеулердің тиімділігінің аздығы; -Кадрлар даярлау бағдарламасына шынайы қажеттіліктеріне сәйкес келмейді;</p>
Мүмкіндіктері:	Қауіптері:
<p>Саладағы кіші және орта кәсіпорындардың өсуі үшін негіз беретін заңнамалық және салық базаларын жетілдіру; -Қызметкерлерді осы салаға тарту үшін жағдайлар жасайтын менеджментті жетілдіру;</p>	<p>-Сала шығындылығының өсуі; -Кетушілер және аймақ ішілік туризмнің келушілер туризмнен көптігі; -Әлсіз заңнамалық база, салаға арналған нақты белгіленген басымдықтардың жоқтығы;</p>

-Қызметтердің тартымдылығы мен бәсеке қабілеттілігін көтеретін маркетингті дамыту; -Демалыс орнында бәсекелестік ортада ерекшелік тұратын және оған бренд жасайтын ұйымдастыру мәдениетін жасау; -Инвестиция ағынын және бюджеттік кірістерді қамтамасыз ететін қазақстанның халықаралық туристік қызметтер нарығында танымалдылығының жоғары деңгейі.	-Жарнаманың шетелде және ел ішінде жеткіліксіздігі тұтынушылардың хабарсыздығын жоғарылатады; -Инстициялық белсенділіктің төмен деңгейі; -Қазақстан бейнесін туризмге қолайсыз ел ретінде қалыптастыру, сондай-ақ оның инвестициялық тартымдылығының төмендеуі.
<i>Ескертпе- автормен құрастырылған</i>	

1 кестеде мүкіндіктерге қарасақ, Қазақстанның ішкі туризмін дамытуда маркетинг құралдарын қолдану маңызды болып табылады.

Кесте 5- Ішкі туризмді жылжытуда маркетинг-микс 4 Р қолдану

Р баға	Дисконт карта Жеңілдік
Р продукт	Сауалнама Өнім туралы ақпарат
Р өткізу	Жарнама БАҚ
Р орын	2гис картасынан жүру жолын анықтау Экологиялық орны

Қорытындылай келгенде халықаралық туризмдегі маркетинг негіздері туралы біраз мағлұматтар қарастырдық. Көптеген салаларда кәсіпорын иелері өнім шығаруда, оған тиісті баға қоюда және оларды бөлуде бақылау жасап отырады. Туризмдегі туроператорлар, турагенттер «отельдерді» брондау сервисі т.б. сияқты делдар жоғары маркетингтік күш салады және екі себепке байланысты «каналды капитандар» болады. Маркетингтік пайда болуы нарықтық қатынастардың қалыптасуымен және бәсекелестіктің өрши түсуімен ұштасып жатыр. Бұл факторлар нарықтық қызметті басқарудың қалыптасқан жүйесін жетілдіру қажет етті. Ең алдымен жекелеген кәсіпкерлік құрылымдардың тұрмыстық қызметін басқарудың жоғары деңгейін қамтамасыз ету керек екендігін білдік. Бүгінгі таңдағы туризм туристік өнім сервисі және өндірісті ұйымдастыру сипаттамаларының бірқатар маңызды ерекшеліктерімен айрықшаланады. Сонымен, туризм индустриясының жүйесіне мамандандырылған мәселелер, ұйымдар мен қоғамдар енеді. Олардың барлығы маркетингпен айналысуға мәжбүр. Бұл жерде саяхаттар бюросы, ресторан мен транспорттық мекеме үшін маркетинг мақсаты мен мазмұны бірдей емес. Сонымен туристік кәсіпорын клиенттерінің мұқтажына қанағаттандыру есебінен өз кірісін арттыруға ұмтылады. Ұлттық аймақтық әкімшілік аймаққа туристтерді көп тартқысы келеді. Қоғамдық туристік ұйым өз мәнін көтеруді және өз кәсіби қызметінің пайдасын көрсетуді қалайды. Жоғарыда баяндағандай туризм саласында маркетингтің келесі деңгейін ерекшелеуге мүкіндік береді:

- туристік қызмет көрсетушілердің маркетингі;
- қоғамдық туристік ұйымдар маркетингі;
- территориялар мен аймақтар маркетингі;

Алғашқы екі деңгей коммерциялық маркетинг саласына жатады. Халықаралық туризм нарығы түрлі елдер арасындағы қатаң бәсекелестіктің аренасы. Олардың көпшілігі үшін туризм – ұлттық экспорттың маңызды бабы. Бәсекелестік күрес нәтижелері түрлі елде туристік саясат қалыптасуының нақты күшіне тікелей байланысты. Маркетингтің туристік саясаты – туризмнің экономикалық тиімділігінің артуына, туристік ресурстарды тиімді пайдалануды, туристік индустрияның дамуы үшін жағдай жасауды анықтайтын мемлекеттік іс – шаралардың жиынтығы.

Әдебиеттер тізімі

1. Чернова М.А. Нейромаркетинг: к вопросу об этической составляющей//Национальный психологический журнал №2.- 2017.-с.11-12
2. Базикян С.А. Брендинг и мифотворчество: архетипы в рекламе // Личность. Культура. Общество. – 2014. – Т. XI, № 2. – С. 335–341.
3. Пендикова И.Г. Архетип и символ в рекламе / И.Г. Пендикова, Л.С. Ракитина. - М: Юнити-Дана, 2015. – 302 с.
4. Самуленкова Е.Ю. Анализ использования архетипов в рекламе // Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. IV междунар. студ. науч.-практ. конф. № 4. URL: <http://sibac.info/archive/economy/4.pdf> (дата обращения: 18.09.2018)

Резюме

В данной статье рассмотрены значение и виды архетипов, возможности их использования в рекламе, нейромаркетинге. Автором проведен анализ использования архетипов в казахстанских компаниях. Рекомендованы часто используемые архетипы для отечественных товаров.

Түйін

Бұл мақалада архетиптердің мағынасы мен түрлері, оларды жарнамалау, нейромаркетингте қолдану мүмкіндіктері қарастырылады. Автор Қазақстандық компанияларда архетиптердің қолданылуын талдады. Отандық тауарларға жиі қолданылатын архетиптер ұсынылады.

Resume

This article examines the meaning and types of archetypes, the possibilities of their use in advertising, neuromarketing. The author analyzed the use of archetypes in Kazakhstan companies. Recommended are often used archetypes for domestic goods.

**Ахметова Асель Сейтказыевна,
Ескерова Замира Аубакировна,
Карагандинский государственный университет
им.академика Е.А. Букетова**

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В КАЗАХСТАНЕ

Характерной особенностью инновационных технологий является но в сфере мировых трендов, причем это относится не только к технической составляющей, но и к процессам управления и координации труда.

Использование инновационных технологий приводит к повышению качества выпускаемой продукции, совершенствованию производственной сферы. Это предполагает наличие целостного комплекса мероприятий и организационных наработок, позволяющих улучшить процесс разработки, производства, эксплуатации и обслуживания, а также в случае необходимости, проводить ремонт и восстанавливать объект интереса с оптимальными характеристиками и разумными затратами. Все это приводит к эффективному использованию не только материальных и экономических, но и социальных ресурсов.

Инновационные технологии - это набор методов и средств, поддерживающих этапы реализации нововведения, обеспечивающих инновационную деятельность. Технологии, ориентированные на формирование системного, творческого, технического

мышления и способность генерировать нестандартные технические идеи при решении творческих производственных задач [1].

Значение и роль инновационных технологий в формировании конкурентоспособности экономики практически понимают во всех странах мира. Мировой опыт свидетельствует о том, что преодолеть инновационную стагнацию только с помощью инвестиций невозможно. В настоящее время ограничиваются возможности превращения научных прорывов и технологических достижений в коммерческий успех. Следует отметить, что коммерциализация инновационных технологий – это основной механизм вывода инновационного продукта или технологии на рынок, то есть сложный многоэтапный процесс преобразований научной идеи в рыночный продукт, требующий глубоких знаний рынка и бизнеса с целью получения коммерческого эффекта от реализации инноваций.

Сегодня, в Казахстане на сегодня сложилась парадоксальная ситуация: при достаточно хорошем научно-техническом потенциале страны низкий уровень внедрения результатов исследований. Научно-технический потенциал страны сформировался еще в советские времена: есть университеты и научно-исследовательские институты, есть отечественные научные патенты и разработки, но внедрение в производство практически отсутствует. В настоящее время спрос на результаты инновационной деятельности со стороны производственной и социальной сферы отстает от возможностей научно-технического потенциала страны. Основной причиной подобной ситуации можно назвать слабое знание принципов коммерциализации инновационных технологий отечественными изобретателями и учеными. Мировой опыт показывает, что высоких темпов экономического роста достигают только те страны, которые создали эффективную систему коммерциализации технологий.

Появление системы коммерциализации технологий в Казахстане позволит прямо или косвенно решить задачи социально-экономического характера как, например, создание новых рабочих мест и повышение конкурентоспособности экономики.

Следует отметить, задача государства состоит в том, чтобы создать условия для накопления критической массы инновационных идей и их вывода на рынок как коммерческий проект, и превратить данный процесс из единичного факта в массовое явление. А роль государства заключается в том, что оно поддерживая фундаментальные и прикладные исследования создает условие для возникновения новых научных и технологических идей, которые, не будучи востребованными национальными субъектами хозяйствования, могут стать необходимыми в случае изменения внутренней и внешней рыночной конъюнктуры и тем самым инвестируют инновационно-ориентированные субъекты хозяйствования.

Мы считаем, что для повышения эффективности инновационной деятельности в Казахстане необходимы не только традиционные формы государственной поддержки (льготное кредитование, субсидирование и налогообложение), но и широко используемые в мировой практике формы поддержки, оказываемые инновационным предприятиям, которые направлены на преодоление так называемого «эксплуатационного разрыва». Эксплуатационный разрыв – разрыв между числом созданных изобретений и числом изобретений, фактически внедренных технологий в производство. В числе таких форм поддержки можно назвать оказание информационной и консультативной помощи, оформление патентных заявок на отечественные и зарубежные изобретения, оплату стоимости, взимаемой за патентные заявки и ежегодных сборов за патенты, защиты прав собственности от возможных нарушений.

Казахстан может стать лидером в мире в развитии следующих инновационных направлений – это АПК, включая биотехнологии, развитие некоторых направлений альтернативной энергетики, например ветровой, есть задел в переработке техногенных отходов.

Офсетная политика, наращивание собственных инжиниринговых компетенций, адаптация и усовершенствование зарубежных технологий – вот что, что сопутствовать трансферту технологий. Основным аспектом основных усилий, необходимым направить именно на трансферт, в том, что нашей промышленности необходима масштабная модернизация. Проблема в том, что наши предприятия отстали в среднем на 20-30 лет и не в состоянии успешно внедрить ту или иную современную технологию. Именно модернизация должна создать базу для последующего активного роста инновационности наших предприятий. А форсированная модернизация подразумевает в первую очередь трансферт технологий [4].

Нужно разработать программы, которые были бы нацелены именно на то, чтобы вовлечь крупные предприятия и малый и средний бизнес в инновационную деятельность. Нужно также разрабатывать линейку инструментов, которые позволили бы предприятиям втягиваться в инновационный процесс. Из этой линейки особо важными являются, на мой взгляд, два метода стимулирования. Первый – метод прямого стимулирования. Через налоги, субсидии, техническую политику мы привлекаем бизнес к тому, чтобы они внедряли и разрабатывали инновации. Второй метод – это создание среды, которая стимулировала бы, информировала и зажигала предпринимателей идеями по внедрению инновационных технологий.

На рисунке 1 указаны направления совершенствования управления инновационной деятельностью.



Рисунок 1. Направления совершенствования управления инновационной деятельностью

В Концепции инновационного развития Республики Казахстан до 2020 года выделены основные направления совершенствования и развития инновационных технологий на рисунке 2 отображены показатели развития инновационной деятельности.

Казахстан должен сфокусироваться на данных приоритетных сферах, требующих уникального опыта и преимуществ и критически важных технологиях. Для развития каждой из этих сфер будут заданы свои концептуальные рамки, средства и технологии:

1) переработка минеральных и углеводородных ресурсов. Научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки будут переориентированы на отрасль нефти и газа, такие как технологии усиленного восстановления нефти для ее сбора и переработки, проекты, связанные с интегрированным развитием и эксплуатацией минеральных ресурсов, глубокой переработкой минерального сырья;

2) технологии в добывающем и металлургическом секторах расширят развитие и внедрение в таких сферах, как развитие ресурсосберегающих технологий, развитие и переработка отходов, подготовка сырья горных материалов и металлургического комплекса, электрохимических процессов в металлургии;



Рисунок 2. Показатели развития инновационной деятельности

3) биотехнологии. Представляется важным развитие биотехнологий в медицине, увеличении продолжительности жизни, борьбе с раком, клеточной геномной селекции, клеточной молекулярной инженерии, создании биолекарственных препаратов, методов обеспечения биобезопасности продукции, инженерной энзимологии;

4) прогрессивные технологии в химии и нефтехимии. Химическое производство включает широкий спектр отраслей. Применяемые сырьевые методы позволят решить множество технологических и экономических вопросов, организовать производство товаров с заранее определенными свойствами, увеличить продуктивность и снизить негативное влияние промышленности на окружающую среду;

5) прогрессивные инженерные технологии, включая использование новых материалов. Главным фокусом будет устранение причин низкой конкурентоспособности казахстанского производства машиностроительной продукции, в том числе ее высокой стоимости и низкого качества из-за использования устаревших ресурсов и энергоемких технологий производства, чрезмерно высокой доли импортных комплектующих и материалов;

6) информационно-коммуникационные технологии. Акцент будет сделан на производство конечной продукции и развитие услуг и приложений для информационных

и коммуникационных технологий. Особое внимание будет уделяться облачным вычислениям, мобильным и мультимедийным приложениям и технологиям, распознаванию речи и информационной безопасности [5].

Список литературы

1. [www.yandex.kz /search/](http://www.yandex.kz/search/) Электронный ресурс
2. C.L.Mann.Sue.Eskert,S.C.Knight, Global Electronic commerce.A. Police Primer-Institute for international economics, 2000
3. Bes.biz/ ekonomika1/r2012/3713 htm Электронный ресурс
4. www.nur.kz/155783-v- Kazakstane - net-sprosa na – innovaczii.htm/
5. www.adilet.zan.kz/rus/docs/ u 1300000579

Резюме

В статье рассмотрены использование инновационных технологий приводящие к повышению качества выпускаемой продукции, совершенствованию производственных сфер. Проанализирована необходимость значение и роли инновационных технологий в формировании конкурентоспособности экономики практически понимают во всех странах мира.

Түйін

Мақалада өндірілген өнімнің сапасын арттыруға, өндіріс алаңдарын жақсартуға әкелетін инновациялық технологияларды пайдалану қарастырылған. Әлемнің барлық елдерінде экономиканың нашарлау қабілеттілігін қалыптастырудағы инновациялық технологиялардың қажеттілігі мен рөлі іс жүзінде екендігі сарапталған.

Resume

The article examines the use of innovative technologies leading to an increase in the quality of manufactured products, improvement of production areas. The necessity and role of innovative technologies in shaping the economy's concouret ability is practically understood in all countries of the world.

**Ахметова Асель Сейтказыевна¹,
Ескерова Замира Аубакировна²,
Муканова Ардак Сериковна³**

Академик Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университеті

ХАЛЫҚАРАРЛЫҚ МАМАНДАНДЫРЫЛҒАН ЭКСПО КӨРМЕЛЕРІНІҢ ТАРИХЫ

ЕХРО-ның тарихына тоқталсақ, ең бірінші дүниежүзілік көрме 1851 жылы Лондон қаласындағы Гайд – саябағында өтті. Осы көрменің негізін қалаушылары мемлекет қайраткері, кәсіпкер және дизайнер Генри Коул мен ханзада Альберт Девиз. Көрменің ұраны мынадай болды: «Барлық елдер ұлы іс – адамзатты жетілдірумен айналыссын». Бұл көрменің негізгі жері Джозеф Пакстон салған темірден және шыныдан тұрғызылған Хрусталь сарайы болды. Бұл сарай «Алтын ғасырды» бейнелейтін сарай. Келесі жылдарда ірі қалаларда шыны мен темірден осыған ұқсас ғимараттар – оқу залдары, пассаждар, тоғыспалы галлерейлар салына бастады.

¹ 1 Менеджмент кафедрасының аға оқытушысы, э.ғ.м.

² Менеджмент кафедрасының аға оқытушысы, э.ғ.м.

³ Менеджмент кафедрасының оқытушысы, э.ғ.м.

Дәл сол кезде, уақыт өте міндетті болған көрмелердің қағидаларын тиісті халықаралық нормативтік актілерде бекітіле отырып, жетілдіре бастады. Олардың басты мақсаты – жаңадан шыққан ғылыми-техникалық жетістіктерді, болашақта дамуын, сондай-ақ, қатысушы елдердің тарихын, салт-дәстүрлерін және мәдениетін көпшілікке көрсету болып келеді. Ал бүгінгі күнге дейін 65 көрме өткізілді. Сонымен ЕХРО-ның басқа елдерде өту тарихын қарастырайық

1900 жылы Париждегі Бүкіл Дүниежүзілік көрмесі қайта өтіп, 51 миллион адам келген еді. Бұл ХІХ ғасырдың бүкіл тарихындағы көрермендердің рекордтық саны болды.

Келесі көрме 1904 жылы АҚШ-тағы Сан Луистада өткен еді. Бұл көрме алғаш рет мұзы бар шайдың, ыстық бұршақтың, балмұздағы бар түтікшенің дәмін татып көрді және жаңадан туған нәрестелерге арналған инкубаторларды алғаш рет тамашалады.

1939 жылғы Нью-Йорктегі Бүкіл дүниежүзілік көрмеден бастап, көрмелердің бастапқы сипаты өзгере бастады және оларды қоғамға арналған жарқын болашақты болжай отырып, нақты мәдени тақырыптарға арнады. Көрмелерді инновацияларды алмастыру мақсатында белсенді мәдениетаралық байланысты қолдады.

Екінші дүниежүзілік соғыс біткеннен кейін бейбітшілік пен ілгерілеуге деген ұмтылыс Біріккен Ұлттар Ұйымын құруда көрініп, Бүкіл дүниежүзілік көрмелердің рухынан көрініс табады.

Брюссельдің Атомиумы, Фуллердің геодезиялық күмбезі және 1967 жылғы Монреалдағы Израильдік сәулетші Моше Сафдидің жобалаған «Хабитат 67-сі», Сиэтлдегі «Ғарыштық ине» және Осакадағы «Күн мұнарасы» адамзаттың барлық жаңа және заманауи нәрселерге деген талпынысының көрінісіне айналады.

1988 жылдан бастап, елдер өздерінің көрмелік павильондарының арқасында өздерінің ұлттық бейнесін жақсартудың әдісі ретінде пайдалана бастады.

1998 жыл, Португалия, «Мұхит – болашақтың мұрасы»

22 мамырдан 30 қыркүйекке дейін Лиссабонда (Португалия) «Мұхит — болашақтың мұрасы» тақырыбында ЕХРО-1998 көрмесі өтті. Тақырып Португалдық теңізші Васко да Гаманың Үндістанға дейін ашқан теңіз жолының 500 жылдығына байланысты таңдалынып алынды. Шамамен 155 ел мен ұйымдар көрсетілді, 132 күнде көрмеге шамамен 11 млн. адам келді. ЕХРО-1998 арналған аймақ 5 км-ге созылды және Тежу өзенінің жағасындағы Лиссабонның шығыс бөлігінің 50 гектарын алды.

Көрменің жаңалығы Швейцариялық «Swatch» сағат кәсіпорыны болды, олар магниттеуден кейін өткізіп тұратын турникеттердегі кіру билетінің қызметін атқаратын кіріктіріме чипі бар арнайы қолсағаттар шығарды. Көрмені өткізу барысында павильондардың екі түрі болды: тақырыптық және аймақтық. Бүгінгі күні ЕХРО деп аталатын аймақ шамамен 28 мың тұрғыны бар заманауи аудан болып табылады.

2000 жыл, Германия, «Адам – табиғат – техника – жаңа әлемнің тууы».

1 маусымнан 31 қазанға дейін Германияда «ЕХРО-2000» көрмесі өтті. Өткізу орны үшін Ганновердің әйгілі жәрмеңкелі алаңы таңдалынды, ол жерде халықаралық СеВІТ ІТ-көрмесі өткен. 180-нен астам ел мен ұйымдар қатысуға өз келісімдерін берген. 1995 жылы сол кездегі бас канцлер Гельмут Кольмен 185 мемлекет пен 9 халықаралық ұйым Ганновердегі бүкіл дүниежүзілік көрмеге шақырылды. Көрменің негізгі тақырыбы жекелеген бөлімдерге бөлінді: «Елестер ғаламшары», «Адам», «Қоршаған орта: ландшафт, климат», «Қоректену» және көптеген басқалары.

2005 жыл, Жапония, «Табиғат даналығы»

25 наурыздан 25 қыркүйекке дейін Жапониядағы Аичи префектурасында (Нагоя қаласының шығыс бөлігі) ЕХРО-2005 көрмесі өтті, көрме 185 күнге созылды. Онда 100-ден астам ел ұсынылды. Көрменің негізгі әрекет етуші тұлғалары – айналаны тазалаумен айналысқан, келушілерге ақпарат берген және балалармен ойнаған сансыз роботтар. Қожайын – елдің павильоны крахмал мен тағам қалдықтарынан жасалған сіңіргіш пластиктен тұрғызылған, ал оның басты ерекшелігі – үлкен бамбук торы, ол бүкіл павильонды жауып тұрады. Бұл өнертабыс – фреонды және басқа да кондиционерлердің

баламасы. Мұндай жаңалық күн сәулелерінің ықпалын азайтып және «Бамбукті тоғандағы желдін» ықпалын шығара отырып, ғимарат ішіндегі температураны 23%-ға төмендетуге мүмкіндік береді. Көрме Сэто қаласының оңтүстік-шығыс бөлігінде (префектура Айти) орналасты және 540 гектарлық алаңды алып жатты. Сэто қаласының айналасы – таулы, орманмен жабылған, сол себепті көрмелік павильондарды тұрғызу ыңғайлы емес. Онда 121 елдің экспозициялары көрсетілді, және көрермен саны 15 млн-нан кем болған жоқ.

Бұл көрмеде Қазақстан Республикасы өзінің тарихында алғаш рет ЭКСПО-ға қатысты.

2008, Испания, «Су және тұрақты даму»

2008 жылдың 14 маусымынан 14 қыркүйегіне дейін Испанияның ең елеулі қалаларының бірі «Су және тұрақты даму» ұраны мен болған Бүкіл дүниежүзілік көрмені қабылдады. Үш ай ішінде бәрінің назары су тақырыбында болды. Ауданы 25 га көрмелік қала ең көрнекті сәулетші – авангардшылармен жобаланды. Көрменің барлық кеңістігі сикыр мен тосын сыйларға толтырылды; мұнда цунамидың ұқсатқышы және Еуропадағы ең үлкен тұщы су аквариумы болды. Көрмеге барлығы 104 ел қатысты. Сарагостағы ЕХРО-2008 қорытындысы бойынша, қатысушы 104 елдің арасында, «С» санаты бойынша Қазақстанның павильоны сыртқы және ішкі безендіру бойынша үшінші орын қола жүлдеге лайық болды.

Қазақстан Республикасының Президенті «Сарагостағы ЕХРО-2008» халықаралық көрмесіне жасаған сапары кезінде осындай шараны Астана қаласында өткізу қажеттілігі туралы атап өткен болатын.

2010, Қытай, «Жақсы қала – жақсы өмір»

2010 жылы 184 күн бойы – 11 мамырдан 31 қазанға дейін – Қытай Халық Республикасындағы Шанхайда Бүкіл дүниежүзілік көрме өтті. Көрменің тақырыбы – «Жақсы қала – жақсы өмір». 198 ел мен 27 халықаралық ұйым қатысты. Көрмеге 70 млн. жуық адам келді.

Көрме Нанпу мен Лупу көпірлері арасындағы Хуанпу өзенінің екі жағалауындағы 5,28 км² жағалаулық аймақта орналасты. «ЕХРО осі» қонақтар үшін көрменің ең маңызды және қызықты бөлігінде өтті. «ЕХРО саябақ» - бұл келушілерге арналған және көрмелік қаланың аймағында орналасқан жасыл алқап.

Қазақстанның павильоны «Азия» аймағында Жапония және Оңтүстік Кореямен көршілес болды. Шанхай ЕХРО-2010-дағы Қазақстандық павильонның негізгі мақсаты – Астананың халықаралық жайғасымын әлемнің ең жас және серпінді түрде дамып келе жатқан астана екендігін көрсету. Қазақстан ұлттық экспозициясының тақырыбы «Астана – Еуразия жүрегі». Павильонға шамамен 1 млн-дай адам келді. Шараны ұйымдастырушыларға 12 млрд. доллар кіріс әкелді. Орта бизнестің кірісі ең кем дегенде 20 пайызға артты.

2012, Оңтүстік Корея, «Тірі мұхит және жағалау»

2012 жылдың 12 мамырынан 12 тамызына дейін Оңтүстік Кореялық Ёсу қаласы «Тірі мұхит және жағалау» деген ұранмен Халықаралық мамандандырылған көрмені қабылдады.

ЕХРО көрмесінен басқа, 250,000 шаршы метрлік көрмелік аймақта ЕХРО қалашығы, көлік қоятын орын, саябақтар, жас көшеттер, мейрамханалар, мұражайлар және кафелер орналасты.

Көрменің аймағы Ұлттық теңіз Халюсидо Саябағына және Одонг аралына шығады, және ЕХРО-ның тақырыбын жандандыратын тамаша табиғи жағдайлары бар 317 кіші аралдармен қоршалған.

Қазақстан өзінің павильонын Бүкіл дүниежүзілік ЭКСПО» әмбебап көрмесінде төртінші рет көрсетті. Қазақстанның павильоны мәдениет пен ғылымдағы, бизнес пен туризмдегі дәстүрлер мен инновацияларды ескере отырып, салынған. Павильон су тақырыбына арналды және Қазақстанның тарихы мен салт-дәстүрлері туралы, оның заманауи өмірі мен болашағы туралы баяндады. Қазақстандық павильон 6 аймақтан

тұрды. Қазақстанның павильоны Астанаға ерекше назар аударған, сол кездің өзінде ол «Болашақтың қуаты» ЭКСПО-2017-ні өткізуге үміткер болған қала.

2015, Италия, «Ғаламшарды қоректендіру, өмірге арналған қуат»

Халықаралық «Экспо-2015» көрмесі Миланда (Италия) 2015 жылдың 1 мамырынан сол жылдың 31 қазанына дейін өтті. Экспо-2015-тегі сансыз экспозициялар, мыңдаған қызықты оқиғалар, мәдени шаралар мен кездесулер, спектакльдер мен концерттер азық-түліктерді өндірудегі дәстүрлер мен жаңалықтарға арналды. Көрмелік павильондар үшін Миланның солтүстік-батысындағы 1 млн. шаршы метрден асатын алып аймақ тағайындалды. Басты экспозиция Fiera Milano көрмелік орталығы болды.

Миландағы «ЭКСПО-2015» Бүкіл дүниежүзілік көрмесінде Қазақстан Республикасының Ұлттық павильоны «Тақырып пен мазмұнның үздік ашылуы» номинациясы бойынша ең үздік павильондардың үштігіне енді. Екі қабатты ғимаратта жалпы ауданы 3000 шаршы метрлік жерде орналасқан Қазақстандық павильонның тақырыбы «Қазақстан – мүмкіндіктер елі» деп естіліп тұрды [1].

Қазақстан

2011 жылдың 10 маусымында Париждегі Халықаралық көрмелер бюросының штаб-пәтерінде ЭКСПО-2017 жобасының ұлттық үйлестірушісі, Қазақстан Республикасы Сыртқы істер министрлігінің жауап хатшысы Рәпіл Жошыбаев ХКБ-нің Бас хатшысы Винсенте Гонсалес Лоссерталеспен кездесті. Кездесу барысында Рәпіл Жошыбаев ҚР Премьер Министрі қол қойылған Қазақстан Республикасының рсеми өтінішін тапсырды. Сөйтіп, 10 маусымда Қазақстан Астанада ЭКСПО 2017 көрмесін өткізу бойынша сайлау науқанына кірісті. ЭКСПО – 2017 иесі 2012 жылдың 22 қарашасында Францияның астанасы Париж қаласында ХКБ-нің ЭКСПО халықаралық бюросы Бас ассамблеясының 152-ші сессиясы барысында белгілі болды. Жасырын дауыс беру қорытындысы бойынша Астана үшін ХКБ-ның 103 мүше мемлекеті дауыс берген, ал бельгиялық Льеж қаласы 44 дауыс жинады.

2012 жылғы 12 маусымда Париждегі Халықаралық көрмелер бюросының Бас ассамблеясының 151-ші отырысында Астананың ресми таныстырылымы болып өтті. Жиынның басында делегаттарға Қазақстан Президентінің арнайы бейнеүндеуі жолданды. Нұрсұлтан Назарбаев өз сөзінде Астана жеңіп шыққан жағдайда, жобаның табысты жүзеге асырылуы үшін барынша күш-жігерін жұмсайтынына жеке кепілдік берді. Астана ұсынған көрменің тақырыбы «Болашақтың энергиясы» деп аталады, ол баламалы энергия көздеріне және «жасыл» технологияға арналған. ЭКСПО-2017 ТМД елдерінде өтетін алғашқы көрме болды [2].

Қазақстан «ЭКСПО-2017» көрмесін өткізу арқылы әлемдік танымалдылыққа қол жеткізу, брендке айналуға мүмкіндігі болады. Брендтің әрқашан қымбат бағаланатыны және қымбатқа түсетіні белгілі. Еуразия құрлығының ортасында Қазақстанның тиімді орналасуы шетелдік қонақтардың қызығушылығын тудырады. Себебі, әрбір адам біліміне қарамастан, жаңа елдерді танып, білгісі келеді және ЭКСПО-ны өткізетін Астана географиялық жағынан бүкіләлем туристерінің назарын өзіне аудартады.

Жалпы, Қазақстан құрылысқа, туристік инфрақұрылымға, қонақ үй бизнесіне инвестиция салудан мультипликативтік нәтиже алатын болады. Елорда әкімдігі Астанада туризмді дамытудың жаңа тұжырымдамасын қабылдады. Жаңа құжатта оқиғалық, іскерлік және медициналық туризмге ерекше көңіл бөлініп отырды. Сонымен, ҚР инвестициялар және даму министрлігінің индустрия департаментінің директоры Марат Иғалиев мәлімдегендей елордада туристік класстерді дамытудың перспективалары зор.

18 жылда Астанадағы қонақ үйлердің саны 40 есеге артса, шетелдіктердің қалаға келуі 50 есеге ұлғайған, ал ішкі туризм 43 есеге өсіп отыр. Яғни, туризмнің дамуы Қазақстанға дүниежүзінде әйгілі болуға септігін тигізді. Бұл жаһандану деңгейіндегі салмақты саясат, үлкен ақша, ірі бизнес болып саналады. Туризм үш ең ірі экспорттық салалардың құрамына автомобиль жасау және мұнай өндіру өнеркәсіптерінен кейін енеді. Туризм өз кезегінде әлемдік шаруашылықтың ең қарқынды және өз шығынын өзі өтей

алатын түрі болып саналады. Қазақстан экономикасын дамыған мемлекеттер қатарына қосылуындағы негізгі сала ретінде туризмнің өзіндік орын алары сөзсіз [3].

Елордамыз 3 ай бойы 115 ел мен 22 халықаралық ұйымның басын қосты. 4 миллионға жуық адам «ЭКСПО-2017» көрмесін аралап көрді, олардың 3/2 бөлігі жастар мен оқушылар. Күн сайын Астана қаласына 50 мыңдай адам келіп отырды. Көрмеге 180 мемлекеттен жарты миллион адам тамашалады. Яғни, әрбір алтыншы қонақ – шетелдік. Көрменің ашылу салтанатына жиырмаға жуық елдің Президенті мен үкімет басшысы келсе, жабылу рәсіміне де осынша ресми делегация қатысты. Дамыған мемлекеттер қатарына ену стратегиялық жолында көрме қазақ елінің еңсесін көтерді [4].

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. www.expo-2017astana.com/kz/page-id=191
2. [http://kk.wikipedia.org/wiki/дүниежүзілік_көрме\(2017\)](http://kk.wikipedia.org/wiki/дүниежүзілік_көрме(2017))
3. Мемлекет басшысының 2016 жылғы 6 қаңтардағы мақаласы Н.Ә. Назарбаевтың сұхбатынан. Арнайы репортаж. 2017 жыл 11 қыркүйек
4. Первый Президент РК Н. Назарбаев. Хроника деятельности. 2015 год
5. Yvision.kz/post/430344/2017 ж. 14 қарашадағы мақаласы
6. «Қазақстан-2050» Стратегиясы. Қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты. 2012 жыл, 14 желтоқсан//Жолдыбай Б. Болашақтың энергиясы – әлемнің ортақ игілігі. Егемен Қазақстан, №10(28991), 2017 жыл, 17 қаңтар

Түйін

Мақалада жалпы халықаралық мамандандырылған ЭКСПО көрмелерінің тарихы қарастырылған. Астанада өткен «EXPO-2017» көрмесі ТМД елдері мен Орталық Азия елдері аумағындағы өткізілетін ең алғашқы халықаралық деңгейдегі көрмесі талқыланды. «EXPO-2017» көрмесінің «Болашақтың энергиясы» тақырыбы ең үздік әлемдік энергия сақтау технологиясын, күн, жел, теңіз, мұхит тәрізді бірінде бар баламалы энергия көздерін пайдалануда жаңа технологияны пайдалануға мүмкіндіктері анықталған. «Жасыл экономикаға» жаһандық көлемде көшу қажеттілігі негізделіп, мемлекеттің стратегиялық міндеттері ретіндегі энергияны үнемдеу және оны пайдалану тиімділігін арттыру жолдары талданған.

Аннотация

В статье представлен обзор международных специализированных выставок ЭКСПО. Выставка EXPO-2017 в Астане В Астане прошла первая международная выставка стран СНГ и Центральной Азии. Тема «Future Energy» EXPO-2017 - лучшая в мире энергосберегающая технология с использованием новых технологий в использовании альтернативных источников энергии, таких как солнечная энергия, ветер, море и океан. Проанализирована необходимость перехода к «зеленой экономике» в глобальном масштабе, проанализированы пути повышения энергоэффективности и эффективности ее использования в качестве стратегических задач государства.

Resume

The article provides an overview of international specialized exhibition EXPO. EXPO-2017 in Astana The capital of Kazakhstan was the first international exhibition in Central Asia and Central Asia. The theme of the Future Energy EXPO-2017 is the world's energy-saving technology using the latest technologies in the use of alternative energy sources such as sunlight, wind, sea and ocean. The concept of "green economy" in the global scale is analyzed, the effectiveness of energy efficiency is assessed, and the effectiveness of the use of strategic objectives in the state.

СТРАТЕГИЯЛЫҚ МЕНЕДЖМЕНТТІҢ СТРАТЕГИЯЛЫҚ ЖОСПАРЛАУДАН ЕРЕКШЕЛІГІ

Стратегиялық менеджменттің әдіснамасы – стратегиялық шешімдерді қабылдаудың арнайы әдістері мен принциптерінің жиынтығы және ұйымның сыртқы ортамен қатынаста қала беруінде, қолданыстағы әлеуетін тиімді пайдалануға мүмкіндік беретін мақсаттарға қол жеткізу үшін оларды тәжірибеде жүзеге асырудың әдістері.

Стратегиялық менеджмент әдістемесінің пайда болу жағдайларын қарастырайық. Стратегиялық менеджменттің басқару тәжірибесі мен зерттеудің жеке саласы ретінде қалыптасуы төрт кезеңнен өтті:

1. Бюджеттеу және бақылау. Осы басқару функциялары ХХ ғасырдың бірінші ширегінде қарқынды түрде әзірленіп, жетілдіріле бастады. Оны дамытуда ғылыми менеджмент мектебі ауқымды үлес қосты. Мысалы, Г. Ганттың диаграммалары (сызықты диаграммалар) қазіргі күндері де жоспарлаудың кең тараған әдістерінің бірі болып табылады. Бюджеттеу мен бақылаудың негізгі алғы шарттары - ұйымның ішкі де, сыртқы да тұрақты ортасы туралы түсінік: фирма қызметінің (мысалы, технологиялар, бәсекелестік, ресурстардың қолжетімділік деңгейі, персоналдың біліктілік деңгейі және т.б.) шарттары айтарлықтай өзгермейді.

ХІХ ғасырдың 80-жж. бастап ХХ ғасырдың 30-жылдары аралығындағы кезеңді инфрақұрылымды қалыптастыру үдерісі мен ілесіп жүретін, жаппай өндіріс кезеңі деп атайды. Осы кезеңде ұйымдар алдында тұрған негізгі міндет – шығындары неғұрлым аз, ал өнім түрлері әлсіз дифференцирлеген тауар өндірісі көлемінің барынша ауқымы. Оның мәні Генри Фордтың жауабында көрініс тапқан: «Оларға кез келген түсті беріндер, тек ол қара болып қала беруі керек», - бұл олардың өнімді саралау ұсынысына деген жауап. Мұнда сол уақытта «Т» моделінің сериялық өндіріс туралы сөз етілді, ал ол үнемі қара түсті еді. Осы тұжырымда қисыны бар, себебі сол уақытта тек қара бояу ашық ауада тез кебу қабілетіне ие болған болатын. Түсті бір түрлі болуына қарамастан, «Т» моделі өндіріліп, сол уақыт үшін ауқымды көлемде сатылған, бұл оның салыстырмалы түрде төмен бағасымен және тұрақты сұранысы мен түсіндіріледі.

Жаппай өндіріс кезеңінде салалардың нақты шектелуімен, өсімнің тұрақты және болжалды өсімімен, осының салдарынан, әдетте, ұйымның өзге салаларға кіру қажеттігі болмады; мемлекет пен қоғамның аз араласуының кезінде кәсіпорын секторы айтарлықтай автономды түрде қызмет етті. Осыған байланысты, басқару идеологиясы ағымдағы беталыс экстраполяциясы мүмкіндігіне негізделіп, жоспарлаудың негізгі технологиясы ретіндегі бюджеттеуден (белгілі кезеңге интегралды түрде ұсынылған ұйым қызметінің барлық қызметтері үшін жоспарлар әзірлеу) көрініс тапты [1].

2. Ұзақ мерзімді жоспарлау. 1950-жылдары ұзақ мерзімді жоспарлау әдістері қолданыла бастады. Олар ұйым қызметінің белгілі экономикалық көрсеткіштерінің ағымдағы өзгерістерін анықтау мен болашаққа анықталған осындай беталыстардың (немесе трендтердің) экстраполяциясына негізделеді.

ХХ ғғ. 30-50жж. жаппай өткізу дәуірі деп атайды. Оған өтудің қиын нүктесі арзан, әлсіз сараланған сериялы өнімдер өндірісінің сұраныстан артуы болды.

Осы кезең, алдымен өндірушілердің өндірілетін тауар номенклатурасын кеңейте отырып, өткізуді ұйымдастыруды жетілдіру, жарнаманы қарқындату арқылы тұтынушыларға ықпал етуінің кезеңі ерекшеленді. Қарастырылып отырған кезеңде маркетингтің бизнес философиясы ретінде қалыптасуы орын алды, мұнда клиенттердің

қажеттіліктерін анықтау, болжау, қалыптастыру мен қанағаттандыру қажеттігі басты орынға шықты.

өңдеуші салаларда жаппай өткізу дәуіріне өту бұқаралық тұтынушылармен тікелей қарым-қатынастағы салалармен салыстырғанда, айтарлықтай кеш орын алды. Тұрақтылық пен болжамдылық көзқарас жағынан, 30-50 жж. салыстырмалы тұрақтылық пен болжамдылық дәуірі ретінде сипатталды. Тауарлы бюджеттеуде көрініс табатын ұзақ мерзімді жоспарлау басым технология болып табылды.

Осындай басқарудың идеологиясы болашақ беталыстар экстраполяциясы жолымен болжанған кезде, қабылдауға құптарлық болып есептеледі. Әдетте белгілі бір беталыстардың өсімі сөз етіледі және оның болашағы өткенімен және бүгінгісімен салыстырғанда кем болмайды деп есептеледі.

Экстраполяцияның қанағаттанарлық нақтылығына жол берілген кезде алдын ала еңбек пен капиталдың қажеттілігін есептеуге болады. Демек, осындай әдісте ұзақ мерзімді жоспарлаудың құралы бюджеттеу болып табылады. Осылайша, жаппай өндіріс дәуірі мен жаппай өткізу дәуірі үшін басқаруда бірқатар жалпы сипаттар болды.

3. Стратегиялық жоспарлау. 1960-жылдардың соңында өндірісі дамыған көптеген мемлекеттердегі экономикалық жағдай айтарлықтай өзгерді. Дағдарыс құбылыстары басымдық танытқан сайын және халықаралық бәсекелестік күшейе түсуіне байланысты, экономикадағы үдерістерді экстраполяцияның негізінде нақты сандармен өрнектеу ерекшелігі айқын көрініс тапты және нақты нәтижелермен сәйкес келе бермейтін жақсы мақсаттарды алға қою әдетті құбылысқа айналды. Фирманың жоғарғы басшылығы болашақта қызмет жақсара түседі деген ұстанымды алға тартқан болатын, алайда кәсіпорын қызмет етудің жоспарланған нәтижелеріне жетпей қалуы жиі орын алды. Осылайша, қатаң бәсекелестік пен тез құбылмалы сыртқы орта жағдайында ұзақ мерзімді жоспарлау тиімсіз екендігі анықталды.

Стратегиялық жоспарлау тұжырымдамасының тұрақты элементтерін айқындау көбінесе, жалпы экономикалық даму параметрлерінің белгісіздігінде нақты айқындалған, ұзақ мерзімді жоспарлау жүйесін шектеу жолдарын іздеумен байланысты болды. Стратегиялық жоспарлау жүйесінде алдағы болашақ міндетті түрде өткен күнге қарағанда жақсы болады және экстраполяция әдісі арқылы болашақты зерттеу мүмкіндігі туралы алғы шарттар құпталмайды. Менеджерлердің түсінігі бойынша сыртқы факторлардың рөлі жоғары бағаланады және ұзақ мерзімді экстраполяциялық жоспарлаудың стратегиялық жоспарлаудан негізгі ерекшелігін білдіреді. Стратегиялық жоспарлаудың басты нысанасында ұйымның ішкі мүмкіндіктері де, сыртқы бәсекелестік күштері де және ұйымның ерекшелігінің есебімен сыртқы мүмкіндіктерін пайдаланудың жолдарын іздеу басты орындарға шығарылған. Осылайша, стратегиялық жоспарлаудың мақсаты ұйымның нарық қарқындылығы мен бәсекелестердің әрекеттеріне әсерін жақсартуда екендігін айтуға болады.

4. Стратегиялық менеджмент. 1990-жылдарға қарай бүкіл әлем бойынша көптеген корпорациялар стратегиялық жоспарлаудан стратегиялық менеджментке ауысуға қарай қадам жасай бастады [2].

Стратегиялық менеджменттің пайда болуы объективті себептерден туындады (бастысы, ұйым әрекет ететін ортаның құбылмалылығының күшейе түсуімен байланысты) және ұйымды дамытуды басқарудың әдістерін эволюциялық дамытудың нәтижесі болып табылды. Осыған дейін оңтайлы моделдеуге, ғылыми-техникалық және экономикалық болжамдауға негізделген ұзақ мерзімді және ағымдағы жоспарлаудың формалары мен әдістері болған, олар арқылы өндірісті дамытудың беталысы, ұйымның қызметінің бағыты мен сипатын анықтауға талпынған болатын. Бұл әдістер ұйымның әлеуетін өсіру мен нарықты тауарлармен асыра қамтудан тұратын салыстырмалы түрде тұрақты өндірістік мақсаттар, мемлекет үкіметінің протекционистік саясатының көмегімен құрылатын тұрақты сыртқы орта, тұтынушылардың тауарға қойылатын талаптарын шектеу, сондай-ақ

ұйымның әлеуметтік жауапкершілігі, сыртқы ортаны қорғау саласындағы заңнаманың қолайлылығы жағдайларындағы айтарлықтай тиімді болып есептелді.

Басқару тұжырымдамасы ретіндегі стратегиялық менеджмент төмендегі жағдайларда қалыптасты:

- Қарқындылық пен белгісіздік жағдайларымен түсіндірілетін ауыспалықтың көп санымен тәуелділіктің күрделі сипатымен, кездейсоқ факторлар және уақытша шектеулермен ерекшеленетін неғұрлым күрделі, жаңа міндеттердің пайда болуы;
- міндеттердің жиі тез ауысып, өзгеріп отыруы және қоршаған ортадағы өзгерістерге ұйымның әрекет етуін тездету қажеттігі;
- шешімдердің дұрыс қабылданбағандығынан туындайтын қателіктер;
- әзірленген рәсімделген сызбалардың және менеджментке тән сапалы анықталмаған міндеттерінің рәсімдерінің болмауы [3].

Жекеленген индустриялды мемлекеттердегі басқару тұжырымдамасының дағдарысы әр түрлі уақытта бой көрсетті және ұзақтығы жағынан әр түрлі болды. Мысалы, АҚШ-та менеджмент ғылым ретінде негізі қаланып, 70-ші жылдардың басы мен 90-шы жылдардың ортасында «мәселелердің жинақталу кезеңі» орын алды, осы кезде мемлекет болашағы үшін алаңдатушылық танытқан, көптеген мамандар мына сұрақтарды талқыға салды: «АҚШ бәсекелесе ала ма», «АҚШ өзінің бәсекелестік қабілетін сақтап қалу үшін қажетті қайта құруларды уақтылы жүзеге асыра ала ма?».

1995 жылы Халықаралық ұйым Бүкіләлемдік экономикалық форум және Менеджментті дамыту жөніндегі халықаралық институт «Әлемдегі бәсекелестік қабілеттілік туралы баяндаманы» әзірледі, оған сәйкес неғұрлым бәсекеге қабілетті мемлекеттердің көшбасында АҚШ тұрды. Осылайша, АҚШ алда тұрған мәселенің тереңдігін түсіне ғана қоймай, сондай-ақ 90-шы жылдардың ортасына қарай оны шешудің құралдармен жолдарын тапты. Бұған ұйым қызметіне әсер ететін факторларды толық әрі терең есепке алу қажеттігін растайтын, басқарудың жаңа парадигмасын әзірлеу нәтижесінде қол жеткізілді. Ұйымды басқарудағы жаңа әдістің маңызды элементі стратегиялық менеджменттің әдіснамасы болды.

Стратегиялық менеджмент стратегиялық жоспарлауға қарағанда, нақты бағдарланған жүйе болып табылады, ол стратегияны жүзеге асыру, сонымен қатар бағалау мен бақылау үдерісін қарастыруды енгізеді. Стратегияны жүзеге асыру – стратегиялық басқарудың негізгі бөлігі, себебі стратегияны жүзеге асыру тетіктері болмаған жағдайларда, ол қиял ғана болып қалады. Стратегиялық менеджменттің стратегиялық жоспарлаудан айырмашылығы оның стратегияны жүзеге асырумен байланыстылығымен қатар, бір қатар маңызды факторлармен анықталады:

- ақпараттық толтыру-стратегиялық менеджментте өзгерістер туралы дабылдардың бір уақыттағы әлсіреуі кезіндегі сыртқы ортаның белгісіздік өлшемі көбейе түседі, демек, басқару жүйесінің ақпараттық толтырылуы төмендейді. Бұл сыртқы ортаны ақпараттық бақылаудың сезімтал жүйелерін дамытуға әкеледі;
- бюджетті қысқарту түріндегі стратегиялық күтпеген жағдайдың пайда болуы циклдық жоспарлаудан тыс стратегиялық шешім қабылдауға итермелейтін, яғни жоспарланған кезеңдердің ішінде сыртқы ортаның өзгерістеріне жылдам әсер етуіне сипатталатын стратегиялық менеджмент. Осындай күтпеген жағдайларды анықтау үшін шынайы уақыт ауқымында (on-line жүйесі) стратегиялық шешімдерді қабылдау және ақпаратты талдау, жинау жүйесі құрылады;
- стратегиялық менеджменттің сыртқы өзгерістерге әсері екі түрлі болады: бір уақытта ұзақ мерзімді және жедел. ұзақ мерзімді әсер етудің стратегиялық жоспарларда негізі қаланады, жедел әсер етудің шынайы уақыт режимінде жоспарлы циклдан тыс жүзеге асырылады;
- стратегиялық менеджменте сыртқы орта белгілі бір өзгеріссіз, фирма оған икемделуі тиіс құбылыс ретінде қарастырылмайды. Ол сыртқы ортаның өзгеру әдістерімен стратегияны қарастырылады;

• стратегиялық менеджмент алдындағы барлық басқару жүйелерінің элементтерінен тұрады, яғни бюджеттерді құру, салыстырмалы түрде тұрақты факторларды бағалау үшін экстраполяцияны қолдануды, стратегиялық жоспарлаудың элементтерін пайдалануды, сондай-ақ шынайы уақыт ауқымында жүзеге асырылатын стратегиялық шешімдерге икемделу үшін қажетті одан әрі жетілдіруге меңзейді [4].

Көп жағдайларда стратегиялық басқаруды нарықтық стратегиялық басқару (strategic market management) деп атайды. Анықтамаға «нарық» сөзін енгізу стратегиялық шешімдер нарықты дамытуды және ішкі факторларға қарағанда, сыртқы ортаны есепке алуы тиіс екендігін білдіреді. Стратегиялық басқаруды жүзеге асыратын фирма сыртқы хабардар болу (тұтынушыларға, бәсекелестерге, нарыққа және т.б.) қасиетіне ие болуы керек. Басқаруды ұйымдастыруға деген маркетингті немесе нарықты әдіс өндірістік әдіске қарағанда, өндірістің ішкі мүмкіндіктеріне бағытталған.

Нұсқалған факторлар ірі бизнестің саяси, экономикалық, заңнамалық және макро және микро деңгейлердегі өзге өзгерістерді қабылдауға әсер ету талпынысымен түсіндіріледі.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Организация и формы международного бизнеса: учеб. пособие / В.А. Михалкин. – М.: Магистр: Инфра-М, 2017. – 447 с.
2. Менеджмент: учеб. пособие / А.Н. Цветков. – СПб.: Питер, 2010. – 173 с.
3. Стратегический менеджмент: учебник / Р.А. Фатхутдинов. – 5-е изд., испр. и доп. - М.: Дело, 2002. – 446 с.
4. Стратегический менеджмент: учеб. пособие по спец. «Менеджмент организации» / М.Б. Шифрин. – СПб.: Питер, 2010. – 240 с.

Андатпа

Мақалада стратегиялық шешімдерді қабылдаудың арнайы әдістері мен принциптерінің жиынтығы және ұйымның сыртқы ортамен қатынаста қала беруінде, қолданыстағы әлеуетін тиімді пайдалануға мүмкіндік беретін мақсаттарға қол жеткізу үшін оларды тәжірибеде жүзеге асырудың әдістері талқыланған. Стратегиялық менеджменттің басқару тәжірибесі мен зерттеудің жеке саласы ретінде қалыптасуы төрт кезеңдері анықталған. Стратегиялық менеджменттің пайда болуы объективті себептерден туындады (бастысы, ұйым әрекет ететін ортаның құбылмалылығының күшейе түсуімен байланысты) және ұйымды дамытуды басқарудың әдістерін эволюциялық дамытудың нәтижесі талданған.

Аннотация

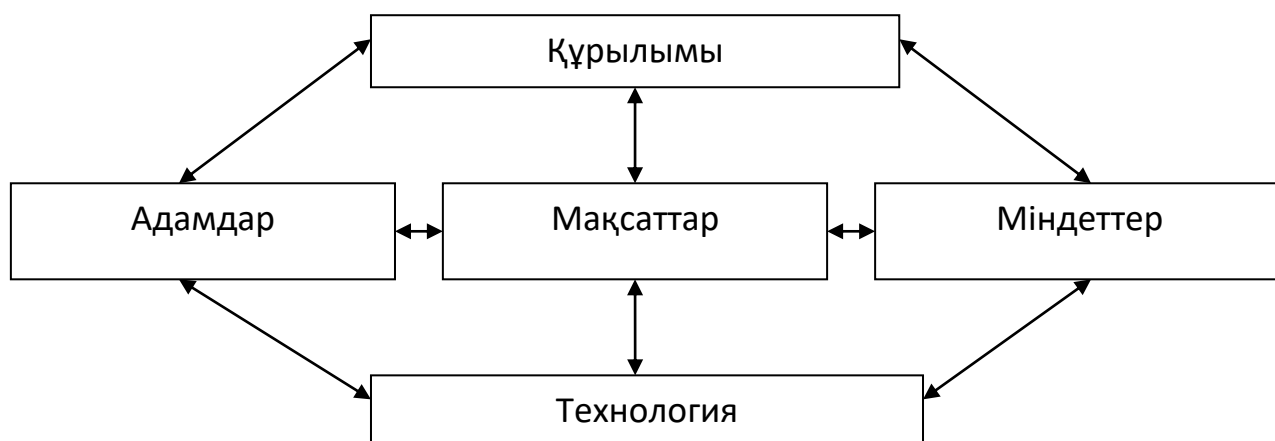
В статье кратко изложены конкретные пути и принципы реализации стратегий и способы их реализации для достижения целей, которые позволяют организации эффективно взаимодействовать с ее существующей способностью общаться с внешней средой. Определен стратегический менеджмент как четыре года на практике как опыт управления и отдельная область исследований. Анализированы управления стратегией на объективных причинах (главным образом, из-за сильной природы окружающей среды, в которой работает организация) и результатов эволюционного развития методов управления развитием организации.

Summary

In the context of the concrete strategies and principles of realizing the strategic realities and the realization of their realities, they allow the organization to be effectively interconnected with the existence of the outside world. Strategic Management has been divided into fourteen years in practice as well as in the field of research. Analysis of Stratigraphy on Objective Stratagems (Keynote Survey, Survey of the Highest Surveys, Organization of Workers) and Results of Evolutionary Development Methods of Development in the Organization.

ҰЙЫМНЫҢ ІШКІ ЖӘНЕ СЫРТҚЫ ОРТАСЫ

Басқарудың әрбір мектебі түрлі ішкі айнаымалылар түсінігіне өз үлестерін қосқан, бірақ тек жүйенің дамуы ұйымды өзара байланысты бөліктерден құралатын бір бүтін ретіндегі тұжырымдамасын құруға мүмкіндік берді (сурет 1).



Сурет 1 – Ұйымның ішкі айнаымалыларының өзара байланысы

Ұйымды мақсатқа жету құралы ретінде қарастыруға болады, ол нақты адамдар тобына өздігімен жеке жұмыс жасап қол жеткізе алмайтын мақсаттарды орындауға мүмкіншілік береді.

Мақсат деп ұйым қызметінің күтілетін нәтижесі немесе оның соңғы нақты жағдайын атайды, оған адамдар тобы (әкімшілік пен персонал) бірге жұмыс жасай отырып қол жеткізеді.

Мақсаттар ұйым қызметін жоспарлау барысында басшылықпен (басқарудың жоғары буынымен) қарастырылады және мүшелеріне дейін жеткізіледі.

Күрделі ұйымдардың мақсаттары да көп болады. Мақсаттардың көп және әртүрлі болуы күрделі ұйымдардың жалпы сипаттамасы болып табылады.

Коммерциялық және коммерциялық емес ұйымдар мақсаттарының қалыптасу тәсілдерінің өздеріне тән ерекшеліктері бар. Бизнеспен айналысатын ұйымның алатын пайдасы шығындарынан артық болып, қоғамдық қажеттіліктерді қанағаттандыратын товарлар мен қызмет түрлерін өндіруге бағытталады. Коммерциялық емес ұйымдар (мемлекеттік мекемелер, мемлекеттік институттар, коммерциялық емес медицина мекемелері және т.б.) бюджеттік немесе басқа да қаржылық шектеулер негізінде нақты қызмет түрлерін көрсету бойынша мақсаттары тұжырымдалады.

Міндеттер жұмыстың мамандандырылуымен өзара байланысты. Міндеттердің сипаты мен мазмұнының өзгеруі мамандандыру және оны дифференциациялау эволюциясымен тығыз байланысты, оны түйрегіш өндіруді мысалға келтіре отыра Адам Смит көрсеткен.

Міндеттерді мамандандыру көптеген қарапайым операцияларда өз қолданысын тапты. Қазіргі замандағы технологияның дамуы, механизация мүмкіншіліктері мамандандыруды күрделі және тереңірек қарастыратындай етті. Ғылыми-техникалық прогрестің дамуы мамандандыруды тек жұмыстар үшін ғана емес, толықтай технологиялық бағыттарда қолдануға мүмкіндік береді.

Жалпы алғанда, технологияны нақты ресурстарды (шикізат, материалдар, ақпарат, адамдар) ойлаған өнім мен қызмет түрлеріне ауыстырудағы құрал ретінде қарастырады. Люис Дейвис бойынша технология анықтамасы: технология – адамдардан немесе ақпараттардан, материалдардан күтілетін өзгерістерді жүзеге асыруда қажетті техникалық білімдер мен білікті дағдылар, қондырғылар, инфрақұрылымдар, құралдар жиынтығы.

Ұйым міндеттері мен технология өзара тығыз байланысты. Қандай да бір нақты міндеттерді орындау нақты технологияны пайдалануды қамтиды.

Технологияны үрдіс ретінде қарастыруға болады, оның көмегімен алғашқы материалдық ресурстар еніп, шығуда өнімге айналдырылады. Бұл жағдайда технологияны осындай өзгерісті іске асыратын нақты тәсіл ретінде анықтауға болады.

Ойлаған өнім (қызмет) түрін шығару тәсілі ретіндегі технологияның мәні мен оның ұйымды басқаруға әсері технология дамуындағы үш ірі төңкеріспен анықталады: өнеркәсіптік революция, стандарттау және механизациялау, конвейер жүйесін қолдану (өндірісті конвейер көмегімен ұйымдастыру).

Өнеркәсіптік революция өнеркәсіптік өндірістегі технологияны құрып, енгізуді алғашқы көрсетті және өндіріс үрдісінде жалдамалы жұмысшыларды пайдалану құралы мен жағдайы ретінде анықталады.

Стандарттау және механизациялау, мамандану және арнайы еңбек құралдарын пайдалану, еңбек өнімділігін дифференциациялау арқылы оны жоғарлату құралын дамытудың негізін қалады. Стандарттауды алғашқы рет қолдану өндірісте өзара орындарын ауыстыруға болатын стандартты компоненттерді пайдаланумен байланысты, оны Эли Уитни іске асырды.

Конвейерлік жинау жүйелерін 1913 жылы Г.Форд ұсынған болатын. Ол кезде стандарттау және механизациялау кеңінен белгілі болған. Бұл ұсыныстың негізі: жұмысшылар орналасқан, қондырғылары бар жұмыс орындары қозғалмайтын жағдайда конвейерлер көмегімен жинақталатын автомобилдің (өндірілген өнімнің) қозғалуын, қозғалысын қамтиды. Конвейерді енгізбегенге дейін жұмысшы өндірілетін машина соңынан барлық технологиялық үрдіс бойы тексеріп отыратын болған, қажет болғанда машинаның сәйкес бөлшектерін қондыруға қатысты жұмыс орындарын да ауыстырып отырған. Конвейерлік технологияны енгізу көп шығындарды үнемдеуге және еңбек өнімділігін арттыруға мүмкіндік берді, ол өз алдына автомобиль құнының арзандауына әкелді.

Технологиялардың өндірісте пайдаланылуына байланысты кеңінен қолданылатын екі топтамасы бар: Вудворд және Томпсон бойынша, олар өндірістік міндеттер мен технологиялардың мазмұны арасындағы өзара байланыстылықты көрсетеді.

Технологияларды Вудворд бойынша топтастыру технология түрлерін (өндіріс тәсілдерін) топтастыру жүйесінің ішіндегі кеңінен таралғаны. Джоан Вудворд – басқарудың ағылшын зерттеушісі. Өндірістік компаниялардың технологиясын зерттей отырып келесі топтарды ұсынған:

1) жеке дара, шағын сериялы немесе жеке өндіріс. Бір уақыт ішінде бір немесе бірнеше өнім бірлігін өндіруді қамтиды. Технологияны пайдаланатын жағдайлар: тапсырыс берушінің арнайы ерекшелігі бойынша өндірген кезде немесе өндірілетін өнім тәжірибелік үлгі болған кезде;

2) жаппай немесе ірі сериялы өндіріс. Бір-біріне ұқсас, үлкен партиялармен өнім өніруді қарастырады. Өндірістің мұндай түрі механизациялаумен, стандартты бөлшектерді және жинаудың конвейер тәсілін пайдаланумен сипатталады. Барлық тұтыну тауарлары жаппай өндіріс технологиясының негізінде өндіріледі;

3) үздіксіз өндіріс. Өндіріс көлемі көп, сипаттамалары бойынша бірдей өнімді үздіксіз өндіру үшін тәулік бойы жұмыс жасайтын автоматтандырылған қондырғыны пайдалануды қамтиды. Үздіксіз өндіріске жататындар: мұнай өндірісі, металлургиялық өндіріс, гидроэлектростанциялардан электроэнергия шығарылымы және т.б.

Томпсон бойынша технологияны топтастыру өндіріс түрі негізінде қарастырылған:

1) көп буынды технологиялар. Тізбектей орындалуы керек өзара байланысқан міндеттер сериясымен сипатталады. Жаппай өндірістің жинақтау жүйесі осы технология түрінің үлгісі болып табылады. Мысал ретінде автомобилді жинақтауды қарастыруға болады, яғни жинау бойынша әрбір операция қандай-да бір тізбек бойынша орындалуы керек;

2) делдалды технология. Адамдар тобының кездесулерімен сипатталады, мысалы, өзара байланысқа түсетін клиенттер немесе сатып алушылар. Делдалдық технологияларды пайдалану мысалы ретінде: коммерциялық банктер – салымшылар мен банктен несие алушыларды байланыстыратын технологиялар; байланыс компаниялары – бір-біріне телефон соғатын адамдар арасындағы делдалдар ретінде қарастырылады;

3) интенсивті технологиялар. Өндіріске түскен нақты мәліметтерде нақты өзгерістер енгізу үшін арнайы тәсілдер, әдістер, дағдылар мен қызметтерді пайдаланумен сипатталады.[6]

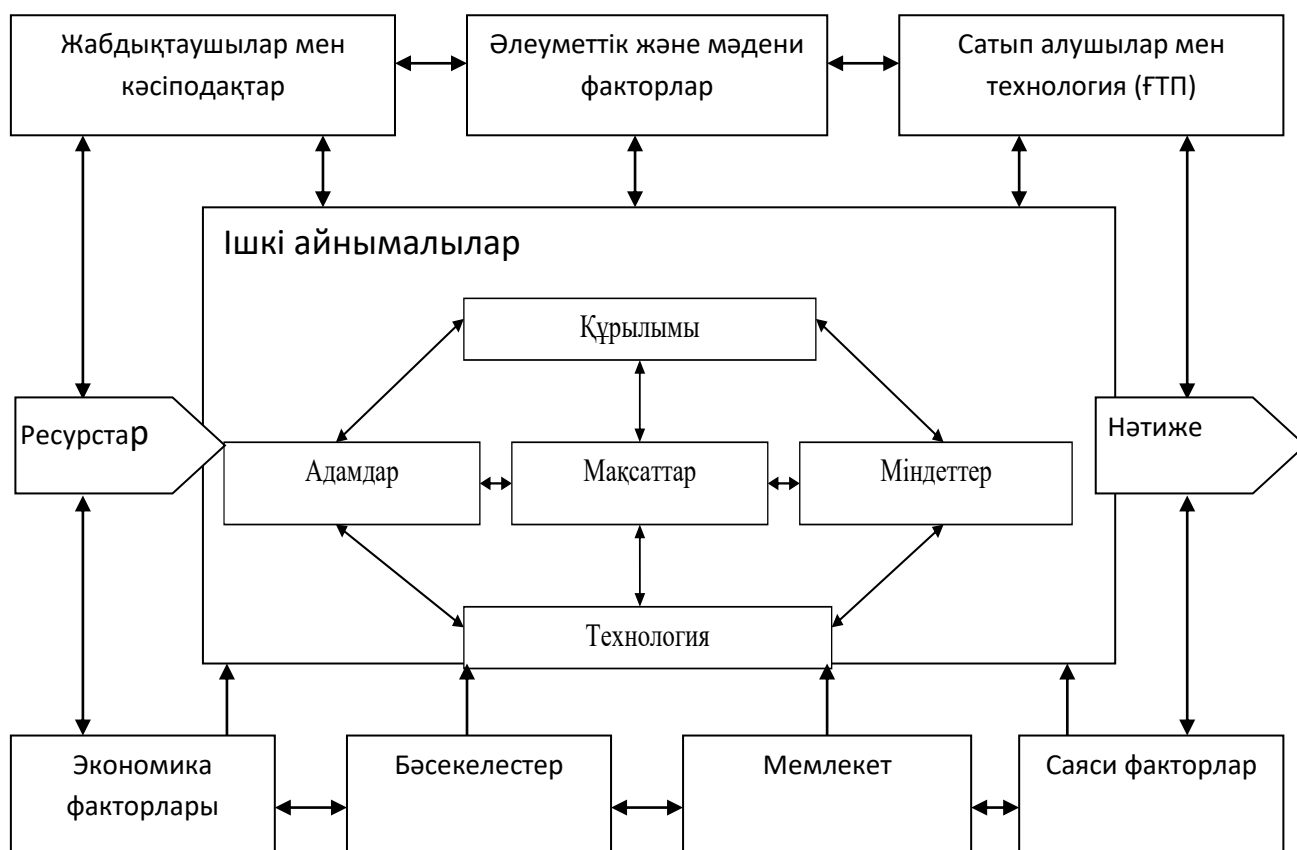
Технологияның Вудворд пен Томпсон бойынша жеке түрлерін салыстыру (кесте 1)

Кесте 1 – Технология түрлерін салыстыру

Вудворд бойынша	Томпсон бойынша
Жеке дара өндіріс технологиялары	Интенсивті технология
Жеке дара өндіріс технологиясы, жаппай өндіріс технологиясы	Делдалдық технологиясы
Жаппай өндіріс технологиясы, үздіксіз өндіріс технологиялары (жартылай)	Көп буынды технологиялар

Түсініктердегі ерекшеліктер негізінен авторлардың мамандануымен түсіндіріледі: Вудворд өнеркәсіптік кәсіпорындар технологиясымен айналысты, ал Томпсон ұйымның барлық түрлерін қамтитын кәсіпорындардың кең тобын қарастырды. Сондықтан, Вудворд өнеркәсіптік технологияларды толық көрсеткен, ал басқа қызметтегі технологияларды – Томпсон сипаттаған. Әр мектептің қосқан үлесі ұйымның ішкі айнылымыларын өзгерту есебінен ұйым мақсаттарына жетудің тиімділігін арттыру позиция арқылы бағаланады. Ұйымның сыртқы факторларына көп назар аударылмады. Бірақ қазіргі заман ұйымдары міндетті түрде сыртқы орта факторларының өзгерістеріне икемденуі керек және сәйкесінше ішкі айнымалыларды өзгерту керек.

Ойламаған жағдайлардың ұйымға әсер ету үлгісі 3 суретте көрсетілген.



Сурет 3 – Ойламаған жағдайлардың ұйымға әсер ету үлгісі

Осы жағдайды көрсету үшін ойламаған жағдайлардың ұйымға әсер ету үлгісіндегі құраушылар:

- 1) ұйымның ішкі айнаымалылары (мақсаттар, міндеттер, құрылым, технология, адамдар);
- 2) сыртқы ортадан ұйымға енетін ресурстар;
- 3) орталармен қабылданылатын ұйым қызметінің нәтижелері;
- 4) ұйымға экономика мен бәсекелестіктің тигізетін әсері (экономика және бәсекелестік факторлары);
- 5) заңдар мен саяси жағдайлардың тигізетін әсерлері (заң және саяси факторлар);
- 6) әлеуметтік және мәдени факторлар.

Ұйымның сыртқы ортасы ұйымның әрекет етуіне тікелей қатысы бар сыртқы айналасындағы факторлармен анықталады. Сыртқы ортаның әсер етуі оның факторларының ұйым қызметі нәтижелеріне тигізетін әсерлерімен анықталынады. Сыртқы орта факторларын анықтау тәсілдерінің бірі осы факторларды екі негізгі топқа бөлумен сипатталады: тікелей әсер ету ортасы және жанама әсер ету ортасы.

Тікелей әсер ететін орта факторлары ұйымның шаруашылық қызметіне тікелей әсер етеді және ұйымның тікелей әсерін өздері де сезінеді. Мұндай факторларға жататындар: жабдықтаушылар, еңбек ресурстарымен жабдықтаушылар, заңдар мен мемлекеттік реттеу мекемелері, тұтынушылар мен бәсекелестер.

Негізгі әдебиеттер тізімі:

- 1 Мескон Н.Х., Альберт М., Хедоури Ф. – «Основы менеджмента». Пер. с англ. – М.: дело, 2002. – 702 с.
- 2 Кабушкин Н.И. «Основы менеджмента». – М., 2005. – 356 с.
- 3 Веснин В.Р. «Основы менеджмента». – М., 2006. – 560 с.
- 4 Радугин «Основы менеджмента». – М., 2007. – 602 с.
- 5 Виханский О.С., Наумов А.И. «Менеджмент». – М.: Фирма «Гардарика», 2008.

6 Виханский О.С. Практикум по курсу Менеджмент. – М.: Фирма «Гардарика», 2008.

Қосымша әдебиеттер тізімі:

10 Глухов В.В. – «Основы менеджмента» (учебно-справочное пособие). Спецпособие. – СПб., 2005.

11 Градов А.П. – «Экономическая стратегия фирмы». – СПб., 2005.

12 Хоскинг А. – «Курс предпринимательства: практическое пособие. Пер. с англ. – М.: Международные отношения, 2003.

13 Мерсер Д. IBM: Управление в самой преуспевающей корпорации мира. – М.: Прогресс, 2001.

14 Агафонов А.С. «Анализ стратегий и разработка комплексных программ». – М., 2000.

Аннотация

В этой статье рассматривается внутренняя и внешняя среда организаций. Описывается взаимосвязь внутренней среды организации. Все они тесно связаны между собой. Очень важную роль в изучении сыграли такие ученые как А. Смит, Вудворд и Томпсон

Summary

The internal and external environment of organizations is examined in this article. Intercommunication of internal environment of organization is described. All of them are close constrained inter se. A very important role in a study was played by such scientists as A. Smith, Vudvord and Tompson

Ашимова Айнаш

аға оқытушы, Алматы

Алматы Экономика және Статистика Академиясы

**КӘСІПОРЫННЫҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІНЕ ӘСЕР ЕТЕТІН
ФАКТОРЛАР**

Қазіргі кезде көптеген кәсіпорындар үшін кәсіпорынның бәсеке қабілеттілігін арттыру ең негізгі мәселе болғандықтан көпшілік тарапынан осы бір мәселеге көп көңіл аударуда. Ол сату нарықтары, өткізу көлемдері, қосымша табысты табуды көздейтін өндірушілердің экономикалық стратегияларының басты ажырамас құралына айналды. Осыған сәйкес кәсіпорындар әрі шығарылатын өнімдердің бағаларын төмендету арқылы әрі нарықта бар өнімдерден сапалық көрсеткіштері жағынан ерекшеленетін өнімдерін өндіру арқылы бәсекелестерді ығыстыруға және нарықтағы жағдайларын нығайтуға ұмтылуы керек.

Кәсіпорынның бәсеке қабілеттілігі – қатысты өлшем, өйткені ол сату уақыты мен нарықта бәсекеге түсетін ұйымдардың салыстырмалы нәтижелерінде көрінуі мүмкін.

Кәсіпорынның бәсеке қабілеттілігі – бұл бәсекелестік күрес жағдайында өзінің алып отырған нарықтық үлесін сақтап қалуға немесе кеңейтуге жеткілікті әлеуеті.

Бәсеке қабілеттілік - бұл нарықта ұсынылған ұқсас жобамен салыстырғанда бәсеке қабілеттілікті қанағаттандыру деңгейі мен сипатталатын жоба ерекшелігі.

Осы арада кәсіпорынның бәсеке қабілеттілігі – бұл экономикалық, техникалық, ұйымдастырушылық мүмкіндіктердің жиынтығы.

Кәсіпорынның (фирманың) бәсеке қабілеттілігі – кәсіпорынның ұлттық, халықаралық нарықтағы жағдайын анықтайтын кешенді экономикалық көрсеткіштерін және потенциалын қамтиды.

Кәсіпорының бәсеке қабілеттілігінің деңгейіне негізінен мынандай басты факторлар әсер етеді:

- өндірістік технологияны жетілдіру дәрежесі мен ғылыми-техникалық деңгейі;
- жаңа өнер табулар мен жаңашылдықтарды қолдану;
- қазіргі заманға сай автоматтандырылған өндіріс құралдарын енгізу[1].

Кәсіпорынның бәсеке қабілетті басқару жүйесі негізінде кәсіпорынның потенциалды мүмкіндіктерін және сыртқы орта талаптарын ескере отырып, ақпараттық технология негізінде өздерінің міндеттерін арнайы функцияландырылған әдістер мен тәсілдер арқылы орындайтын органдар жиынтығы түсініледі. Бәсеке қабілетті басқару жүйесі – бұл қоршаған орта факторларының ықпалы негізінде өзін-өзі реттеу қабілеті бар күрделі ағза.

Кәсіпорынның бәсеке қабілетті басқару жүйесінің ең негізгі қағидасы – бұл кәсіпорынның қызмет етуі мен дамуының стратегиясы және мақсаттарды таңдаудағы негізделген өндірісті басқару жүйесінің бағыт – бағдары негізінде жаңа технология мен жаңа өнім енгізу, кәсіпорынның материалдық – техникалық базасын ескере отырып оның потенциалды мүмкіндіктерін бағалау және бәсекелестік ортаның жағдайын болжау негізінде қызметтердің перспективалы бағыттарын анықтау түсініледі.

Кәсіпорынның бәсеке қабілеттілігі мынадай бірқатар факторларға байланысты:

- *кәсіпорын тауарларының сыртқы және ішкі нарықта бәсеке қабілеттілігі;*
- *өндірілетін тауардың түрі;*
- *нарықтық сыйымдылық (жыл сайынғы сату мөлшері);*
- *нарыққа кіру жеңілдігі;*
- *нарықтың біртектілігі;*
- *осы нарықта жұмыс істеп жатқан кәсіпорындардың бәсекелестік позициялары;*
- *саланың бәсеке қабілеттілігі;*
- *саладағы техникалық жаңалықтар мүмкіндігі;*
- *өңірдің және елдің бәсеке қабілеттілігі.*

Өндірушілерге бәсекелік артықшылықтар беретін жалпы принциптерді тұжырымдайық:

1. *Барлық және әр қызметкердің әрекет жасауға, бастаған істі жалғастыруға ынталығы;*
2. *Кәсіпорынның клиентке жақындығы;*
3. *Кәсіпорынның дербестік және шығармашылық ахуал қалыптастыру;*
4. *Адамдардың қабілеті мен олардың жұмысқа деген ықыласын пайдаланудың арқасында өнімділіктің өсуі;*
5. *Кәсіпорын үшін ортақ құндылықтардың маңыздылығын көрсету.*
6. *Өз позициясын бекем тұра білу;*
7. *Ұйымдастырудың қарапайымдылығы, басқару және қызметшілер саны деңгейінің минимумы;*
8. *Бір сәтте жұмсақ әрі қатаң бола білу. Негұрлым маңызды мәселелерді қатаң қабылдауда ұстау және бағыныштыларға азырақ маңыздыларын беру.*

Кәсіпорының бәсеке қабілеттілігін жоғарылату стратегиясының жүйесін келесідей үлгіде көрсетуге болады:

1. Кәсіпорының сыртқы ортада жүзеге асыратын атап айтқанда тауарлық, баға белгілеу, жабдықтаушылармен қарым-қатынас, ақша және бағалы қағаздар нарығындағы іс- әрекет, трансакциялық шығындарды төмендету, сыртқы экономикадағы қызмет стратегиясы.

2. Кәсіпорының ішкі ортасында жүзеге асырылатын, яғни өндіріс шығындарын төмендету, инвестициялық қызмет, қызметкерлерді ынталандыру, ақпаратпен қамтамасыз ету стратегиялары.

Кәсіпорынның бәсеке қабілеттілігін арттыруға нарықтың саралануы ықпал етеді. Нақты нарықтағы қызметті осы үдерістен бастау керек.

Нарық саралынымы – бұл нарықтың ерекше бөліп көрсетілген бөлігі, тұтынушылардың, тауарлардың немесе кәсіпорындардың кейбір ортақ белгілері бар тобы [2].

Кәсіпорынның бәсеке қабілеттілігі деңгейіне, сондай-ақ өндіріс технологиясын жетілдірудің ғылыми-техникалық деңгейі мен дәрежесі, жаңа өнертабыстары мен жаңалықтарды пайдалану, өндірісті автоматтандыруда осы заманғы құралдарды енгізу аса маңызды әсер етеді.

Кәсіпорынның нарықтағы бәсекелестік позициялары, сондай-ақ кәсіпорын ұлттық мемлекеттік органдар мен басқа да ұйымдар тарапынан экспорттық несиелер кепілдігін беру, оларды сақтандыру, салықтар мен алымдардан босату, экспорттық жәрдем қаражат беру, нарықтардағы конъюнктуралар туралы және басқа ақпараттармен қамтамасыз ету арқылы алатын қолдау мен жәрдемге байланысты.

Кәсіпорынның бәсеке қабілеттілігін бағалаудың негізгі факторларына мыналар жатады:

- экономикалық әлеует және экономикалық өсу қарқыны;
- ғылымның, техникалық даму деңгейі;
- халықаралық еңбек бөлінісіне қатысу;
- ішкі нарықтың серпінділігі мен сыйымдылығы;
- әлеуметтік-экономикалық және ішкі саяси жағдай;
- қаржы жүйесінің икемділігі;
- экономиканы мемлекеттік реттеу;
- еңбек және материалдық ресурстармен қамтамасыз етілуі және ресурстарды жіктеу деңгейі.

Халықаралық еңбек бөлінісінің және ғылыми-техникалық прогрестің ықпалымен бәсекелестіктің кеңінен өрістеуі өндірушілерді бәсекеге қабілетті жаңа тауарлар шығарудың жолдарын және жаңадан өткізу нарықтарын белсенді іздестіруге итермелейді.

Параметрлік қатарлары мен ассортименті жиынтығы неғұрлым кеңірек болса, тұтынушының өзіне оңтайлы сатып алу нұсқасын табу мүмкіндігім соғұрлым жоғары [3].

Көптеген бәсекелестерге қатысты алғанда нарықтағы позицияларды жеңіп алудағы маңызды сәт шығарылатын тауарларды дер кезінде жаңарту, жаңа өнім түрлерін шығаруды әзірлеу мен ұйымдастыру болып табылады. Қазіргі кезде жаңа тауарлар жасап шығару мен өндірудің кәсіпорынның өркендеуі үшін шешуші маңызы бар.

Бәсеке қабілеттілікке жетудің ең оңай жолы – ұйым өзі бәсекелестерінің әлсіз тұстарын немесе артықшылықтары жоқтығын анықтап, басымдығын нығайту. Яғни, кәсіпорын бәсекелестері сондай табысқа ие болмаса, бәсекеде жауап бере алмаса, біраз шығынға ұшырайды.

Кәсіпорын айтарлықтай жеңіске ие болмаған күнде де қолда бар ресурстарға, нақты тәжірибеге сүйене отырып, өз стратегиясын әзірлеуі керек. Қолда бар ресурстар мен біліктілікті қолданбайтын стратегияны құру әрқашан тиімсіз болмақ.

Бәсеке негізгі ұғымдардың арасында ең танымал әрі іргелі экономикалық санат болып табылады. Бәсекемен ұйымның бәсекелік жайғасымы, бәсекелестік стратегиясы мен ұйымның бәсекеге қабілеттілігі сияқты ұғымдар тығыз байланысты. Осы ұғымдардың арасында белгілі себеп-салдары бар өзара байланыс орнаған. Ұйымның нарық жағдайындағы бәсекелестік теориясы мен практикасы осы ұғымдардың жиынтығына сүйенеді.

Монополияға қарсы саясат саласындағы қазіргі заңнама ережелерінде дәстүрлі нарық экономикалы мемлекеттер нарықтың белгіленген бәсекелі ортасын қамтамасыз ете отырып, оны реттеуге тырысады.

Алғашқы уақыттан бастап бәсекеге нарықты реттеуші ғана емес, сонымен бірге ынталандырушы функция да берілген болатын. Басқаша айтқанда бәсеке өндірісті және тауар массасының сапасын дамыту, жетілдіру факторы ретінде қарастырылды.

Қазақстан экономикасының дамуының қазіргі кезеңінде ресурстардың сиректігі мен тұтынушының қолында бар ақпараттың шектеулі болуына байланысты бәсекелестік артықшылыққа жету қиындап келеді. Бизнестегі жағдайдың жылдам өзгеруіне орай ұйым қалыптастырып іске асыратын бәсекелестік артықшылық ұзақ уақыт бойы сақталмайды.

Ел экономикасының бәсеке қабілеттілігі – бұл өте күрделі ұғым. Бір жағынан, ел экономикасының бәсеке қабілеттілігі бәсекелес шетелдік тауарлар мен қызметтерге ішкі де, сондай-ақ сыртқы нарықта ойдағыдай төтеп беретін сатылатын тауарлар мен қызметтердегі экономикалық, ғылыми-техникалық, өндірістік, басқарушылық, маркетингтік және өзге де мүмкіндіктердің шоғырлануымен анықталады, екінші жағынан, экономиканың бәсеке қабілеттілігі – бұл елдің мемлекеттік және қоғамдық құрылым жүйесінің, қоғамның қоғамдық өмірінің барлық қырларын саяси-құқықтық ұйымдастыру мен реттеудің артықшылығы, мемлекеттің ұлттық экономиканың тұрақты, серпінді дамуын қамтамасыз етуі, сондай-ақ қоғам мүшелерінің осымен байланысты әлемдік стандарттарға сәйкес материалдық әл-ауқаты.

1-кесте - Ұйымның бәсеке қабілеттілігін талдау мен бағалаудың негізгі әдістемелік тәсілдемелері

Тәсілдемелер, авторлар	Бәсекеге қабілеттілік көлшемі	Талдау нәтижесінде алынған ақпарат
Д. Рикардоның салыстырмалы артықшылықтар теориясы	Барынша төмен салыстырмалышығын	Бәсекелестердің өңбек өнімділігінің деңгейі
А. Маршалдың фирма мен саланың тепе-теңдік теориясы	Өндіріс факторларын пайдаланудың жоғары өнімділігі	Өндіріс факторларының өнімділік деңгейі
Э. Хекшер мен Б. Олиннің өндіріс факторларының арақатынасының теориясы	Барынша төмен факторлық шығын	Өндіріс факторларының салыстырмалы құны
Тиімді бәсекелестік теориясы	Фирманың бәсекелестігінің қарқындылығы. Жоғары экономикалық қызмет көрсеткіштері	Саланың монополиялылығы. Нарықтағы ағымдағы және келешектегі бәсекелестік ахуал
Ұйымның бәсеке қабілеттілігін өнімнің сапасы бойынша анықтау («Бейіндер әдісі»)	Өнімнің жоғары сапасы	Осы уақыт сәтінде өндірілетін өнімнің сапа деңгейі
Басқарудың стратегиялық тәсілдемесінің негізінде бәсеке қабілеттілікті талдаудың матрицалық әдістері	Жақсы бәсекелік жайғасым	Ұйымның күшті және нашар жақтары, оны мүмкіндіктері мен сыртқы қоршаған орта тарапынан төнетін қауіп
<i>Ескертпе: әдебиет көздерінің негізінде автор құрастырған</i>		

Ұйымның бәсеке қабілеттілігі оның қазіргі жағдайын талдау нәтижелерінің негізінде алынады. Осы процесте бәсекелестік артықшылық көздері, бәсеке қабілеттілікті, жұмыстың тиімділігі мен тұрақтылығын, сондай-ақ бәсекелестік ортасының даму жағдайы мен оның даму үрдістерін арттыру факторлары анықталады. Зерттеу бойынша экономикалық әдебиетте ұйымның бәсеке қабілеттілігін талдау мен бағалаудың әр түрлі тәсілдемелері салыстырмалы түрде қолданылған (1-кесте). Бәсеке қабілеттілік проблемасы әлемнің барлық мемлекеттерін алаңдатады: елдің бәсеке қабілеттілігі елдің әлемдік нарықтағы жағдайын талдап қорытатын әрі сипаттайтын көрсеткіш. Экономикасы әлсіз елдің бәсеке қабілеттілігінің деңгейі жоғары болмайды.

Бүгінгі күні басқа елдермен салыстырғанда Қазақстанның бәсекелестік жағынан артықшылықтары жоқ емес. Осы артықшылыққа экономикалық жағынан тартымды әрі ішкі тұтыну үшін арзан энергия мен басқа да пайдалы кен қазбаларының запасы жатады. Сонымен бірге еліміздің экологиялық және геэкономикалық, оның ішінде аумақтың транзиттік әлеуеті де бар.

Көріп отырғанымыздай ұйымның бәсеке қабілеттілігін арттыру үшін өнімнің сапасы жоғары болуы, жоғары экономикалық қызмет көрсеткіштердің болуы, барынша төмен шығынның болуы, өндіріс факторларын жоғары пайдалану өнімділігінің болуы және т.б көрсеткіштер болған жағдайда ғана бәсеке қабілетті бола алады.

Бәсекелестік артықшылықтарды бағалау кезінде кешенді тәсілдеме тұрғысынан техникалық, құқықтық, нарықтық, ғылыми, экономикалық, ұйымдастыру, психологиялық және бәсеке қабілеттілікті қамтамасыз ететін және өзара ықпал ететін басқа да аспектілер ескеріледі.

Қолданылған әдебиеттер:

1. Рахимбаев А.Б. Маркетинг теориясы және практикасы. Алматы: «Заң әдебиеті», 2014 ж.
2. 14. Сэбден О. «Экономика таңдамалы еңбектері» Алматы: ҚР БҒМ ҒК ЭИ, 2009ж., II том.
3. 15. Әмірбекұлы Е. Өнімнің бәсекеге қабілеттілігі Алматы: экономика, 2009 ж.

**Байменова А.К.,
слушатель программы ДВА «Международный бизнес»,
Бизнес-школа Европейского университета,
Казахский университет экономики, финансов и
международной торговли**

Стимулирование инновационной деятельности: зарубежный опыт

Каждое государство с развитой экономикой находит для себя собственный определенный сценарий развития и поддержки национальной промышленности, ориентируясь на развитие инновационных высокотехнологичных производств. Важно также принимать во внимание, что страны формировали свою политику в разные периоды времени, обладая различными конкурентными преимуществами. Многие развивающиеся страны также делали акцент на поддержку развития инновационных отраслей промышленности, подразумевающих организацию высокотехнологичных производств. В мире существует достаточно примеров развития, основанных на активном развитии инновационной деятельности в промышленности. На наш взгляд, существует необходимость рассмотрения опыта, прежде всего стран с развитой экономикой (таких как Германия, США, Япония, Финляндия и др.), а также государств, которые показывают в последнее время высокие темпы роста (Индия, Китай и др.) [1].

В большинстве стран с развитой экономикой регулирование и стимулирование инновационных процессов в основном происходит через национальные исследовательские программы и различные уровни государственного участия. В зависимости от степени государственного регулирования процесса инновационного развития можно выделить четыре основных модели научно-технического развития промышленно развитых стран:

1. Страны - лидеры в какой-либо науке ориентированные на реализацию крупных целевых проектов. Как правило, значительная неудача научно-технического потенциала их сосредоточена в государственном секторе экономики (США, Англия и Франция).
2. Страны, ориентированные на развитие благоприятной инновационной среды и рационализацию охотно структуры экономики (Германия, Швеция, Швейцария);
3. Страны, развивающие чувствительность к достижениям мирового научно-технического прогресса и координирующие действия различных секторов в научно-технической области (Япония и Южная Корея).

4. Страны новой, только формирующейся модели научно-технического развития, ориентированные на изделие образованные индустриальной средой с использованием инновационного фактора. Развитие экономик стран этой группы происходит не за счет заимствования достижений мирового научно-технического прогресса (Китай, Индия)[2].

В целом страны, заинтересованные в своем развитии, идут по пути формирования соответствующей социально-экономической среды, и только на ее основе может возникнуть инновационная среда. Как пример можно привести распределение стран по показателю среднедушевого ВВП по квартилям в течение XX века, так как этот показатель поможет охарактеризовать приведенные выше модели инновационного развития. Страны первой и второй модели (США, Англия, Франция, Германия, Швеция и Швейцария) за вековой период не изменили своего положения в рейтинге, как занимали, так и занимают высокие места в IV (высшем) квартиле распределения стран по показателю среднедушевого ВВП. Здесь в течение столетия была сформирована развитая социально-экономическая среда.

Страны, для которых характерна третья модель инновационного развития (Япония и Южная Корея) совершили скачок в развитии; показатели среднедушевого ВВП этих стран за столетний период переместились из III квартила в IV - высший. Среда, соответственно, развивалась.

В странах четвертой модели происходит формирование индустриальной среды, так, Китай за сто лет переместился из I (нижнего) квартила в IV (высший) квартал.

Налоговое стимулирование развития инновационной среды осуществляется различными методами, одним из широко используемых в мировой практике являются налоговые льготы. Налоговые стимулы различаются по адресату (например, ориентация на малый инновационный бизнес), формам (уменьшение налогооблагаемой базы, снижение налога на прибыль корпораций), целям (снижение себестоимости наукоемкой продукции, привлечение в бизнес квалифицированного исследовательского персонала, амортизация научного оборудования, стимулирование инновационной деятельности в приоритетных направлениях и пр.), временным рамкам (возможности переноса налоговых льгот на прошлые или будущие налоговые периоды)[3].

В развитых и динамично развивающихся странах широко применяются различные меры государственного стимулирования инновационной деятельности в малом и среднем бизнесе. В их числе законодательные, финансовые, налоговые, имущественные механизмы стимулирования и поддержки малых предприятий, специализирующихся в осуществлении научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок (НИОКР). Наряду с этим широко используются возможности организационного, консультационного и научно-технического взаимодействия крупных предприятий, высших учебных заведений и исследовательских центров с инновационными малыми предприятиями в целях ускоренной реализации новых разработок и их дальнейшей успешной коммерциализации.

Наиболее эффективной и распространенной в последние два десятилетия частной формой интенсификации инновационной деятельности в условиях рыночной экономики является венчурное финансирование инновационных проектов, связанных с большим риском. Венчурная деятельность направлена на временное объединение капиталов нескольких юридических и (или) физических лиц для создания небольших, но весьма мобильных и эффективных предприятий по доводке и коммерческой реализации отдельных инновационных проектов. После успешного завершения таких проектов эти предприятия либо поглощаются более крупными фирмами, или путем продажи лицензий на разработанные инновационные продукты укрепляют свои финансовые позиции и на этой основе разворачивают активную предпринимательскую деятельность по созданию собственного производства и организации коммерческих операций.

Следует отметить многообразие форм и моделей стимулирования и финансирования инновационной деятельности, активно используемых за рубежом и

получивших свое распространение в нашей стране. Наряду с традиционными (налоговое стимулирование, венчурное финансирование, льготное кредитование), внимания заслуживают новые перспективные для нашей страны форм инвестирования в инновационные проекты: инновационные ваучеры, лизинг и факторинг в инновационной деятельности, привлечение частных инвесторов. В то же время отметим, что в рыночной экономике должны преобладать негосударственные механизмы поддержки инновационных проектов, чего в настоящее время в нашей стране не наблюдается.

На наш взгляд, необходимо вовлечение широкого круга инвесторов, особенно негосударственных пенсионных фондов, страховых компаний и частных лиц, в процессы финансирования инновационных разработок при всесторонней государственной поддержке данных процессов, применение различных форм стимулирования и финансирования инвестиционной деятельности, которые хорошо зарекомендовали себя в зарубежных странах. Такие меры должны привести к росту рынка наукоемких технологий, увеличению отдачи инновационного потенциала, изменению структуры экономики, переходу ее на инновационные рельсы. Получение доступа предпринимателей к финансовым ресурсам различных типов инвесторов может стать доступнее с развитием в Казахстане страхования инвестиций.

Список литературы:

1. Мазилев Е. А. Зарубежный опыт стимулирования инновационной деятельности в промышленном секторе // Молодой ученый. — 2014. — №3. — С. 469-472. — URL <https://moluch.ru/archive/62/9316/> (дата обращения: 15.01.2019).
2. Гольдштейн Г.Я. Инновационный менеджмент: учебное пособие. М., 2011.
3. Лукьянов А.И. Коммерциализация технологий. Мировой опыт - России: учебное пособие. М., 2010.

Резюме

Одной из важных предпосылок для развития экономики является разработка и введение мер для поддержки инновационной деятельности. Поддержка инновационной деятельности во многих зарубежных странах в первую очередь обеспечивается посредством налоговых стимулов для финансирования научных исследований и экспериментальных работ.

Түйін

Экономиканы дамыту үшін маңызды алғышарттардың бірі инновациялық қызметті қолдау үшін шаралар әзірлеу және енгізу болып табылады. Көптеген шет елдерде инновациялық қызметті қолдау бірінші кезекте ғылыми зерттеулер мен эксперименттік жұмыстарды қаржыландыру үшін салықтық ынталандыру арқылы қамтамасыз етіледі.

Summary

One of the important prerequisites for economic development is the development and introduction of measures to support innovation. Innovation support in many foreign countries is primarily provided through tax incentives to fund research and experimental work.

Қазақстан экономикасындағы еңбек нарығының ерекшелігі

Қазіргі таңда экономика дамуының бірден бір механизмі – адамдардың тиімді еңбек етуі. Экономиканың дамуына үлес қосу үшін еңбек нарығы әрқашан даму үстінде болуы керек. Күнделікті әртүрлі жаңалықтарда орта және шағын кәсіпорындардың ашылу қажеттілігі айтылады. Мұның барлығы жаңа жұмыс орындардың ашылуына жағдай жасайды. Оған қоса жаңа кәсіпорындардың ашылуы, жаңа жұмыс күшінің пайда болуына алып келеді. Алайда, жаңалықтарда және күнделікті өмірде айтылатын нәрсе болашақтың жоспары.

Ал, қазіргі таңда Британияның Legatum Institute сарапшылары өткен жылы әлемдегі өркендеуші мемлекеттердің Prosperity Index рейтингін жариялады. Бұл тізімде Қазақстан 2017 жылғы көрсеткішін жақсартып, 82-орынан 72-орынға көтерілген. Сарапшылар рейтингті қауіпсіздік, жеке бас еркіндігі, денсаулық сақтау, білім, кәсіпкерлік мүмкіндіктері, экономика, әлеуметтік әл-ауқат пен басқару белгілерінің бағасына қарай дайындайды.

Жарияланған мәліметтерге сүйенсек, Қазақстан білім беру ісі бойынша 35-орында, ал экономиканың даму көрсеткішімен 46-орында, іскерлік орта – 53. Жеке бас бостандығы – 128, басқару – 99 және қоршаған орта бойынша 95-орынға тұрақтаған. Орта Азия елдерінің ішінде Қазақстан алда келеді. Одан кейінгі орында Қырғызстан, Тәжікстан тұр. Ресей мен Қытай 101, 90-орындарда. Бұл рейтингтің алғашқы үштігін Норвегия, Жаңа Зеландия мен

Финляндия еншілеген.

Әлемдік рейтингте Қазақстанның экономикалық көрсеткіші – 46-орында. Бұл көрсеткішке жалпы ішкі өнім деңгейі, жұмыспен қамтылу эсер ететін белгілі. Осының ішінде жұмыссыздық – мемлекетіміз үшін өзекті мәселенің бірі.

Экономикалық теорияда жұмыссыздықтың үш түрі қарастырылады: Фрикциондық жұмыссыздық – адамдар бір жұмыстан басқа жұмысқа, бір жерден басқа жерге жұмыс іздеумен ауысуы.

Құрылымдық жұмыссыздық – өндірістік қуаттың жетпеуінің нәтижесінде болады: Жеке сала дамуының кері пропорционалды болуынан және ескі саланы жабу мен жаңа саланы дамытудың нәтижесі.

Циклдық жұмыссыздық – өндірістің құлдырауынан туындайды, яғни экономикалық циклдың осы фазасымен байланысты.

Мемлекет басшысы «Төртінші өнеркәсіптік революция жағдайындағы дамудың жаңа мүмкіндіктері» Жолдауында «Босайтын жұмыс күшін еңбекпен қамту үшін келісілген саясатты алдын ала тиянақтау керек» деген тапсырма берді. Жолдауда «Адамдарды нәтижелі жұмысқа тарту үшін көбірек мүмкіндік беріп, олардың жеке кәсібін бастауына немесе жаңа мамандық алып, жұмысқа орналасуына жағдай жасау керек» деп нақты көрсетілген. Елімізде жұмыссыздық деңгейі, олардың жас ерекшеліктері қандай, қанша азамат тұрақты табыс көзін іздейді деген сауалдардың жауабын нақты сандар береді.

Ұлттық экономика министрлігінің Статистика комитеті жүргізген зерттеулер мен есептеуі бойынша 2017 жылғы III тоқсанда 15 және одан жоғары жастағы жұмыс күшінің саны – 9,0 млн адам. Республика экономикасында 8,6 млн адам жұмыспен қамтылды немесе 15 және одан жоғары жастағы халықтың – 66,4%. Жалдамалы қызметкерлер саны 6,4 млн адамды құрады және 2016 жылғы III тоқсанмен салыстырғанда олардың саны 34,7 мың адамға (0,5%-ға) артты. Жалданып жұмыс істейтіндердің негізгі үлесі кәсіпорындарда (ұйымдарда) жұмыспен қамтылды – 88,6% (5,7 млн адам). Өз бетінше

жұмыспен қамтылғандар саны – 2,2 млн адам. Өз бетінше жұмыспен қамтылғандардың негізгі бөлігі өз қызметін ауыл шаруашылығында (42,4%), сондай-ақ сауда саласында (30,3%), көлік қызметін көрсетуде (9,2%) және құрылыста (7,5%) жүзеге асырды.

Сонымен қатар 6,5 млн адамның жоғары және орта кәсіптік (арнаулы) білімі бар, бұл жұмыспен қамтылған халықтың 75,7% құрайды. Ерлермен салыстырғандағы жоғары және орта кәсіптік білімі бар жұмыспен қамтылған әйелдердің үлесі жоғары. 2017 жылдың III тоқсанында жұмыссыздар саны (табысты жұмысы болмаған, оны үздіксіз іздеген және оған кірісуге дайын болған 15 және одан жоғары жастағы адамдар) 441 мың адам.

Жұмыссыздық деңгейі – 4,9% (2016 жылғы III тоқсанда – 4,9%) құрады. 2017 жылдың III тоқсанында жұмыссыз ерлер санының үлесі – 47,3% (208,7 мың адам), әйелдердің үлесі – 52,7% (232,3 мың адам). «Атамекен» ұлттық кәсіпкерлер палатасы жұмыссыздықпен күрес, кәсіпорындарды білікті мамандармен қамтамасыз ету, салалық кәсіпорындарға лайықты маман дайындау, дуальді білім беру, кәсіпкерлік негіздерін оқыту, кәсіпкерлікке баулу мәселесіне аса ден қойып отыр.

«Көші-қон және халықты жұмыспен қамту мәселелері жөніндегі заң жобасы аясында Ұлттық палата жұмыссыз және өзін-өзі жұмыспен қамтыған азаматтарды жұмысқа орналастыруда жеке жұмыспен қамту агенттіктерін тарту бастамасын көтерген еді. Бұл бастама қолдау тапты. Осы мақсатты мемлекет атқаратын және аутсорсинге берілетін қызметтердің тізімі анықталды.

Аутсорсингке жұмыссыз және өзі-өзі жұмыспен қамтыған азаматтарды кәсіби бағдарлау, оларды оқытуды ұйымдастыру және жұмысқа орналастыру қызметтерін беру жоспарланып отыр. Осы мақсатта 2018 жылға 1,5 млрд теңге бөлінеді деген жоспар бар. Бүгінде «Атамекен» Ұлттық палатасы жеке меншік жұмыспен қамту агенттіктер арқылы аутсорсинг аясында жеке агенттік қызметінің тарифына қатысты ұсынысты дайындап, Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрлігіне жолдады.

Мемлекет басшысы Жолдауда «Бірыңғай электрондық еңбек биржасын кең ауқымда енгізу қажет. Онда бос жұмыс орындары мен жұмыс іздеушілер туралы барлық ақпарат жинақталуға тиіс» деген міндет жүктелген. Жаңа заң жобасында еңбек нарығының бірыңғай ақпараттың базасын қалыптастыратын «Еңбек биржасы» мемлекеттік интернет-ресурсын заңмен бекіту қарастырылған.

Осыған орай Үкімет «2017-2021 жылдары нәтижелі жұмыспен қамту және жаппай кәсіпкерлікті дамыту» бағдарламасына өзгертулер мен толықтырулар енгізу туралы қаулысының аясында Ұлттық палата мен министрлік жеке интернет ресурстармен келісілген индикативке (жарияланған түйіндеменің 50%-дан атсамы жұмысқа орналасса) жеткенде enbek.kz сайтының профильді емес функцияларын нарыққа беру келісім жасалды. Сонымен қатар заң жобасы аясында жұмыс беруші босаған жұмыс орны туралы ақпаратты 3 жұмыс күнінде беру нормасын өзгертіп, ақпарат беруді 5 күнге дейін ұзарту ұсынысын Мәжіліс қолдады.

Жұмыс беруші жұмыспен қамту орталығына жұмыс орны босаған жағдайда 3 күн ішінде еңбек шарты мен төлемі туралы ақпарат беруге міндетті еді, енді жаңа заң жобасында бұл мерзім 5 күнге дейін ұзаруы ықтимал. «Атамекен» ҰКП жұмыспен қамту орталықтарының аутсорсингі аясында жұмыссыз және өзін өзі жұмыспен қамтыған азаматтарды жұмысқа орналастыруға ықпал етуге жеке жұмыспен қамту агенттіктерін тарту жұмысын жалғастыруды жоспарлап отыр. Сонымен қатар барлық деңгейде әлеуметтік серіктестік жүйесінің жұмыс істеуі мен оның тиімділігін қамтамасыз ету, [Atameken services](http://Atameken.services) бір терезе аясында еңбек заңнамасы, әлеуметтік кәсіпкерлік, еңбекті қорғау және оның қауіпсіздігі бойынша кеңес беру қызметін көрсетуді қолға алуды жоспарлауда.

Қолданылған әдебиеттер тізімі:

1. Жакупов Н.С. Рынок труда и практические проблемы развития // Сб. науч. тр. – Алматы: Білім.- 2017.- 512 с.

2. Сағындыкова М.Р. Проблемы глобализации // Каржы.- 2016. - № 4. – С. 31.

3. Баталов Р. А. Бизнес Казахстана и его роль в формировании единого экономического пространства // Интеграционный форум, Единое экономическое пространство Беларуси, Казахстана, России и Украины: значение, возможности, перспективы: тез. выступлений. - М., 2015. - С. 37-38.

4.Официальный сайт Евразийской экономической комиссии // [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/trade/vneshtorg/Documents/Files/ALLusd201112_1.pdf (дата обращения 12.12.2012).

Андатпа

Қазіргі таңда экономика дамуының бірден бір механизмі – адамдардың тиімді еңбек етуі. Экономиканың дамуына үлес қосу үшін еңбек нарығы әрқашан даму үстінде болуы керек. Күнделікті әртүрлі жаңалықтарда орта және шағын кәсіпорындардың ашылу қажеттілігі айтылады. Мұның барлығы жаңа жұмыс орындардың ашылуына жағдай жасайды. Оған қоса жаңа кәсіпорындардың ашылуы, жаңа жұмыс күшінің пайда болуына алып келеді.

Мақалада әлемдік рейтингте Қазақстанның еңбек нарығының экономикалық көрсеткішіне талдау жасалған. Бұл көрсеткішке жалпы ішкі өнім деңгейі, жұмыспен қамтылу әсер көрсеткіштері анықталған. Осының ішінде жұмыссыздық – мемлекетіміз үшін өзекті мәселенің бірі.

Аннотация

На сегодняшний день единственным механизмом экономического развития является труд людей. Чтобы способствовать развитию экономики, рынок труда должен всегда развиваться. Ежедневные новости подчеркивают необходимость открытия малого и среднего бизнеса. Все это создает новые рабочие места. В то же время открытие новых предприятий приведет к появлению новой рабочей силы. В статье анализируются экономические показатели казахстанского рынка труда в мировых рейтингах. Показатели валового внутреннего продукта, показатели занятости, были определены для отдельного индекса. Кроме того, безработица является одной из самых актуальных проблем для страны.

Abstract

To date, the only mechanism for economic development is the labor of people. To promote economic development, the labor market must always evolve. Daily news emphasizes the need to open small and medium businesses. All this creates new jobs. At the same time, the opening of new enterprises will lead to the emergence of a new labor force. The article analyzes the economic indicators of the Kazakhstan labor market in the world rankings. Indicators of gross domestic product, employment indicators, were determined for a separate index. In addition, unemployment is one of the most pressing problems for the country.

Экономикадағы цифрлық технологияның мәселелері мен дамытудың негізгі факторлары

Түйіндеме

Берілген мақалада қазіргі таңда елімізде цифрландыру үрдісі экономиканың барлық салаларында, әлеуметтік салада, сонымен қатар мемлекеттік басқару құрылымдарында да қарқынды жүргізілуде екені қарастырылды. Цифрландыру экономикалық тиімділік пен бәсекеге қабілеттілікті арттырудан басқа, әлеуметтік салаларға да оң әсерін береді. "Цифрлық экономика дамыған сайын, ел экономикасы да өркендей береді. Соңғы жылдары қолма-қол ақшасыз төлем жасауға қоғамды үйрету үдерісінің жылдам өріс ала бастағаны байқалады.

Түйінді сөздер: технология, цифрлық экономика.

Аннотация

В данной статье рассматривается, что процесс цифровизации в стране усиливается во всех сферах экономики, социальной сферы, а также в структурах государственного управления. Цифровизация, помимо экономической эффективности и конкурентоспособности, также окажет положительное влияние на социальные сферы. «По мере развития цифровой экономики экономика страны будет продолжать расти, и в последние годы процесс общественного обучения начал набирать обороты.

Ключевые слова: технология, цифровая экономика.

Annotation

This article considers that the process of digitalization in the country is intensifying in all spheres of the economy, the social sphere, as well as in the structures of government. Digitalization, in addition to economic efficiency and competitiveness, will also have a positive impact on social areas. "As the digital economy develops, the country's economy will continue to grow, and in recent years, the process of public education has begun to gain momentum.

Keywords: technology, digital economy.

Цифрлық технология – табысты болашақтың кілті. Жаңа технологияға бай мемлекет дүниежүзі бойынша көш бастап тұрады. Қазақстан осы санаттағы 30 озық елдің қатарына қосылуына мүмкіндік алды. Қазір басқа кезең жүріп жатқанын мойындауымыз керек. Мұны «Цифрлық революция» кезеңі дейміз. Бұл – технологиялар туралы санамызды жаңғыртатын, тіпті, түбегейлі өзгертетін сәт. Бұдан былай адамзаттың өмір сүруі ақпараттық технологияларды меңгеруімен байланысты әрі оны тиімді пайдалануында болмақ.

Цифрлы қоғам – білім мен барлық саладағы ақпараттың басым болып, адамдардың өмір салтында ақпараттық-байланыс технологияларының белсенді қолданылуы және бизнес, қоғам мен мемлекеттің арасындағы тығыз қарым-қатынастың орнауы үстемдік орнайтын жаңару заманының заманауи бөлігі.

Цифрлық жүйе адамдардың ақыл-ойының орнына айналуы мүмкін деп саналады. Бірақ бұл олай емес. Қаржылық саладағы келісімшарттарды жасасудың цифрлық үлгілермен алмастырылмайтындығы көрсетілген. Цифрлық модельдер келісім жасасқан кезде түсінушілік пен қарым-қатынасқа қолдау көрсету құралы, сондай-ақ келісімшарттарды бекіту құралы болуы мүмкін, бірақ адамның орнын алмастыра алатын жаңа автоматтандыру түрі болуы мүмкін емес.

Ақпараттық-байланыс инфрақұрылымы заманауи талаптарға жауап бере отырып, елдің қоғамдық-экономикалық өмірінде сандық әлеуеттің қалыптасуын қамтамасыз етеді.

Дегенмен, халық жаңа цифрлы технологиялар ұсынған мүмкіндіктер мен артықшылықтарды қолдануды білмесе, ақпаратты жеткізудің жоғарғы жылдамдықты желісі қолданыстан шығады да, тиімділігі жоғалады. Сонымен қатар, инфрақұрылымға нәтижесіз шығарылған шығынның мол болуы есебінен халықтың санасында сенімсіздік пайда болу қаупі жоғары. Бұл қауіптің алдын-алу үшін цифрлық дағдылары қалыптасқан жасампаз қоғамды құру керек.

Цифрлы дағдылар – экономиканың барлық саласының өсім көзін қалыптастыратын негізгі күш. Цифрлық қоғамның кірігуіне (интеграция) мүмкіндік беретін, мемлекеттік және жеке сандық қызметтерге жол ашатын, өнімділік пен бәсекеге қабілеттілікті арттыратын маңызды бөліктерді жинақтаушы да осы.

Ақпараттық-байланыс инфрақұрылымының дамуы кәсіпкерліктің негізін меңгеруге мүмкіндік береді. Сонымен қатар, қашықтықтан бағдаламалау жүйесін үйреніп, мобилді қосымшаларды жасау, бағдарламалауды қамтамасыз ететін жүйені ойлап табу, оларды сату және қолдануды үйретеді.

Осылайша, цифрлы құрылғыларға қарай бет бұру жаңа технологияларды дұрыс қолдану кіші және орта бизнесті дамытып, ауылдық елді-мекендердегі халықтың қызметке ие болу мүмкіндігін арттырады. [1]

Қазақстанда тәуелсіздіктің алғашқы жылдарынан бері жоспарлы экономикадан нарыққа бағыт алуда үлкен қадамдар жасалды. Маңызды саяси және экономикалық шешімдер арқылы еліміз саяси тұрақсыздықтан, азаматтық әрі қаржы дағдарысынан аман өтті. Ендігі алдымызда тұрған негізгі міндет – бұл цифрлық технологияны дамытып, қоғамға қажет ақпараттың қолжетімділігін қамтамасыз ету.

Бұл мәселе Елбасының бұрынғы Жолдауларында да көтерілген болатын. Цифрлық технологияларды дамытуға байланысты «Қазақстанның үшінші жаңғыруы: жаһандық бәсекеге қабілеттілік» атты Жолдауында Мемлекет басшысы Н.Назарбаев: «Біз цифрлы технологияны қолдану арқылы құрылатын жаңа индустрияларды өркендетуге тиіспіз. Бұл - маңызды кешенді міндет. Бұл индустриялар қазірдің өзінде дамыған елдердің экономикаларының құрылымын өзгертіп, дәстүрлі салаларға жаңа сапа дарытты», - деп нақты болашаққа айқын бағдар берді. Сонымен қатар, Президент өз Жолдауында «Елде 3D-принтинг, онлайн-сауда, мобилді банкинг, цифрлы қызмет көрсету секілді денсаулық сақтау, білім беру ісінде қолданылатын және басқа да перспективалы салаларды дамыту керек», - деп айтқан болатын.

Президент Жолдауында ұсынылған ел дамуының басты бағыттарының бірі - Қазақстанның қазіргі әлем көшбасшыларының қатарына кіру үшін қажетті цифрландыру, барлық салаларға цифрлық технологияларды енгізу болып табылады.

Цифрлық экономика дамыған сайын, ел экономикасы да өркендей береді. Соңғы жылдары қолма-қол ақшасыз төлем жасауға қоғамды үйрету үдерісінің жылдам өріс ала бастағаны байқалып отыр.

Жалпы, Қазақстан ТМД елдерінің ішінде алғашқы болып электрондық цифрлық қолтаңбаны қолдануды, электрондық үкімет бірыңғай порталында электрондық мемлекеттік қызметтерді енгізуді бастаған.

Қазірдің өзінде электронды үкімет, электронды сауда, интерактивті жарнама қызметтері қарқын алып келе жатыр. Бұған қоса, еліміздің нарығында жұмыс істеп жатқан екінші деңгейлі банктердің мобилді банк жүйесін ресми түрде іске қосылып, оны тұтынушылардың тиімді пайдаланып келе жатқандығын айта кеткен жөн. Бұл дәуір ағымына ілесіп алға басып келе жатқан жас мемлекетіміздің әлем алдындағы жетістігі болып табылады.

Ашық Үкімет, ашық қоғам құруды мақсат етіп қойған Қазақстан ақпараттық-телекоммуникациялық технологияның электронды есептегіш техникасымен жұмыс істеуге, компьютерді пайдалануға, модельдеуге, электронды оқулықтарды, интерактивті құралдарды қолдануға, интернетте жұмыс істеуге, компьютерлік оқыту бағдарламаларына басты назарды аударып отыр. Қазақстандықтардың өмір сапасын арттыру әрі ұлттық

экономиканы цифрландыру бағдарламасын жүзеге асыру шеңберінде 2022 жылға дейін интернет желісін пайдаланушылар үлесін 82 пайызға дейін көбейту, тұрғындардың 95 пайызын цифрлы хабар таратумен қамту, халықтың цифрлық сауаттылығының деңгейін 83 пайызға дейін арттыру көзделуде.

Осы бағыттағы жұмыстар Ұлттық статистика жүйесінде де табысты атқарылуда. Статистика органдары статистикалық әдіснаманы қалыптастыру, статистикалық қызметті жүзеге асыру, қоғамның, мемлекет пен халықаралық қоғамдастықтың ресми статистикалық ақпаратқа қажеттілігін қанағаттандыру сияқты негізі міндеттерді жүзеге асырады. [2]

Дәл қазіргі таңда, қазіргі технологиялар дәуірінде мемлекеттік сатып алуларды электронды нұсқаға көшіретін кез келді. Елімізде электронды құжат айналымына алғашқы болып көшкен құрылымдардың бірі – «Самұрық Қазына». Қорда айналымы 4 трлн. теңгеге жетіп жығылатын еліміздегі ең ірі компаниялардың портфелі бар. Ал мұндай жағдайды қағаз-құжатты түгелдей цифрлық жүйеге көшіру дау тудырмасы анық.

Бұрын танымал экономист-сарапшы Сергей Перапечка еліміздің экономикасын одан әрі цифрландыру көптеген салалардың дамуына басты фактор боларын айтқан еді. Ол келтірген мәліметке қарағанда цифрландыру саласы бойынша еліміз жыл өткен сайын алға жылжып келеді. Цифрлық экономикаға тартылу деңгейі бойынша Қазақстан – Ресей, БАӘ, Аргентина мен Чили сияқты елдермен қатар тұр екен.

Қазіргі уақытта техника қарыштап дамыған тұста барлық саланы цифрлық жүйеге көшіру уақыт талабына айналғаны рас. Мысалы қазіргі кезде «Самұрық-Қазына» ғана емес, басқа да ұлттық компаниялар цифрлық технологияға ауысып жатыр. Мысалға, бұрындары «Қазпоштадан» сәлемдемені иесіне 30-40 минуттың көлемінде жеткізер болса, әзір небәрі 3 минуттың ішінде табыстайды екен. Бір кездері еліміздің аумағында сәлемдемелер 20-21 күн ішінде жеткізілсе, қазірде бұл мерзім 6-8 күнге дейін қысқартыпты. Цифрлық экономика кейбіреу ойлайтындар блокчейн немесе криптоиндустрия емес. Цифрлық технологияларды енгізу мемлекеттік органдар мен ұлттық компаниялардың жұмысын анағұрлым ширатады. Қазақстанда 500-ге жуық мемлекеттік деректер базасы бар екен.«Цифрлы Қазақстан» бағдарламасы аясында бұлардың барлығын біртұтас жүйеге (базаға) біріктіруге болады. Кейіннен бұған бизнесті де көшіруге мүмкіндік бар.

«Цифрлы Қазақстан» бағдарламасын жүзеге асырудың 4 бағыты бар;

Бірінші бағыт – ауыл-аймақты кең жолақты интернетпен қамтамасыз етіп, Қазақстанның транзиттік әлеуетін арттыру;

Екінші бағыт – экономиканың салаларына (көлік және логистика, денсаулық сақтау, білім беру, ауыл шаруашылығы және электронды сауда) цифрлы технологияны ендіру;

Үшіншісі – мемлекеттік органдар жұмысының сапасын арттыру;

Төртінші бағыт – IT-мамандарды даярлау. [3]

Бағдарламаның басты мақсаты – қазақстандықтардың өмір сапасын арттырып, ұлттық экономиканы цифрландыру. Құжаттарды жүзеге асыру шеңберінде 2020 жылға дейін ғаламтор қолданушыларының санын 80 пайызға дейін арттырып, ел тұрғындарының 95 пайызын цифрлық хабар таратумен қамтамасыз ету. Сонымен қатар, экономика, әлеуметтік және мемлекеттік басқару салаларын ілгерілетіп, азаматтардың цифрлық сауаттылығын 80 пайызға дейін жеткізу.

Сарапшылардың болжауынша 2020 жылға қарай әлемдік экономиканың 25 пайызы цифрланған жүйеге көшпек. Сондықтан болар Дания, Германия, Норвегия, Оңтүстік Корея бастаған 15 ел цифрландырудың ұлттық жобасын жүзеге асырып отыр.

Жалпы алғанда IT саласының дамуы елдегі көптеген оң өзгерістерге себепкер болады. Атап айтсақ, экономикалық өсім мен әлеуметтің әл-ауқатының артуына жағдай жасайды. Өйткені цифрландыру арқылы кез келген сала жаңа технологиялармен

қамтамасыз етіліп, оңтайландырылады. Қызмет көрсету аясы кеңіп, шағын және орта бизнес дамиды.

2025 жылға дейін жекеменшік және мемлекеттік инвестицияны 5 есе қылып қайтару мақсатында қосымша 2 трлн теңгені құрайтын қосымша құн өндіріп алуға мүмкіндік бергелі отырған цифрлық экономиканың келешегі зор.

Ал, 2025 жылдан бастап, ІЖӨ өсімінен цифрландыру жобаларын іске асырудың жиынтық әсері 30 пайызға дейін жетеді деп күтілуде; 2018-2022 жылдар аралығында 300 мың жаңа жұмыс орнын ашу жоспарланып отыр.

Осы орайда, Қазақстанда ақпараттық технологияларды мемлекеттік секторға енгізу шаралары осыдан 10 жыл бұрын сәтті басталған болатын. Мұның көмегімен ондаған операцияларды ешқайда бармай-ақ компьютер алдында отырып жүргізе болады. Құжат рәсімдеу, түрлі анықтамалар алу, коммуналдық қызмет түрлерінің ақысын, салықты, айыппұлды, сақтандыруды және өзге де қызмет түрлерін үйде отырып төлеуге кез-келген азаматтың мүмкіндігі бар. Ал, «Цифрлық Қазақстан» бағдарламасы аясында бұл жүйенің жұмысы одан әрі жетілдірілмек. Жетілдіру үшін бірқатар дамыған мемлекеттердің тәжірибесі қабылданбақ. Осы бағытта ел Үкіметі бірқатар кешенді жұмыстарды жүзеге асырып, алыс-жақын шетелдің алдыңғы қатарлы ІТ компанияларымен, бизнес өкілдерімен келіссөздер жүргізіп отыр.

Жалпы айтқанда мұның бәрі ел азаматтарының әл-ауқатын жақсартып, еңсесін тік көтеруге жасалып жатқан жұмыстар екенін түсініп, мүмкіндігінше қолдау танытуымыз қажет. Тұрғындардың тұрмыс-тіршілігі жақсарып, қағазбастылықтан арылғанда ғана еліміз дамыған 30 елдің ортасынан орын алары анық. Ал бұл мақсаттарға жету үшін тұрғындарымыз цифрлық білімді мейлінше меңгеріп, қызмет көрсету салалары мен өндіріс орындары цифрландырылуы тиіс.[4]

Қазақстан экономикасын одан әрі цифрландыру көптеген салалардың дамуы үшін негізгі фактор болып табылады. Бүгінгі таңда Қазақстанның цифрлық экономикасы БРИКС елдерінің деңгейінде өсіп келеді, бірақ бұл жеткіліксіз, экономикаға артықшылық беретіндей серпілістер керек. Мысалы, электронды коммерцияның дамуы шағын және орта бизнес үшін жаңа арналар ашады, сондай-ақ, «сұр» экономиканың көлемін барынша азайтады.

Дамудың нақты факторы болып цифрлық экономика мен цифрлық платформалар емес, ал белгілі бір аумақтарды, білімді-желілерді, білім-инфрақұрылымдарды дамытуға байланысты жаһандық білім орталарын құру екенін түсіну өте маңызды.

Цифрлық технологиялар қазіргі кезде әлемде кеңінен таралуда. Алайда, оларды пайдаланудың артықшылықтары, яғни цифрлық дивидендтер өмірден кешеуілдеп орын табуда. Көп жағдайда бұл технологиялар экономиканың дамуына, қызмет көрсету сапасын арттыруға септігін тигізетіні даусыз. Алайда, өкінішке қарай, олардан келіп түсетін дивидендтер біркелкі таратылып жатқан жоқ. Цифрлық технологияның экономикадағы бәсекелестік пен тұрғындардың тұрмысын жақсартудағы атқаратын жетекші рөліне айналды. Елімізде Елбасының тапсырмасы бойынша экономика мен әлеуметтік салаларда цифрлық жүйені жетілдірудің жаңа жобасы жасалыну үстінде. Оның ішіне кең жолақты интернетке барлық аумақта қол жеткізу, заңдық құжаттарды қайта қарау, мамандарды қайта даярлау секілді басқа да бағыттар кіреді. Елбасы атап өткендей, бұл бүгінгі күннің шындығы – сапалық өсімге мүмкіндік берер даңғыл жол. [5]

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. "Цифрлық Қазақстан" мемлекеттік бағдарламасын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2017 жылғы 12 желтоқсандағы № 827 қаулысы.

2. <https://massaget.kz/layfstayl/tehno/bilesiz-be/48643>

3. **Шибұтов М.**, Цифрлық Қазақстан жобасы «Самұрық-Қазына» ҰӘҚ» АҚ / 365 Info.kz газеті 2018. – 25 б.

4. Шваб К., Төртінші индустриялық революция /Жаңа гуманитарлық білім, қазақ тіліндегі 100 жаңа оқулық / ауд: Ақыш Б., -Алматы: «Ұлттық аударма бюросы» Қоғамдық қоры, Рухани жаңғыру, 2018. – 126 б.

5. Мұханғалиева Г.К., Цифрлық технология - ел экономикасы дамуының негізі / Сахара газеті 2018. - 27 б.

**Бейсембаева А.Д.,
магистрант специальности 6М050600-Экономика,
Казахский университет экономики, финансов и
международной торговли**

Понятие и сущность социальной сферы

Государственные стратегии повышения уровня жизни населения и улучшения ее качества обуславливают необходимость роста эффективности системы социальной сферы государства. Особенности этой системы на современном этапе являются постоянное увеличение потребности в разнообразных ресурсах при их фактической ограниченности, поиск новых источников финансовых средств. Важным структурным элементом управления социальной сферы выступает обеспечение ресурсами, их эффективное использование, в том числе и за счет применения ресурсосберегающих технологий.

Развитие социальной сферы государством связано с удовлетворением насущных потребностей в жилье, пище, одежде, в получении образования и медицинского обслуживания, в культурном досуге, в занятиях физкультурой и спортом [1]. Она непосредственно затрагивает жизненные интересы всех людей, их разнообразных групп, объединений и общностей. От ее состояния во многом зависят судьбы людей, их повседневная жизнь и ее качество. Развитая социальная сфера государства способна наполнить жизнь каждого его гражданина комфортом, сделать ее радостной и гармоничной [2].

Значительная часть современных дискуссий о социальной сфере посвящена согласованию и дальнейшему развитию существующих представлений об обществе в изменяющихся социальных отношениях.

Общественная жизнь не представляет собой нечто раз и навсегда завершенное.

Складывание определенной системы общественной жизни, а значит, той или иной ее сферы, происходит вместе с эволюцией общественных отношений, их обогащением, изменением социальных функций, приводящих к качественным сдвигам. Из простого множества социальных явлений рождается новое состояние общественной системы, выделяется новая ее структура.

Становление социальной сферы общества — наряду с материально-производственной, политической, культурно—духовной сферами во всей их целостной причинно-следственной цепи связей - есть результат исторического процесса. Качественные изменения социальной сферы - это определенная веха, этап во всемирной истории человечества. Полагаем, что только в ряду объективных и субъективных изменений, характеризующих развитие всей истории общества, можно выделить существенные моменты развития его составных частей, в частности сфер, а также меру развития связей между ними.

Социальная сфера представляет собой специфическую область связей и отношений, складывающихся между субъектами общественной жизнедеятельности. Она включает в себя всю совокупность условий и факторов, обеспечивающих воспроизводство, развитие, совершенствование взаимодействующих общественных групп и индивидов.

Очевидно, обществу на любом этапе его развития было присуще воспроизводство действительной жизни и самого человека, хотя способ реализации этой важнейшей функции существенно различался в процессе социогенеза. Так, в примитивных земледельческих общинах, характеризующихся естественной целостностью жизнедеятельности людей, потребности в воспроизводстве действительной жизни, в удовлетворении самых насущных надобностей, самореализации творческих сил осуществлялись, главным образом, посредством института семьи и системы межсемейных, родственных связей. Именно семья, на наш взгляд, является генетическим истоком возникновения социальной сферы. Здесь в зачаточном состоянии с древнейших времен проявили себя важнейшие функции социальной сферы, в том числе главная из них - функция физического и социального воспроизводства человека[3].

К социальной сфере принято относить экономические объекты и процессы, виды экономической деятельности, непосредственно связанные и касающиеся образа жизни людей, потребления населением материальных и духовных благ, услуг, удовлетворения конечных запросов человека, семьи, коллективов, групп, общества в целом. Прежде всего, эта часть экономики связана с потребностями людей и потреблением ими благ и услуг. Все, что относится непосредственным образом к благосостоянию людей, есть социальная область экономики. Социальная экономика тесно связана с формами и отношениями собственности, со всеми видами социального обеспечения, с экономикой труда и экологической экономикой. Таким образом, социальная экономика - это область экономики, характеризующая и определяющая образ жизни людей всех сословий, всех категорий населения. Она - главный мост, соединяющий экономику с политикой, основной возбудитель политических сил и течений.

Существуют следующие отрасли социальной сферы экономики:

- пассажирский транспорт, связь для населения, розничная торговля и общественное питание;
- жилищное и коммунальное хозяйство;
- бытовое обслуживание населения;
- охрана, восстановление и очистка окружающей среды;
- отрасль культуры;
- отрасль образования;
- отрасль здравоохранения;
- физическая культура и спорт;
- отрасль науки;
- отрасль социального обеспечения населения.

Все отрасли экономики имеют то или иное отношение к социальной сфере, обслуживают и удовлетворяют социальные потребности людей. На социальные нужды работают промышленность и в том числе военно-промышленный комплекс, сельское и лесное хозяйство, строительство, транспорт, связь, торговля, общественное питание.

В последние годы в Республике Казахстан все чаще употребляется термин социальная сфера. Трактовки этого понятия различны, однако следует отметить, что по своей структуре социальная сфера значительно шире и сложнее сферы услуг.

Первоочередное обращение к социальной сфере общества связано с двумя причинами. Во-первых, в социологической и социально-философской литературе явно проявляется тенденция к пересмотру традиционных представлений о социальной сфере общественной жизни. Постепенно формируется новая парадигма ее понимания и интерпретации. Во-вторых, социальная сфера жизни казахстанцев претерпевает значительные изменения в условиях трансформации общества, и эти изменения наиболее выпукло проявляются на социальном уровне. Специфика социальной сферы, в отличие от других сфер общественной жизни, определяется чаще всего через указание ее функций. В самом общем виде социальная сфера призвана: обеспечить воспроизводство поколений, включая содержание детей, престарелых, нетрудоспособных полностью или в

определенной стадии жизненного цикла; дать гарантии трудоспособным на случай болезни, увечья, травмы и других рисков [4, с.17].

Главная функция социальной сферы - это воспроизводство человека. Указываются и другие, производные функции, например, социозащитная, которая обеспечивает социальные гарантии и права, социальную помощь и поддержку нетрудоспособных и депривированных слоев общества, выражается в системе показателей, характеризующих степень социальной защищенности населения (уровень прожиточного минимума, численность населения, находящуюся за чертой бедности, и т.д.).

Социальная сфера - область отношений между группами, занимающими разное социально-экономическое положение в обществе, различающимися, прежде всего ролью в общественной организации труда, отношением к средствам производства, источникам и размерами получаемой доли общественного богатства [5, с.114].

Профессор Гордин В.Э. дает следующее определение социальной сферы: «...совокупность отраслей и организаций, выполняющих общую целевую функцию по удовлетворению потребностей населения, связанных системой технологических связей и регулируемых отраслевыми органами управления» [6, с.11].

Характер экономических отношений в социальной сфере обуславливается тем, что данная сфера предоставляет свои блага преимущественным образом в виде услуг. Рассматривая экономические отношения в социальной сфере сквозь призму отдельных секторов, можно выделить существенные особенности присущие каждому из них.

Таким образом, развитие любого общества напрямую зависит от деятельности его членов в любой из сфер – экономической, социальной, культурной, духовной, бытовой, научной, политической, производственной или других. В зависимости от того, к какой отрасли принадлежат люди, они состоят во взаимоотношениях друг с другом, находясь в рамках своего социального пространства. В результате этого взаимодействия и образуется социальная сфера общества.

Список литературы:

1. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. М.: Книжный мир, 2003.
2. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. 2-е изд., испр. М.: ИНФРА-М, 1999.
3. Осадчая Г.И. Социология социальной сферы. Учебное пособие для высшей школы 2-е изд., перераб. и доп. (ГРИФ). - М., Академ. Проект. 2003. - 336 с.
4. Шавель С.А. Социальная сфера общества и личность. - М., 1998.
5. Ковалев В.Н. Социология социальной сферы. - М., 2003.
6. Гордин В.Э. Социология. М., 1999.

Резюме

Социальная сфера непосредственно связана и касается образа, уровня и качества жизни людей. Общая характеристика социальной сферы включает в себя правовой, экономический, социально-трудовой и социально-культурный аспект

Түйіндеме

Әлеуметтік сала адамдардың өмір салтына, деңгейі мен сапасына тікелей байланысты. Әлеуметтік саланың жалпы сипаттамасы құқықтық, экономикалық, әлеуметтік-еңбек және әлеуметтік-мәдени аспектіні қамтиды.

Summary

The social sphere is directly connected and concerns the image, level and quality of life of people. General characteristics of the social sphere include the legal, economic, socio-labor and socio-cultural aspects.

**Баймукашева Ж.З., э.ғ.к., аға оқытушы
экономика магистрі, аға оқытушы Сейткалиева Н.Т.
С.Бәйішев атындағы Ақтөбе университеті, Ақтөбе қаласы, Қазақстан**

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ МЕМЛЕКЕТТІК БАСҚАРУДЫҢ ДАМУ БОЛАШАҒЫ

Аңдатпа.

Мақалада қазіргі кезеңде Қазақстан Республикасында мемлекеттік басқарудың даму перспективалары қарастырылады.

Аннотация.

В статье рассматривается перспективы развития государственного управления в Республике Казахстан на современном этапе.

Abstract.

The article examines the prospects for the development of public administration in the Republic of Kazakhstan at the present stage.

Қазақстан Республикасы мемлекеттік қызметінің жаңа моделін қалыптастыру үшін «Қазақстан – 2030» Стратегиясында айқындалған мемлекеттік қызметті дамытудың басымдықтары: «кадрларды жалдау, даярлау және жоғарылату жүйесін жақсарту»; «мемлекеттік қызмет – ұлтқа қызмет ету»; «мемлекеттік қызметтің жоғары абыройын қалыптастыру және қолдау» тұжырымдамада негізге алынған. Жаңа модельдің мақсаты – мемлекеттік қызмет жүйесіндегі тиімді кадр саясаты және адами капиталды басқару жүйесін жетілдіру; мемлекеттік қызметтер көрсетудің жоғары сапасы және мемлекеттік органдар қызметінің тиімділігін көтеру; мемлекеттік қызметшілердің оң имиджі және мінез-құлық этикасы мемлекеттік қызметтің жаңа моделін қалыптастыру болып табылады.

Меритократия, тиімділік, нәтижелілік, транспаренттік және қоғамға есептілік қағидаттарына негізделген мемлекеттік қызмет жүйесін кәсібилендіру мемлекеттік басқару жүйесінің бәсекеге қабілеттілігін және халыққа сапалы қызмет көрсетуді қамтамасыз етудің аса маңызды факторы болып табылады [1].

Қазақстан Республикасы мемлекеттік қызметінің функционалдануына әсер етуші қолайлы және жағымсыз факторларын зерттеу арқылы оның тиімділігін арттыру жолдарын анықтау оңайырақ болары сөзсіз.

Бұл бағыттағы бірінші шара электрондық үкіметті жасау мен ендіру болды. Заңнамалық негізі ретінде Қазақстан Республикасында 2005-2007 жылдары «электрондық үкіметті» қалыптастыру мемлекеттік бағдарламасын қабылдау болып табылады. Аталған мемлекеттік бағдарламаның мақсаты – азаматтар мен ұйымдарға көрсетілетін мемлекеттік қызметтің жедел және сапалы болуын, мемлекеттік органдар қызметінің тиімділігін қамтамасыз ету. Электрондық құжаттар айналымын ендіру бюрократиялық байланыстарды төмендететін және шешімдердің қабылдануын жылдамдатады. «Электрондық үкіметті» белсенді енгізу үшін электрондық мемлекеттік қызмет көрсету шеңбері жұмыстарында халықты оқытуды бірлесіп ұйымдастыру және Интернет-қызметке халықтың қоғамдық қол жетуі үшін пункттер желісін құру қажеттігі туындайды. Біздің елімізде кәсіби әкімдік - өркениетті қызметтің ізашары ретінде «Кәсіби әкімдік» бағдарламасы енгізілді. Бағалау рейтингісінің жобасын жасауды кәсіби даярлықтары жоғары сарапшы-мамандар қамтамасыз етті және де оның заңдылығын растайтын құқықтық органдардың ұсынымдарымен заңдастырылып, сараптаудан өткізілген рейтингілік бағалаудың Ережесі бекітіледі.

Әлеуметтік зерттеу жүргізудің басты мақсаты-мемлекеттік атқарушы орган басшысының кәсіби қызметінің басқарып отырған ұжымның моральдық-психологиялық ахуалына әсерін анықтау және басшының кәсіби, іскерлік және жеке басының

ерекшеліктері мен қасиеттерін бағалау, атқарған жұмысының қаншалықты нәтижелі екенін айқындау сияқты міндеттерді көздейді.

Бағалау объектісі, яғни тиісті әкім немесе мекеме басшысы үш кезең бойынша бағаланады. Бірінші кезеңді рейтингілік бағаны облыс әкімінің салық орынбасары береді (мысалы, қаржы департаментінің басшысына облыс әкімінің қаржы-экономикалық мәселелер жөніндегі орынбасары береді).

Екінші кезең-сараптамалық бағалануы. Бұл жағдайда сараптамашы ретінде тиісті мәслихаттың депутаттары тартылады. Бұл әлеуметтік зерттеудің жанама әдісіне жатады. Бұдан бөлек «Кері байланыс» принципі бойынша әкімдер мен облыстық мекеме басшылары бір-бірінің кәсіби деңгейлерін бағалайды.

Үшінші кезеңде сауалнама әкімдер мен облыстық құрылымдар басшыларының бағынысындағы қызметкерлер арасында анкета толтыру арқылы жүргізіліп, олар өз басшыларына қатысты берген қоғамдық бағалауы алынады. Бұл әлеуметтік сауалнама жүргізудің тікелей әдісі болып саналады.

Рейтингілік бағалау жүйесін енгізу, облыстың атқарушы органдары қызметінің жауапкершілігін атқаруға бағытталған үлкен қозғаушы күш іспеттес құрал болады деуге толық негіз болары анық.

«Кәсіби әкімдік» бағдарламасының іске асырылуы өңірлердің әлеуметтік-экономикалық даму көрсеткіштерінің біршама ілгерілеуіне айтарлықтай септігін тигізеді. Осыдан да мемлекеттік басқару органдарындағы қызметшілердің жауапкершілігін арттыра түсу қажеттігіне салмақты ой салатындығын, олардың тарапынан жауаптылық пен іскерлікке ұмтылыс көріністерінің байқала басталатындығын көруге болады [2].

Әлемдік практикада мемлекеттік қызметшілердің қойылған мақсаттар мен міндеттерді, лауазымдық нұсқаулықты, орындалатын жұмыс пен қол жеткізілген нәтижелерді салыстыруға негізделген жұмысының түпкілікті нәтижелерін бағалау қолданылады.

Бағалау нәтижелері қызметкерлерді ынталандыру, оларды қызметтік саты бойынша жоғарылату, қосымша оқыту қажеттігі туралы кадрлық шешімдер қабылдау үшін негіз болып табылады.

Жаңа модельде мемлекеттік қызметшілердің қызметін бағалау жүйесі жетілдірілетін болады.

Мемлекеттік қызметшілер жұмысының тиімділігін бағалау түпкілікті нәтижеге бағдарланатын болады және мемлекеттік қызметшілерге сыйақы беру мен оларды көтермелеу, қайта даярлау мен біліктілігін арттыру қажеттігін айқындау, қызмет бойынша жоғарылату үшін негіз болады.

Мемлекеттік қызметтің қабылданған жаңа моделінде мемлекеттік қызметшілердің аттестациядан өту тетігі де жетілдірілетін болады, ол бағалау нәтижелері бойынша қызметі тиімсіз болып табылған мемлекеттік қызметшілерге ғана қолданылатын болады.

Мемлекеттік қызметшілердің бағалау және аттестациядан өту тәртібі мен шарттары мемлекеттік қызмет істері жөніндегі уәкілетті органның ұсынуы бойынша тиісті нормативтік - құқықтық актімен айқындалатын болады.

Мемлекеттік қызметші мансабының белгіленген әлеуметтік және лауазымдық мәртебеге жоғарылатуды сипаттайтын және мемлекеттік қызметшінің біліктілік деңгейі мен жұмыс тәжірибесіне сәйкес оның кәсіби және әлеуметтік тұрғыдан өзін өзі көрсетуі қамтамасыз етілетін ынталандыру жүйесінің құрамдас бөлігі болып табылатындығы ескеріле отырып, «мансаптық жоспарлау» ұғымы нормативтік тұрғыдан бекітілетін болады.

Мемлекеттік қызметшілерді мансаптық жоғарылату мемлекеттік қызметшінің атқаратын лауазымындағы қызметінің тиімділігін бағалау нәтижелеріне негізделетін болады.

Мемлекеттік қызметтің жаңа моделінде мансаптық жоспарлау жүйесі заңнамалық тұрғыдан көзделіп, мансаптық жоғарылату критерийлері нормативтік тұрғыдан айқындалатын болады.

Мемлекеттік қызмет «ұлтқа (қоғамға) қызмет ету» ұғымының синонимі болуға және мемлекеттік қызметтерді тұтынушы болып табылатын халыққа бағытталуға тиіс.

Мемлекеттік қызметтің жаңа моделі оны кәсібилендірудің басты факторы болып табылатын адами фактордың маңыздылығын тануға және тиімді кадр жұмысын жүргізуге бағдарланған.

Мемлекеттік қызметтің жаңа моделі тиімді кадр тетіктерін – мемлекеттік қызметке кірудің тиімді әрі айқын тәртібін, үздіксіз кәсіби даму мүмкіндігін, жұмыс нәтижелері мен ынталандыру жүйесінің өзара байланысын қалыптастыруға бағытталған [3].

Мемлекеттік қызметтің жаңа моделінде мемлекеттік саясаттың тиімді іске асырылуын кәсіби тұрғыдан қамтамасыз ететін жоғары мемлекеттік әкімшілік қызметшілер корпусы қалыптастырылып, мемлекеттік қызметке кіру және оны атқару тетіктері түбегейлі жетілдірілетін болады.

Осылайша, «Қазақстан – 2030» Стратегиясының ережелері негізге алына отырып:

1) мемлекеттік қызмет жүйесіндегі тиімді кадр саясаты және адами капиталды басқару жүйесі;

2) мемлекеттік қызметтер көрсетудің жоғары сапасы және мемлекеттік органдар қызметінің тиімділігі;

3) мемлекеттік қызметшілердің оң имиджі және мінез-құлық этикасы мемлекеттік қызметтің жаңа моделін қалыптастырудың үш тұғырлы мақсаты болып табылады.

Үш тұғырлы мақсатқа сәйкес:

1) мемлекеттік қызмет жүйесінде жаңа кадр тетіктерін қалыптастыру және қолданыстағыларын жетілдіру;

2) мемлекеттік қызметшілердің жұмысын мемлекеттік қызметтердің сапасы мен қолжетімділігін арттыру және мемлекеттік қызметшілердің жұмысын мемлекеттік қызметтерді тұтынушы ретінде халыққа бағдарлау;

3) мемлекеттік қызметтің жоғары мәртебесі мен беделін қамтамасыз ету, мемлекеттік қызметшілер мінез-құлқының этикалық нормаларын қалыптастыру мемлекеттік қызметтің жаңа моделін қалыптастырудың міндеттері болып айқындалады.

Мемлекеттік қызметті сапалы кадрлық жаңарту мен кәсібилендіруді жүйелі түрде қамтамасыз ету үшін оның ұйымдастырушылық құрылымы және нормативтік құқықтық базасы жаңғыртылатын болады.

Жаңа модельді қалыптастырудың нәтижесі нақты нәтижеге және мемлекеттік қызметтерді сапалы түрде көрсетуге бағдарланған, сондай-ақ мемлекеттік әлеуметтік-экономикалық дамудың өзекті қажеттіктеріне сай келетін кәсіби мемлекеттік қызмет болмақ [4].

Қазақстан Республикасы мемлекеттік қызмет институтын шетелдік тәжірибеден, оның жағымды жақтары мен қызмет етуінде орын алған қателерден бөлек қарастыруға болмайды. Институционалды қалыптасуы процесінде көрініс табатын, мемлекеттік қызметтің демократизациясы, мәні мен ерекшеліктері, әр мемлекетте өзінің өзгешеліктеріне ие.

Мемлекеттік қызмет саясаттану, мемлекеттік биліктің теориясы, әкімшілік басқару, әкімшілік құқық сияқты XX ғасырдың ғылыми бағыттағы элементтердің синтезі ретінде адамзаттың саяси құқықтық және әлеуметтік мәдени дамуын көрсетеді. Салыстырмалы талдау Еуропа елдерінің саяси-әкімшілік жүйелері солтүстік-американдық дәстүрден ерекшеленетінін көрсетеді. Мемлекеттік қызметтің демократиялануы халықтың егеменділіктің салдары ретінде, сондай-ақ «мемлекеттік» ұғымының мазмұнының өзі «қоғамдық» қызмет мағынасында және институционалды дайындау процесінде көрініс табатын, әрбір елдің өзіндік ерекшеліктеріне байланысты. Франция, Нидерланды, Дания, Ұлыбритания сияқты унитарлы мемлекеттердің өзгешелігі, басқарудың екі нұсқасы

арасындағы ауыспалы тепе-теңдік, яғни, бір жағынан жалпы ұлттық тәртіпті орнататын орталықтанған билік, екінші жағынан жергілікті құрылым ерекшеліктерін ескеретін, орталықсыздандыру.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Мұқашева, А.М. Қаржы бойынша практикум: Оқу құралы / А.М. Мұқашева.- Алматы: Фолиант, 2015.- 216 бет.
2. "Қазақ Энциклопедиясы", 11 том
3. Гаврилов А.И. Региональная экономика и управление: Учебное пособие для вузов.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.- 239 с.
4. Еременко Н.С. История становления местного самоуправления в Республике Казахстан. // Казахстанский журнал международного права. Часть 1.-2014.-№1(13). - С.161-176.

Беккулиева Б.М.
Университет ТУРАН
Доцент, кандидат технических наук

**ИНТЕГРАТИВНЫЙ ПОДХОД В ОРГАНИЗАЦИИ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

С позиций личностно-деятельностного и контекстного подходов в высшей школе практическая реализация педагогической интеграции предполагает определение критериев успешности при овладении обучающимися способами интегративной познавательной деятельности, выделение показателей уровневой дифференциации обучающихся в плане их конкурентоспособности, дифференциацию обучающихся на типологические группы с учетом их языковой компетенции, разработку системной организации интегративной познавательной деятельности обучающихся, обеспечение результативного педагогического взаимодействия [6].

Интегративный подход в организации познавательной деятельности обучающихся является в руках преподавателей инструментарием для создания специальной обогащенной профессионально-ориентированной обучающей среды, позволяющей в рамках одной дисциплины (например "Иностранный язык") формировать у обучающихся интегративные знания и умения, а также способствующей достижению поставленных дидактических целей и повышению уровня конкурентоспособности будущего специалиста.

По мнению профессорско-преподавательского состава вуза, для результативной аудиторной познавательной деятельности обучающихся по гуманитарным дисциплинам в вузе (в том числе и по ИЯ) эффективно использование следующих методов: создание проблемных ситуаций (64 %), решение творческих задач (56 %), защита микропроектов (40 %), блиц-игра (32 %) Одинаково оценены (по 24 %) игровое проектирование, проблемные лекции, пресс-конференции, программированное обучение, инновационная деловая игра, разыгрывание ролей, анализ конкретных ситуаций (case-study). Полученные данные свидетельствуют о том, что нельзя отдать предпочтение какому-либо одному методу, так как педагогически обоснованно мы можем говорить лишь о комплексном подходе в использовании данных методов в вузовском обучении.

Следовательно, необходимо насыщение содержания образования, обогащение дидактических компонентов творческими элементами, что, в свою очередь, приводит к усилению процесса сотворчества вузовского преподавателя и обучающегося в условиях интегративной организации аудиторной и внеаудиторной работы

Для оценки динамики уровня конкурентоспособности будущего специалиста высшей школы в результате внедрения педагогической интеграции в учебный процесс было выделено несколько критериев

- когнитивно-информационный — связанный с развитием языкового интеллекта обучающихся, уровнем ассоциативности мышления, с формированием интегративности знаний, а также побуждающий к рефлексивности своей деятельности, способствующий креативности, дивергентности мышления обучающихся,
- деятельностно-ценностный - отражающий сформированность профессионально значимых качеств личности обучающихся, характеризующий уровень их социализации в учебном коллективе и систему ценностных установок, способствующий активности и инициативности обучающихся, обуславливающий положительную Я-концепцию,
- мотивационно-волевой - характеризующий тип профессиональной мотивации и мобильность обучающихся, направляющий их стремление и способности к достижению познавательных целей, регулирующий мотивацию к достижению профессиональной компетентности, конкурентоспособности,
- коммуникативно-инициативный - требующий определенных организаторских качеств и инициативности обучающихся, формирующий их толерантность,
- компетентностно-рефлексивный - стимулирующий интегративную познавательную деятельность обучающихся, раскрывающий их интеллектуальные способности, побуждающий формирование творческого потенциала обучающихся, ведущий к воспитанию ответственности за последствия своей профессиональной деятельности[7].

Выделенные нами уровневые характеристики являются подтверждением того, что устойчивое повышение уровня конкурентоспособности обуславливается успешностью действий педагога при интегративной организации познавательной деятельности обучающихся в вузе, включающей индивидуальную, групповую, мини-групповую, парную и самостоятельную работу, аудиторную, внеаудиторную и исследовательскую деятельность обучающихся

В ходе опытно-экспериментальной работы получены результаты, доказывающие, что при включении курсантов в интегративную познавательную деятельность повышается их мотивация к изучению "вспомогательных" дисциплин, являющихся инструментарием при решении учебно-профессиональных задач, растет интерес к предмету, наблюдаются интенсивный рост и достижение более высоких уровней развития языкового интеллекта, целостных знаний и интегративных умений и навыков. Так, в процессе опытно-экспериментальной работы произошло перемещение обучающихся с одного уровня успеваемости на другой (с более низкого на более высокий). При этом в экспериментальных группах такие перемещения были значительно больше по основным выделенным критериям.

Выделенные критерии: когнитивно-информационный, деятельностно-ценностный, мотивационно-волевой, коммуникативно-инициативный; компетентностно-рефлексивный наполнены реальными показателями, по которым мы можем судить и об уровне дифференциации обучающихся в плане их конкурентоспособности.

Педагогическая интеграция на уровне целостного процесса, стимулирующего усвоение междисциплинарных знаний, обеспечивающего педагогическое управление обучением, воспитанием и развитием личности обучающихся, способствующего повышению уровня конкурентоспособности будущего специалиста высшей школы. Педагогическая интеграция системно объединяет цели и содержание, интенсифицирует междисциплинарные связи как внутри содержания учебных дисциплин, так и форм и методов обучения и воспитания в вузе.

Педагогически обосновано и практически подтверждено, что ведущим фактором успешного формирования профессионально значимых качеств, повышения уровня конкурентоспособности будущих специалистов выступает педагогическая интеграция,

которая позволяет реализовать дидактические, познавательные, воспитательные и развивающие цели профессионального образования в их единстве.

Применение педагогической интеграции в организации познавательной деятельности обучающихся фактически связывает теоретическое обучение с практикой, дает возможность развивать их профессионально значимые качества и способности, формировать интегративность знаний и умений обучающихся, регулировать и стимулировать эмоционально-волевую готовность обучающихся к профессиональной и социальной деятельности, способствовать повышению уровня общей культуры будущего специалиста, и соответственно, формировать его компетентность, конкурентоспособность в процессе обучения в вузе. В целом интеграция в высшей школе - это психолого-педагогический феномен, при исследовании которого следует учитывать данные различных гуманитарных наук: педагогической психологии, психологии личности, нейропсихологии, педагогической инноватики [8].

Таким образом, целенаправленная организация интегративной познавательной деятельности обучающихся в вузе является эффективным средством повышения их личностного потенциала и формирования устойчивого уровня конкурентоспособности будущих специалистов.

С позиций личностно-деятельностного, контекстного и системного подходов в высшей школе практическая реализация педагогической интеграции предполагает:

- определение критериев успешности овладения обучающимися способами интегративной познавательной деятельности;
- выделение показателей уровневой дифференциации обучающихся в плане их конкурентоспособности;
- дифференциацию обучающихся на типологические группы с учетом их языковой компетенции;
- разработку системной организации интегративной познавательной деятельности обучающихся;
- обеспечение результативного педагогического взаимодействия.

Повышение уровня конкурентоспособности будущих специалистов обеспечивается совокупностью следующих обоснованных эффективных условий внедрения педагогической интеграции в учебном процессе вуза: организационно-дидактических, социально-деятельностных, индивидуально-психологических.

Педагогическую модель системы условий применения интеграции в высшей школе мы рассматривали как специально организуемую деятельность педагога, обеспечивающую полноту достижения поставленных дидактических целей. Интегративный подход в организации познавательной деятельности обучающихся является в руках преподавателей инструментарием для создания специальной обогащенной профессионально-ориентированной обучающей среды, позволяющей в рамках одной дисциплины (например "Иностранный язык") формировать у курсантов интегративные знания и умения, а также способствующей достижению поставленных дидактических целей и повышению уровня конкурентоспособности будущего специалиста.

Личность обучающегося реализует себя в процессе интегративной познавательной деятельности при условии позитивных мотивов учебы и личностной значимости для нее учебной дисциплины, а также при наличии дидактико-методического интегративного комплекса, в сумме обеспечивающих повышение уровня его конкурентоспособности и критериально определенной оценки результатов интегративной познавательной деятельности обучающихся в вузе.

Реализация дидактико-методического интегративного комплекса, включающего в себя системное описание целей, задач и заданий, выстроенных в логике достижения целей профессиональной подготовки специалистов высшей квалификации, предполагает внедрение обучающе-контролирующих компьютерных программ и интегративных проектов по изучаемым темам. Это дает возможность на практике организовать

творческую совместную деятельность педагога и обучающихся, способствовать уверенному овладению обучающимися интегративными умениями, удовлетворить их потребности в педагогическом общении, стимулировать развитие их креативности, личностного потенциала, необходимых для успешной профессиональной деятельности в будущем, а самое главное, способствует повышению уровня конкурентоспособности будущих военных специалистов [9].

Ведущим фактором успешного формирования профессионально значимых качеств, повышения уровня конкурентоспособности будущих специалистов выступает педагогическая интеграция, которая позволяет реализовать дидактические, познавательные, воспитательные и развивающие цели профессионального образования в их единстве. Применение педагогической интеграции в организации познавательной деятельности обучающихся фактически связывает теоретическое обучение с практикой, дает возможность развивать их профессионально значимые качества и способности, формировать интегративность их знаний и умений, регулировать и стимулировать эмоционально-волевую готовность к профессиональной и социальной деятельности, способствовать повышению уровня общей культуры будущего специалиста и, соответственно, формировать его компетентность, конкурентоспособность в процессе обучения в вузе.

Список использованной литературы

1. Аюпова, К.Е. О профессиональной компетентности педагогов школы // Современная школа Казахстана.- 2014.- № 1.- С.14-17.
2. Введенский, В.Н. Регулятивная компетенция специалиста как проявление регулятивной функции психики личности // Инновации в образовании.- 2014.- №1.- С.127-136.
3. Ермаков Д. Компетентностный подход в образовании // Педагогика. - 2011. - №4. – С. 8-15.
4. Жумагалиева, Д.Ш. Повышение уровня профессиональной компетентности / Д.Ш. Жумагалиева // Справочник руководителя образовательного учреждения- 2014.- №8 (92).- С 78.
5. Иванайская, Т.Л. Профессиональное самоопределение как структурная составляющая социально-профессиональной компетенции выпускника вуза / Т.Л. Иванайская // Высшее образование сегодня.- 2014.- №1.- С.50-53.

Андатпа

Осы бапта педагогикалық интеграцияның рөлін түсіндіреді, оқытудың негізгі бағыттары, болашақ мамандықтардың болашақ мамандарының біліктілігін арттырудың маңызды факторы болып табылады.

Басты сөздер: интеграция, тақырыптық байланыстар, тақырыптық интеграция, проблемалық интеграция, концептуалды интеграция, теориялық интеграция, бәсекелестік, біліктілігі.

Аннотация

В статье рассматривается роль педагогической интеграции в организации познавательной деятельности обучающихся, являющейся важным фактором повышения уровня конкурентоспособности будущих специалистов высшей школы.

Ключевые слова: *интеграция, межпредметные связи, тематическая интеграция, проблемная интеграция, концептуальная интеграция, теоретическая интеграция, конкурентоспособность*

Annotation

The article deals with the role of pedagogical integration in the organization of the students cognitive activity, which is an important factor in raising the level of competitiveness of future specialists in higher education.

Key Words: *integration, intersubject communications, thematic integration, problem integration, conceptual integration, theoretical integration, competitiveness, competence.*

Разакова Д.И.,
Университет ТУРАН
доктор PhD,
зав. Кафедрой Маркетинг и логистика,
Беккулиева Б.М.
Университет ТУРАН
Доцент, кандидат технических наук

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ

Педагогическая интеграция в высшей школе — триединый целостный процесс, характеризующийся усвоением обучающимися междисциплинарных знаний, воспитанием типологических качеств профессионального поведения личности и уровнем конкурентоспособности будущего специалиста.

Педагогическая модель организации интегративной познавательной деятельности обучающихся предполагает развитие интегративных способов в междисциплинарном знании, стимулирование развития способностей личности к самообразованию, самоконтролю в овладении иностранным языком.

Интеграция в образовании является отражением тех тенденций, которые характеризуют сегодня все сферы человеческой деятельности.

Результаты интеграционного обучения проявляются в развитии творческого мышления учащихся, оно способствует интенсификации, систематизации учебно-познавательной деятельности, а также овладению грамотой культуры. Задача интегрирования не только показать области соприкосновения нескольких учебных дисциплин, а через их органическую реальную связь дать обучающимся представление о единстве окружающего нас мира. Иначе интеграция может превратиться в поверхностную констатацию-пародию на межпредметные связи.

Ученые считают, что интеграция ускоряет формирование убеждений и мировоззрения учащихся, дает большой выигрыш во времени.

Пути интеграции могут быть горизонтальные - объединение сходного материала в разных учебных предметах и вертикальные - объединение одним преподавателем в своем предмете материала, который тематически повторяется в разные годы обучения на разном уровне сложности.

В структуре интеграции, можно выделить следующие уровни (ступени) интеграции[1]:

1. Тематическая интеграция (два-три учебных предмета раскрывают одну тему). Этот уровень можно назвать иллюстративно-описательным.

2. Проблемная интеграция (одну проблему решают обучающиеся возможностями разных предметов).

3. Концептуальная интеграция (концепция рассматривается различными учебными предметами в совокупности всех их средств и методов).

4. Теоретическая интеграция (философское взаимопроникновение различных теорий).

Эффективность педагогической интеграции в вузе обеспечивается комплексом педагогических условий организационно-дидактических (диагностика исходного уровня овладения обучающимися интегративными способами познавательной деятельности, педагогический выбор интегративных форм, методов обучения и самообразования, дифференциация обучающихся по уровню обученности по дисциплине, создание дидактико-методических интегративных комплексов, осуществление промежуточного и итогового контроля), социально-деятельностных (определение содержания интегрируемого материала в контексте будущей профессиональной деятельности, специальная педагогическая организация, управление и координация познавательной

деятельности обучающихся, включение субъектов в различные виды познавательной деятельности, интегративная аудиторная и внеаудиторная познавательная деятельность и самообразование обучающихся), индивидуально-психологических (использование самоанализа, самооценки, модификации побудительной мотивации в ин-тегративной познавательной деятельности обучающихся, обеспечение положительного вектора ценностных ориентацией личности, интерактивного субъект-субъектного общения в воспитательно-образовательной среде вуза) [1].

Интеграция казахстанских образовательных учреждений в мировую образовательную систему требует от отечественной высшей школы ориентации на новый уровень требований не только к содержанию образования, к технологиям, методам и формам обучения, но и к уровню профессиональной компетентности будущих специалистов. Тем самым современные требования к качеству образования обуславливают необходимость модернизации существующей дидактической системы вузов по подготовке конкурентоспособных специалистов, соответствующих современному развитию социума, науки и техники. В связи с этим Концепцией модернизации казахстанского образования на период до 2020 г определены основные задачи профессионального образования, среди которых важнейшей является подготовка конкурентоспособного специалиста.

Педагогическая парадигма интеграции проявляется в терминах и понятиях, которые варьируются по следующим смысловым направлениям и характеризуют соответственно интегративный — состояние, интеграционный — процесс, интегральный - свойство, интегрированный — результат. В современной педагогической науке эти направления систематизированы в научные идеи, что способствовало появлению интегративной педагогики, интегративного подхода, интеграционных и интегративных технологий, интегративной методики.

Для развития понятия интеграции в учебном процессе и науке в целом первостепенное значение приобретают такие компоненты содержания образования, которые отражают тенденции взаимосвязи научного знания. Их значимость обусловлена определяющей ролью интеграционных процессов науки в формировании современного стиля научного мышления и мировоззрения человека.

Педагогическая интеграция позволяет осуществлять процесс обучения в соответствии с такими дидактическими принципами, как принцип целостности, который, являясь основным в общей теории систем, показывает, что целое - не простая сумма его частей, а взаимовлияние компонентов и связей между ними, позволяющих обнаружить присущие системе изменения, обозначить факт ее развития в целом. Исходя из этого, педагогическая интеграция — не эмпирическое объединение произвольного множества элементов процесса обучения, связанных лишь ситуативно, а переход количества в качество [2].

За счет использования интеграции в педагогическом знании эффективность учебного процесса существенно возрастает. В практику вузов активно внедряются интегративные дидактические системы с целью формирования у обучаемых интегративных (целостных) профессиональных знаний и интеллектуальных умений, а также профессионально значимых личностных качеств.

Таким образом, теоретически доказано, что педагогическая интеграция является важным фактором повышения уровня конкурентоспособности будущих специалистов высшей школы.

По нашему мнению, в процессе освоения обучающимися содержания образования на основе педагогической интеграции следует ожидать развития личности обучающихся в когнитивной, интеллектуально-креативной и нравственно-этической сферах.

Так, в когнитивной сфере в результате освоения усовершенствованного содержания образования должно сформироваться такое качество знаний обучающихся, как интегративность, а сами знания должны синтезироваться в сознании обучающихся в

частно- и общенаучные личностные картины мира, периодически обновляемые преподавателями в рамках циклов учебных дисциплин. В интеллектуально-креативной сфере педагогическая интеграция способствует повышению творческого потенциала обучающихся за счет развития способности к неожиданным ассоциациям, построению аналогий и т.д. В целом применение интегративных технологий и интегративного содержания обучения может стимулировать развитие у обучающихся интегративного мышления с помощью таких сложных мыслительных операций, как моделирование, систематизация, структуризация, редуцирование, идеализация, экстраполяция, комбинаторика. В нравственно-этической сфере обучающихся возможно прогнозировать развитие профессионального общения, управленческой этики, профессионального долга.

На уровень конкурентоспособности будущего специалиста высшей школы оказывают влияние рефлексивные механизмы мышления, способность к регуляции собственной интеллектуальной деятельности, умения в преодолении стереотипов профессионального мышления. Механизмы рефлексии порождают когнитивный опыт, который способствует эффективному управлению познавательной деятельностью и обеспечивает успешное профессиональное развитие личности. Креативность, способность к творческой деятельности является значимым компонентом конкурентоспособности.

Конкурентоспособность находится в прямой зависимости с мобильностью, компетентностью, открытостью, гибкостью, креативностью, дивергентностью, конвергентностью будущего специалиста, обучающегося в условиях высшего профессионального образования [3].

Конкурентоспособную личность можно охарактеризовать как личность полноценную, умеющую концентрировать внимание на главном, действовать энергично, активно, творчески. Такое ее развитие идет параллельно с процессами самоопределения, самоактуализации, самореализации, самовоспитания.

Педагогическая интеграция востребована в сфере современного высшего образования, она помогает формировать целостную личность, сознательно ориентированную на свою будущую профессиональную деятельность, способную к самоконтролю и в полной мере отвечающую за свое саморазвитие и самореализацию в информационной среде. Новую образовательную парадигму в системе высшего образования можно представить в виде триады от целостной картины мира - к целостному знанию и от него — к целостной личности.

Следовательно, насыщение дисциплин, образующих подготовку специалиста высшей школы элементами метазнаний, использование интегративных форм и методов занятий, совмещение обучения с профессиональной, научно-исследовательской и опытной деятельностью должно способствовать формированию профессионально значимых личностных качеств будущего специалиста в форме профессиональной культуры, влияющей на уровень его конкурентоспособности.

Таким образом, педагогическая интеграция в высшей школе - это триединый целостный процесс, характеризующийся, во-первых, усвоением обучающимися междисциплинарных знаний, во-вторых, воспитанием типологических качеств профессионального поведения личности, в третьих, уровнем конкурентоспособности будущего специалиста.

Список использованной литературы

- 1 Ермаков Д. Компетентностный подход в образовании // Педагогика. - 2011. - №4. - С. 8-15.
- 2 Жумагалиева, Д.Ш. Повышение уровня профессиональной компетентности / Д.Ш. Жумагалиева // Справочник руководителя образовательного учреждения- 2014.- №8 (92).- С 78.
- 3 Иванайская, Т.Л. Профессиональное самоопределение как структурная составляющая социально-профессиональной компетенции выпускника вуза / Т.Л. Иванайская // Высшее образование сегодня.- 2014.- №1.- С.50-53.

Андатпа

Осы бапта педагогикалық интеграцияның рөлін түсіндіреді, оқытудың негізгі бағыттары, болашақ мамандықтардың болашақ мамандарының біліктілігін арттырудың маңызды факторы болып табылады.

Түйін сөздер: интеграция, тақырыптық байланыстар, тақырыптық интеграция, проблемалық интеграция, концептуалды интеграция, теориялық интеграция, бәсекелестік, біліктілігі.

Аннотация

В статье рассматривается роль педагогической интеграции в организации познавательной деятельности обучающихся, являющейся важным фактором повышения уровня конкурентоспособности будущих специалистов высшей школы.

Ключевые слова: интеграция, межпредметные связи, тематическая интеграция, проблемная интеграция, концептуальная интеграция, теоретическая интеграция, конкурентоспособность

Annotation

The article deals with the role of pedagogical integration in the organization of the students cognitive activity, which is an important factor in raising the level of competitiveness of future specialists in higher education.

Key Words: integration, intersubject communications, thematic integration, problem integration, conceptual integration, theoretical integration, competitiveness, competence.

Беспалый С.В. - профессор, к.э.н.

Капцов А.А. - студент 4 курса специальности «Финансы»

Инновационный Евразийский университет

СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА В СФЕРЕ ЗАНЯТОСТИ МОЛОДЕЖИ РЕГИОНА

Аннотация

Мақалада Павлодар өңіріндегі жастар жұмыссыздығының ерекшеліктері ашылды. Жастар ортасына жүргізілген зерттеу негізінде мемлекеттік билік органдарының, азаматтық қоғамның аймақтың дамуына жастардың тартылу мәселесін шешуге ден қою бағыттары анықталды.

Аннотация

В статье раскрыты особенности молодежной безработицы в Павлодарском регионе. На основании проведенного исследования молодежной среды были определены направления по реагированию государственных органов власти, гражданского общества на решение проблемы вовлеченности молодежи в развитие региона.

Summary

The article reveals the features of youth unemployment in Pavlodar region. On the basis of the conducted research of the youth environment, the directions for the response of state authorities, civil society to the problem of youth involvement in the development of the region were determined.

Молодежь с одной стороны, в соответствии с такими ее характеристиками как активность, адаптивность является наиболее перспективной и мобильной частью экономически активного населения, а с другой стороны, наиболее уязвимой и незащищенной на рынке труда, в силу отсутствия профессионального и жизненного опыта, необходимых навыков и компетенций. Особенности трудоустройства данной категории населения, ее мотивации, ожидания в трудовой сфере, дисбаланс

профессионально-квалификационной структуры предложения и спроса на рынке труда, аспекты правового характера, связанные как с недоработками, так и неисполнением ряда законодательных нормативов - все это стимулирует необходимость исследования и систематизации ряда характеристик молодежного рынка труда. Особо значимым в данном случае становится активное взаимодействие и развитие эффективных партнерских отношений между субъектами рынка[1].

Среди ключевых проблем на молодежном рынке труда отечественными исследователями выделяются следующие:

- высокий уровень безработицы в молодежной среде по сравнению с остальными группами населения;

- длительность безработицы (средняя продолжительность поиска работы составляет 4,3 месяца, а доля тех, кто пребывает в состоянии поиска работы более года, по некоторым оценкам, - более 33%);

- необходимость дополнительной переподготовки и повышения квалификации при трудоустройстве[2].

При этом следует подчеркнуть, что острота проблем в сфере занятости молодежи в значительной степени определяется такими параметрами, как возраст, пол, уровень образования, принадлежность к той или иной доходной группе, территориальный признак (проживание в городской или в сельской местности).

Нами было проведено исследование по занятости молодежи в Павлодарском регионе. В исследовании приняли участие 250 человек. Исследование показало, что если характеризовать некоторые параметры рынка труда в зависимости от возраста, то можно отметить, что в юношестве (15-19 лет) выявлен более высокий уровень безработицы, низкий уровень экономической активности и материальной обеспеченности по сравнению с другими возрастными группами молодежи. Это и понятно, ведь на этот период приходится главные события в жизненном цикле человека: завершение общего образования, выбор профессии и получение профессиональной подготовки, для некоторых - начало трудовой деятельности.

Наибольший уровень экономической активности молодежи в Павлодарской области приходится на возраст 25-29 лет (92%), наименьший - на 15-19-летних (15%). Одним из параметров, которые могут влиять на состояние дел на молодежном рынке труда, является социально-экономическая обстановка в стране и в регионе.

Статистические данные дополняются результатами социологических опросов о положении молодежи, позволившими определить основные проблемы в молодежной среде, связанные с трудоустройством данной группы населения в разрезе территорий.

По результатам анализа социологических данных выявлена одна из наиболее острых проблем, заключающаяся в том, что значительная часть молодежи (более 50%) не работает. Причём наиболее тяжелая ситуация сложилась в Майском, Качирском и Успенском районах области (в данных территориальных образованиях не работают от 60 до 80% молодежи).

Представляет проблему и распространенность неформальных каналов трудоустройства, что затрудняет государственное регулирование занятости молодежи и в ряде случаев приводит к тому, что молодежь попросту не обеспечивается необходимыми социальными гарантиями.

Однако, даже несмотря на эти недостатки, такой способ трудоустройства является востребованным среди данной группы населения. Так, к помощи друзей и знакомых прибегают 20% опрошенных молодых людей из Павлодарской области. На втором месте - личный контакт с работниками отдела кадров предприятий и организаций (13%; таблица 1).

Распространенность тех или иных способов трудоустройства зависит и от территориального признака. Так, неформальные каналы поиска работы наиболее распространены среди молодежи, проживающей в Баян-аульском и г. Аксу (20%). Тогда

как формальные способы трудоустройства являются наиболее востребованными среди молодежи Иртышского района (15% молодых людей используют обращение в государственную службу занятости населения).

При выборе места работы молодые люди прежде всего ориентируются на высокий уровень заработной платы (58%), интересную работу (41%), удобный график работы (36%) и отношения в коллективе (22%). Снижение значимости нематериальных стимулов для работника в пользу материальных, в особенности денежных форм вознаграждения, может приводить к тому, что в случае несоответствия желаемого и фактического уровней оплаты труда снижается мотивация работника к осуществлению трудовой деятельности, а также к инновационной активности, что может негативно отразиться в дальнейшем и на модернизационных процессах.

Таблица 1 - Распределение ответов на вопрос: «Укажите способ поиска Вашей работы» (% от числа опрошенных)

Вариант ответа	Павлодар	Экибастуз	Районы	Область
Через друзей, знакомых	25,2	20,3	19,1	20,0
Пришли непосредственно в отдел кадров на предприятие	17,7	10,9	12,4	12,8
Через родственников	8,1	8,1	8,5	8,4
По приглашению руководства или сотрудников предприятия	4,1	5,2	5,7	5,5
Через службу занятости населения	4,1	5,7	5,0	5,0
По распределению	2,0	1,3	1,5	1,5
Не работаю	38,0	48,2	47,2	46,3

Однако не во всех районах области ситуация одинакова. Высокий уровень заработной платы как стимул трудоустройства превалирует в ответах молодых людей из Качирского и г. Аксу (по 80%), Павлодарского, Успенского, Лебяжинского, Щербактинского, Железинского, Иртышского и Баян-аульского (по 60%) районов.

В то время как молодежь из Баян-аульского района ключевым критерием трудоустройства считает престижность работы (38%), Майского - высокий уровень оплаты труда (77%), Иртышского, Майского - возможность получения жилья (от 7 до 14%), Майского, Качирского и Успенского - близость к дому (от 12 до 32%).

Одной из наиболее распространенных в молодежной среде проблем является несоответствие направлений образовательной подготовки и дальнейшего трудоустройства. Следует подчеркнуть, что большинство молодых людей не работают по специальности (более 47%; рисунок 1). Подобное может приводить к тому, что накопленные знания, умения, навыки не реализуются в должной мере в трудовой деятельности, т.е. сформированный потенциал не используется на практике. Это может сопровождаться деквалификацией специалистов и в целом обесценивает значимость образовательной подготовки населения.

В разрезе районов области самая высокая доля молодых людей, не работающих по специальности, в Майском (68%) г. Аксу, Иртышском (более 60%) районах. Наиболее благополучен данный показатель в Майском, Качирском (работают не по специальности менее 20% молодых людей в каждом из них).

Среди основных причин трудоустройства не по специальности, полученной в образовательном учебном заведении, молодые люди называют изменение профессиональных планов (20%) и отсутствие спроса на рынке труда (20%; в территориальном

разреze такая ситуация наиболее характерна для Павлодарского района).

Значительная часть молодежи оценивает свою квалификацию как соответствующую требованиям рабочих мест, при этом выполнение более квалифицированных функций требует специального обучения (49%). Среди тех, кто ответил подобным образом, больше молодых людей из Баян-аульского (70%) и Иртышского (по 60%) районов.

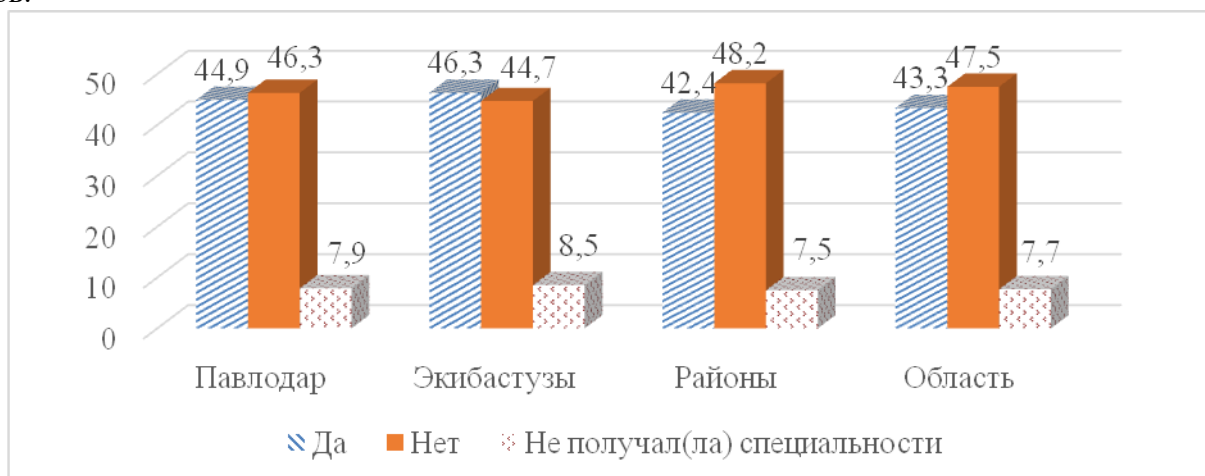


Рисунок 1 - Распределение ответов на вопрос: «Работаете ли Вы по специальности, полученной в профессиональном учебном заведении (вузе, колледже, училище)?» (% от числа опрошенных)

Степень соответствия квалификации требованиям рабочих мест в основном определяется уровнем образования работающих. Среди молодежи с высшим, незаконченным высшим образованием в 2 раза больше тех, кто считает свою квалификацию выше требований рабочих мест. Так же оценивают свою квалификацию и молодые люди, относящиеся к высокодоходной группе населения. Наличие высшего образования и высокий уровень профессиональной подготовки создают предпосылки для эффективного высокопроизводительного труда, позволяют работнику использовать накопленный потенциал для реализации целей инновационного развития.

Однако полученные результаты оценки инновационной активности молодежи региона не подтвердили первоначальное предположение. Так, анализ данных опроса показал, что большая часть молодых людей (более 50%) Павлодарской области не занимается творческой, рационализаторской и изобретательской деятельностью. По заданию «сверху» активизируется в творческом плане 18% молодого населения области. В территориальном разрезе большую активность проявляют жители Павлодара и Экибастуза, меньшую - районов области.

Одним из параметров, оказывающих мотивирующее влияние на творческий потенциал молодежи и склонность к созданию инноваций, является доступность проектов в различных сферах деятельности и возможность самореализации в них. Молодые люди, как показывают результаты исследования, в основном не удовлетворены доступностью проектов в научной сфере (60%). Около половины опрошенной молодежи считает недоступными проекты в культурной и спортивной сферах. Это может явиться препятствием к накоплению творческого потенциала молодого поколения.

Таким образом, можно резюмировать, что потенциал молодого поколения должным образом не используется в модернизационных преобразованиях. Причинами этого служат высокий уровень безработицы, снижение уровня экономической активности данной группы населения, распространенность неформальных каналов трудоустройства и занятости, что затрудняет контроль со стороны государственных органов власти за ситуацией на молодежном рынке труда и обеспечение молодежи необходимыми социальными гарантиями.

Одним из существенных препятствий для участия молодежи в модернизации является низкий уровень инновационной активности, преобладание в структуре стимулов материальных мотиваторов над нематериальными (поиск интересной работы, карьерный и профессиональный рост, самореализация и др.)

Следует подчеркнуть, что низкая субъективная вовлеченность молодежи в общественные процессы не формирует адаптационный механизм социализации, что значительно тормозит инновационные преобразования. Несмотря на то, что на страновом и региональном уровнях предпринимаются меры для изменения ситуации, однако их недостаточно для решения проблем в молодежной среде и зачастую они не носят системного характера.

Для преодоления негативных тенденций необходима слаженная целенаправленная работа государства, общественных организаций, опирающаяся на положения национальной молодежной политики, направленная на повышение сплоченности и социальной активности молодых людей, усиление их профессиональной и трудовой ориентации и ответственности при осуществлении выбора направления образовательной подготовки и последующего трудоустройства.

Список используемой литературы

1. Рынок труда. Учебник. / Под ред. проф. В.С. Буланова и проф. Н.А. Волгина. - М.: «Экзамен», 2011г.- 389 с.
2. Супян В. Рынка труда в США: состояние и проблемы. Человек и труд, № 7, 2017г. С. 23-31.

Беспалый С.В., профессор, к.э.н..

**Патрушев А. А. студент 2 курса специальность «Финансы»
Инновационный Евразийский университет**

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: ОСОБЕННОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ

Андатпа

Мақалада әлеуметтік кәсіпкерліктің мәні көрсетілген. Әлеуметтік кәсіпкерлікті дамытудың шетелдік тәжірибесін зерттеу Қазақстандағы әлемдік тәжірибенің ерекшеліктері мен үрдістерін пайдалануға мүмкіндік береді.

Аннотация

В статье раскрыта сущность социального предпринимательства. Изучение зарубежного опыта развития социального предпринимательства позволяет использовать особенности и тенденции мировой практики в Казахстане.

Summary

The article reveals the essence of social entrepreneurship. The study of foreign experience in the development of social entrepreneurship allows to use the features and trends of world practice in Kazakhstan.

Актуальность темы определяется не только нерешенностью острых социальных проблем и поиском качественно новых, инновационных решений для успешных преобразований в социальной сфере Казахстана. В условиях слабости организаций третьего сектора, отмечаемого из года в год многими экспертами, социальное предпринимательство в принципе может оказаться тем институтом, который способен заполнить брешь между государством, бизнесом и обществом для решения социальных проблем.

Исследовав зарубежный опыт развития социального предпринимательства (СП), мы видим, как в других странах решают эту проблему. В США в высокой степени развита инфраструктура эффективной поддержки малого и среднего бизнеса, осуществляемая как государственными структурами в лице Администрации малого бизнеса, так и многочисленными частными фондами, а также рядом других институтов гражданского общества, рисунок 1[1].

СП в Европе рассматривается в качестве одного из аспектов социальной политики Евросоюза лишь потому, что груз социальных программ в настоящее время из-за финансового кризиса для многих стран становится непосильным. Поэтому в законодательстве этих стран с социальным предпринимательством связывается решение таких социально значимых проблем, как образование, медицинская и социальная помощь, воспитание детей, экология и т.д. В связи с этим, в европейской правовой модели социально ориентированного предпринимательства, в отличие от американской, на первое место выходит социальный эффект от предпринимательской деятельности, а на второе – ее финансовая эффективность.



Рисунок 1- Меры поддержки, оказываемые правительством США

Анализ тенденций, особенностей развития законодательства позволяет сделать вывод, что в Западной Европе социальные предприятия создаются, как правило, в организационно-правовой форме некоммерческого объединения или кооператива. Первую организационно правовую форму выбирают в тех странах, где юридическое определение некоммерческого объединения дает некоторые преференции при продаже товаров и услуг. Там, где некоммерческие объединения находятся в более сложном положении, например в Испании, Финляндии, Швеции, выбирают форму кооперативов. В тех странах, где кооперативы преследуют социальные цели и создают новые рабочие места, они считаются социальными предприятиями, в отличие от стран Америки.

Характерной чертой британской системы, в отличие от континентальных социальных предприятий, является возможность «блокирования активов», в результате которого передача активов компании возможна лишь за встречное вознаграждение (возмещение), направляемое в интересах сообщества. Для контроля над имуществом компании назначается специальное должностное лицо, выступающее в качестве доверительного управляющего. Все имущественные сделки компании происходят с его ведома и одобрения. В случае необходимости некоторые СИС могут увеличить свой акционерный капитал, приняв решение в соответствии с Положением о выпуске акций. Однако размер дивидендов по этим акциям ограничивается максимально установленным объемом распределяемой прибыли. Если первоначально данное ограничение

устанавливается Государственным Секретарем, то в последующем эти полномочия передаются сотруднику регулятивного органа [2].

В последнее десятилетие социальное предпринимательство довольно успешно развивается на постсоветском пространстве. Моделями внедрения социального предпринимательства могут быть предприятия инвалидов, а также прямые продажи товаров и услуг НКО. В последнем случае ситуация довольно неоднозначна, ведь коммерческая деятельность общественных организаций может угрожать лишением их неприбыльного статуса, уплатой налогов.

В России функционирует научно-образовательный Центр социального предпринимательства. Он представляет собой структурное подразделение Института дополнительного профессионального образования Новосибирского государственного технического университета. Центр был создан в рамках проекта Tempus TACIS CD_JER-21086-2000 «Социальная работа: к лучшему управлению» совместно с Лондонской школой экономики (Великобритания), Университетом Болоньи (Италия) и Университетом Мюнстера (Германия).

СП в Казахстане еще недостаточно развито, но уже появляются первые его успешные примеры. Начинаясь СП обязательно включают в себя три составляющие - решение социальных проблем, финансовая самостоятельность и устойчивость и инновация.

Социально активные казахстанцы обучают пенсионеров компьютерной грамотности, строят дворовые площадки для массового спорта, защищают окружающую среду и так далее. Это, по мнению экспертов, говорит о том, что назрела необходимость определиться, что такое СП и создать для него необходимую законодательную базу, чему собственно и была посвящена научно-практическая конференция «Социальное предпринимательство в Республике Казахстан» в Алматы. В ней приняли участие представители вузов, НПО, бизнеса и государства Организаторами выступили Almaty Management University (ALMA University и Национальная палата предпринимателей).

Для социальных предпринимателей не стоит задача получения дохода, самое главное решить определенную социальную проблему, но через коммерческий подход. Говоря о различии благотворительности и социального предприятия, различие громадное. Благотворительность - это современная форма средневековой индульгенции. Бизнес таким необременительным способом как бы избавляется от необходимости быть социально ответственным, думать о благе общества. А особенность социального предпринимательства в том, что вкладываются в проект не только деньги, но и сердце, душу.

Социальное предпринимательство – это, во-первых, работа над социальной проблемой, к примеру, трудоустройство социально незащищенного населения. Во-вторых, социальное предпринимательство подразумевает получение денег (кредитов) на беспроцентной основе. Иначе проценты отражаются на стоимости тех социальных товаров и услуг, которые производят социальное предпринимательство. И в основном таким бизнесом занимаются люди, которые не планируют стать богатыми людьми. Они заботятся о развитии общества, хотят быть полезными, они, конечно, могут получать хорошую зарплату, но быстро сделать состояние они не ставят своей целью. Условие работы социального предпринимательства – устойчивость, это бизнес не на год-два, а на 5-10 лет. Как правило, чтобы создать такое предприятие, нужна креативность, потому что такие люди видят возможность там, где ее не увидели другие, иначе этот бизнес был бы уже давно реализован[3].

Социальное предпринимательство – это способ осуществления социальной деятельности, соединяющий социальную миссию с экономической деятельностью и предпринимательским новаторством. Чем полезно социальное предпринимательство для экономики страны? Тем, что социальные предприниматели ищут новые или ранее незадействованные ресурсы в решении социальной проблемы. Это может быть создание

рабочих мест для лиц с ограниченными возможностями, для матерей-одиночек или же решение проблем, связанных с загрязнением окружающей среды. Это позволит решить ряд проблем, пробелов государства в этом вопросе, передать некоторые функции государства по решению экологических проблем на аутсорсинг малому бизнесу и НПО, будет способствовать реализации государственной социальной политики, экономии бюджета. Международный опыт показывает, что именно социальные предприниматели призваны решить наиболее актуальные проблемы обществ.

Большинство населения страны считает, что задачи в области предоставления социальных услуг населению должно решать государство, и не готово брать на себя ответственность по решению отдельных социальных проблем конкретных территорий. Примером могут служить крайне медленные темпы развития института территориального общественного самоуправления на местах. Наблюдаются низкие темпы роста таких организаций, как кооперативы собственников квартир. Очень немногие готовы возглавить данные организации и заниматься вопросами улучшения социальной инфраструктуры территории своего проживания (дом, улица, микрорайон). Количественный рост указанных организаций не влечет за собой изменение качества их работы.

Текущий уровень развития институтов не позволяет реализовать в Казахстане значительный позитивный опыт зарубежных стран в области развития социального предпринимательства. Это касается уровня развития информационно-образовательной инфраструктуры, уровня доступа к финансовым ресурсам, а также недостаточного уровня развития нормативно-правовой базы в этой области

Социальное предпринимательство как сфера экономической деятельности не приносит значительного дохода. Эта сфера деятельности находится на границе между благотворительностью и предпринимательством. Поэтому взять на себя ответственность по развитию данных организаций согласны лишь немногие предприниматели, готовые работать скорее на реализацию социальной миссии фирмы, чем на получение экономического дохода.

Вышеперечисленные аспекты существенно тормозят развитие института социального предпринимательства в Казахстане, не позволяют перенести и адаптировать к отечественным условиям богатый арсенал имеющейся мировой практики в области смягчения социальных проблем. Для достижения качественно значимых результатов в области развития социального предпринимательства необходимо не только совершенствование институциональных рамок (законы, формы и механизмы), но и развитие определенных норм, ценностей, правил поведения – культуры управления, проявляемой у руководителей социальных предприятий.

Делая выводы по особенностям развития социального предпринимательства, можно рекомендовать включить социальное предпринимательство, как основной элемент в местных или региональных стратегиях экономического развития, разрабатывать модельные программы социального предпринимательства и внедрять их сразу в разных регионах, выделять помещения на льготной основе, поддерживать фонды, дающие социальным предприятиям гранты и беспроцентные займы, проводить администрацией местного самоуправления инициативный поиск социальных предпринимателей, пересмотреть нормативы СанПиН и СНиП, значительно усложняющих доступ частного бизнеса в социальную сферу.

Необходимо перейти на этап становления социального предпринимательства как института и сформировать инфраструктуру, которая позволит социальным предприятиям быстро выходить на устойчивые финансовые показатели путем:

- организации защитного поля вокруг социальных стартапов;
- медиа-просвещении публики: рассказывать об идее социального предпринимательства где только можно, и показывать работающие проекты социального предпринимательства – важно, чтобы они видели вокруг себя работающие примеры;

- создания акселерационных программ, которые выведут социальные предприятия на нормальный эффективный рынок;
- формирования сети партнерств вокруг социальных предприятий;
- пилотирования и тиражирования новых практик в регионах;
- создания Ассоциации социальных предпринимателей Казахстана.

Список используемой литературы:

1. Становление социального предпринимательства. [ЭР]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/stanovlenie-sotsialnogo-predprinimatelstva>.
2. Новый бизнес, социальное предпринимательство. [ЭР]. Режим доступа: <http://www.nb-forum.ru/social>.
3. Гладких Н.Ю., Гульбекян М.Г., Вайнер В.Л., Фролова Е.И. «Образ социального предпринимателя - Россия и Казахстан. Взгляд SAP». М. 2017. - 40 с.

Беспалый С.В., профессор, к.э.н.
Сериков А.А., студент 1 курса (сокращенного) специальность
«Государственное и местное управление»
Инновационный Евразийский университет

МОЛОДЕЖНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ПАВЛОДАРСКОМ РЕГИОНЕ

Андатпа

Жастар кәсіпкерлігі елдің экономикасын дамытудың ең перспективалы бағыттарының бірі, оның өсуінің нақты әлеуеті болып табылады. Мақалада жастар кәсіпкерлігін дамыту мәселелері көрсетілген, жастар арасындағы кәсіпкерліктің даму үрдістері мен ерекшеліктерін көрсететін сауалнама жүргізілді.

Аннотация

Молодежное предпринимательство одно из наиболее перспективных направлений развития экономики страны, являющееся фактически потенциалом ее роста. В статье показаны проблемы развития молодежного предпринимательства, приведен опрос, который отражает развитие тенденции и особенности развития предпринимательства среди молодежи.

Summary

Youth entrepreneurship is one of the most promising areas of development of the country's economy, which is actually the potential for its growth. The article shows the problems of youth entrepreneurship development, conducted a survey that reflects the development of trends and features of entrepreneurship among young people.

Общество нуждается в развитии, поощрении и распространении молодежного предпринимательства. В современном мире достаточно непросто определить с родом и видом деятельности. Сегодня многие молодые люди задумываются открыть свой бизнес, заняться предпринимательством, но не многие решаются на это.

Предпринимательство можно характеризовать как рисковую экономическую деятельность, направленную на систематическое получение прибыли от производства и продажи товаров, оказания услуг, выполнения работ. Молодые люди креативно мыслят, амбициозны и готовы менять мир, рисковать, а не только получать прибыль. Молодежь – самая активная часть общества, которая быстро реагирует на любые изменения в жизни и эффективно воспринимает позитивные их стороны[1].

Стоит отметить, что молодежное предпринимательство сможет стать драйвером развития экономики, пополнения бюджета за счет малого и среднего бизнеса, а также реализовать инновационные идеи.

Можно сделать вывод, что молодежное предпринимательство характеризуется более высокой инновационной открытостью, способностью к адаптации в нестабильных социально-экономических условиях и способностью принимать неоднозначные решения для достижения поставленных целей.

Вместе с тем специфика данной категории граждан определяет проблемы, с которыми они сталкиваются при открытии и развитии своего дела. В целях выявления наиболее значимых из них были выделены проблемы, мешающие открытию собственного дела молодыми людьми, распределились следующим образом:

- личностные или мотивационные трудности молодежи;
- отсутствие профессиональных и специфических знаний;
- отсутствие законодательного понятия;
- отсутствие финансов[2].

Личностные или мотивационные трудности молодежи. Обосновывая проблему низкого социального настроения молодежи, они отмечают слабую выраженность готовности идти на риск, создавать что-то новое, отсутствие духа предпринимательства и мотивации. Молодые люди гораздо более охотно выбирают стабильность крупного бизнеса и государственной службы, нежели риск предпринимательства.

Отсутствие профессиональных и специфических знаний в области предпринимательства, теоретической поддержки и опыта.

Образование дает теоретическую базу, но когда подходит дело к практике, большинство не знают, с чего начать. Прежде всего, это связано с недостаточно высоким уровнем и содержанием образовательных программ.

Традиционные казахстанские образовательные учреждения дают основы экономических знаний, при этом не формируют стимулы и поведенческие компетенции, без которых успешная предпринимательская деятельность невозможна. Деятельность институтов поддержки предпринимательства также в недостаточной степени ориентирована на содействие молодежному бизнесу. Здесь следует подчеркнуть, что методологическая и теоретическая поддержка молодых предпринимателей является основополагающим механизмом развития малого и среднего предпринимательства в Казахстане.

Отсутствие четкого законодательного определения понятия «молодежное предпринимательство» и, как следствие, невозможность выделения его субъектов для целей учета и анализа, что препятствует проведению объективной оценки эффективности предпринимаемых законодательных и исполнительных мер.

Для обоснования выше перечисленных проблем и оценки их важности нами в Инновационном Евразийском университете был проведен опрос.

Опрос был проведен по специально разработанной анкете, относительно молодежного предпринимательства. В опросе приняли участие 100 человека.

Проведенное исследование показало, что более 60% опрошенных хотели бы организовать собственный бизнес, а 4,5% уже его имеют. Таким образом, со стороны студентов достаточно высок уровень заинтересованных в организации собственного бизнеса. Дополнительный анализ показал, что в основном о собственном бизнесе задумываются юноши (91% опрошенных).



Рисунок 1 – Готовы ли вы начать вести предпринимательскую деятельность

Опрос также показал, что большинство желающих открыть собственный бизнес – это студенты экономических направлений – около 80%, по остальным направлениям этот процент значительно ниже и составляет около 40–50%. Данная тенденция вполне объяснима: как правило, студенты-экономисты имеют более четкое понимание действия рыночных механизмов и самого рынка. 66% опрошенных студентов готовы начать заниматься предпринимательской деятельностью.

В перспективе открыть свой бизнес готовы 79,8% от общего количества опрошенных. В ходе опроса 65% респондентов отметили, что им не хватает знаний для открытия собственного бизнеса, при этом основных знаний студентам не хватает в области юридической и экономической.

Исследование также показало, что большинство студентов, начиная с 3–4-го курса, уже подрабатывают, таких около 50%. Однако многие студенты

работают не по своей специальности. Таким образом, по окончании вуза студенты не представляют особой ценности для работодателя. Но, с другой стороны, данное обстоятельство отражает стремление современных студентов к финансовой независимости, что может служить достаточной предпосылкой для создания собственного бизнеса даже во время учебы.

В настоящее время в Республике Казахстан зарегистрировано 1 485 287 субъектов малого, среднего предпринимательства, индивидуальных предпринимателей и крестьянских (фермерских) хозяйств, из них активно действующими являются 73,4% предприятий – 1000 408.

Согласно данным Комитета статистики Министерства Национальной Экономики РК, на 1 мая 2018 года в Павлодарской области зарегистрировано порядка 794 - 859 активных индивидуальных предпринимателей.

По результатам статистических исследований по г. Павлодару, в категории молодых людей в возрасте от 18 до 35 лет, 10,6% являются действующими предпринимателями, 17,9 % не предприниматели, но имевшие в прошлом намерения заниматься предпринимательством, 63,1% - не предприниматели, которые ни в настоящем, ни в прошлом не имели намерения заниматься предпринимательством.

Говоря о трудностях периода, который непосредственно связан с началом/открытием бизнеса, молодые люди в рамках личного интервью, отмечают, что молодежь при открытии бизнеса сталкивается с рядом сложностей, которые находятся в плоскостях процедуры регистрации юридического статуса предприятия, администрирования, получения финансирования (кредита, гранта).

В рамках процедуры регистрации предприятия представители большинства молодёжной аудитории г. Павлодара отметили, что главным образом возникают сложности, связанные с требованием большого количества документов, необходимых для

регистрации предприятия (76%), нехваткой информации о процедурах регистрации (67%), отсутствием желания/стремления помочь со стороны лиц, обслуживающих государственные органы (66%)

В области администрирования при открытии своего бизнеса, по мнению целевой аудитории, большее число рисков связано с отсутствием льготных условий для начала предпринимательской деятельности в сфере налогообложения (73%), а также незнания бизнес среды и процессов, связанных с администрированием (65%).

Говоря о трудностях получения кредита в банке, большинство респондентов указывают на то, что в банках высокие процентные ставки кредитования МСБ (85%) и многочисленные требования для получения кредита – наличие залогового имущества, стартового капитала (82%).

Трудности получения финансирования в государственных органах, по мнению респондентов, главным образом связаны с отсутствием связей, которые бы потенциально могут продвинуть и ускорить получение кредитования, гранта (72%) и не оперативностью самой процедуры получения государственного финансирования, ее затянутостью (70%).

Отвечая на вопрос о молодежной предпринимательской среде, тенденциях ее изменения, 46,1% респондентов ожидают, что условия для предпринимательской деятельности в ближайшие 1-2 года улучшатся, 30% полагают, что условия не изменятся, останутся такими же, 10,8% респондентов ожидают ухудшения предпринимательской среды в Казахстане.

Молодежь в настоящее время готова рисковать, имеет высокую мотивацию, а государство, в свою очередь, пытается максимально поддержать начинания молодых людей. На наш взгляд, и это подтвердили результаты опроса, молодым людям не хватает полученных опыта и знаний не столько в вузе, сколько в реальной предпринимательской среде.

На основании вышеприведенного исследования можно сделать вывод о том, что развитию молодежного предпринимательства будет способствовать процесс интеграции интересов образовательных учреждений, предпринимателей, населения (общественности) и органов государственной власти, что позволит достичь эффекта.

По результатам рейтинга Всемирного Банка Doing Business в 2018 году Казахстан занял 47 место среди 189 стран, улучшив свои позиции на 3 пункта по сравнению с 2017 годом. Данное исследование проводится на ежегодной основе в 189 странах и определяет рейтинг стран по 10 направлениям благоприятности бизнес-климата. Во многом улучшение позиции Казахстана произошло за счет сокращения времени регистрации компании в Центрах обслуживания населения, а также благодаря введению ускоренной процедуры регистрации собственности. Проведение комплексных институциональных мер способствовало улучшению следующих индикаторов рейтинга «Doing Business»: «Получение разрешений на строительство» (145 место, улучшение на 4 позиции), «Регистрация собственности» (18 место, улучшение на 9 позиций), «Разрешение неплатежеспособности» (54 место, улучшение на 1 позицию).

Подводя итог, можно сделать вывод, что малый и средний бизнес в Казахстане продолжает испытывать серьезные трудности, для преодоления которых необходима последовательная работа, прежде всего, по дальнейшему совершенствованию законодательства, финансовой поддержки, повышению эффективности региональных программ развития, по устранению административных барьеров и преодолению коррупции, по повышению инновационного потенциала, а также по развитию предпринимательского образования.

Список используемой литературы:

1. Алимбетова Ф.Е. Молодежь. Социальная система Казахстан // Вестник Инновационного Евразийского университета.- 2016. -№6. С. 56-64.

2. Инновационная среда и молодежное предпринимательство: проблемы и перспективы развития // науч.-метод. электронный журн. «Концепт». 2015. Т. 13. С. 766–770.

«УМНЫЙ ГОРОД»: ПЕРСПЕКТИВЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Андатпа

Мақалада "ақылды қала" ұғымы мен құрылымы, аумақты басқару тиімділігін арттыру үшін "Ақылды қала" элементтерін әзірлеу және қаласының ортасына қосу мәселелері қарастырылады. "Ақылды қала" элементтері негізінде заманауи қаланың даму стратегиясын қалыптастыру мәселесі зерттелді.

Түйін сөздер: "ақылды" қала, инновациялық технологиялар, зияткерлік жүйе, қаланы басқару, қалалық орта.

Аннотация

В статье рассматривается понятие и структура «умного города», проблемы разработки и включения элементов «умного города» в городскую среду для повышения эффективности управления территорией. Исследована проблема формирования стратегии развития современного города на основе элементов «умного города».

Ключевые слова: «умный» город, инновационные технологии, интеллектуальная система, управление городом, городская среда.

Summary

The article deals with the concept and structure of "smart city", the problem of development and inclusion of elements of "smart city" in the urban environment to improve the management of the territory. The problem of formation of the strategy of development of the modern city on the basis of elements of "smart city" is investigated.

Key words: "smart" city, innovative technologies, intelligent system, city management, urban environment.

В Послании Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева народу Казахстана от 10 января 2018 г. сказано, что ««Умные города» станут локомотивами регионального развития, распространения инноваций и повышения качества жизни на всей территории страны. Чтобы соответствовать новому времени, нам предстоит сплотиться в единую нацию – нацию, стоящую на пороге исторического восхождения в условиях Четвертой промышленной революции» [1].

Какой город можно назвать умным? Эксперты расходятся в деталях, но согласны в главном: это город с подключением «интеллектуальных» сервисов к главным системам (водоснабжению, энергосистеме, транспорту, госуслугам) и с удобным доступом к ним с помощью смартфона и публичного Wi-Fi.

Основная отличительная черта Smart Cities – стратегия долгосрочного устойчивого развития. Под устойчивым развитием понимается удовлетворение текущих потребностей населения, не затрагивая будущие потребности следующих поколений, которые будут населять город. Управление устойчивым развитием в настоящее время выступает приоритетной задачей, которая представлена в международных стандартах и документах территориального планирования [2].

По расчётам экспертов McKinsey к 2020 году в мире будет около 600 «умных» городов. К 2025 году эти города будут генерировать почти две трети мирового ВВП. По оценкам консалтинговой компании «Agor», к 2020 году мировой рынок «умных» городских услуг составит 400 млрд долларов в год [3].

Задача программ «умный город» – улучшить жизнь в мегаполисе, создать комфортную среду для работы и отдыха. С помощью высоких технологий здесь решают проблемы парковок и транспортных пробок, загрязнения воды и воздуха. Чтобы жители не страдали от промышленных выбросов, в умных городах рационально используют

ресурсы, решают проблемы мусора и отдают предпочтение возобновляемой энергии.

В основе оценок и рейтингов умных городов обычно лежат следующие признаки смарт-сити:

- энергоэффективность и экономия ресурсов;
- использование возобновляемых источников энергии;
- экологичный транспорт. Удобные системы городского транспорта;
- внедрение интеллектуальных сетевых технологий. Интернет вещей;
- контроль и оптимизация уличного движения и парковок.
- распространение смартфонов и публичного Wi-Fi.

В Казахстане делаются попытки создать умные города с нуля, заложив в них системы городского электрического транспорта, рециркуляции воды и другие. Это такие проекты, как город Акколь, который стал одним из первых районных центров Акмолинской области, где стартовала реализация проекта «Умный город». Персоналом Акмолинской, Есильской и Степногорской МЭС, проведена работа по замене шести тысяч старых приборов учета на приборы, приспособленные под автоматизированную систему коммерческого учета электроэнергии (АСКУЭ). Произведен монтаж устройств сбора и передачи данных на 83 трансформаторных подстанциях 10/0,4 кВ. Подготовлено серверное оборудование в Павлодарском ЦОД, организовано автоматизированное рабочее место АСКУЭ в Аккольской РЭС. Введены в работу высокоскоростные каналы интернета для стабильной и бесперебойной передачи данных АСКУЭ.

Обширный интерес к Smart City связан с вероятностью приобретения разнообразных положительных эффектов (экономических, социальных, экологических). Применение информационно-коммуникационной инфраструктуры и технологий позволяет адаптировать работу городских систем к реальным потребностям и нагрузкам, результатом чего является снижение издержек, посредством уменьшения потребления ресурсов, увеличения качества услуг, создание новых точек экономического роста. Внедрение интеллектуальных технологий воздействует почти на все области. Для транспортной сферы – это увеличение мобильности, снижение временных затрат, для здравоохранения – уменьшение затрат за счет лучшей диагностики заболеваний, наименьшая нагрузка на учреждения, облегчение доступа к медицинской помощи, контроль качества услуг, повышение здоровья населения, для образования – проверка процесса обучения, персонализация программ, совершенствование доступа к знаниям, для финансов – снижение затрат, увеличение прозрачности, безопасности и упрощение транзакций, продвижение краудфандинга, новых систем оплаты, рост адресности при управлении бюджетом, для среды обитания – контроль качества среды и зданий, внедрение новых эффективных материалов, для производства и строительства – оптимизация производственных процессов, проверка расходов ресурсов. Соответственно концепция Smart City усиливает общий уровень безопасности, включая экологический, сокращает выбросы и расход ресурсов. Приобретение значимых эффектов подтверждается опытом городов, на протяжении долгого времени, работающих над внедрением Smart City. Использование интеллектуальных технологий способствует достижению уменьшения потребления энергии – на 30%, уличной преступности – на 30%, трафика – на 20%, потерь воды – на 20%. Косвенные эффекты, достигаемые вследствие принятия наилучших управленческих решений и развития более качественной городской среды, выражаются в виде прогрессивной экономической и социальной активности, роста экономики, повышения доходов населения и бюджетных средств [4].

Экономические эффекты внедрения интеллектуальных технологий состоят из снижения расходов жителей города и расходов бюджета, а также в росте доходов местных предприятий. Высвобождаемые финансовые ресурсы при этом могут возвращаться в экономику расходами домохозяйств и компаний в иных областях, инвестициями в усовершенствовании сервисов, что с учетом мультипликативных эффектов будет оказывать дополнительное влияние на экономический рост. Стимулирование роста

достигается и за счет более действенного использования городского бюджета или уменьшения местных налогов для компаний приоритетных отраслей экономики.

На практике развитие интеллектуальных технологий затрагивает, прежде всего, города со значительным экономическим потенциалом, бюджетная обеспеченность которых, позволяет реализовать подобные проекты, а органы власти довольно хорошо осознают преимущества «умного города». Для внедрения интеллектуальных технологий особенно привлекательны области, где выгоды от их применения бесспорны. К их числу относятся энергетика, модернизация которой позволяет компаниям достигать большого эффекта экономии ресурсов и расходов. А также внедрение интеллектуальных транспортных систем, которые позволяют достигать комплексных эффектов - от оптимизации транспортных потоков в городе, уменьшения нагрузки на дорожную сеть, до повышения безопасности дорожного движения и совершенствования экологической ситуации в городе.

В Казахстане, предполагается развитие 5 крупных городов – Smart Astana, Smart Karaganda, Smart Ontystuk (Шымкент), Smart Almaty, Smart Aktobe». Кроме того планируется реализация проектов и во всех остальных областях Казахстана. В 2017 году для каждого региона в зависимости от специфики развития были определены следующие ключевые сферы, таблица 1.

Таблица 1 – Приоритетные сферы для регионов Казахстана

Регион	Приоритетные сферы
Астана	безопасность и ЖКХ
Алматы	транспорт, умное управление
Акмолинская область	экология
Актюбинская область	социальная сфера и здравоохранение
Алматинская область	транспорт
Атырауская и Кызылординская области	«умное» управление
Восточно-Казахстанская область	экология и бизнес
Жамбылская область	безопасность
Западно-Казахстанская область	ЖКХ и здравоохранение
Карагадинская область	здравоохранение
Кустанайская область	сельское хозяйство
Мангистауская и Южно-Казахстанская области	образование
Павлодарская область	образование и бизнес
Северо-Казахстанская область	ЖКХ

Главными исполнителями проектов в рамках данной концепции являются акиматы регионов. Основными приоритетами их работы в части развития умного города являются: улучшение качества жизни жителей региона; увеличение доли государственных услуг в электронной форме; вхождение регионов Казахстана в международные рейтинги «smart city»; стимулирование безбумажного взаимодействия в G2G, B2B и G2B сегментах.

К системе «SMART Павлодар» уже подключено восемь госучреждений города. В их числе - отделы земельных отношений, занятости и социальных программ, жилищной инспекции, образования, культуры и развития языков, а также внутренней политики. В приложении павлодарцам доступен раздел «спорт», в котором отображаются все запланированные в Павлодаре спортивные мероприятия, а также информация о работе всех футбольных полей, кортов и катков города. Помимо этого, имеется раздел для обращения граждан «глас народа». Благодаря чему, каждый может обратиться в любой отдел города. Всего в базе тринадцать основных приложений.

В целом, реализация таких социально значимых проектов в городах страны незамедлительно оказывает положительное влияние на улучшение условий проживания в городской местности.

В целом, хочется отметить, что создание и внедрение умных технологий, прежде всего, направлено на предоставление социальных выгод для населения: повышается

безопасность, доступность к услугам городских сервисов, городские учреждения и службы становятся более открытыми, снижаются расходы и потребление ресурсов и др. Такие тенденции, несомненно, вносят большие плюсы в повседневную жизнь горожан. При этом, коррективы, вносимые в результате построения умных городов, могут нести и определенные риски. К примеру, вызовом может стать обеспечение безопасности личных данных горожан. Поэтому при разработке и внедрении умных технологий необходимо, в первую очередь, учитывать предложения и рекомендации, полученные на основе построения открытого диалога между жителями города и городскими властями.

В итоге, следует отметить, что разработка и внедрение интеллектуальных систем должны сопровождаться вовлечением всех сторон, заинтересованных в устойчивом развитии города. Государство должно выступать координатором похожих взаимодействий, обеспечивая выявление мнений и интересов всех указанных сторон, а также открывая доступ к процессу управления и использования данных, сервисов и инфраструктуры. Совместно с модернизацией инфраструктуры новые технологии решают главную задачу ликвидации технологической отсталости городов, а применение интеллектуальных систем создает потенциал на будущее устойчивое развитие.

Список использованных источников

1. Послание Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева народу Казахстана от 10 января 2018 г. // <http://www.akorda.kz>.
2. Долгих, Е.И. Рейтинг устойчивого развития городов 2014 / Е.И.Долгих, Е.В.Антонов // Энергия: экономика, техника, экология. – 2014. – № 8. – С.53-59.
3. Зябкин, М. Технологии «умных» городов и прогнозы их развития [Электронный ресурс] // VC.RU. – Режим доступа: <https://vc.ru/26713-smart-city>.
4. Лэндри Ч. А. Творческий город // М.: Современные технологии, 2016. – 225 с.

**Бимахан М., Құдайбергелен Б., Рахат Т.- магистранты,
Бектурганова А.Е., к.э.н., зав.кафедрой,
Аскарова К.У., м.т.н., ассистент
Казахский национальный аграрный университет**

МОНИТОРИНГ СОСТОЯНИЯ ПОЧВ МЕСТОРОЖДЕНИЯ "ЖЕНГЕЛЬДЫ" КЫЗЫЛКОГИНСКОГО РАЙОНА АТЫРАУСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы касающейся деградации почв месторождения «Жангелди», которая по характеру биоклиматических условий относится к пустынной ландшафтной зоне.

Изложены наиболее характерные особенности почв этого региона и установлены наибольшие распространенные типы почв.

Андатпа

Мақалада биоклиматтық сипатына қарай шөлді ландшафтты аймаққа жататын «Жангелді» кенорнының топырағының тозуы жайлы мәселелер қарастырылды. Аймақтың топырақ жамылғысының өзіне тән ерекшеліктері анықталып, топырақтың кең тараған типтері көрсетілді.

Annotation

The article deals with issues related to soil degradation of the Zhangeldi field, which, by the nature of its bioclimatic conditions, belongs to the desert landscape zone. The most characteristic features of the soils of this region are outlined and the most common soil types are established.

Деградация почв означает снижение или потерю биологической и экономической продуктивности и сложной структуры богарных пахотных земель, орошаемых пахотных земель или пастбищ, лесов и лесистых участков в засушливых, полузасушливых и сухих субгумидных районах в результате землепользования или действия одного или нескольких процессов, в том числе связанных с деятельностью человека и структурами расселения, таких, как ветровая или водная эрозия почв; ухудшение физических, химических и биологических или экономических свойств почв; долгосрочная потеря естественного растительного покрова. Деградация земель является результатом воздействия таких факторов, как концентрация населения и деятельности населения на ограниченной территории, изменения климата и методов землепользования. Система землепользования в сельском хозяйстве, размещение отходов в городах, развитие транспорта и др. От 10 до 20% засушливых территорий уже подверглись деградации. Наиболее остро эта проблема стоит в развивающихся странах. Общая площадь земли, пострадавшей от опустынивания, по оценкам, составляет от 6 млн. до 12 млн. кв. км. Для сравнения: площадь таких стран, как Бразилия, Канада и Китай, составляет от 8 млн. до 10 млн. кв. км.

На засушливые районы приходится до 43% возделываемых земель в мире. Деградация земель приводит к потерям сельскохозяйственной продукции на сумму примерно в 42 млрд. долл. в год. Около трети всех возделываемых земель в мире в последние 40 лет были заброшены по причине утраты своей продуктивности в результате эрозии почвы[1].

Территория месторождения Женгельды по характеру биоклиматических условий относится к пустынной ландшафтной зоне.

Основной почвенной особенностью ландшафта пустынной зоны является бессточность территории, равнинность ее большей части и засоленность, карбонатность почвообразующих пород, небольшая мощность промачиваемого слоя, слабая выраженность процессов химического и биологического выветривания пород, формирование галоксерофитных полукустарников, что обуславливает незначительный вынос химических элементов из почвенного профиля, замкнутый характер биологического круговорота. В аридных условиях засоление объясняется влиянием древних солевых аккумуляций морских отложений и современным соленакоплением.

Засоление почв района месторождения Женгельды связано также с близостью Каспийского моря (30-40 км), и с ветрами теплого периода года происходит перенос солей с акватории моря на прилегающую территорию.

Согласно ландшафтно-географическому районированию территория месторождения Женгельды относится к Урало-баксайскому древнедельтовому району Прикаспийской провинции, который относится к подзоне А – бурых почв северной пустыни из группы пустынь и полупустынь[2].

Наиболее характерные особенности почв этого региона – их большая или меньшая засоленность и небольшое содержание перегноя (1-3 %), высокая карбонатность. Среди перегнойных веществ много соединений, имеющих светлую окраску. Гумусовый горизонт этих почв очень светлый. Тем не менее, почвы образуют сплошной покров и по своему плодородны. Однако для их возделывания требуются искусственные оросительные устройства, но самое главное – использование полупустынно-пустынных почв затрудняется их быстрым засолением.

На территории региона наибольшее распространение имеют следующие типы почв:

- бурые пустынные почвы;
- луговые почвы;
- солончаки;
- такыры;
- пески.

Приморская равнина в широтном направлении делится на две части:

- первая (нижняя) приморская терраса;
- вторая (верхняя) приморская терраса.

В профиле луговых приморских засоленных почв с поверхности ясно выражен гумусовый горизонт мощностью 10-15 см, серого цвета, иногда под ним находится прослойка из мелкой ракушки. Ниже прослеживается слоистый влажный, оглеенный слой различного механического состава, подстилаемый морскими глинами.

Содержание гумуса в почвах супесчаного механического состава 1,2-1,7 %, песчаного - 0,7 %. Количество валового азота 0,056-0,105 %, общего фосфора 0,02-0,04 %, подвижного фосфора 2,47-3,20 мг на 100 г почвы, калия - 28,8-30,2 мг на 100 г почвы.

Почвы карбонатные, содержание углекислоты карбонатов колеблется по профилю от 0,3 до 1,6 %. Реакция почвенной среды щелочная, рН 7,8-8,6.

Механический состав почв супесчаный и песчаный. Степень засоления почв различная. Тип засоления хлоридно-сульфатный.

Почвенная карта Атырауской области представлена на рисунке ниже.

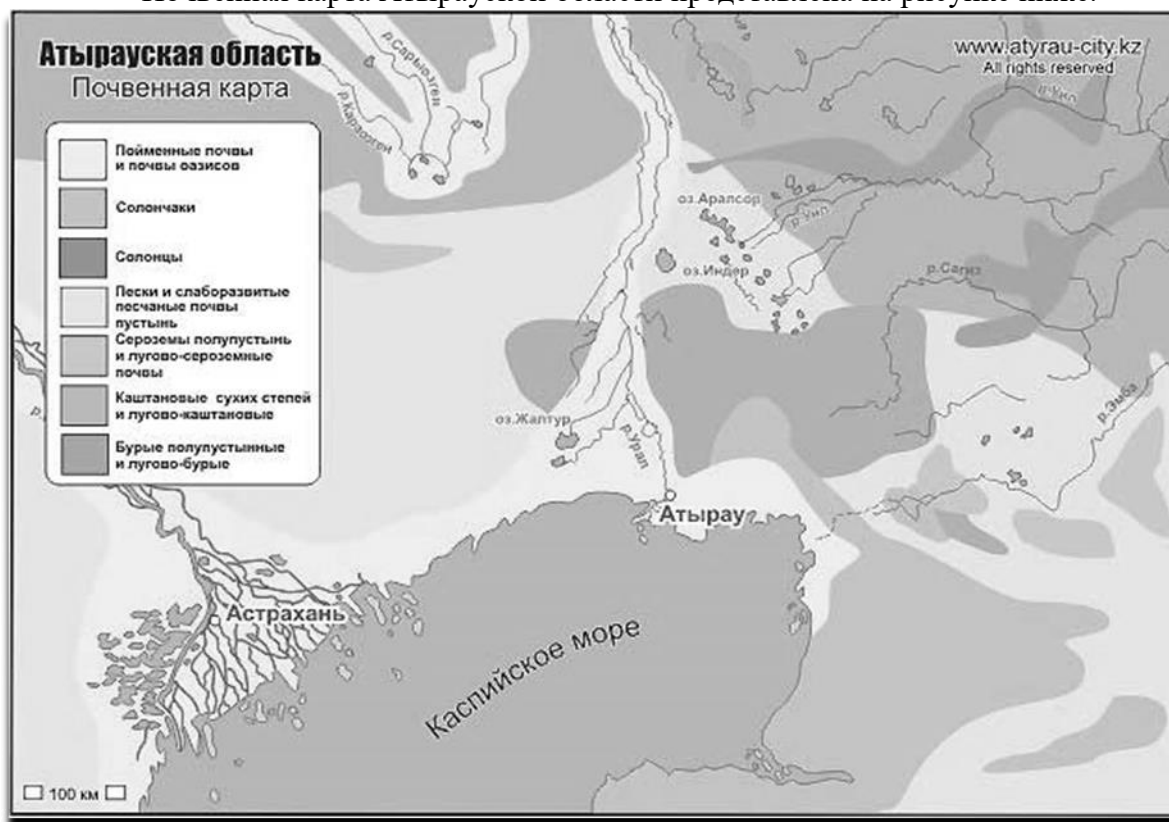


Рисунок 7 - Почвенная карта Атырауской области

На этапе опытно-промышленной разработке (ОПР) месторождения происходит загрязнение всех компонентов природной среды: атмосферного воздуха, поверхностных и подземных вод, почвенного покрова. Для снижения негативного воздействия на окружающую среду, в первую очередь, необходимо наметить основные источники загрязнения.

Опытно-промышленная разработка месторождения Женгельды включает в себя следующие технологические операции, проведение которых влечет за собой существенное загрязнение атмосферы:

- добыча и транспортировка углеводородного сырья,
- сбор и первичная подготовка углеводородного сырья – нефти и газа.

На этапе бурения расконсервации скважин, ОПР происходит загрязнение всех компонентов природной среды: атмосферного воздуха, поверхностных и подземных вод,

почвенного покрова[3].

Основной целью проектирования является минимизация негативного воздействия на компоненты окружающей природной среды путем разработки мероприятий и технических решений.

При загрязнении почв нефтью наибольшее воздействие испытывает поверхностный гумусовый горизонт, действующий как комплексный геохимический фильтр (барьер), удерживающий большую часть ингредиентов. В нем практически полностью задерживаются битумные и парафиновые компоненты нефти. Наиболее глубоко проникают в почву легкие фракции нефти и сильно минерализованные подземные воды.

Нефть, попадая на земную поверхность из анаэробной обстановки с замедленными темпами геохимических процессов, оказывается в качественно новых условиях существования аэризуемой среды. Изменение нефти в почвах, ее деградация происходит под влиянием трех основных взаимосвязанных и взаимообусловленных факторов (процессов) - физических, химических и микробиологических.

Физические процессы ведут к испарению легких фракций, вымыванию и рассеиванию за пределы первичного ореола загрязнения части углеводородов. Это приводит к значительному снижению токсичности и уменьшению концентрации нефти. Однако этот процесс нельзя назвать самоочищением, так как нефтяные продукты не минерализуются и загрязняют сопряженные ландшафты.

Химические процессы приводят к образованию водо-растворимых соединений, асфальтово-смолистых веществ и нерастворимых в органических растворителях продуктов типа оксикеритов и гуминокеритов, то есть битуминозные вещества в почвах постепенно гумифицируются. Этот процесс идет необратимо с большей или меньшей скоростью.

Биологический процесс разложения углеводородов обеспечивается, прежде всего, углеводородоокисляющими микроорганизмами, способными в энергетическом обмене окислять углеводородные субстраты. В умеренно загрязненной нефтью почве возрастает численность и активность многих групп микроорганизмов. Параллельно с этим происходит все более глубокое окисление содержащейся в почве нефти. В южных районах активность микроорганизмов выше, чем в северных, что указывает на зависимость скорости разложения нефтепродуктов от гидрометрических условий территории.

Токсичность нефти находится в прямой зависимости от ее состава (содержания парафинов, битумов, легких фракций, сернистых соединений), способности к испарению и микробиологическому разложению, от плотности и вязкости. Считается, что угнетение растений начинается, когда количество мазута в почве превышает один килограмм на квадратный метр. По влиянию загрязнения нефтью на почвенные микроорганизмы установлено, что при слабой степени загрязнения, когда концентрация нефти в профиле не превышает 0,7 мг на 1 кг почвы, количественный состав почвенных микроорганизмов изменяется слабо; при умеренной- до 50 мг/кг, отмечаются заметные количественные и качественные изменения состава почвенных микроорганизмов; при сильной и очень сильной- 300 мг/кг происходит резкое изменение и полное подавление развития почвенных микроорганизмов и ингибирование микробиологических процессов.

Для объективной оценки влияния загрязнения на почвы необходимо учитывать их устойчивость к загрязнению. Степень устойчивости почвы к химическим загрязняющим веществам оценивают по отношению к конкретному химическому загрязняющему веществу[4].

Несмотря на высокую скорость разложения органических веществ в условиях сухого жаркого климата, почвы данной территории малоустойчивы к загрязнению, что обусловлено слабой гумусированностью, легким механическим составом с преобладанием

песчаных фракций, низкой емкостью поглощения, незначительной буферной способностью.

К местам повышенного риска загрязнения почвенного покрова месторождения относятся участки, непосредственно прилегающие к площадкам скважин и местам транспортировки в пределах месторождения.

Программой производственного мониторинга на месторождении будет предусмотрена система наблюдений за почвами месторождения, которая заключается в контроле показателей состояния грунтов на участках, подвергнувшихся техногенному нарушению на предмет определения их загрязнения нефтью, химическими реагентами, солями, тяжелыми металлами и т.д.

Список литературы

1 Экологический кодекс РК» от 9 января 2007 года №212 с изменениями и дополнениями;

2 Инструкции по проведению оценки воздействия намечаемой хозяйственной и иной деятельности на окружающую среду при разработки предплановой, плановой, предпроектной и проектной документации» от 28.06.2007 №204 с изменениями и дополнениями

3 Проект Дополнение к опытно-промышленной разработки месторождения Женгельды», Актау, ТОО «НПЦ», 2017 г.

4 Методические указания расчета выбросов от предприятий, осуществляющих хранение и реализацию нефтепродуктов (нефтебазы, АЗС) и других жидкостей и газов. Приложение к приказу Министра охраны окружающей среды Республики Казахстан от 29 июля 2011 года № 196-п.

Богашко Александр Леонидович,
доцент кафедры маркетинга, менеджмента и управления бизнесом,
кандидат экономических наук, доцент
Уманский государственный педагогический университет им.Павла Тычины,
Учебно-научный институт экономики и бизнес-образования

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Приобретение новых знаний, постижение мира, сущности вещей и духовной жизни вытекает из самой природы людей, и является неременной основой саморазвития и улучшения условий существования человечества. Знания способствуют упорядочению как внешнего, так и внутреннего мира личности. Не только человек формирует свое мировоззрение, но и знания формируют его образ реальности. Поэтому естественной целью общества выступает стремление к построению образовательной системы, основанной на глубоких и достоверных знаниях окружающего мира.

В этих обстоятельствах немаловажным становится раскрытие сущности и специфики знаний как социально-экономического ресурса общества. Анализ литературы по этой проблематике свидетельствует о наличии различных точек зрения относительно постижения значения понятия «знание», что проявляется в разнообразии и многочисленности его определений (табл. 1).

Таблица 1. Значение понятия «знание»

№ п/п	Автор	Сущность понятия
1	П. Друкер [1]	Информация, которая имеет практическую ценность и служит для получения конкретных результатов. Явление, что делает человека (или учреждение) способным к более эффективной деятельности.
2	Е. Брукинг [2]	Совокупность систематизированной информации и понимание смысла, заложенного в этой информации.
3	Т. Коулопоулос, К. Фраппало [3]	Информация, что хранится в сознании людей и используется для принятия решения в ситуациях неопределенности.
4	М. Мариничева [4]	Необходимая людям информация, используемая ими по определенным правилам и в соответствии с определенными процедурами с учетом отношения (понимания, одобрения, игнорирования, согласования, отрицания) людей к этой информации.
5	Т. Дэвенпорт, Л. Прусак [5]	Переменная смесь практического опыта, индивидуальных ценностей, контекстной информации и интуиции экспертов, что создает основание для оценки и созидания нового опыта и новой информации.
6	И. Жураковская [6]	Необходимая информация, что используется в соответствии с определенными правилами и с учетом отношения лица, которое ее интерпретирует.
7	И. Нонака [7]	Обоснованные и подтвержденные верования или убеждения, которые повышают способность любого субъекта к эффективным действиям. Зависит от скрытого видения, впечатлений и идеалов сотрудников.
8	У. Букович, Р. Уильямс [8]	Все то, что имеет стоимость для организации и заключено в работающих в ней людях. Возникает из производственных процессов, систем и организационной культуры, включая знания и навыки конкретных людей, нормы и системы ценностей, базы данных, методологии, программное обеспечение, производственный опыт, лицензии и т.п.
9	Б. Мильнер [9]	Знание представляет собой совокупность оформленного опыта, ценностей, контекстуальной информации, экспертного понимания, составляющее основание для оценки и интеграции нового опыта и информации.

Несмотря на достаточно основательную методологическую разработку учеными категории «знание», на сегодня еще не сформулировано единое научное определение данного понятия. Следует обратить внимание на схожесть и единство характерных качеств знания, и понимание его как эмпирической информации. Однако из перечня формулировок становится ясно, что «знание», в отличие от «информации», всегда связано с уникальностью человека, его взглядами, убеждениями и опытом.

Любая деятельность связана с использованием знаний. В этих обстоятельствах актуальным для современных организаций становится изучение специфики знаний как главного экономического ресурса. Ведь компании, которые располагают исключительными знаниями, способны не только использовать их как отдельный производственный ресурс, но и могут с их помощью маневрировать использованием своих традиционных ресурсов. Знания могут обеспечить большую выгоду. Инновационные знания дают возможность фирме лидировать на рынке и располагать уникальными конкурентными преимуществами.

Таким образом, знания, в широком смысле, представляют собой продукт человеческого интеллекта, выраженный в виде информации о восприятии и трансформации окружающей среды. Знания выступают основой и источником познания мира, всестороннего развития человека и максимально полного удовлетворения его духовных и материальных потребностей в процессе жизнедеятельности.

В более узком смысле, знания можно рассматривать как информационный результат сочетания теоретического исследования и практического опыта, приобретаемого в сфере образования, науки и производства. В процессе общественной деятельности знания используются как производственный ресурс для удовлетворения растущих потребностей человечества.

В экономике знаний основной движущей силой прогресса становится человек, поскольку именно он создает знания. Одной из основных отраслей, участвующих в создании человеческого (в том числе, интеллектуального) капитала такой экономики, является сфера образования. Постигание роли образования в современных глобальных условиях возможно лишь при условии понимания самой природы образования.

В педагогике образование рассматривается, прежде всего, как передача и усвоение знаний, умений и навыков, формирование познавательных склонностей и способностей, специальная подготовка к профессиональной деятельности. Но в условиях экономики знаний существенно меняется функциональная роль образования. Во-первых, с генератора определенных навыков и умений, транслятора знаний образовательная среда превращается в непосредственного производителя знаний. Во-вторых, сфера образования становится активным участником трансформации этих знаний в новые технологии, технику, услуги, продукты и тому подобное.

Что касается высшего образования, то его характерными качествами являются единство социальной, культурной, экономической и научной среды, которые на основе системности и взаимодействия формируют определенный интегральный модернизационный результат, оказываясь в процессах усовершенствованного воспроизводства общества. Для высшего образования показательным является системное воспроизводство на высоком интеллектуальном и культурном уровнях одновременно всех элементов процесса получения, восстановления и выработки знаний: источника знания (науки), носителя знания (преподавателя), объекта и субъекта знания (студента) [10, с. 113].

Социально-экономическая роль сферы образования зависит от уровня развития и потребностей общества, сформулированных государством принципов. Свойства и специфику образования определяют ее функции [11, с. 185; 12].

1. Функция профессионализации заключается в подготовке квалифицированных кадров для всех сфер экономики страны, что охватывает профессиональную направленность почти всех степеней и этапов системы современного образования.

2. Функция взаимодействия сферы образования с социальной структурой общества, как рациональный способ распределения работы среди людей в соответствии с их способностями.

3. Воспитательная функция системы образования заключается в формировании с помощью целенаправленной деятельности определенных социальных характеристик мировоззрения у подрастающих поколений, признание ими доминирующих в обществе норм поведения, ценностных ориентаций.

4. Функция общеобразовательной подготовки помогает расширить границы профессионализма, является базой для получения специальных знаний, переквалификации, развития способностей, профессиональной адаптации.

5. Научно-исследовательская функция образования определяет темпы развития не только материального, но и духовного производства, диктует характер его технических, технологических, организационных и структурных изменений. Возрастание роли науки в экономике привлекает все больше внимания к вопросам государственного и общественного управления научным сектором. Поскольку именно наука позволяет создать конкурентные преимущества производственно-хозяйственной деятельности, а также приобрести средства решения острых социальных проблем.

На наш взгляд, функциями образования следует предопределять главные направления ее влияния на социально-экономическое развитие общества. А потому, можно отдельно выделить и ее капиталотформирующую функцию, поскольку именно образование выступает одним из важнейших источников формирования человеческого (интеллектуального) капитала, как фактора экономического роста.

Глобализация, которая распространяется на все сферы жизни, осуществляет глубокое влияние и на образовательные процессы. Характерными особенностями

глобализации в сфере образования, в частности высшего, является унификация знаний, повышение интенсивности научных исследований, общее стремление стран к достижению его высокого качества. Видоизменяется роль образования в современном мире – оно превращается в продолжительный и непрерывный процесс, поскольку в течение всей жизни человек сталкивается с проблемой старения знаний, необходимостью их обновления, пополнения и освоения новых профессиональных сфер. Высшее образование становится важным продуцентом инноваций и посредником в их активном внедрении в практическую деятельность, поскольку в нем традиционно концентрируется значительный научно-технический потенциал, а основным видом деятельности является обучение молодого поколения, среди которого есть возможность отобрать наиболее одаренных и способных к научной и инновационной деятельности людей.

Следовательно, система образования, в условиях экономики знаний, играет решающую роль для создания новых качеств человеческого капитала. Знания формируются в соответствии с такими устремлениями, как старания постоянно учиться, совершенствоваться в течение всей жизни, достигать высокого уровня профессионализма и конкурентоспособности, развивать способности, которые являются основой для формирования человеческого капитала, а также поддерживать высокое качество жизни и уровень здоровья.

Список использованных источников:

1. Друкер П. Посткапиталистическое общество / П. Друкер // Новая индустриальная волна на Западе. Антология / Под. ред. В. Л. Иноземцева. – М. : Academia, 1999. – С. 70 – 100.
2. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал / Э. Брукинг. – СПб. : Питер, 2001. – 288 с.
3. Коулопоулос Томас М. Управление знаниями / Т. М. Коулопоулос, К. Фраппаоло. – М. : Изд-во Эксмо, 2008. – 218 с.
4. Мариничева М. Управление знаниями на 100% : Путеводитель для практиков / М. Мариничева. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. – 320 с.
5. Davenport T. Working knowledge : How organizations manage what they know / T. Davenport, L. Prusak. – Boston : Harvard Business School Press, 1998. – 199 p.
6. Жураковская И. С. Управление знаниями как фактор повышения конкурентоспособности предприятия в информационном обществе / И. С. Жураковская // Проблемы науки. – 2007. – № 7. – С. 24 – 28.
7. Нонака И. Компания – создатель знания : Управление знаниями; пер. с англ. / И. Нонака. – Альпина Бизнес Букс, 2006. – 476 с.
8. Букович У. Управление знаниями : руководство к действию / У. Букович, Р. Уильямс. – М. : ИНФРА-М., 2002. – 504 с.
9. Мильнер Б. С. Управление знаниями в современной экономике / Б. С. Мильнер. – М. : Институт экономики РАН, 2008. – 400 с.
10. Калюжная Т. Основные направления развития высшего образования Украины в XXI веке / Т. Калюжная // Высшее образование Украины. – 2006. – С. 106 – 114.
11. Красовская О. Ю. Роль образования в современных глобальных условиях / О. Ю. Красовская // Бюллетень Международного Нобелевского экономического форума. – 2011. – № 1 (4). – С. 182 – 188.
12. Богашко А. Л. Функциональная роль образования в экономике знаний / О. Л. Богашко // Электронное научное специализированное издание „Экономика. Управление. Инновации”. Выпуск №2 (12). – Житомир: Житомирский государственный университет имени Ивана Франко, 2014. Режим доступа: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_2_8

Аннотация.

В статье рассмотрены и обоснованы теоретические подходы к пониманию сущности и специфики знаний как информационного ресурса общества, приобретаемого

в сфере образования, науки и производства. Исследовано функциональную роль образовательных учреждений, обеспечивающих создание новых знаний, что формируют интеллектуальный капитал общества в современных глобальных условиях развития образовательного пространства. Выявлено значение и важность целостности социальной, культурной, экономической и научной среды для развития высшего образования.

Ключевые слова: знания, информация, инновации, культура, образование, функции образования.

Андатпа.

Мақала білім беру, ғылым және өнеркәсіп салаларында сатып алынған қоғамның ақпараттық ресурсы ретінде білімнің сипаты мен ерекшелігін түсінудің теориялық тәсілдерін талқылайды және негіздейді. Білім беру кеңістігін дамыту үшін қазіргі жаһандық жағдайларда қоғамның зияткерлік капиталын қалыптастыратын жаңа білім беруді қамтамасыз ететін білім беру мекемелерінің функционалды рөлі зерттеледі. Жоғары білім беруді дамыту үшін әлеуметтік, мәдени, экономикалық және ғылыми ортаны тұтастығының маңыздылығы мен маңыздылығы анықталды.

Түйінді сөздер: білім, ақпарат, инновация, мәдениет, білім беру, білім беру функциялары.

Abstract.

The article considers and substantiates the theoretical approaches to understanding the essence and specificity of knowledge as an information resource of a society that is acquired in the field of education, science and production. The functional role of educational institutions, which provide creation of new knowledge and form the intellectual capital of society in the modern global conditions of development of educational space, is investigated. The importance and importance of the unity of social, cultural, economic and scientific environment for the development of higher education is revealed.

Key words: knowledge, information, innovations, culture, education, functions of education.

Бончужная Елизавета Федоровна
Студентка 2 курса магистратуры специальности «Маркетинг»,
Научный руководитель –
Коноваленко А.С., к.э.н., ст. преподаватель кафедры маркетинга,
Таврический государственный агротехнологический университет,
г. Мелитополь, Украина

ФАКТОРЫ МАКРОМАРКЕТИНГОВОГО ОКРУЖЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация:

В статье рассматриваются факторы макроокружения и их характеристика. Эти факторы важны для изучения внешней среды организации.

Ключевые слова: макроокружение; маркетинг; внешняя среда; факторы.

Annotation:

The article deals with the factors of macro-surroundings and their characteristics. These factors are important for learning the environment of the organization.

Key words: macroenvironment; marketing; external environment; factors.

Аннотация:

Мақалада макроэкономикалық факторлар және олардың сипаттамалары талқыланады. Бұл факторлар ұйымның сыртқы ортасын зерттеу үшін маңызды.

Каждая организация существует в тесном единстве с внешней средой, которая играет большую роль, так как есть источником ресурсов, которые необходимы для поддержания деятельности. В ходе развития своей деятельности организация сталкивается с различными трудностями в своей работе и необходимостью принятия решений относительно построения маркетинговой стратегии ее деятельности. В связи с этим возникает необходимость проведения тщательного анализа состояния маркетинговой среды, а именно факторов макро- и микромаркетингового окружения предприятия.

Организация получает сырье, энергию, информацию, человеческие и другие ресурсы из внешней среды, преобразует их в продукты или услуги, которые передает во внешнюю среду. Она находится в процессе постоянного обмена с внешней средой, обеспечивая тем самым возможность существования и развития [2].

Внешнее окружение компании можно представить в виде двух сфер.

Первая сфера – это общее внешнее окружение организации (генеральная среда). Оно является более или менее одинаковым для подавляющего большинства фирм и не связано непосредственно с конкретной организацией. Маркетинговое макроокружение формируется под влиянием политических, правовых, социально-культурных, экономических, технологических, национальных, религиозных и международных процессов.

Вторая сфера – это так называемое непосредственное деловое окружение организации (функциональная среда, или микроокружение). Это окружение формируют такие субъекты среды, которые непосредственно связаны с данной конкретной организацией. При этом важно подчеркнуть, что и фирма в свою очередь может непосредственно влиять на них.

На макроокружение влияет группа факторов:

- экономическая,
- политически – правовая,
- социокультурная,
- природно-географическая.

Экономическое окружение отражает общую экономическую ситуацию в стране или регионе, в котором работает организация. Его изучение позволяет понять то, как формируются и распределяются ресурсы. Ее параметры: размер валового национального продукта, темпы инфляции, размер ставки рефинансирования ЦБ, валютный курс, дефицит бюджета, уровень безработицы, “налоговое бремя” (доля налоговых сборов в ВВП), индекс потребительских цен, величина средней заработной платы и др.

Политическая группа факторов изучает правовое поле, в котором работает организация. Политическая составляющая макроокружения должна изучаться в первую очередь для того, чтобы иметь ясное представление о намерениях органов государственной власти в отношении развития общества и о средствах, с помощью которых государство намерено проводить в жизнь свою политику. От знания и соблюдения правовых норм зависит правильность заключения и выполнения контрактов, законность деловых операций, возможность решения спорных и других вопросов, связанных с деятельностью организации.

Социокультурная составляющая представляет социальные процессы и тенденции, происходящие в обществе и влияющие на деятельность организации. Она включает существующие традиции, ценности, привычки, этические нормы, стиль жизни, отношение людей к работе, вкусы и психологию потребителей. В нее входят социальная структура общества, его демографические характеристики такие как уровень рождаемости, средняя продолжительность жизни, темпы роста населения, миграция. Значение социальной компоненты очень велико, т.к. она влияет как на другие компоненты макроокружения, так и на внутреннюю среду организации.

Природно-географические факторы связаны с климатическими условиями, запасами природных ресурсов, экологической обстановкой. Ухудшение экологической

обстановки требует соблюдения экологических стандартов при производстве и эксплуатации продукции, утилизации отходов, строительства очистных сооружений, запрещения производства отдельных видов товаров и т.п. Решение этих проблем в организации связано с вложением значительных средств на разработку новых технологий, смену продукции, поставщиков сырья и материалов, охрану окружающей среды. [1]

Выводы: Анализ факторов макро- и микромаркетингового окружения предприятия является необходимым этапом разработки маркетинговой стратегии развития предприятия. Все факторы внешней среды рассматриваются в зависимости от их принадлежности к той или иной группе факторов и в их взаимосвязи между собой.

Список литературы

1. Бреддик У. Менеджмент в организации: Пер. с англ. – М.:ИНФРА-М, 1997. – 334 с.
2. Студопедия. Внешняя среда организации [Электронный ресурс] / Студопедия – Режим доступа до ресурсу: https://studopedia.su/3_42409_makrookruzhenie.html.

Брицын А.А.,
магистрант специальности «Маркетинг»,
Шквыря.Н.А.,
к.э.н., доцент кафедры маркетинга
Таврический государственный агротехнологический университет

ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Маркетинговые коммуникации - это связи, образованные фирмой с контактными аудиториями (потребителями, поставщиками, партнерами и т.п.) с помощью различных средств воздействия, к которым относятся реклама, PR, стимулирование сбыта, пропаганда, персональные продажи, а также неформальные источники информации в виде молвы и слухов. Основная задача маркетинговых коммуникаций – донести до целевой аудитории основное конкурентное отличие бренда, которое влияет на выбор и покупку товара потребителем [2].

Основная цель коммуникационной деятельности – формирование максимально положительной, «дружественной» среды в информационном пространстве и общественном сознании, что способствует осуществлению текущего бизнеса и достижению стратегических целей компании [1].

Объектом данного исследования является предприятие ЧАО «Лантманнен Акса», которое занимает лидирующие позиции на рынке сухих завтраков. Для фирмы такого уровня характерно уделять большое внимание поддержанию имиджа и узнаваемости, чтобы удерживать и расширять свою целевую аудиторию. Поэтому основной проблемой исследуемого предприятия является недостаточная осведомленность потребителей о его продукции.

Предприятие производит продукцию высокого качества и по доступным ценам, но слабое финансирование коммуникационных мероприятий снижают привлекательность продуктов данного предприятия для потребителей. Поэтому ниже представлены конкретные коммуникационные мероприятия для повышения осведомленности населения и его интерес в продукции предприятия, а именно: реклама в сети интернет, связи с общественностью, участие в выставке и печатная реклама.

Нами был разработан медиа-план по месяцам на 2019год, в соответствии с мероприятиями, которые планируется внедрить – таблица 1.

Таблица 1

Медиа-план на 2019 год для ЧАО «Лантманнен Акса»

Месяцы	Вид коммуникации				
	Реклама в интернете	Реклама на телевидении	Печатная реклама	Участие в выставке	PR-мероприятия
Январь		+	+		
Февраль		+			+
Март	+				+
Апрель	+				
Май	+		+		+
Июнь	+				
Июль		+			+
Август	+				
Сентябрь	+		+		
Октябрь	+	+		+	
Ноябрь					+
Декабрь	+				+

В настоящее время интернет заменил библиотеки, книжные семинары, газеты и журналы, поэтому использование таких печатных средств коммуникации уже не целесообразно, поэтому их заменит контекстная реклама, реклама на сайтах-партнерах, контекстная реклама в социальных сетях и медиареклама в сети интернет. Общие затраты при этом составят 50000 грн., а суммарная стоимость рекламы в интернете за 8 месяцев рекламы в Интернете будет составлять 400 000 грн.

Стоимость рекламы на телевидении (30 сек):

- в дневное время (13:00): рабочие дни - 10800 грн., суббота - 15500 грн., воскресенье - 25300 грн.;

- в вечернее время (18:00): рабочие дни - 19600 грн., суббота - 34600 грн., воскресенье - 26800 грн.

Планируется использовать дневную рекламу в понедельник, вторник, среду и субботу (47900 грн./нед.), вечернюю рекламу в понедельник, вторник, среду, четверг и воскресенье (139800 грн./нед.).

Выставки направлены для демонстрации продукции и заключения сделок, а также для изучения конкурентов. Это повышает имидж фирмы и способствует росту узнаваемости. Предлагается принять участие в ежегодной выставке продуктов питания и напитков «WorldFoodUkraine», которая будет проходить 23-25 октября 2019 года. Здесь ожидается более 7 тыс. посетителей, среди которых производители и продавцы продуктов питания, представители специализированных магазинов, государственных организаций, частные предприниматели, производители оборудования и ингредиентов, а также специализированные СМИ. Общая стоимость вложений за участие в выставке - 32800 грн.

В плане маркетинговых коммуникаций для ЧАО «Лантманнен Акса» будет целесообразно использовать пресс-релизы донесения информации, а именно щитовую рекламу и рекламу в общественном транспорте, проведение пресс-конференций, спонсорство, а также промо-акции. При этом общая стоимость всех затрат составит 6288800 грн.

Сводный бюджет на проведение коммуникационных мероприятий ЧАО «Лантманнен Акса» приведен в таблице 2.

Таблица 2

Распределение бюджета на проведение коммуникационных мероприятий

Название мероприятия	Стоимость, грн.
Реклама в Интернете	50000
Реклама на телевидении	3003200
Печатная реклама и PR-мероприятия	6288800
Участие в выставке	32800
Всего	9374800

Опираясь на проведенные выше расчеты предложенных маркетинговых мероприятий на 2019 год, планируется достичь показателей, приведенных в таблице 3.

Таблица 3

**Оценка эффективности маркетинговой стратегии предприятия
ЧАО «Лантманнен Акса»**

Показатель	2018 г.	2019 г.	Отклонение	
			+/-	%
Количество реализованной продукции, т.	6125	6492,5	367,5	106
Цена, грн./кг	59,88	59,88	0	100
Выручка, тыс. грн.	366765	388770,9	22005,9	106
Себестоимость, тыс. грн.	224898	224898	0	100
Расходы на сбыт, тыс. грн.	99247	108621,8	9374,8	109,4
Полная себестоимость, тыс. грн.	324145	333519,8	9374,8	102,9
Прибыль, тыс. грн.	42620	55251,1	12631,1	129,6
Рентабельность производства, %	19,0	24,6	+5,6 п.п.	-
Рентабельность продаж, %	11,6	14,2	+2,6 п.п.	-

Представленными выше расчетами доказано, что реализация маркетинговой коммуникационной стратегии на 2019 для компании ЧАО «Лантманнен Акса» будет эффективной, так как в результате можно будет достичь следующих результатов:

- увеличение объемов реализации на 6%;
- рост прибыли на 29,6%;
- увеличение количества потребителей;
- повышение уровня узнаваемости компании;
- укрепление имиджа компании;
- усиление конкурентных преимуществ компании;
- укрепление лидирующих позиций на рынке готовых завтраков.

Литература

1. Гранат О.В. Організація комунікаційної діяльності на підприємствах агропромислового комплексу/ О.В. Грант// Вісник ЖНАЕУ №2, т.2 2011 – 208с.
2. Примак Т. О. Маркетингові комунікаційні стратегії: комплексний підхід до їх класифікації / Т.О. Примак // Формування ринкової економіки: зб.наук.праць – Спец.вип. Маркетинг: теорія і практика. – К.: КНЕУ, 2009. – 653 с. – С. 548-559.
3. Сасенко М.Г. Стратегія підприємства: Навчальний посібник / Сасенко М.Г. – Тернопіль: Економічна думка. – 2007. – 352 с.

Аннотация

В статье предложена и обоснована реализация маркетинговой коммуникационной стратегии на примере предприятия ЧАО «Лантманнен Акса».

Annotation

The article proposed and justified the implementation of a marketing communication strategy on the example of the company "Lantmannen Axa".

**Воронкова В. Г. – доктор философских наук,
профессор, заведующая кафедрой менеджмента организаций
и управления проектами,
Инженерный институт Запорожского национального университета
(Запорожье, Украина)
E-mail: valentinavoronkova236@gmail.com
ORCID: 0000-0002-0719-1546**

ПРОМЫШЛЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЧЕТВЕРТОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ РЕВОЛЮЦИИ (INDUSTRY 4.0)

Всемирный экономический форум (2016) опередил, что цивилизация находится на пороге «четвертой промышленной революции», а это означает развитие информационных технологий, которые вторгаются в развитие промышленного (индустриального, операционного, производственного) менеджмента. Четвертая промышленная революция свидетельствует, что технологические изменения в промышленном менеджменте в ближайшем будущем приведут к изменениям экономической карты мира, а также к социальным и технологическим превращениям. Уже сегодня глобальное развитие мира начинает опережать темпы развития благодаря современным информационным технологиям, так как преобладает быстрота коммуникаций, искусственный интеллект, которые внесли критическую массу изменений. Четвертая промышленная революция (Industry 4.0) опирается на цифровые технологии, которые есть результатом развития технического и технологического прогресса, который влияет на благосостояние страны, прибыли компаний, уровень жизни и возможности для развития. Разница в доходах между технологически развитыми странами и другим миром начинает увеличиваться. Information and communication society – это концепция постиндустриального общества, новый этап развития цивилизации, в котором главным продуктом производства выступает информация и знания [2].

В исследовании Всемирного экономического форума представлены два индекса, на основе которых составляются рейтинги стран: Индекс глобальной конкурентоспособности (Global Competitiveness Index, GCI) и Индекс конкурентоспособности бизнеса (Business Competitiveness Index, BCI). Основным средством обобщённой оценки конкурентоспособности стран является Индекс глобальной конкурентоспособности (GCI). GCI составлен из 12 слагаемых конкурентоспособности, которые детально характеризуют конкурентоспособность стран мира, находящихся на разных уровнях экономического развития. Сюда следует отнести: «качество институтов», «инфраструктура», «макроэкономическая стабильность», «здоровье и начальное образование», «высшее образование и профессиональная подготовка», «эффективность рынка товаров и услуг», «эффективность рынка труда», «развитость финансового рынка», «технологический уровень», «размер внутреннего рынка», «конкурентоспособность компаний» и «инновационный потенциал» [1]. Все эти индексы прогресса опираются практически на цифровые технологии. С одной стороны, технический прогресс увеличивает прибыли, а с другой - критически ударяет по заработной плате работников, так как людей заменяют технологии.

В целом эффективность производства и необходимые трансформации для скорейшего достижения поставленных целей на производстве формируют:

- 1) корпоративное мышление, которое представляет собой единый настрой сотрудников и соблюдение традиции;
- 2) компетентность, которая подразумевает совокупность знаний, умений и опыта у отдельных сотрудников и всего коллектива;
- 3) последовательность, которая определяет систему управления, включающую внутрифирменные стандарты, систему оценки, вознаграждения и т.п.;

4) производственные процессы /трансформации: их описание позволяет определить степень готовности к преобразованиям, обучаемость персонала и т.п.;

5) лидерство, которое позволяет понять, как сформирована компания и как происходит управление компанией [3,с. 87].

В соответствии с определением Морриса, общественное развитие человечества включает четыре атрибута: 1) расходы; 2) организация (управление); 3) военный потенциал; 4) информационные технологии (сложность способов распространения и обработки информации и масштабы их использования). Общественное развитие есть слагаемым с этих четырех чисел. Обычно промышленная революция - это не только паровая энергия, которая позволила генерировать огромное количество полезной энергии, в результате которой возникли фабрики, заводы, массовое производство, железные дороги и транспортные способы общественного пользования. Промышленная революция провозгласила человечеству о начале «первой эпохи машин», когда прогресс был обусловлен техническими инновациями [4,с. 91-97].

Сегодня началась «вторая эпоха машин» (или четвертая промышленная революция), когда компьютерные и цифровые технологии, программное обеспечение и коммуникационные сети стали использоваться для развития и расширения возможностей человеческого мозга, чтобы познать внешнюю среду. Эти технологии есть абсолютно новыми и способствуют развитию промышленного менеджмента. Предприятия покупают компьютеры больше столетия, а журнал Time объявил компьютер «машиной года» только в 1982 г., который усовершенствует промышленный менеджмент и приносит беспрецедентную пользу. Цифровые технологии улучшают производство, материальную прибыль и способствуют увеличению экономики, которая базируется на техническом или технологическом прогрессе [2, с.15-16].

Промышленный менеджмент как фактор развития четвертой промышленной революции (Industry 4.0) прошёл сложный путь от тейлоризма к японизации, то есть с конца XIX в. и по сегодняшний день. К недавнему времени считалось, что эта эволюция совпадает только с развитием одной страны США, а потом распространяется в контексте всех развитых стран, и стран, которые развиваются. Американская система производственного менеджмента родила технику массового производства, эффективно использованной американским автомобилестроением, основанном на научном менеджменте, массовом производстве и американской капиталистической системе процветания. Успех американской промышленности был основан на ее технической оснащенности, управленческом опыте и устойчивой рентабельности [5]. Однако с 1980-го гг. промышленной гегемонии США стали угрожать страны Дальнего Востока, и, прежде всего, Япония. В конце XX в. центр мирового производства и промышленного менеджмента уже переместился со США в Европу, а потом Азию. Этот процесс, информационные изменения, а также глобализация производства и торговли привели к значительным последствиям, которые выразились, в том числе, и в снижении уровня занятости [6].

В этой ситуации перед менеджерами возник вопрос, который заключался не только в необходимости управления производством, но и в противодействии скептицизму и неуверенности, вызванных увеличением безработицы. Менеджеры должны были работать, исходя из обстоятельств, которые сложились, о чем говорит опыт Файоля или Слоуна [7]. Промышленный менеджмент в условиях кризиса следует определить как процесс работы под давлением в такой способ, который позволяет менеджерам, которые имеют некоторые полномочия, планировать, организовывать, направлять и контролировать ряд взаимосвязанных операций и управлять процессом принятия решений для того, чтобы они имели возможность принять быстрое решение с неотложной проблемы.

Р. Брукс считает, что в современных автоматизированных заводских цехах людей становится все меньше и меньше, потому что их заменяют машины, автоматизированные

системы, информационные технологии. На Западе считают, что рынок работотехники пребывает на пороге такого взрыва, когда многие технологии можно было раньше встретить только в научной фантастике, а сегодня они становятся повседневной реальностью [3].

И этому помогают информационно-компьютерные технологии, которые проникают в промышленный менеджмент, который достиг больших успехов, так как связан с роботизацией, технологизацией, компьютеризацией, информатизацией. Большинство инноваций в производство осуществились в эпоху цифрового и программного обеспечения и социальных сетей на протяжении последних лет, в основе которых цифровой прогресс, который сделал большой прыжок.

В основе промышленного менеджмента информация есть экспоненциальной, цифровой и комбинаторной [3, с. 35]. Прогресс цифровых технологий происходит чрезвычайно быстро, о чем свидетельствует увеличение экономики битов, в основе которой оцифрование почти всех документов, новостей, музыки, фотографий, видео, карт, личной информации, социальных сетей [8].

По мере того, как мы продвигаемся вглубь четвертой промышленной революции, оцифрование продолжает распространяться и усиливаться, формируя следующую статистику. Согласно CISCO Systems, мировой интернет-трафик увеличился в 12 раз только за пять лет между 2006 и 2012 годами, достигнув 23,9 эксабайт за месяц. Такие успехи промышленного (информационного, производственного, операционного, персонального) менеджмента согласно CISCO Systems, которая прогнозирует, что мировой интернет-протокол трафика достигнет 1,3 зеттабайт к 2016 году. Это почти 250 млрд. DVD-дисков информации, которые свидетельствуют, что оцифрование приносит действительно большой объем данных, которые есть могучим источником, который поддерживает жизнь современной организации и науки [9].

Для промышленного менеджмента продуктивность, результативность и эффективность в эпоху информационных изменений и глобализации - это проблема номер один, способность той или иной страны улучшить уровень жизни, которая полностью зависит от расчета на одного работника [8]. Инновации - это фактор, за счет которого происходит увеличение производительности и достижений процветания, а изобретения технологий есть главным фактором экономического роста. Экономисты называют инновации «технологиями общего назначения», которые имеют влияние на много секторов экономики, поэтому они должны совершенствоваться и быть способными производить все новые и новые инновации. Именно ИКТ приводят промышленный менеджмент к развитию и процветанию в эпоху информационных изменений, глобализации и кризиса.

Мы выделяем четыре модели развития промышленного менеджмента.

Первая модель - инновационная, которая на первое место ставит производство нового знания (ноу-хау), в основе которого получение новых фактов и открытий, развитие новых принципов в сфере фундаментальной науки, которые приводят к получению новой продукции, материалов, процессов. При инновационной модели развития общество торгует на мировом рынке инновационными продуктами (США). Вторая модель - технологическая модель развития, в основе которой вкладывание денег в новые процессы (Япония), которая развивала производство электроники и автомобилестроения, за которой шли Южная Корея, Тайвань и «тихоокеанские драконы» [11]. Третья модель развития - сырьевая, которая делает ставку на экспорт сырья, на примере, энергоносителей или рабочей силы. Четвертая модель - нулевая. Мы акцентируем внимание на первых двух - инновационная и технологическая, которые можно объединить в «инновационно-технологическую» модель развития промышленного менеджмента, в контексте которой акцент делается на развитие науки, ноу-хау, информационных технологий, внедрение инноваций [10, с.167-170].

Именно новые технологии содействуют экономическому увеличению, компьютерному благосостоянию, ускоряют протекание экономического прогресса, который культивирует инновационно-информационно-ноосферное общество. Прогресс и процветание, в основе которых новые идеи и инновации, будут содействовать решению актуальных проблем промышленного менеджмента, улучшат качество нашей жизни, потому что развитие разумных технологий есть чрезвычайно эффективным и положительным. Сила рекомбинаторных инноваций будет стимулировать прогресс человечества, потому что «вторая эпоха машин», о которой пишут Э.Бринелфссон и Э.Макафи, в значительной мере превысит все, что существовало до ее возникновения [2, с. 83].

Произошло создание реального, полезного искусственного интеллекта, который позволит улучшить жизнь, а обеспечение связи большинства людей на планете благодаря общей цифровой сети объединит всех на планете. Каждое из достижений фундаментально увеличит наш потенциал прогресса и процветания. Экспоненциальная информация - это не только источник новых видов науки, она есть второй фундаментальной силой в формировании «второй эпохи машин» благодаря своей инновационной роли и деятельности, которая есть главной чертой нашего информационного столетия.

Литература

1. Режим доступа: <https://gtmarket.ru/news/2016/09/28/7304>
2. Бріньолфссон Е., Макафі Е. Друга епоха машин: робота, прогрес та процвітання в часи надзвичайних технологій. Київ:FUND, 2016. 236 с.
3. Дейв Ульрих. Эффективное управление персоналом : новая роль HR-менеджера в организации: пер. с англ. М. :ООО «И. Д. Вильямс», 2007. 304 с.
4. Воронкова В. Г. Административная деятельность как объект саморефлексии руководителя // Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць. Київ : Вид-во УАН ТОВ "НВП "VIP", 2015. Вип.100. С. 91-97.
5. Мельник В. В. Полікультурність в контексті глобалізації: соціально-філософський аналіз // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: [зб.наук.пр.] Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2015. Вип. 22. С. 217-229.
6. Нікітенко В. О. Геокультурні цінності в умовах сучасного світового розвитку: соціально-філософський вимір // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2013.Вип. 54. С. 266-280.
7. Олексенко Р. І. Філософія розвитку інформаційного суспільства в епоху глобалізації // Гілея: науковий вісник. 2015. Вип. 98. С. 230-232.
8. Пунченко О. П., Лазаревич А.А. Інформатизація як засіб репрезентації інформаційних ресурсів суспільства // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2017. Вип.69 (1). С. 174-183.
9. Рижова І. С. Smart-технології як фактор розвитку сучасного дизайну // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2017. Вип.69 (1). С. 174-183.
10. Сидоренко С. В. Підприємницька етика та шляхи її регулювання // Культурологічний вісник. Науково-теоретичний щорічник Нижньої Наддніпряни. Випуск 23. Запоріжжя, 2009. С. 167-170.
11. Соснін О. В., Воронкова В. Г., Нікітенко В. О., Максименюк М. Ю. Інформаційно-комунікативний менеджмент: зарубіжний і вітчизняний досвід : Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2017. 314 с.

КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ СОЗДАНИЕМ УНИКАЛЬНЫХ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ

Современные концепции создания инновационной продукции опираются на рыночную специфику товаров массового спроса в качестве продукции длительного крупносерийного производства. Такая продукция может быть признана инновационной по всем основным критериям, но ее типичная рыночная концепция существенно отличается от концепции уникальной новой техники (УНТ) – сложной высокотехнологичной продукции, выпускаемой в единичных экземплярах. Поэтому, актуальна разработка концепции управления созданием образцов УНТ как сложных технико-экономических систем, которые выводят на рынок в виде уникального высокотехнологичного инновационного продукта (УВИП) индивидуального назначения.

Анализ исследований, которые могут рассматриваться в качестве теоретической базы для решения поставленной проблемы, показал существование подхода к оценке объектов разработки НИР и ОКР на основе объединения экономических, научно-технических и рыночных показателей, согласно которому ключевые финансово-экономические показатели, в частности, прогнозируемый чистый дисконтированный доход, срок окупаемости, индекс рентабельности, внутреннюю норму доходности и т. д., рассчитывают начиная с ранних стадий разработки [1]. Причем, до настоящего времени не выработаны эффективные пути преодоления их низкой достоверности на этих стадиях.

Объективная необходимость особым образом учитывать специфику УНТ в рыночных условиях осознана отечественными разработчиками УНТ и даже отражена в организационно-методических документах. Например, в ГП "КБ" Южное", которое является разработчиком ракетно-космической техники, как одного из характерных видов УНТ, таким отражением можно считать термин "изготовление уникальных объектов при запланированном единичном производстве", внесенный в Инструкцию определения вознаграждения за внедрение изобретений, не создающие экономию, которая была принята на предприятии в 2004 году.

В аспекте совершенствования менеджмента рекомендуется рассматривать концепцию бизнес-процессов не просто как средство обеспечения межфункционального взаимодействия, а как путь более рациональной организации работ и ресурсов для достижения целей фирмы [2]. Причем, введение процессного подхода не означает отказа от функциональных схем организации работ, а направлено на достижение оптимального сочетания различных подходов с целью обеспечения максимальной результативности [3].

Существующие методы моделирования процессных структур позволяют представить деятельность крупных научно-производственных фирм в виде многоуровневой и многозвенной системы бизнес-процессов и является теоретической и методологической основой для разработки интегрированных процессно-ориентированных систем управления [4].

В соответствии с устойчивой тенденцией роста рыночной роли интеллектуальной собственности (ИС), многие зарубежные исследователи отмечают, что доля ее вклада в стоимость результатов научно-технической деятельности в некоторых случаях может быть весьма значительной [5, 6, 7]. Вместе с тем, их исследования показывают, что определить этот вклад на ранних стадиях разработки, особенно УНТ с отсутствующим рынком ее ИС, очень сложно и пока нет методик, которые могли бы решить эту проблему.

Учитывая вышеизложенное, можно констатировать наличие необходимых предпосылок для формирования методологии менеджмента УВИП, что особенно актуально для отечественных разработчиков УНТ.

Целью данной работы является разработка концепции управления созданием УВИП, которая охватывает все стадии, начиная с момента генерации идеи образца УНТ, что позволит наиболее эффективно реализовать комплексный подход к обеспечению рыночной перспективности УВИП как специфического двухкомпонентного инновационного продукта.

Основными методологическими задачами при этом будут формирования терминологической базы, принципов построения и организационных положений управления созданием УВИП.

Для раскрытия специфики проблематики нашего исследования необходимо ввести понятия, идентифицирующие область исследования на основе существующих категорий менеджмента. Дадим следующие основные термины и определения.

УВИП – это инновационный продукт, рыночная концепция которого основана на специфике создания и применения образца УНТ в качестве сложной технико-экономической системы индивидуального назначения, включая использование материальных и нематериальных результатов научно-технической деятельности, и ориентирована на обеспечение локальной рыночной перспективности.

Материальная компонента УВИП может быть представлена в виде проектной, конструкторской или другой документации, экспериментальных или опытно-промышленных образцов, а нематериальная – объектов права интеллектуальной собственности (ОПИС).

Под перспективностью УВИП будем понимать совокупность его характеристик (параметров) в качестве товара на рынке высоких технологий, которые определяются внутрифирменными факторами и факторами внешней среды. Рыночная ниша локализована с указанием конкретного потребителя или ограниченного небольшого числа возможных потребителей.

Обеспечение перспективности УВИП достигается путем прогнозирования, дальнейшего мониторинга и, при необходимости, корректировки контролируемых показателей для достижения приемлемого по критериям перспективности результата выполнения НИР и ОКР по созданию образца УНТ. В наиболее общем случае для инновационной продукции такими критериями выступают доля рынка и объем прибыли (дохода). Для УНТ-УВИП целесообразно использовать критерий конкурентоспособности, построенный на более достоверных показателях на основе прогнозируемых технико-эксплуатационных характеристик объекта разработки НИР и ОКР. Несмотря на то, что рыночная перспективность УВИП определяется не только конкурентоспособностью, но и факторами внешней среды, причем нередко нерыночного характера, мы полагаем, что именно приемлемая конкурентоспособность является решающим фактором достижения перспективности.

Наличие контролируемых показателей, установленных еще до начала создания образца УНТ, и возможность корректировать их по ходу выполнения НИР и ОКР показывает соответствие принципам теории управления и возможность реализации процесса управления созданием УВИП.

Управление созданием УВИП – системно увязанный с другими элементами менеджмента фирмы комплекс предписаний и процедур, направленных на достижение приемлемых значений контролируемых показателей образца УНТ-УВИП при выполнении НИР и ОКР.

К базовым принципам управления созданием УВИП отнесем:

- использование комплексного подхода к прогнозированию и дальнейшему обеспечению перспективности УВИП с учетом фактора ИС;
- применение адаптивного (ситуационного) подхода при управлении выполнением НИР и ОКР по критерию конкурентоспособности УВИП;

- построение управления созданием УВИП на основе процессного подхода с рациональным использованием особенностей существующих функциональных организационных структур.

Аналитический аппарат прогнозирования и последующего контроля конкурентоспособности УВИП в процессе выполнения НИР и ОКР, с одной стороны, формируется исходя из условия сквозного контроля ключевых показателей на всех стадиях разработки, с другой, учитывает особенности роста номенклатуры и достоверности показателей по мере выполнения НИР и ОКР. Поскольку на ранних стадиях разработки показатели инновационного совершенства на основе патентных данных могут быть определены с большей достоверностью, чем остальные показатели, определяющие конкурентоспособность будущего УВИП, их целесообразно использовать при формировании контролируемых показателей УНТ-УВИП.

Адаптивное управление созданием образца УНТ по критерию конкурентоспособности заключается в оперативных изменениях ресурсов фирмы, выделенных для реализации проекта, с целью корректировки контролируемых показателей объекта разработки. Причем, наиболее рационально использовать минимально затратные решения, основанные на организационных ресурсах, в первую очередь, ситуационные изменения структурных схем формирования команд разработчиков с наращиванием их самостоятельности.

Применение процессного подхода при построении управления созданием УВИП основано на формировании системно увязанного комплекса процессов обеспечения приемлемых показателей объекта разработки. Для отечественных предприятий с традиционными иерархическими структурами линейно-штабного, линейно-функционального или иного гибридного типа основная проблема заключается в необходимости преодоления функциональной обособленности исполнителей. При наличии подробно прописанных процедур межфункционального взаимодействия, например, в виде дорожной карты управленческого механизма обеспечения конкурентоспособности УВИП, креативные решения, основанные на процессах, могут быть реализованы без реорганизации или с минимально необходимой реорганизацией существующих структур в зависимости от конкретных условий. То есть, совершенствование громоздких иерархических организационных структур отечественных предприятий-разработчиков УНТ будет проходить постепенно, например, по ходу наращивания использования проектных групп, которым предоставляется разная степень автономии.

Считаем, что ключевым элементом построения организационного обеспечения управления созданием УВИП с использованием процессного подхода является введение комплексной инновационной экспертизы как механизма организации межфункционального взаимодействия. Увязка процессов локальных экспертиз (технической, патентной и маркетинговой) в рамках единого аналитического инструмента с целью получения обобщающего вывода о значении контролируемых показателей, в организационном аспекте означает создание регламента координации разработчиков и функциональных специалистов в течение всех стадий создания образца УНТ.

Таким образом, предложенная концепция построения управления созданием УВИП предусматривает ведущую роль процессов выработки и постоянного контроля текущего значения конкурентоспособности УВИП не просто как стержня процесса управления НИОКР, но, в значительной степени, как системного интегратора всего комплекса процессов обеспечения перспективности УВИП. Особенно важно, что при этом ресурсы обоснованно увязаны со стратегическими целями и оперативными задачами в ходе создания УНТ-УВИП.

Выводы. Актуальность концепции управления созданием УВИП вызвана необходимостью повысить эффективность инновационной деятельности отечественных разработчиков УНТ в условиях растущей конкуренции на рынках новых технологий.

Новизна концепции управления созданием УВИП заключается в идентификации специфики УВИП как двухкомпонентного инновационного продукта, включающего материальную составляющую, которая определяет образец УНТ как сложную технико-экономическую систему, и нематериальную составляющую в виде ОПИС. Построение управления созданием УВИП на основе процессного подхода с использованием ситуационного анализа и адаптивного учета особенностей крупных отечественных разработчиков УНТ, позволяет реализовать управление созданием УВИП путем постепенных усовершенствований без резкой реорганизации существующих систем управления.

Литература

1.Глебова О. Система показателей для оценки эффективности научно-технических разработок научно-производственных предприятий на разных стадиях жизненного цикла / О. В. Глебова, Л. А. Борискова // Интеллект. Инновации. Инвестиции. — № 3. — 2011. — С. 23-29.

2.Харрингтон Д. Оптимизация бизнес-процессов : Документирование, анализ, управление, оптимизация : пер. с англ. / Д. Харрингтон, К. С. Эсселинг, Х. В. Нимвеген. — СПб.: Азбука. — 2002. — 328 с.

3.Sharp A. Workflow Modeling Tools for Process Improvement and Applications Development. Second Edition / A. Sharp, P. McDermott. — Artech house, Inc. — 2009. — 437 p.

4.Организационно-экономическое проектирование бизнеса наукоемких предприятий: учеб. пособие / Т. Г. Садовская, В. А. Дадонов, П. А. Дроговоз, Л. Г. Попович; под ред. Т. Г. Садовской. — М.: Изд-во МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2011. — 51 с.

5.Parr R. L. Intellectual property : Valuation, Exploitation and Infringement Damages. 2011 Cumulative Supplement / R. L. Parr, G. V. Smith. — Hoboken, NJ : John Wiley & Sons. — 2011. — 288 p.

6.Lev B. Intangible Assets: Concepts and Measurements / B. Lev // Encyclopedia of Social Measurement. — Vol. 2. — 2005. — P. 299-305.

7.Baek D-H. A technology valuation model to support technology transfer negotiations / D-H. Baek, W. Sul, K-P. Hong, H. Kim // R&D Management. — Vol.37, Iss. 2. — 2007. — P. 123-137.

Summary

The main provisions of the concept of managing the creation of a unique high-tech innovative product are being developed. The problem of forecasting its prospects in the early stages of development is considered. It is proposed to implement the management of its creation by the criterion of competitiveness using the parameters of innovative excellence based on data from patents for inventions that define the conceptual appearance of the development target of R&D.

Аннотация

Разрабатываются основные положения концепции управления созданием уникального высокотехнологичного инновационного продукта. Рассматривается проблема прогнозирования его перспективности на ранних стадиях разработки. Предлагается реализовать управление его созданием по критерию конкурентоспособности с использованием параметров инновационного совершенства на основе данных из патентов на изобретения, определяющих концептуальный облик объекта разработки НИР и ОКР.

СКЛАДИРОВАНИЕ И ПЕРЕВОЗКИ

Многие разработки в России непосредственно включали в себя элементы логистической науки. Но эти разработки были недостаточно связаны между собой, не имели объединяющей основы, не осуществлялись в рамках целостной науки о материалопотоках. В условиях перехода к рыночным отношениям единые системы нормативов материально-технической базы теряют своё прежнее значение: каждый субъект хозяйствования самостоятельно оценивает конкретную ситуацию и принимает решения. Как свидетельствует мировой опыт, лидерство в конкурентной борьбе приобретает сегодня тот, кто компетентен в области логистики, владеет её методами. Это связано с тем, что логистика – согласованность действий при управлении материальными потоками, их рациональность, точный расчёт, способность отбросить из системы всё лишнее. Большое значение для актуальности логистики приобретает необходимость государственной поддержки процессов товародвижения. Это применимо и эффективно используется не только на уровне предприятий и организаций-участников процесса товародвижения, но и в масштабах деятельности региональных и федеральных органов управления.

Исследованием данной проблемы занимаются такие авторы, как А.А.Ивахненко [1, с.17], В.В.Баринин [2], С.А. Жесткова [3], Р.Н.Паршина [4, с.34], Э.И. Галимова [5, с.26], Н.Н. Тыртышный [6, с.53], А.А. Демержиба [7, с. 9]. Они считают, что для улучшения складов и перевозок необходимо внедрить новейшие компьютерные технологии, совершенствовать оборудования, транспорт. Мы согласны с мнениями ученых и специалистов по моей теме, поскольку в современной логистике (а точнее говоря о складировании и перевозках) еще не окончательно сформированы концептуальные положения полные комплексы задач, так как процесс формирования логистики как науки продолжается.

Склад используется для хранения запасов на всех этапах логистического процесса. Существуют два типа запасов:

- сырье, компоненты и запасные части;
- готовая продукция.

Система складирования - это определенным образом организованная совокупность взаимосвязанных элементов, обеспечивающая оптимальное размещение материального потока на складе и рациональное управление им.

Структуру системы складирования образуют технико-экономическая, функциональная и поддерживающая подсистемы, складированные грузовые единицы - груз, скомпонованный и сформированный на внешних товароносителях, таких, как плоские, ящичные, стоечные, сетчатые поддоны и полуподдоны, кассеты и т. д.;

Здания и сооружения, которые предназначены были для складирования и различаются по конструкции и этажности (закрытые, полузакрытые площадки, открытые площадки, многоэтажные, одноэтажные высотой до 6 м, высотные, высотнo-стеллажные, с перепадом высот и т. п.) [5];

Элементы функциональной подсистемы определяют процесс грузопереработки на складе. К ним относятся:

- вид складирования - единство технологического оборудования, предназначенного для складирования груза со способом размещения товаров на складе и их хранением;

- система комиссионирования - комплекс операций по подготовке, отбору и комплектации товаров, и их доставке в соответствии с требованиями клиента;
- управление перемещением грузов, обусловленное возможностями технологического и обслуживающего оборудования.

Элементы поддерживающей подсистемы оказывают информационно-компьютерную поддержку, правовое, организационно-экономическое, экологическое и эргономическое обеспечение эффективного функционирования складской сети[7].

Склад – это помещение, где находятся товары, а также разное оборудование, специально предназначенное для приемки товара, его размещения и хранения. Современный склад – это полностью отрегулированная многоуровневая система, объединенная в большой технологический процесс с автоматизированными системами по учету складированных товаров, беря начало от их приемки и заканчивая отпуском конечному покупателю.

Современный склад представляет собой сложную структуру, состоящую из технической и управленческой сторон. Различные инновации и научный прогресс меняют структуру современного склада, превращая его в комплекс автоматизированных систем управления складом. Эти системы основаны на новейших средствах получения и обработки информации в режиме онлайн[1]. Благодаря им, сводятся к минимуму затраты на дополнительное время и труд. Конструкция металлических стеллажей этой категории реализует принцип FIFO (First In First Out), т.е. груз, который был поставлен в канал стеллажа первым, будет извлечен также первым, что актуально при хранении скоропортящейся продукции[6]. Отсутствие межстеллажных проходов позволяет максимально использовать объём склада. Еще одним экономичным, и эффективным оборудованием являются конвейеры: роликовые, спиральные, поворотные, карусельные т.д. Они помогут оптимизировать процессы транспортировки, как горизонтальной, так и вертикальной. Это уникальное решения для экономии пространства, снижение трудозатрат и энергопотребления.

Использование гравитационных стеллажей имеет большое значение для повышения эффективности операций размещения на хранение и отборки грузов. Современные склады делят на две большие группы [7]:

- Склады на участке движения товаров производственно- технического использования.
- Склады на участке движения товаров народного потребления

Функции склада - создание требуемого ассортимента товаров для удовлетворения заказчиков;складирование и хранение – функция позволяет доставить товары потребителям, почти независимо от срока производства самого товара. Так же, функция помогает соблюсти непрерывную поставку требуемого ассортимента продукции.

Современные склады по своему назначению бывают:

- производственными;
- оптово-заготовительными;
- снабженческими;
- коммерческими.

По виду товаров, которые хранятся на складах, склады делят на: продовольственные, непродовольственные, фармацевтические и склады специального назначения.

В зависимости от способа хранения продукции, склады бывают: распределенными и централизованными, открытыми и закрытыми, бункерами и резервуарами. Основываясь на форме собственности складов, их делят на: арендуемые, коммерческие (находящимся в собственности у логистических фирм) и являющиеся собственностью компании.

Если ориентироваться на классификацию складов, которую разработала одна из крупнейших логистических компаний, то, в зависимости от географического расположения склада, наличия подъездных дорог, их состояние, удаленность склада от автодорог, наличия железнодорожной ветки, площади помещения, этажности, высоты потолков, наличия технических средств охраны (видео камер) и т.д., складские помещения делят на шесть категорий (от лучшей к худшей):

Класса «А+»- лучшие склады в своей сфере и самые дорогостоящие;

Класса «А»- отличие от первой категории в высоте потолков;

Класса «В+»- сочетание цены и качества среди всех категорий складов;

Класса «В»- эконом-класс без излишеств;

Категории «С» - утепленный ангар или капитальное производственное помещение, имеющее высоту потолков более 4 метра;

Категории «D» - самый простой вид складов и самый недорогой.

Складская и производственная инфраструктура в современных условиях должна быть гибкой и чувствительной к изменяющейся конъюнктуре рынка[1]. Для обеспечения нужд производственных и торговых предприятий используются складские сооружения, которые можно разделить на капитальные и не капитальные. Это разделение условно, тем не менее, оно широко используется в строительстве. В каждой такой постройке впоследствии размещаются стеллажные конструкции разного типа – в зависимости от того, какие грузы и как будут на них складироваться.

Индустриальный и, в частности, складской сегменты, являются самыми востребованными на рынке недвижимости у европейских инвесторов. Согласно ежегодному опросу CBRE, ведущей международной компании в области недвижимости, посвященному планам инвесторов из региона Европы, Ближнего Востока и Африки, производственная/ индустриальная недвижимость впервые опередила офисный сегмент[2]. С развитием электронной коммерции, которая продолжает развивать этот сектор недвижимости, треть (33%) респондентов в Европе отдают предпочтение индустриальной недвижимости, что отражает общемировую тенденцию и подтверждает ее институциональный статус[3].

Для эффективной деятельности складов первостепенное значение имеет качество полов в рабочих помещениях. Стоимость выполнения полов обычно составляет 15-25% стоимости здания[3]. Выбор типа и конструкции полов складских помещений зависит от товарной специализации склада, вида хранимой продукции, этажности, технической оснащенности, специфики функционирования склада и других условий[3]. В одноэтажных зданиях полы устраивают непосредственно по грунту, в многоэтажных – по железобетонным плитам. В общем случае конструкция полов состоит из покрытия (чистый пол), прослойки, стяжки, гидроизоляции и основания. Эффективность современного склада определяется правильным сочетанием архитектурно-планировочных решений здания, технологического зонирования помещений, технологии обработки и хранения товаропотока[4]. Системный подход к проектированию склада подразумевает выбор оптимального совмещения свойств и характеристик комплекса «товаропоток–здание–технологии–оборудование» с учетом ряда ограничений, например, инвестиционных[4].

Таким образом, склад является неотъемлемым и одним из основных элементов, обеспечивающим движение материального потока в логистической системе. Вместе с тем, хранение и грузопереработка продукции на складе сопряжены с определенными затратами, что отражается на времени доведения ее до потребителя и может увеличивать стоимость товара.

Список использованной литературы:

1. Ивахненко А. А. Аналитико-имитационное моделирование технологических процессов движения запасных частей и комплектующих в дилерской сети предприятий автомобильной промышленности с использованием сетей массового

обслуживания//Автоматизация и управление технологическими процессами и производствами. [Электронный ресурс].-Режим доступа:<http://www.dissercat.com/content/analitiko-imitatsionnoe-modelirovanie-tehnologicheskikh-protsesov-dvizheniya-zapasnykh-cha> (дата обращения 2013 г.)

2. Баринов В.В. Совершенствование логистического процесса управления закупочной деятельностью предприятий //Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч.: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами; управление инновациями; региональная экономика; логистика; экономика труда; экономика народонаселения и демография; . [Электронный ресурс].- Режим доступа

3. :<http://www.dissercat.com/content/sovershenstvovanie-logisticheskogo-protsesta-upravleniya-zakupochnoi-deyatelnostyu-predpriya> (дата обращения 2013 г.)

4. Жесткова С.А. Совершенствование организации перевозочного процесса автомобилями // Эксплуатация автомобильного транспорта. [Электронный ресурс].-Режим доступа

5. :<http://www.dissercat.com/content/sovershenstvovanie-organizatsii-perevozochnogo-protsesta-avtomobilyami> (дата обращения 2013 г.)

6. Паршина Р.Н. Методология организации транссибирских международных контейнерных перевозок Европа - Азия транзитом по России//Транспортные и транспортно-технологические системы страны, ее регионов и городов, организация производства на транспорте. [Электронный ресурс].-Режим доступа

7. :<http://www.dissercat.com/content/metodologiya-organizatsii-transsibirskikh-mezhdunarodnykh-konteynernykh-perevozk-evropa-azi> (дата обращения 2013 г.)

8. Галимова Э.И. Управление деятельностью розничной торговой сети на основе процессно-логистического подхода//Экономика и управление народным хозяйством. [Электронный ресурс].- Режим доступа:<http://www.dissercat.com/content/upravlenie-deyatelnostyu-rozничной-torgovoi-seti-na-osnove-protsesto-logisticheskogo-podkh> (дата обращения 2013 г.)

9. Тыртышный Н. Н.Управление логистическими рисками при перевозке грузов морским транспортом//Экономика и управление народным хозяйством.[Электронный ресурс].-Режим доступа:<http://www.dissercat.com/content/upravlenie-logisticheskimi-riskami-pri-perevozke-gruzov-morskim-transportom> (дата обращения 2013)

10. Демержиба А. А. Управление запасами в цепях поставок потребительского рынка //Экономика и управление народным хозяйством [Электронный ресурс].- Режим доступа

11. :<http://www.dissercat.com/content/upravlenie-zapasami-v-tsepyakh-postavok-potrebitelskogo-rynka> (дата обращения 2013)

Аннотация

Рассматривается необходимость и эффективность внедрения современных складских технологий, приводятся примеры использования современных складских систем, технологий и оборудования.

Андапта

Заманауи қойма технологияларын енгізудің қажеттілігі мен тиімділігі қарастырылған, заманауи қойма жүйелерін, технологиялар мен жабдықтарды пайдалану мысалдары келтірілген.

Annotation

The necessity and efficiency of introducing modern warehouse technologies are considered, examples of the use of modern warehouse systems, technologies and equipment are given.

ИНФРАСТРУКТУРНЫЕ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ НА РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РК

В послании народу Казахстана «Рост благосостояния казахстанцев: повышение доходов и качества жизни» от 5 октября 2018 года, Президент РК Н.А. Назарбаев отмечал, что «развивается малый и средний бизнес, составляющий основу процветания экономики. В рейтинге ведения бизнеса Всемирного банка Казахстан поднялся на 36-е место среди 190 стран».[1]

По данным отчета ВЭФ о глобальном индексе конкурентоспособности, **Казахстан находится на 59 месте** из 140 стран, что соответствует позиции 2017 года. В рейтинге Глобального индекса конкурентоспособности Казахстан занял первое место в мире по таким параметрам как права акционеров в области корпоративного управления; адекватность и целостность правовой базы, применимой к процедурам ликвидации и реорганизации; степень электрификации. Кроме того, Казахстан находится на седьмом месте по стоимости открытия бизнеса и на 11 месте по регулированию конфликта интересов. [2]

Вместе с тем следует отметить, что в современном Казахстане сложилась экономическая система, в которой на ведущее место вышли интересы естественных монополий, энергетического, сырьевого, экспортного комплексов, а так же транспорта и связи, обслуживающих вышеуказанные отрасли. Данные сектора экономики мало заинтересованы в развитии малых форм хозяйствования и, как правило, не включают их в кооперационные связи.

Основными факторами, которые оказывают существенное влияние на развитие сектора малого предпринимательства в Казахстане, являются сложившаяся территориально-отраслевая структура экономики и институционально-правовая основа деятельности малого бизнес.

Первый фактор обусловлен сырьевой направленностью отечественной экономики и доминированием добывающих отраслей. Малый бизнес в этих условиях способен развиваться лишь в сфере торговли и услуг. Изменение сложившейся ситуации возможно при условии смещения отраслевых приоритетов экономики от добывающих отраслей промышленности к развитию перерабатывающих производств, в том числе легкой и пищевой промышленности, где малые предприятия могут выпускать конкурентоспособную продукцию.

Второй фактор, а именно институционально-правовая основа является одной из причин возникновения общеизвестных проблем в области налогообложения, кредитования, взаимодействия предпринимателей с государственными органами и т.д.

Можно выделить ряд барьеров и ограничений, сдерживающих развитие предпринимательства в стране:

- инфраструктурные барьеры и ограничения;
- барьеры и ограничения, связанные с доступом к рынкам сбыта;
- барьеры и ограничения, связанные с человеческими ресурсами;
- административные барьеры и ограничения;
- барьеры и ограничения, связанные с доступом к финансам [3, с.27].

Оценка текущего состояния общей инфраструктуры, необходимой предпринимателям для развития бизнеса, выявляет множество проблем в этом направлении.

К такой инфраструктуре относятся транспортная инфраструктура; коммунальная инфраструктура, услуги телекоммуникаций по тарифам, не снижающим конкурентоспособность бизнеса; коммерческая инфраструктура, логистическая система. Именно программа инфраструктурного развития «Нұрлы Жол», принятая в 2015 году, должна «... обеспечить свободу транзита грузов, создание и модернизацию транспортных коридоров. Особое внимание нужно уделить управлению транспортной инфраструктурой, повышению уровня сервиса и устранению административных барьеров» [4].

К барьерам, связанным с доступом к рынкам сбыта, относятся маркетинговые каналы выхода на внутренний и внешний рынки, дискриминация при участии в процедурах закупок, качество продукции, наличие достоверной информации о рыночной конъюнктуре. Так, по данным АО «ФРП Даму», 88,2% действующих предпринимателей, заполнивших анкеты в ходе онлайн опроса, назвали доступ к рынку важным фактором. [5]

Административные барьеры и ограничения охватывают три группы: барьеры и ограничения, связанные с выполнением контрольно-надзорных функций; барьеры и ограничения, связанные с выполнением регуляторной функции; барьеры и ограничения, связанные с правоприменительной практикой [6, с.57].

Барьеры и ограничения, связанные с выполнением контрольно-надзорных функций, характеризуют нагрузки со стороны представителей государственных органов в рамках осуществления ими наблюдения и проверок соответствия деятельности предпринимателей нормам и требованиям, установленным в законодательстве.

Основная причина существования имеющихся административных барьеров заключается в качестве действующих нормативно-законодательных актов, регулирующих различные аспекты взаимодействия предпринимателей и государственных органов. По мнению предпринимателей, меры, предусмотренные в Кодексе об административных правонарушениях, часто носят карательный характер, и незначительные нарушения со стороны предпринимателей наказываются большими штрафами. Не всегда соблюдается принцип равенства перед законом, когда чиновники государственных органов практически не несут ответственности за нанесение ущерба предпринимателю своими действиями. Меры, принимаемые для преодоления административных барьеров, недостаточно эффективны из-за использования упрощенного подхода. [7, 43]

Барьеры и ограничения, связанные с выполнением регуляторной функции, обусловлены сложностью регулирования и наличием множества регуляторных норм для различных сфер предпринимательской деятельности.

Административные барьеры и ограничения в рамках контрольно-надзорной деятельности государства определяют степень административного давления представителей государственных органов на предпринимателей.

Административное давление контрольно-надзорных органов государства во многом обусловлено недостаточной координацией приоритетов их деятельности с общими стратегическими приоритетами государства, которое заинтересовано в развитии малого и среднего предпринимательства, увеличении его доли в ВВП.

Уровень барьеров и ограничений в рамках регулятивной деятельности государства определяется степенью сложности государственного механизма воздействия на предпринимательскую деятельность в той или иной сфере; стабильностью регуляторной среды; эффективностью государственной политики; масштабами государственного участия в конкурентных сферах предпринимательской деятельности.

Административные барьеры и ограничения являются одними из важных факторов бизнес-климата, от комфортности которого зависит стоимость ведения бизнеса в том или ином регионе. При этом высокие административные барьеры и ограничения приводят к уходу малого и среднего бизнеса в «тень», поэтому размер «теневого» экономики, как правило, свидетельствует о слишком сложном административном регулировании и

контроле. Необходимо отметить, что высокие административные барьеры и ограничения намного негативнее сказываются именно на малом и среднем бизнесе.

Регуляторные барьеры и ограничения повышают стоимость ведения бизнеса и степень его риска, что значительно сокращает предпринимательский потенциал и привлекательность предпринимательства.

Административные барьеры и ограничения, по своему определению, являются в большинстве случаев общими для всех регионов, поэтому региональная власть не имеет возможности улучшать бизнес-климат за счет изменения регуляторной базы и может устанавливать собственные нормы и правила лишь в рамках своих ограниченных полномочий.

Барьеры и ограничения, связанные с правоприменительной практикой, значительно повышают риск ведения бизнеса. Намеренное или ненамеренное неверное толкование и применение нормативных правовых актов, регулирующих предпринимательскую деятельность, создает сложности для бизнеса. На данное обстоятельство влияют некомпетентность государственных служащих, наличие коррупционных мотивов, в ряде случаев правовая неграмотность самих предпринимателей, а также сложность и противоречивость нормативно-правовых актов. В то же время правоприменительная практика может существенно различаться от региона к региону. И именно региональные власти в этом аспекте могут влиять на бизнес-климат своего региона в положительном или отрицательном ключе.

К барьерам и ограничениям, связанным с доступом к финансам, относятся развитие финансовой инфраструктуры, доступность финансовых ресурсов и сложности при получении финансовых средств. Барьеры и ограничения, связанные с процессом получения финансовых ресурсов, определяют степень сложности получения финансовых ресурсов, включая количество документов, необходимых для предоставления; сложность и стоимость их подготовки; длительность рассмотрения заявки на получение финансирования

Показатели эффективности государственного управления показывают, что Казахстану необходим зрелый институт частного предпринимательства как элемент рыночной экономики. Существенное преобладание квазигосударственного сектора в экономике страны значительно сдерживает развитие предпринимательства. По оценке МВФ, активы АО «ФНБ «Самрук-Казына» составляют около 50% от ВВП, несмотря на проведение второй волны приватизации и принятие законодательных ограничений на участие государства в предпринимательской деятельности.

Разнообразие индекса по регионам говорит о том, что, скорее всего, климат создается в каждой области самостоятельно, в зависимости от стиля работы каждого государственного органа.

В региональном разрезе наиболее лучше оценивают институциональные шаги по поддержке предпринимательства население Астаны и ВКО. В частности, из общего числа респондентов Астаны 74% считают, что государство поддерживает бизнес, 66% говорят о легкости ведения бизнеса,

Наиболее критично подошли к оценке отношений государства и бизнеса респонденты Акмолинской, Алматинской, СКО, Карагандинской, Атырауской областей. Например, в СКО и Алматинской области доля положительных ответов в поддержку государства сравнительно низкая: 47% и 43% соответственно [85].

Наибольшее отрицательное влияние на деятельность предприятия оказывают проверки со стороны государственных органов. Также затруднения представляют лицензирование деятельности и технические регламенты.

Анализ современного состояния малого предпринимательства в Казахстане говорит о постепенном снижении темпов роста малого бизнеса, что объясняется заполнением имеющихся рыночных ниш, ростом ряда малых компаний до категории средних, а также активизацией промышленного производства в ряде отраслей.

Таким образом, административное регулирование оказывает значительное влияние на формирование взаимовыгодных отношений между правительством и бизнесом, его влияние становится ключевым фактором оценки благоприятности бизнес среды.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Послание Президента Республики Казахстан Н. А. Назарбаева Народу Казахстана «Рост благосостояния казахстанцев: повышение доходов и качества жизни» (Астана, 5 октября 2018). //Электронный ресурс:<http://www.zakon.kz/4530853-poslanie-prezidenta-rk-narodu.html>
2. Электронный ресурс:<https://www.zakon.kz/4942160-kazahstan-zanyal-pervoe-mesto-v-treh.html>
3. Кантарбаева А.К.// Барьеры перед казахстанским предпринимательством и пути их преодоления. -А.: Раритет, 2014. - 125 с.
4. Государственная программа инфраструктурного развития «Нұрлы жол» на 2015 - 2019 годы//Указ Президента РК от 6.04.2015г. №1030
5. АО «Фонд развития предпринимательства «Даму» Республики Казахстан [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.fund-damu.kz>, свободный. - Загл. с экр. – Яз. рус.
6. Кантарбаева А.К. Экономические регуляторы поддержки предпринимательства. -А.: Раритет,2012. -101 с.
7. [Айтжанова Ж.](http://internet.bibo.kz/) Список лицензируемых видов деятельности в Казахстане будет сокращен. Электронный ресурс. - <http://internet.bibo.kz/>
8. Казахстан и его регионы // Ежеквартальный журнал статистической информации. – Астана : Комитет РК по статистике, 2017. – С. 62 - 64.

Түйін

Мақалада Қазақстандағы шағын және орта бизнестің дамуын талдау негізінде мемлекеттік органдар қызметімен байланысты кедергілер анықталған. Сонымен қатар, бақылау-қадағалау функциясын атқаратын мемлекет тарапынан шағын кәсіпорын қызметін реттеу оның нысанының салалық ерекшелігін есепке алмай жүзеге асыратындығы айтылған.

Резюме

В статье на основе анализа развития малого и среднего бизнеса в Казахстане выявляются барьеры, связанные с деятельностью государственных органов. Выделяются такие ограничения, как инфраструктура предпринимательства, сложности с доступом к рынкам сбыта; административные барьеры; трудности с финансированием бизнеса.

Summary

In article on the basis of the analysis development of small and medium business in Kazakhstan identified barriers related to the activities of state bodies. It is noted that the regulation of small businesses by the state bodies performing control and supervision functions, is carried out without taking into account the sectoral specificity of object of regulation.

Управление оборотными средствами компании: теоретический аспект

Оборотные средства являются активом предприятия, раскрывающим состав имущества предприятия, образующие оборотные производственные фонды и фонды обращения, при этом совершающие непрерывный кругооборот в процессе текущей деятельности предприятия. Под составом оборотных средств следует понимать входящие в их состав элементы: производственные запасы (сырье и основные материалы, покупные полуфабрикаты, вспомогательные материалы, топливо, запасные части и т.д.); незавершенное производство; расходы будущих периодов; готовая продукция на складах; продукция отгруженная; дебиторская задолженность; денежные средства в кассе предприятия и на счетах в банке [1].

Классификация оборотных активов может быть построена по следующим основным признакам (рисунок 1).

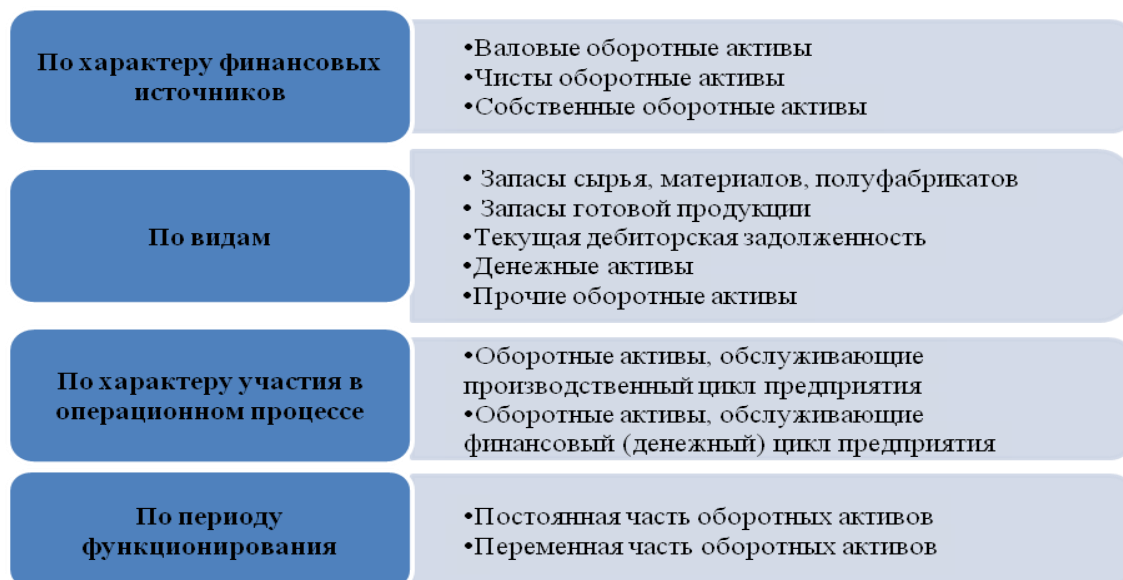


Рисунок 1 - Классификация оборотных средств

Рассмотрим эту классификацию подробнее.

1. По характеру финансовых источников формирования:

- валовые оборотные активы (или оборотные средства в целом) – характеризуют общий их объем, сформированный за счет как собственного, так и заемного капитала. В составе отчетного баланса организации они отражаются как сумма второго и третьего разделов его актива;

- чистые оборотные активы (или чистый рабочий капитал) — характеризуют ту часть их объема, которая сформирована за счет собственного и долгосрочного заемного капитала.

$$\text{ЧОА} = \text{ОА} - \text{КФО} \quad (1)$$

где: ЧОА - сумма чистых оборотных активов организации;

ОА - сумма валовых оборотных активов организации;

КФО - краткосрочные текущие финансовые обязательства организации;

собственные оборотные активы (или собственные оборотные средства) – характеризуют ту их часть, которая сформирована за счет собственного капитала организации.

Сумму собственных оборотных активов организации рассчитывают по формуле:

$$\text{COA} = \text{OA} - \text{ДЗК} - \text{КФО} \quad (2)$$

где: COA - сумма собственных оборотных активов организации;

OA - сумма валовых оборотных активов организации; ДЗК — долгосрочный заемный капитал, инвестированный в оборотные активы организации;

КФО - краткосрочные (текущие) финансовые обязательства организации.

Если организация не использует долгосрочный заемный капитал для финансирования оборотных средств, то суммы собственных и чистых оборотных средств совпадают.

2. По видам оборотных активов:

- запасы сырья, материалов и полуфабрикатов. Этот вид оборотных активов характеризует объем входящих материальных потоков в форме запасов, обеспечивающих производственную деятельность организации; запасы готовой продукции.

Этот вид оборотных средств характеризует объем выходящих материальных потоков в форме запасов произведенной продукции, предназначенной к реализации. В практике к этому виду оборотных средств добавляют обычно объем незавершенного производства (с оценкой коэффициента его завершенности по отдельным видам продукции в целом). При значительном объеме и продолжительности цикла незавершенного производства его выделяют в процессе финансового менеджмента в отдельный вид оборотных средств;

- дебиторская задолженность. Она характеризует сумму задолженности в пользу организации, представленную финансовыми обязательствами юридических и физических лиц по расчетам за товары, работы, услуги, выданные авансы и т.п.;

- денежные активы. На практике к ним относят не только остатки денежных средств в национальной и иностранной валюте (во всех их формах), но и сумму краткосрочных финансовых вложений, которые рассматриваются как форма инвестиционного использования временно свободного остатка денежного оборотного капитала (так называемый спекулятивный остаток денежных средств);

- прочие виды оборотных активов. К ним относятся оборотные активы, не включенные в состав рассмотренных выше, если они отражаются в общей их сумме (расходы будущих периодов и т.п.).

3. По характеру участия в операционном процессе:

- оборотные активы, обслуживающие производственный цикл организации (запасы сырья, материалов и полуфабрикатов; объем незавершенного производства; запасы готовой продукции);

- оборотные активы, обслуживающие финансовый (денежный) цикл организации (дебиторская задолженность и др.).

4. По периоду функционирования оборотного капитала:

- постоянная часть оборотных активов. Она представляет собой неизменяемую их часть, которая не зависит от сезонных и других колебаний операционной деятельности организации и не связана с формированием запасов товарно-материальных ценностей сезонного хранения, досрочного завоза и целевого назначения;

- переменная часть оборотных активов. Она представляет собой варьирующую их часть, которая связана с сезонным возрастанием объема производства и реализации продукции, необходимостью формирования в отдельные периоды хозяйственной деятельности организации запасов товарно-материальных ценностей сезонного хранения, досрочного завоза и целевого назначения [2].

Управление оборотными активами как процесса роста прибыли и повышения рентабельности, укрепление платежеспособности и финансовой устойчивости - представляет собой механизм оптимизации ресурсной, финансовой экономической, социальной, инновационной, технологической, информационной, организационной и других сторон деятельности предприятия и заключается в комплексном подходе, который включает на сегодня диверсификацию деятельности с учетом приоритетов организации в условиях достаточно жесткой конкуренции [3].

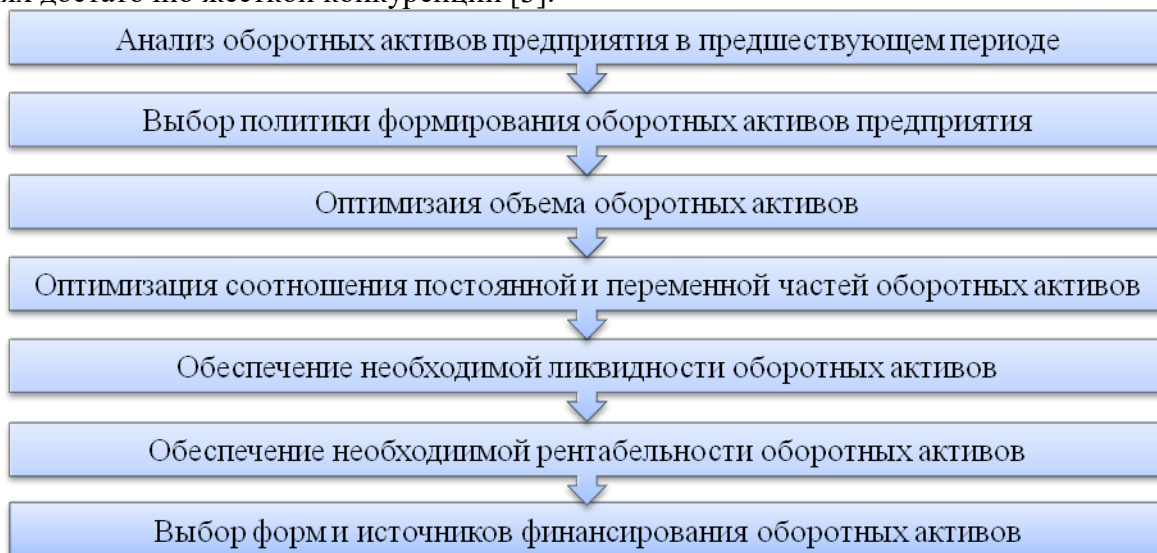


Рисунок 2. Этапы управления оборотными средствами [4]

Таким образом, управление оборотными средствами предприятия направлено на их формирование в необходимом и достаточном объеме, при наименьших затратах и рисках потерь, а также повышение эффективности их использования. Все это возможно достичь путем построения рациональной модели, которая состоит из семи основных вышеописанных этапов.

Литература:

1. И.М. Кичигина. Управление оборотным капиталом. Учебное пособие. Иркутск. Издательство БГУЭП 2009
2. Ковалева А.М. Финансы: учебник для бакалавров/под ред. А.М. Ковалевой. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2013. – 443 с.
3. Ключников М. Управление оборотными активами// Международные автомобильные перевозки. – 2010. - №1.
4. Сироткин С.А. Оборотные средства и оборотные активы в современной экономике // Региональная экономика и управление. – 2010. - №1.

СТРАТЕГІЧЕСЬКІ ПРОЕКТИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В УКРАЇНІ: КУЛЬТУРНА СОСТАВЛЯЮЩАЯ

Бизнес деятельность является общей составляющей в каждой стране. Организация бизнеса состоит из многих факторов, среди которых экономические, социальные, экологические, нравственные, коммерческие составляющие. Среди общих приоритетов со стороны влиятельных институтов на бизнес является эффективное получение экономических результатов.

Требование конкурентного мира привела к необходимости бизнеса реализовывать, не только коммерческие проекты, но и социальные и экологические проекты, направленные на увеличение уровня конкурентоспособности предприятия. С другой стороны сразу возник интерес общества и государства к предприятиям с проектами данного типа. В первую очередь, социум ожидает от бизнес-корпораций участие в решении экономических проблем, решении социальных проблем, предотвращения экологических угроз.

Эффективная деятельность от ответственности бизнеса была рассмотрена ученым К. Дэвис, сделавший существенный вклад в формирование общей составляющей корпоративной социальной ответственности (далее КСО). Среди бизнес-культуры, К. Дэвис рассматривает субъект хозяйствования как своего рода совместное предприятие, которое объединяет ответственных граждан, к которым относит менеджеров, партнеров предприятий, сотрудников предприятий, инвесторов. Это так называемое совместное предприятие отвечает за реализацию не только экономических, но и социальных, психолого-нравственных, политико-культурных и других надежд общества [1].

Проблематика социальной ответственности по мнению К. Дэвиса, должна развиваться на теоретико-системном уровне, и в управленческом аспекте. Реальные решения в стратегии КСО принимает управляющий, а владелец или компания владельца определяет только моральные рамки, направления деятельности и особые интересы. Стоит заметить, что КСО управляющих непосредственно следует из морально-культурных учреждений, и уровня влияния решений, который эквивалентен уровню ответственности [2].

Необходимо подробнее рассмотреть культурные и моральные аспекты КСО. Среди которых культура управления – это комплексная характеристика менеджмента, которая выделяет его качественные черты и особенности, включая в себя философию, моральные ценности, духовный ориентир, мироощущение, политика управления, навыки психологии (для понимания, как себя так и других).

Культура менеджмента – это понятие всестороннее и составит, которое зависит от человеческих, политических, экономических и социокультурных факторов. Отдельным фактором следует выделить – квалификация управленческих кадров. То есть зависимость от навыков из комплекса менеджмента и смежных наук для работников высших звеньев.

Рассмотрим подробнее компоненты культуры менеджмента связанные с КСО, что является обязательным для работников управленческого поля, благодаря которому достигается высокоэффективная работа организации в целом и отдельных отделов в том числе, что возможно лишь при высоком уровне культуры сотрудников.

Культура управления позволяет определить уровень процесса управления, организации управленческой работы, использования современных управленческих систем, а также требования к организации, обусловленные нравственными нормами, этическими и эстетическими принципами.

Культура организации – это характер, особенность, стиль функционирования предприятия, имеющие проявления в поведении отдельных индивидов и социальных группах работников, в их суждениях, отношениях, способах решения организационных вопросов и внутренним эстетическим видениям.

Корпоративная культура – это совокупность норм и поведенческих моделей, которые присущи организации в процессе воздействия с внешней среды и внутренних составляющих факторов, имеют эффективность и принимаются большим количеством людей в организации. Среди компонентов корпоративной культуры отдельно выделим: лидерство, его система и функции; политика конфликтологии, их решения и избежание; система связей и коммуникации; централизация и децентрализация в организации; гендерная политика организации; персональный культурный устав.

Корпоративная культура, по мнению, Шинкаренко А.Н. – это система, которая состоит из комплекса правил поведения, символов, ритуалов, традиций и ценностей, принятых в организации, обязательная для всех ее сотрудников, принята и выполняемая ими. Которая должна функционировать длительное время, чтобы стать привычной для работников. Способствовать успешной взаимодействию и согласованности действий работников вместе с управленцами всех уровней. Менеджмент организации для достижения корпоративных целей должен передавать свои способности реализации проектов новым работникам, в виде опыта [3].

Кроме того, Эдгард Шейн считает, что корпоративная культура – это комплекс базовых предположений, изобретенный, обнаруженный или разработанный группой сотрудников для того, чтобы научиться справляться с проблемами внешней адаптации и внутренней интеграции, функционирующий достаточно долго, чтобы подтвердить свою состоятельность, и передается новым членам организации как единственно правильный [4].

Итак, можно тезисно выделить сходство категорий, которые возникают среди различных ученых при определении корпоративной культуры, а именно то, что это: комплексная система своеобразных правил; официально принятые традиции и ценности; имеет распространения на всю организацию в целом; проявление в сознании, мышлении и созерцаниях работников; при доказательстве возможности системы, передается как опыт.

На современном уровне корпоративных отношений при рыночной экономике в Украине, возникает необходимость времени в формировании категорий «социальная ответственность бизнеса», как компонента культуры менеджмента.

Социальная ответственность бизнеса – это система действий предприятий, имеющие проявления в ответственном отношении к своему продукту или услуге, к потребителям, работникам, партнерам. Также – это адекватная культурно-социальная политика компаний, выступающая в роли гармоничного сотрудничества и сосуществования с обществом и государством, как активная, небезразличная компания в решении социально важных вопросов.

Корпоративная социальная ответственность, имеет направленность на расширение фокусировке зрения организации с только внутреннего круга, к социальному внешнего уровня. Социальная ответственность имеет следующие положительные последствия, как: вклад в благосостояние и развитие общества; честность перед действующим законодательством и международными нормами поведения; интегрирования в деятельность организации.

Корпоративная социальная ответственность – это ответственность менеджеров высшего звена, которые принимают управленческие решения, тех работников, на которых эти решения распространяются.

Социальная ответственность – это концепция организации, благодаря которой идет учет интересов общества и общественных групп, непосредственно отвечать за деятельность организации и последствия, которые она несет на потребителей, работников, общество и природную среду в тех местах, где она функционирует.

Отдельно необходимо подчеркнуть, что социальная ответственность бизнеса является добровольной концепцией каждого предприятия, благодаря которому при высоком уровне культуры менеджмента, представляет собой добросовестный имидж предприятия с высокими стандартами и качеством труда. Эти все аспекты преимущественно регулируются международными стандартами серии ИСО.

Таким образом, можно сделать вывод, что культура менеджмента – всестороннее понятие, которое охватывает традиционно-культурный характер предприятия, его морально-этическую составляющую. А корпоративная культура – это совокупность норм, спланированных при процессе взаимодействия организации с внешней и внутренней средой. Социальная ответственность выступает, как проявления взаимодействия с обществом. Корпоративная социальная ответственность в Украине находится в стадии становления и зарождается благодаря опыту зарубежных предприятий и международных организаций, несмотря на это украинские предприятия не перестают начинать свои самостоятельные шаги и проявлять личную инициативу для получения собственного опыта в этой очень важной социальной теме в современном периоде.

По мнению автора, стратегический проект КСО на первых этапах составления, возможно реализовывать согласно системе, состоящей из: 1) внешний анализ - сегментное рассмотрение факторов общего состояния; 2) внутренний анализ - составление SWOT-анализа, оценка участников; 3) цели - согласно полученных данных анализа сопоставления; 4) стратегия – определение выгодного направления реализации действий; 5) тактика – развитие действий; 6) бюджет – денежные возможности и необходимости; 7) контроль - ответственный аппарат, рамки, критерии.

Социально ответственные компании и корпорации, которые реально оценивают свои возможности и возможные угрозы, сопоставляя с показателями собственных действий и принятых решений, получают реальные эффективные результаты от стратегий КСО. Проектная деятельность КСО согласно нравственной категории, по мнению К. Дэвис определяется, как длительные решения социально ответственного бизнес-процесса, которые благодаря сложному анализу могут быть «оправданы» и выражены в виде предоставляющегося неплохого шанса для получения фирмой долгосрочного экономического эффекта, который часто возникает благодаря своеобразной рационализации решений, принятых по неэкономическим причинам.

Проекты корпоративной социальной ответственности в Украине имеют поддержки со стороны многих сторон. Например, так существует национальный конкурс бизнес-кейсов по КСО – это особая украинская практика награждения лучших проектов в данной области. Среди победителей этого конкурса и тех, кто уже получили награды, есть такие проектные воплощения, как: 1) экологические практики – компания-телеканал «1+1 медиа» проект «Green Team», в рамках которого были созданы условия для продуктивного кросс-функционального взаимодействия, в следствии чего экономия электроэнергии, воды, бумаги и других ресурсов за счет внедрения принципов «зеленого офиса»; 2) отношения с потребителями – «компания ВиДи Груп» центры автомобильных салонов, программа «лояльность потребителей», которая дала совершенствования системы обслуживания и внедрения управления качеством; 3) развитие общин – компания «Amway», программа «предпринимательские таланты Украины», имеет конкурсную основу и помогает женщинам поверить в себя, раскрыть свой талант в бизнесе и получить поддержку [5].

При реализации социально корпоративных проектов бизнес получает доверие от потребителей, партнеров, общества, а также повышает уровень конкурентоспособности.

В Украине проекты КСО предприниматели разделяют на: 1) внутреннюю социальную политику; 2) внешнюю социальную политику. Среди внутренних действий воплощается создания коллективных инициативных групп, социальное страхование, трудовые внедрения, активное физическое воспитание, финансовое благополучие. Внешние инструменты обусловлены со структурным взаимодействием – территориально,

общественно, экологически; социальная программа развития, социальные инвестирования и партнерство, филантропические действия.

Таким образом, проектная реализация стратегий корпоративной социальной ответственности заключается в создании грамотного тактического поля, где есть четкая система, ориентиры, рамки и контроль. Благодаря рассмотренным проектным примерам, теоретическим определением, системам и проведенным анализом в данной статье, практические предприниматели имеют возможность разрабатывать стратегии КСО, вести деятельность на общем уровне, получать результаты и развивать потенциал своего бизнеса в данной области.

Список литературы:

1. Davis K. 1960. Can business afford to ignore social responsibilities? / K. Davis // California Management Review. – Vol. 2 (3). – P. 71.
2. Davis K. 1967. Understanding the social responsibility puzzle: what does the businessman owe to society. – P. 49.
3. Воронкова В.Г. Управление человеческими ресурсами: философские основы. Киев: Професионал, 2006 – С. 320
4. Shein E. Organizational Culture and Leadership: A dynamic view / E. Shein. San Francisco. CA.: Jossey-Bass Inc., 1985. – 28 с.
5. Corporate social responsibility – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://csr-ukraine.org/news>

**Глуховская Н.А., магистрант гр. МЭН-17-1мд,
Крайник О.М., доц., к.э.н. - научный руководитель
Запорожская государственная
инженерная академия, кафедра МОУП**

РОЛЬ ИМИДЖА РУКОВОДИТЕЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Современная социальная ситуация развития нашего государства характеризуется изменениями в различных сферах жизни общества в целом и функционирования различных организаций. Деятельность любой организации определяется профессионализмом его персонала и, в первую очередь, ее руководителя. Неслучайно, изучение социально-психологических основ профессионализма управленцев разного уровня вызывает повышенный интерес исследователей. Особенно популярной стала сфера технологий формирования имиджа руководителя. Методики, разработанные в данном направлении, находят свое применение не только в сфере управления организацией, но и этикета делового общения, этических вопросах современного бизнеса.

Проблеме создания имиджа посвящены исследования многочисленных зарубежных авторов. Начало этих исследований относится к работам зарубежных авторов, таких как: Дж. Бергера, П. Берда, С. Бек, Дж. Брауна, Б.Брюса, Р. Хоффа, Э. Фромма, Б. Шваба. Целью этих исследовательских работ является определение факторов формирования и совершенствования имиджа руководителя как основного управленческого ресурса. Данная цель предполагает решение следующих задач: определить основные проблемы формирования имиджа руководителя; рассмотреть факторы, влияющие на формирование «самоимидж» или «самопрезентации»; рассмотреть понятия успешного имиджа руководителя; показать влияние положительного имиджа руководителя на общий имидж предприятия.

Основу теоретических построений авторов составляет их индивидуальный опыт. Руководитель является имиджевой фигурой организации, ее «визитной карточкой». Проблемы формирования и функционирования имиджа организации в целом и имиджа

руководителя, стали предметом научного анализа в зарубежной и отечественной науке. Понятие объекта имиджа соотносится с его содержанием. В качестве объекта имиджа может выступать все, что способно произвести определенное впечатление на некоторое количество людей. Люди, в сознании которых формируется имидж объекта (целевые группы, сегменты потребительского рынка) это субъект имиджа, а он является коллективным [1, с. 18].

Сегодня выделяют следующие подходы к определению имиджа руководителя:

- феноменологический - раскрывает феномен образа;
- социально-психологический - исследуется роль имиджа в деловой коммуникации;
- технологический - рассматриваются способы и приемы создания имиджа;

антропологический - раскрывает роль имиджа, как способа самоактуализации личности [2].

Таким образом, роль руководителя многозначительна для коллектива, которым он управляет. Он является фильтром, через который проходит абсолютно все, поэтому ему необходимо постоянно совершенствовать свои знания, умения, пополнять свой жизненный опыт, проводить над собой титаническую работу для того, чтобы всегда находиться «на плаву», всегда создавать вокруг себя благоприятную атмосферу, позиционировать себя, посылать окружающим только положительную информацию, которая является проводником в создании позитивного имиджа.

Существует много способов совершенствования имиджа, но главная задача в этой деятельности - определение цели, затем самооценка и анализ оценки. Успех деятельности организации зависит от руководителей, которые способны управлять подчиненными не только силой приказа, но и умеют эффективно использовать все многообразие управленческого ресурса руководителя. Совершенствование имиджа требует овладения новыми знаниями, развития различных навыков и умений, позволяющих эффективно взаимодействовать с подчиненными.

Список использованной литературы:

1. Воронкова В.Г. Этика ділового спілкування: Навчальний посібник /Воронкова В.Г., Мельник В.В., Ажажа М.А. Львів: Магнолія-2006, 2017.- 312 с.
2. Поченцов Г. Г. Имиджология / Г. Г. Поченцов. – Киев, 2000. – 768 с

**Дейниченко Александр Витальевич,
бакалавр, производственный менеджмент
Леута Ирина Анатольевна,
доцент каф. ЭХЛК, СибГУ им.Решетнева
Россия, г.Красноярск.**

РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА НА РЫНКАХ КРУГЛОГО ЛЕСА

Лес - это основная гордость Сибири, достояние всей страны и именно древесина является довольно стабильным и востребованным ресурсом.

На сегодняшний день основным потребителем круглого леса из России является Китай. В эту страну экспортируется около 90% от общей доли импорта Китая по круглой древесине. В современных условиях состояние мирового рынка необработанной древесины во многом определяется спросом со стороны КНР — крупнейшего в мире импортера. В настоящее время Китай импортирует свыше 40% мирового экспорта круглого леса.

Российский рынок леса показывает увеличение объёмов по всем направлениям — как в заготовке, так и производстве деловой древесины. Одно из преимуществ Российской

Федерации заключается в колоссальной территории, покрытой лесами. Россия в течение многих веков является надёжным и недорогим поставщиком лесоматериалов.



Диаграмма 1-Структура экспорта российского круглого леса

Тенденцией лесозаготовительных работ в России последних четырех лет стало увеличение объемов заготовки лиственных пород древесины при незначительном росте вывозки лесоматериалов хвойных пород.

Большинство крупнейших лесопильных предприятий в России целенаправленно работают на экспорт, лесозаготовительная деятельность России, в силу специфики лесного фонда, направлена на вывозку бревен хвойных пород древесины.

Внедрение единой государственной автоматизированной информационной системы учета древесины и сделок с ней позволило в 2016 году вывести из теневого оборота от 5 до 10% заготавливаемой древесины. Результатом стало увеличение объема заготовки с меньшей единицы площади лесов.[1]

Мировая торговля древесиной продолжает сохранять тенденцию к росту цен возникшую после финансового кризиса 2008 года. Драйвером роста в лесозаготовительной деятельности выступают строительная индустрия, мебельная промышленность и целлюлозно-бумажное производство.

По оценкам экспертов, развитие мирового рынка необработанной древесины будет осуществляться стабильно. В оптимистическом сценарии рост цен в среднем не будет превышать 2-3% в год.

В 2016 году глобальное производство делового круглого леса составило 1,874 млн. м³. Рост составил 2,6% по сравнению с 2015 годом (1,826 млн. м³) и 5,9% по сравнению с уровнем 2012 года.

Наиболее значительный рост пришелся на Азиатско- Тихоокеанский регион, Европу и Северную Америку, которые в 2016 году в совокупности произвели на 7% больше, чем в 2012 году. Производство в Африке, Латинской Америке и Карибском бассейне значительно не изменилось за этот период.

В 2016 году производство в каждом из регионов распределилось следующим образом: Европа (включая РФ) – 590 млн. м³ (32 %); Северная Америка (США и Канада) – 514 млн. м³ (27 %); Азиатско-Тихоокеанский регион – 459 млн. м³ (24 %); Латинская Америка и Карибский бассейн – 237 млн. м³ (13 %); и Африка – 73 млн. м³ (4 %).

В 2016 году глобальная торговля деловым круглым лесом составила 125 млн. м³ (около 7% производства). Тенденции развития торгового оборота и чистого объема торговли за исследуемый период показали рост на 13 и 5% в 2013 и 2014 гг. соответственно, снижение на 9% в 2015 году и рост на 3% в 2016 году. На региональном уровне Азиатско-Тихоокеанский регион являлся чистым импортером делового круглого

леса, а все другие регионы являлись чистыми экспортерами. В 2016 году на долю чистого импорта в объеме 36 млн. м³ пришлось около 7 % потребления в Азиатско-Тихоокеанском регионе. В 2016 году Европа и Северная Америка являлись основными чистыми экспортерами делового круглого леса, при объемах экспорта в 12 млн. м³ и 13 млн.м³ соответственно. [2]

Пятью крупнейшими производителями делового круглого леса являются США, Российская Федерация, Китай, Канада и Бразилия. В совокупности эти страны произвели 1,022 млн. м³ в 2016 году, или 55% всего мирового производства. Крупнейшим мировым производителем является США (357 млн. м³ в 2016 году); лесозаготовка в США ежегодно росла, начиная с 2012 года.

По сравнению с остальной лесной продукцией, экспорт делового круглого леса является относительно небольшим, и лишь 15-20 стран экспортируют более 1 млн. м³ ежегодно. В совокупности на долю пяти крупнейших экспортеров приходится 60 млн. м³, или 49 % всего экспорта. Россия является основным экспортером, хотя экспорт вырос незначительно за последние годы. Другими крупнейшими экспортерами являются: Новая Зеландия; США, Канада; и Чехия. Экспорт из Новой Зеландии, Канады и Чехии вырос, в то время как сократился из Соединенных Штатов Америки в 2016 году.

Таким образом, благодаря изученным данным можно сделать вывод, что развитие рынков делового круглого леса идет довольно медленно, у некоторых стран наблюдались скачки, к примеру Северная Америка или Азиатско-тихоокеанский регион, но и здесь в дальнейшем рост наблюдается лишь на 2-3%. Россия стабильно занимает первое место по экспорту делового круглого леса, и как следствие имеет стабильный рост и развитие в этой области. Хотя и темпы роста, заметно снизились, увеличился спрос на экспорт обработанной древесины, как и сам экспорт ее в дальнейшем. Тенденция падения спроса на круглый лес, нивелируется ростом потребности в обработанной древесине, а так как Россия одна из стран с самым большим запасом лесов, то на этом рынке она по-прежнему будет занимать первое место, еще как минимум 3-5 лет.

Список источников

1 Анализ рынка делового леса по итогам 2016 года. Тенденции. Инвестиции. Основные игроки // АФК-аудит URL: <http://afkgroup.com/analitika/post-1245/>

2 Ежегодный обзор рынка лесных товаров, 2016–2017 годы // Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций. 2017.

Аннотация

В статье проведен анализ рынков экспорта и импорта круглого леса, выведены лучшие точки сбыта и страны экспортеры и импортеры. Так же представлена общая картина рынка круглого леса, дана подробная характеристика деятельности и приведены статистические данные по данной отрасли в мире.

Summary

The article analyzes the export and import markets of roundwood, the best outlets and countries of exporters and importers. Also the General picture of the market of the round wood is presented, the detailed characteristic of activity is given and statistical data on this branch in the world are given.

Андатпа

Мақалада дөңгелек орманның экспорты мен импорты нарықтарына талдау жүргізілді, ең жақсы өткізу нүктелері және экспорттаушылар мен импорттаушылар елдері шығарылды. Сонымен қатар дөңгелек орман нарығының жалпы көрінісі ұсынылған, қызметтің толық сипаттамасы берілген және осы сала бойынша әлемде статистикалық мәліметтер келтірілген.

Джайлаубекова Н.М.,
Студент 1 курса, Специальность « Логистика»
Научный руководитель :
к.э.н., доц. Кренгауз И. Н.
Университет «Туран»

ИННОВАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ СКЛАДСКОЙ ЛОГИСТИКЕ

Складская логистика нуждается в инновациях. С помощью современных технологий и методов управления складским хозяйством можно повысить качество работы складов. Ныне традиционная роль складов как мест хранения потерпела принципиальные изменения: требуется ускоренный оборот складских запасов, быстрое исполнение заказов потребителей, расширяется спектр складских услуг. На технологию выполнения разгрузки, приемки, размещения, хранения, отборки, комплектации, упаковки, погрузки и внутрискладского перемещения товаров влияет уровень механизации и автоматизации складских работ.

Вопросами привлечения инноваций в современную складскую логистику занимаются: В.В.Борисова [1, с.40-43], К.Г.Гордей [2, с.40-43; 3, с.17], А.А.Кизим [4, с.134-142], А.Н. Агафонова [5, с.83-86], А.В.Селиванов [6, с.260-265], Д.А. Карх [7, с.69-73], М.А. Мирошниченко [8, с.237-245], Т.С.Тасуева [9, с.32-38], Н.О. Старкова [10, с.1-13], А.Л. Носов [11, с.78-87], Л.А.Мясникова [12], Ю.С. Мамонова [13, с.191-194], М.Л. Калужский М.Л. [14, с.43-50], А.Х.Курбанов [15, с.26-33], С.М. Мочалин [16, с.67-69], В.Н. Родионова [17, с.77-79].

В.В.Борисова [1, с.40-43], К.Г.Гордей [2, с.40-43; 3, с.17], А.А.Кизим [4, с.134-142], Д.А.Карх [7, с.69-73], М.А.Мирошниченко [8, с.237-245] и Д.А.Останина [8, с.237-245] считают, что в современном складском хозяйстве необходимо использовать инновационные технологии управления складским хозяйством. В.В. Борисова [1, с.40-43] и Т.С.Тасуева [9, с.32-38] предлагают обратить внимание на возможность применения в складской логистике процедур бенчмаркинга (установление отметки качества), применение бенчмаркинга позволит оценить и внедрить на практике передовой опыт работы лучших складов.

Я полностью согласна с предложениями авторов применять современные информационные технологии в складской логистике, чтобы решать целый комплекс задач с минимальными издержками.

Склады являются одним из важнейших элементов логистических систем, поэтому необходимость в специально обустроенных местах для содержания запасов существует на всех стадиях движения материального потока, начиная от первичного источника сырья и кончая конечным потребителем. Эффективное функционирование складской логистики в современных условиях представляет собой весьма важную задачу для руководителя предприятия. Глобализация, усиление роли транснациональных компаний, усложнение экономических связей – все эти факторы делают малоэффективными старые, несовершенные методы управления складскими запасами. Современный крупный склад – это сложное техническое сооружение, которое состоит из многочисленных взаимосвязанных элементов, имеет определенную структуру и выполняет ряд функций по преобразованию материальных потоков, а также накапливанию, переработке и распределению грузов между потребителями. При этом возможное многообразие параметров, технологических и объемно-планировочных решений, конструкций оборудования и характеристик разнообразной номенклатуры грузов, перерабатываемых на складах, позволяет отнести склады к сложным системам. В то же время склад сам является всего лишь элементом системы более высокого уровня – логистической цепи, которая и формирует основные экономические и технические требования к складской системе, устанавливает цели и критерии ее оптимального

функционирования, диктует условия переработки груза. При создании складской системы руководствуются следующим основным принципом: лишь индивидуальное решение, с учетом всех влияющих факторов, может сделать ее прибыльной. Предпосылкой этого является четкое определение функциональных задач для складского хозяйства и основательный анализ переработки груза как внутри, так и вне склада. Это означает, что любые затраты должны быть экономически оправданными, т.е. внедрение любого технологического и технического решения, связанного с капиталовложениями, должно исходить из рациональной целесообразности, а не из модных тенденций и предлагаемых технических возможностей на рынке. Тяжелые и трудоемкие погрузочно-разгрузочные операции при приемке, комплектации и отгрузке, а также подготовка продукции к производственному потреблению и внутрискладские транспортные перемещения, штабелирование, укладка на стеллажи и ряд других операций склада являются основными процессами, нуждающимися в механизации и автоматизации. По мнению Нестерова С. и Белоусовой Ю. благодаря внедрению автоматизации и механизации повышается производительность и облегчается труд складских работников, ускоряется выполнение логистических операций, улучшается качество выполнения погрузочно-разгрузочных работ, увеличивается пропускная способность систем хранения и переработки, сокращаются движения транспортных средств при погрузке/выгрузке, повышается эффективность использования складских площадей за счет оптимизации укладки продукции по высоте, возрастает безопасность выполнения работ и многое другое [4, с.134-142].

Роль и задачи складов будет совершенствоваться и изменяться дальше. Поэтому, по мнению логистических компаний, ключом к успеху создания максимально эффективного склада является его гибкость. Главным инструментом по достижению гибкости складских операций является оптимизация технологического процесса за счёт инноваций. Ввиду этого на сегодняшний день одной из основных, задач складской логистики является её инновационное развитие [3, с.17].

Многие склады предоставляют клиентам полный набор услуг — от обработки их заказов до исполнения поставки продукции в окончательном виде. Качественное и своевременное выполнение складских услуг во многом зависит от их информационной поддержки. На технологию выполнения разгрузки, приемки, размещения, хранения, отборки, комплектации, упаковки, погрузки и внутрискладского перемещения товаров влияет уровень механизации и автоматизации складских работ. Замена ручного труда машинным сопровождается оперативным регулированием материального и информационного потока. Это связано с обеспечением складских функций инструментами и средствами разработки и практического использования современных информационно-компьютерных технологий, ориентированных на реализацию целей складской логистической системы.

Итак, информационная поддержка процессов в складской логистике представляет собой обеспечивающую подсистему, в рамках которой работают функциональные модули: контроля за состоянием запасов на складе; контроля поставок; управления технологическими процессами грузопереработки, штрихкодирования и др. Информационная поддержка складских процессов позволяет не только собирать и обобщать оперативные, бухгалтерские и статистические данные в режиме реального времени, но и обрабатывать их для получения полной ситуационной картины и далее моделировать допустимые управляющие воздействия на подчиненные объекты, включая выработку оптимальных решений [1, с.43].

Информационная поддержка, безусловно, важна, и занимает определенное место в складской логистике, тем не менее, складские помещения, например, в США и странах Европы уже перешли к использованию роботов. В наше время развитые складские компании стараются все больше автоматизировать и роботизировать свои склады, и это не напрасно. По мнению Boston Consulting Group, только автоматизация и роботизация

обладают необходимым потенциалом снижения затрат и роста производительности труда в производстве, распределении и обслуживании. Автоматизация складов идет высокими темпами, нет сомнений, что в ближайшие годы здесь также останется мало вакансий для людей. Профсоюзы уже высказывают обеспокоенность: «Работодатели стремятся автоматизировать все больше и больше процессов, и я думаю, что нам придется учитывать эти вызовы, ведя переговоры об условиях трудовых контрактов в ближайшие годы», – говорит Стив Вейрма, возглавляющий в профсоюзе подразделение складских работников. В США автоматизация в продуктовом ритейле идет медленно, на середину 2016 года автоматизировано не более 8% от распределительных центров 75 крупнейших американских сетей. [Ведомости, 2016.10.13]

Мобильные роботизированные платформы могут перемещаться в складской среде и не быть привязанными к одному месту. Эти роботы становятся все более обыденными в коммерческих и промышленных условиях, особенно на складах, которые быстрыми темпами устанавливают мобильные роботизированные системы, чтобы эффективно перемещать материалы с полки для пополнения заказов до зон выполнения заказов.

Согласно недавно опубликованному отчету Tractica о Warehousing and Logistics Robots, мировые поставки складских и логистических роботов будут расти с примерно 40 000 единиц в 2016 году до 620 000 единиц с предполагаемым доходом в 2221 миллиард долларов в 2021 году. Эти роботы включают мобильные роботизированные платформы, автоматическое хранение челноков и поисковые системы (AS / RS), промышленные роботизированные манипуляторы и козловые роботы. Одним из важных моментов, который следует отметить, является то, что поставки мобильных роботизированных платформ являются самыми высокими среди всех категорий, что составляет более 50% от общего объема поставок в 2016 году (смотри рис.1).

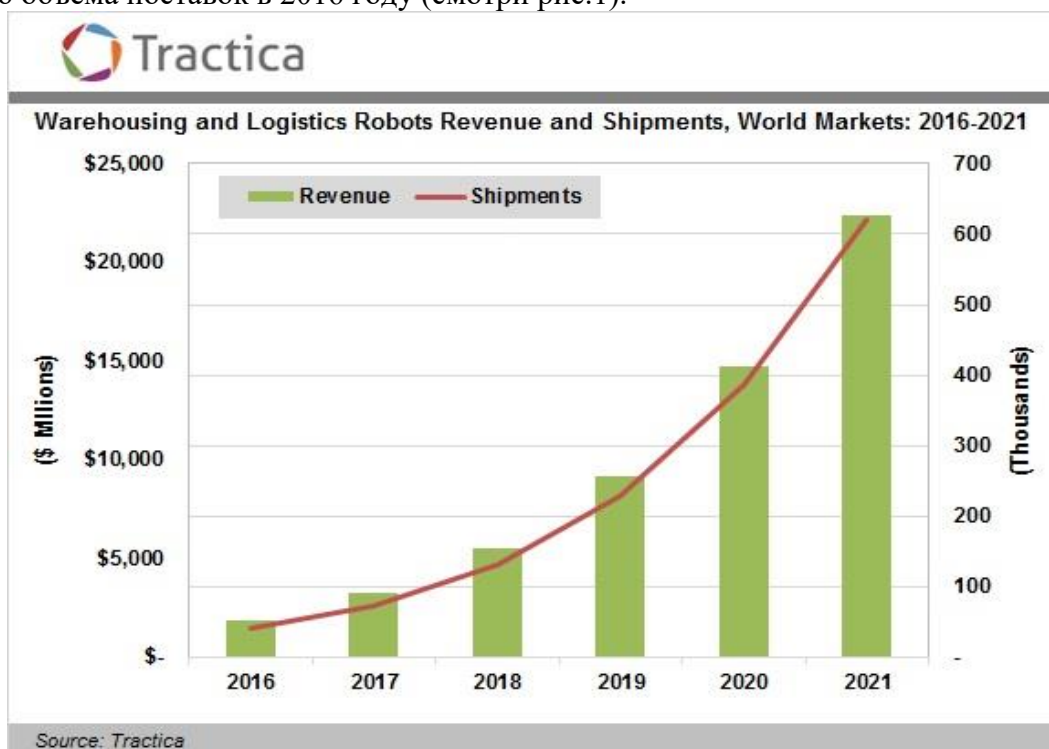


Рисунок.1 Складские и логистические доходы и поставки роботов, Мировые рынки: 2016-2021

Примечание: составлено авторами на основе данных[6]

Спрос на мобильные роботизированные платформы в основном исходит от клиентов, которые находят трудность в найме большого количества людей для запуска своего склада и поддержки их роста. Благодаря возможности добавлять дополнительные функции и функции на платформах, таких как манипуляции, роботы становятся

очевидным и важным выбором для гибких и расширенных решений. Разработка экономически эффективных технологий самостоятельного вождения в мобильной робототехнике является еще одним важным фактором, который позволяет автоматизировать новые приложения и тем самым ускорить внедрение мобильных роботов, ускорить поток материалов и уменьшить ошибки при сборке.

Мобильные робототехнические платформы могут быть «независимыми», такими как автономные мобильные роботы (AMR) или самодвижущиеся транспортные средства (SDV) или транспортные средства с визуальным управлением (VGV), что означает, что они могут перемещаться по неконтролируемой среде без необходимости использования физических или электромеханических устройств управления. В качестве альтернативы мобильные роботы, такие как автоматизированные управляемые транспортные средства (AGV), могут полагаться на устройства навигации, которые позволяют им перемещаться по заранее определенному маршруту навигации в относительно контролируемых пространствах. Оба AMR и AGV могут быть оснащены роботизированным манипулятором и настраиваемым инструментом конца рукоятки или системой захвата для создания автоматизированной системы выбора заказов, которая может выбирать различные продукты, следуя определенной навигационной последовательности. Некоторые из главных примеров таких мобильных роботизированных платформ - OTTO 100, MiR100, TORU Cube, Carry и Freight500.

OTTO 100 является флагманским продуктом от OTTO Motors , подразделения Clearpath Robotics . Робот - это маленькое, мощное самоходное транспортное средство, предназначенное для перемещения ящиков, тележек, бункеров и других полезных грузов для людей в динамических средах. Он имеет длину около 80 см и ширину 50 см, максимальная грузоподъемность 100 кг и может достигать скорости 7,2 км / ч. OTTO 100 не полагается на внешнюю инфраструктуру для навигации, делая ее без проблем и очень масштабируемой. Его радиус поворота на 0 градусов позволяет автомобилю маневрировать по узким проходам, которые, как правило, трудно ориентированы с использованием традиционных технологий.

MiR100 - еще одно новое поколение мобильных роботов для автоматизации внутренних транспортных и логистических решений, разработанных Mobile Industrial Robots ApS . Компания была основана в 2013 году и базируется в Оденсе, Дания. Подобно OTTO 100, MiR100 автономно транспортирует до 100 кг полезной нагрузки. Робот может работать в течение 10 часов с максимальной скоростью вперед 5.4 км / ч. Он может монтироваться под индивидуальными верхними модулями, такими как бункеры, стойки, лифты, конвейеры или даже совместная рука робота. 3 апреля компания запустила MiR200 на Automate 2017 в Чикаго. MiR200 является более мощным мобильным роботом практически во всех отношениях, чем флагманский флагман MiR100, который уже был установлен в более чем 30 странах такими компаниями, как Airbus, Boeing , Flex , Honeywell , Michelin , Procter & Gamble , Toyota и Walmart .

TORU Cube , собирающий робот из мюнхенского магазина Magazino , предназначен не только для транспортировки предметов, но и адаптивной системе выбора, установленной на работе. Один элемент может быть идентифицирован и локализован роботом через 2D и 3D камеры, надежно закреплен и, наконец, сохранен на его встроенной съемной полке. Затем робот приносит полки, заполненные предметами, непосредственно на транспортную станцию. TORU разработан для работы с предметами из кубовидной формы, такими как коробки различных размеров. Робот имеет время работы до 16 часов и может достигать максимальной скорости 3,6 км / ч. Компания также разрабатывает еще одну версию TORU, известную как Toru Flex, которая еще не запущена на коммерческой основе и предназначена для работы с элементами нестандартной формы, а также путем включения манипуляторов в работе.

Carry робот мобильная роботизированная платформа, часть полного решения для автоматизированных товаров к человеку сборанием системы под названием CarryPick

предложенной Swisslog . Из-за небольшого размера робот может быстро перемещаться между стойками и под ними. Робот способен поднимать грузы весом до 600 кг и передвигаться по оптимизированному маршруту на различные рабочие станции, где процессы, специфичные для клиента, интегрируются с использованием методов «выбор-свет» и «точка-свет». В качестве полного решения CarryPick представляет собой самую автоматизированную мобильную систему Swiss-to-Person.

Freight500 от Fetch Robotics был разработан для перемещения существенных грузов, но все же может быть приспособлен через дверные проемы и районы, которые обычно пересекаются людьми. Робот оснащен вооружением Fetchcore, облачным программным обеспечением управления, которое ставит менеджеров в управление своим флотом роботов. Складские операции могут легко создавать и планировать рабочие процессы, добавляя станции, предпочтительные маршруты, карты скорости и зоны предотвращения, чтобы роботы следовали «правилам дороги» для каждого объекта. По словам Мелони Уайз, генерального директора Fetch Robotics, «с самого начала цель в Fetch Robotics заключалась в предоставлении всеобъемлющего и мощного решения AMR, которое можно управлять с единой платформы. Эти новые роботы выполняют эту миссию и удовлетворяют весь спектр потребностей складских и логистических операторов ».

Предлагая доступную цену, инновационные проекты, усовершенствованные функции и эффективную простоту использования, мобильные роботизированные платформы в сфере складирования имеют большой спрос, не только в Соединенных Штатах и Европе, а также вступают на развивающиеся рынки в Азии. Благодаря глобальным тенденциям в таких вопросах , как затраты на рабочую силу, электронная коммерция, универсальная розничная торговля, сторонняя логистика (3PL), безупречное выполнение заказов, оптимизация пространства и масштабируемость складов, будущий масштаб и рост этих роботов в сфере складирования зависит от успеха участников отрасли в укреплении сильных позиций в развитых странах, но и в странах с формирующимся рынком; в течение следующих 5-10 лет. Возникает вопрос, почему наши склады и логистическая система развивается так медленно. Вероятно, ответ на этот вопрос состоит в дороговизне складских и информационных технологий. Думаю, что если технология RFID, OTTO 100, MiR100, TORU Cube, Carry и Freight500 будут иметь низкую цену, то они получат широкое распространение в наших складах, и поднимут его на новый уровень.

Список использованной литературы:

1. Борисова В.В., Гордей К.Г. Складская логистика как универсальный инструмент управления товаропотоками// Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). -2013.- № 4 (44). -С.40-43
2. Гордей К.Г. Логистические стратегии инновационного развития складской макроэкономической инфраструктуры [Текст]: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. эконом. наук (08.00.05)/ Кирилл Григорьевич Гордей ;Экономика и управление народным хозяйством .-Санкт-Петербург, 2016.-17с.
3. Кизим А.А. Эффективность складской логистики на основе WMS- систем // Экономика устойчивого развития.-2013.-№(13).-С.134-142
4. Селиванов А.В., Шамлицкий Я.И. Транспортно- складская логистика производственной системы машиностроительного предприятия//Вестник СибГАУ .- 2013.-№2(48).-С.260-265
5. Карх Д.А., Николаева Т.И. Современные технологии складской логистики и их эффективность //Вестник Самарского государственного экономического университета .- 2017.-№2(148).-С.69-73
6. Адитья Каул [Электронный ресурс] Tractica <https://www.tractica.com/newsroom/press-releases/enterprise-wearables-market-to-reach-6-3-billion-by-2020/>

7. Борисова В.В., Тасуева Т.С. Сервисная направленность складской логистики региона// Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).-2014.- № 1 (45).-С.32-38
8. Старкова Н.О. Исследование зарубежного опыта формирования логистических систем/ Н.О. Старкова, И.Г.Рзун, А.В. Успенский// Научный журнал КубГАУ.-2014.- №99.-С.1-13
9. Кизим А.А., Пикулик А.И. Взаимодействие субъектов терминально-складского бизнеса на принципах логистики с учетом методов его формирования// Краснодарская региональная общественная организация «ОБЩЕСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ИННОВАЦИОННОГО УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ».-2015.-№2(22).-С.121-127
10. Камозин Д.Ю. Сравнение эффективности применения технологии штрихового кодирования и технологии RFID в логистических процессах// Известия ИГЭА.- 2013. -№ 3 (89).- С.71-75
11. Манжосов Г. П. Современный склад. Организация и технология. М. : КИАцентр, 2013. –268 с.

Аннотация

В данной статье рассматривается проблема внедрения инноваций в складское хозяйство. Обосновывается идея о том, что роботизация и автоматизация помогут уменьшить объем работы складов, а также сократить время транспортировки, комплектации, приемки и размещения товара.

Андатпа

Бұл мақалада қоймадағы жаңалықтарды енгізу проблемасы қарастырылады. Роботтандыру және автоматтандыру қойманың жұмыс жүктемесін азайтуға, сондай-ақ тасымалдау, жинау, қабылдау және тауарларды орналастыру уақытын қысқартуға көмектесетін идеяны ақтайды.

Annotation

This article deals with the problem of introducing innovations in warehousing. It justifies the idea that robotization and automation will help reduce the workload of warehouses, as well as reduce the time of transportation, picking, receiving and placing goods.

Дәулетханова Жанар Дәулетханқызы
магистр, старший преподаватель кафедры «Финансы»
Абельдинова Жанар Смагуловна
магистр экономики и бизнеса
АО «Финансовая Академия», г. Астана

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОЦЕНКИ УРОВНЯ РИСКА КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Кредитные операции коммерческих банков являются одним из важнейших видов банковской деятельности. В Казахстане в последние годы наблюдается стремительный рост кредитного портфеля банков. Этот фактор риска, который не может не вызывать опасений, поскольку может серьезно угрожать качеству активов банков, так как в случае замедления роста экономики может произойти снижение доходов населения, в дальнейшем способствующее снижению способности заемщиков погашать взятые у банков кредиты.

На финансовом рынке кредитование сохраняет позицию наиболее доходной статьи активов кредитных организаций, хотя и наиболее рискованной. В связи с этим вопросы развития и совершенствования системы управления кредитным портфелем в целях минимизации его рисков, приобрели особую актуальность и значимость.

В целях совершенствования системы управления кредитным портфелем в процесс управления кредитным риском необходимо включать следующие мероприятия:

- 1) формирование общей политики управления рисками;
- 2) создание и применение системы лимитов, позволяющей диверсифицировать кредитный портфель;
- 3) регулярный мониторинг кредитного риска;
- 4) мероприятия по уменьшению (ограничению) риска;
- 5) работа с проблемными кредитами;
- 6) разработка практических рекомендаций по заключению кредитного договора [1].

На уровне управления риском кредитного портфеля в целом должны осуществляться следующие мероприятия:

- 1) разработка и применение методик, инструкций, норм и правил по снижению (ограничению) кредитного риска;
- 2) резервирование на случай возникновения потерь;
- 3) лимитирование кредитных операций;
- 4) организация внутрибанковского контроля за рисками;
- 5) страхование кредитов.

Мероприятия по снижению кредитного риска представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Мероприятия по снижению кредитного риска коммерческого банка

Уровень управления	Меры по снижению рисков
1. Риски кредитного портфеля	<ol style="list-style-type: none"> 1) разработка и применение методик, инструкций, норм и правил по снижению (ограничению) кредитного риска; 2) резервирование на случай возникновения потерь; 3) лимитирование кредитных операций; 4) организация внутрибанковского контроля за рисками; 5) страхование кредитов.
2. Риски конкретного заемщика	<ol style="list-style-type: none"> 1) формирование эффективного процесса принятия решения о выдаче кредита; 2) разработка условий кредитного договора, обеспечивающих минимизацию риска; 3) мониторинг выполнения условий кредитного договора заемщиком; 4) мониторинг финансово-хозяйственной деятельности заемщика; 5) мониторинг сохранности залога; 6) мониторинг платежной дисциплины заемщика; 7) мониторинг просроченной задолженности
<i>Примечание: составлено на основании источника [1]</i>	

При осуществлении кредитования банковским работникам необходимо проводить тщательное рассмотрение документов заемщиков, уделять особое внимание заключению кредитных договоров, акцентировать внимание на управление кредитным портфелем банка посредством разработки методологической базы и должностных инструкций, регламентирующих порядок и содержание выполнения обязанностей сотрудников, участвующих в кредитном процессе. Не менее важно на данном этапе осуществлять управление деятельностью персонала кредитного подразделения банка, участвующего в кредитном процессе, управлении кредитным портфелем и принятии решений о предоставлении кредита, изменении условий кредитного соглашения и т.п. Все перечисленное должно отражаться в разработанных банком инструкциях, методиках, нормах и правилах, которые будут способствовать снижению риска кредитного портфеля.

Одним из наиболее эффективных методов снижения уровня кредитного риска по кредитному портфелю коммерческого банка является создание резервов. Резервирование направлено на защиту интересов вкладчиков, акционеров и кредиторов банка, повышая при этом качество кредитного портфеля, надежность и финансовую устойчивость банка.

Резервирование предполагает создание определенных запасов средств во избежание возникновения убытков в случае невозврата кредитов из-за неплатежеспособности заемщиков.

Для снижения рисков кредитного портфеля необходимо проводить постоянный внутрибанковский контроль за рисками. Одним из способов контроля может служить регулярный мониторинг кредитных сделок на всех этапах кредитного процесса: уплата процентов и погашение основного долга в установленные договором сроки; своевременное выявление проблемных кредитов и соответствующая работа по организации полного погашения задолженности и пр. Кроме того, в банках создаются специализированные департаменты анализа рисков, которые занимаются основными вопросами контроля за рисками как на этапе согласования новых кредитов (проверка на соответствие данных о заемщиках нормативным требованиям банка), так и на этапе мониторинга уже выданных кредитов (мониторинг финансовой отчетности, платежеспособности и пр.). Страхование кредитных операций может быть осуществлено посредством передачи риска страховой компании, либо разделения риска между несколькими банками при синдицированном кредитовании. Кроме того, коммерческий банк может также прибегнуть к изменению или передаче (продаже) прав требования по кредитному договору с помощью отступного как способа прекращения обязательств одной стороны, новации (соглашения сторон о замене одного заключенного ими обязательства другим) и цессии (передачи прав требований другому лицу) [2].

Для снижения риска конкретного заемщик банку следует формировать эффективный процесс принятия решения о выдаче кредитов. Для этого нужно совершенствовать методы оценки и анализа кредитоспособности заемщиков, а также важно уделить внимание компетенции сотрудников банка, участвующих в процессе принятия решений по кредитным сделкам.

Вопросы контроля качества кредитного портфеля в современных условиях наиболее актуальны для отечественных банков, поэтому необходимо уделять особое внимание следующим вопросам:

- анализу кредитного рынка и разработке мероприятий по привлечению наиболее выгодных для банка заемщиков;
- соблюдению основных принципов кредитования;
- оценке кредитоспособности заемщиков;
- анализу обеспечения возвратности кредита (залог, поручительство);
- организации работы по реализации обеспечения в случае возникновения проблемных кредитов;
- регулярным мониторингам выданных кредитов (мониторинг состояния заемщика, отрасли, экономической ситуации и т. д.);
- анализу структуры кредитного портфеля, причин изменений;
- выявлению проблемных кредитов и разработке мероприятий по погашению задолженности;
- кредитованию в условиях риска, связанного с экономическим кризисом, инфляцией и т. д. Переход банков к клиентоориентированному подходу и соответствующей методологии кредитной политики позволит активизировать инвестиционное кредитование экономики [3].

Управление кредитным риском в Казахстане осуществляется в соответствии с нормативными документами Национального Банка Республики Казахстан, принципами и методиками, а также внутренними документами конкретного банка: кредитной политикой и политикой управления рисками.

Меры, связанные с улучшением качества вновь выдаваемых займов и существующего кредитного портфеля, включают:

- стимулирование банков к проведению очистки балансов от «плохих» кредитов путем исключения из расчета коэффициента требований банка к заемщику,

списанные с баланса банка и требований, по которым сформировано 100% провизий (резервов);

- внесение корректировок в понятие стоимости обеспечения (стоимость залогового обеспечения на текущий момент, определяемая от рыночной стоимости с учетом возможности ее реализации (продажи));

- установление поэтапного порядка формирования банками максимального размера провизий по кредитам, предоставленным в иностранной валюте заемщикам, не имеющим соответствующей валютной выручки, заработной платы и (или) валютные риски которых не покрыты соответствующими инструментами хеджирования со стороны заемщика [4].

В рамках мер по совершенствованию процедур управления рисками были введены требования к наличию у банков Плана действий на случай возникновения непредвиденных обстоятельств, в котором должны быть определены превентивные мероприятия, содержащие количественную оценку размера финансовых потерь.

Таким образом, предложенные меры по совершенствованию управления кредитным портфелем коммерческого банка в общем виде предусматривают: оптимизацию кредитного портфеля (с помощью диверсификации, применения модели оптимизации кредитного портфеля), а также такие резервы снижения рисков кредитного портфеля, как методы снижения рисков кредитного портфеля и рисков конкретного заемщика.

В современных условиях нестабильности мировой и отечественной экономики невозможно сформировать идеально составленный оптимальный кредитный портфель, однако, предложенные меры по совершенствованию управления кредитным портфелем обеспечат коммерческим банкам возможность снизить принимаемые риски при кредитовании для достижения целей кредитной политики банка.

Список источников:

1. Аброкова Л. С. Оптимизация кредитного портфеля коммерческого банка по критериям доходности, ликвидности и риска // Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика / Сборник научных статей 5–й Международной научно–практической конференции. – Курск. – 2015. – С. 14–18

2. Мануйленко, В.В. Риск-ориентированный подход к формированию кредитного портфеля коммерческого банка: инновационный аспект / В.В. Мануйленко // Финансы и кредит. – 2015. – №16 (496). – С.48-57.

3. Муравецкий, А.Н. О возможностях снижения риска кредитного портфеля / А.Н. Муравецкий, П.А. Кунташев // Финансы и кредит. – 2016. – №16 (544). – С. 61-65

4. Концепция развития финансового сектора Республики Казахстан до 2030 года

Аннотация

Мақалада коммерциялық банктің тәуекелді басқарудың теориялық жақтары келтірілген. Кредиттік тәуекел әдістері, оның сапасы мен деңгейі қарастырылған, сонымен бірге коммерциялық банктің тәуекел деңгейін бағалау әдістемесін жетілдіру бағыттары ұсынылған.

Аннотация

В статье рассматриваются теоретические аспекты управления рисков коммерческого банка. Рассмотрены методы оценки кредитного риска, анализируется уровень, качество кредитного портфеля, предложены направления совершенствования методики оценки уровня риска кредитного портфеля коммерческого банка.

Annotation

The article discusses the theoretical aspects of risk management of a commercial bank. Methods for assessing credit risk are considered, the level and quality of the loan portfolio is analyzed, and directions for improving the methodology for assessing the risk level of the credit portfolio of a commercial bank are proposed.

АӨК өнімдерінің экспорттық әлеуетін талдау

Қазақстанның агроөнеркәсіп кешені ірі халық шаруашылығы кешені. 70-жылдардың ортасында "агроөнеркәсіп кешені" термині айналымға енді. Ғылыми-техникалық революциядан ауыл шаруашылығына арналған агроөнеркәсіп кешенінің қалыптасуы, ауыл шаруашылығы мен өнеркәсіп байланыстарының күшеюі туындады.

Агроөнеркәсіптік кешенді дамытудың негізгі әлеуметтік-экономикалық мақсаттары:

- ауыл шаруашылығы өндірісінің тұрақты өсуіне қол жеткізу;
- елдің, өңірдің азық-түлік проблемасын шешу және тамақ өнімдерін тұтыну деңгейін ғылыми негізделген нормаларға жақындату;
- елдің, өңірдің азық-түлік проблемасын шешу және тамақ өнімдерін тұтыну деңгейін ғылыми негізделген нормаларға жақындату [1].

Ауыл шаруашылығы саласының экспорттық әлеуетін арттыру – агроөнеркәсіптік кешенді дамытудың 2017-2021 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасының басты міндеттерінің бірі. Оны іске асыру аяқталған сәтке қарай азық-түлік экспортының көлемі ақшалай көріністе 600 миллион долларлық болжамға қол жеткізуге тиіс.

Қазақстан осы мақсатқа жету үшін жақсы бастапқы позицияға ие. Шетелге астық пен ұн жеткізу бойынша біздің республика әлемдік көшбасшылардың қатарына бұрыннан кіреді, соңғы жылдары майлы және ет секторларының экспорттық мүмкіндіктері күшейе түсуде. Қазақстан аккредиттеу бойынша Аккредиттеу бойынша Тынық мұхит ынтымақтастығы (РАС), аккредиттеу жөніндегі еуропалық ұйым (ЕА), аккредиттеу жөніндегі халықаралық форум (IAF), зертханаларды аккредиттеу жөніндегі халықаралық ынтымақтастық (ILAC) сияқты аккредиттеу саласындағы халықаралық өңірлік ұйымдардың қатысушысы болып табылады. Олардың мүшелігі ауыл шаруашылығы өнімдерін экспорттаушылардың өмірін едәуір жеңілдететін сәйкестікті бағалау жөніндегі жүйелерді, өнімдерді, қызметтерді, персоналды және басқа да бағдарламаларды сертификаттауды немесе тіркеуді халықаралық мойындауға мүмкіндік береді.

Дегенмен, бұл қолда бар экспорттық әлеуетті ашуға бағытталған шаралардың бірі ғана. Енді отандық ауыл шаруашылығы өндірушілері агроөндеушілерге мемлекеттің қолдауымен серпіліс жасау ұсынылады [2].

АӨК салалары бойынша талдау жүргізейік:

Қазақстанның астық саласының жағдайы тұрақты. Қазақстандық бидай дәнінің жоғары құрамы арқасында жоғары нан пісіру қасиеттерімен ерекшеленеді. Өндірілетін бидайдың шамамен 80% - ы құрамында 23% - дан астам дән маңызы бар жоғары сыныпқа жатады. Сараптау деректері бойынша бидайдан жасалған ұнның шығуы орташа есеппен 72-74% - ды құрайды және кәсіпорынның технологиялық жабдықтарына және астық сапасына байланысты 70-тен 76% - ға дейінгі шегінде өзгереді.

КО елдерінде дәнді және дәнді - бұршақты дақылдар үшін 63 403 мың га (барлық егіс алқаптарының 61,2%), Беларусьте - 2 723 мың га, Қазақстанда - 16 243 мың га, Ресейде - 44 439 мың га. егіс алқаптарының астық сынағында бидай Беларусьте - 26,4%, Қазақстанда - 82,9%, Ресейде-55,5% (1-кесте) басым.

1 кесте - КО мен БЭК-тегі егіс алқаптарының құрылымы

Дақылдар	Беларусь Республикасы		Қазақстан Республикасы		Ресей Федерациясы		ТС и БЭК	
	мың. га	%	мың. га	%	мың. га	%	мың. га	%
Бидай	720	26,44	13463	82,88	24684	55,54	38867	61,30
Қара бидай	399	14,65	178	1,01	1558	3,51	2135	3,37
Арпа	564	20,71	1835	11,29	8820	19,85	11219	17,69
Жүгері	194	7,12	-	-	2058	4,63	2252	3,55
Сұлы дәніне	134	4,92			3241	7,29	3375	5,32
Дәнді-бұршақты дақылдар	156	5,73	-	-	1844	4,15	2000	3,13
Тритикале	493	18,11	-	-			493	0,77
Басқа	63	2,32	767	4,72	2234	5,03	3064	4,83
Барлығы	2723	100,00	16243	100,00	44439	100,00	63405	100,00

Ескерту - [3] дерек көзі бойынша жасалды

Дәнді дақылдардың шығымдылығын анағұрлым жоғары көрсеткіштер Беларусь Республикасында 34 ц/га астам, бидай - 35,8 ц/га, қара бидай - 27,6 ц/га, арпа - 34,4 ц/га. Ресейде гектардан астық түсімі 18,3 ц, бидай - 17,7 ц/га, қара бидай - 15,0 ц/га, арпа - 18,2 ц/га құрайды.

Орталық Азия елдеріндегі халықтың тұрақты өсу серпіні қазақстандық астыққа сұраныстың өсуін ынталандырады. ҚР экспорттаушылары үшін ҚХР нарығы үлкен перспективаға ие. Астық жөніндегі халықаралық кеңестің деректеріне сәйкес Қытайға жыл сайынғы астық импорты 3-тен 8 млн. т. дейін өзгереді. Осыған байланысты Қазақстан астығын Қытайға жеткізуді және оның аумағы арқылы Оңтүстік-Шығыс Азия (ОША) елдеріне транзитті ұлғайту Қазақстан астығын экспорттау нарықтарын кеңейтудің стратегиялық бағыты болып табылады. Біз SWOT талдау жасадық, онда республикада бидай экспортының экспорттық әлеуетінің өсуіне мүмкіндік бар (2-кесте).

2 кесте - Қазақстан Республикасы бидайының экспортын SWOT талдау

Күшті жақтары:	Әлсіз жақтары:
<p>1. Қазақстандық бидайдың өңірлік мамандануы және жоғары сапалы сипаттамалары;</p> <p>2. Ылғал ресурстарын сақтау технологияларын қолдану негізінде дәнді дақылдардың өнімділігін арттыру;</p> <p>3. өңірлік ерекшеліктерді ескере отырып, өңірлендіру, егіс алқаптарының құрылымын әртараптандыру, бидайдың монокультурасынан кету, биологиялық ерекшеліктерді ескере отырып, балама дақылдар алқаптарын кеңейту;</p> <p>4. Астық егетін өңірлерде АҚК сақтау қуаттарының шоғырлануы (Солтүстік Қазақстан өңірлері);</p> <p>5. Жаңа өнімді сақтау, тасымалдау және көлік логистикасын дамыту, шетелдік транзиттік елдерде және әлеуетті импорттаушы елдерде астық терминалдарының жұмыс істеуі;</p> <p>6. Әртүрлі бағыттар бойынша транзиттік көлік (темір жол, автомобиль) коридорларының болуы (се - вер, оңтүстік, батыс ,шығыс);</p> <p>1. КО және БЭК шеңберінде "Астық Транс" астық тасымалдау жөніндегі бірлескен қазақстан-ресей кәсіпорнын ұйымдастыру;</p> <p>7. Мемлекеттің астық экспортын қаржыландыру, оны реттеу және қолдау.</p>	<p>1. Бидай өндірісіндегі монодақылдық егіншілік, ылғал және ресурс үнемдеуші егіншіліктің озық агротехнологияларын енгізудің төмен қарқыны;</p> <p>2. Астық өндірісінің агротехникалық сервисінің техникалық жарақтандырылуының төмен деңгейі, дәнді дақылдардың тұқым шаруашылығы саласында мақсатты ұдайы өндіру саясатының болмауы;</p> <p>3. Өндірістік және көліктік-логистикалық инфрақұрылым әртараптандырылмаған (ішкі нарықта тұтынуға және қайта өңдеуге бағытталған), нақты экспорттық бағыт жоқ.</p> <p>4. Экспорт бағыттары бойынша баға белгілеуде Бірыңғай экспорттық саясаттың болмауы, астық нарығындағы субъектілердің өзара қарым-қатынасын реттеу тетігінің жеткіліксіз пысықталуы, ұсақ трейдерлер тарапынан астықтың экспорттық бағаларының демпингі;</p> <p>5. Астық тасымалдау кезінде көліктік логистиканың әлсіз ұйымдастырылуы (астық тасымалдаушы вагондардың жетіспеушілігі және т. б.), астық жеткізу кезінде темір жол тарифтерінің жоғары болуы;</p> <p>6. Әлеуетті өткізу нарығы жоғары бәсекелестік жасай отырып, ресейлік, украиндық және еуропалық астыққа толықтырылуы.</p>
<p>Мүмкіндіктер:</p> <p>1. Бидай алқаптарын қысқарта отырып, егіс алқаптарының құрылымын әртараптандыру;</p> <p>2. Барлық егіс алқабында ғылыми негізделген ауыспалы егісті және ылғал және ресурс үнемдеуші технологияларды енгізу;</p> <p>3. Қытай аумағы арқылы Оңтүстік - Шығыс Азия (Оңтүстік Корея, Жапония) елдерінің нарықтарына шығу;</p> <p>4. Бірыңғай астық холдингін ұйымдастыру кезінде Ресей Федерациясы мен Украина аумағы арқылы Еуропалық-Жерорта теңізі бағытына шығу;</p>	<p>Қауіптер мен тәуекелдер:</p> <p>1. Дәнді дақылдардың егіс алқаптарын әртараптандыру саласындағы тиімсіз астық саясаты;</p> <p>2. Ауа-райының қолайсыздығына байланысты дәнді дақылдарды жеменіз;</p> <p>3. Теңіз порттары арқылы астықты экспорттау кезінде әлеуетті импорттаушы елдерге тікелей қол жеткізудің болмауы;</p> <p>4. Ресей, Украина және ЕО тарапынан күшті өңірлік (континенттік) бәсекелестік;</p> <p>5. Өнімді мақсатты өткізу нарықтарына дейін тасымалдау жөніндегі инфрақұрылымның сыни тозуы және осыған байланысты жеткізу құнының қымбаттауы;</p>

Ескерту - [4] дерек көзі бойынша жасалды

Қазақстандық бидай экспортының негізгі бағыттары:

- страны Западной Европы (Италия, Польша, Норвегия), импортирующие из Казахстана высококачественную твердую пшеницу;
- Орталық Азия елдері (Түрікменстан, Қырғызстан, Тәжікстан, Өзбекстан), сондай-ақ Қазақстаннан бидай мен ұн бидай мен ұн импорты көлемінде басым болатын Ауғанстан;
- Жерорта және Қара теңіздерге шығатын елдер (Түркия, Египет, Тунис), онда қазақстандық бидай нарықты негізінен ресейлік және украиналық бидаймен бөледі;
- Қазақстандық бидай нарығын ресейлік бидаймен бөлісетін Әзірбайжан;
- Қазақстандық бидай түрлі өндіруші елдердің өнімімен бәсекелесе алатын Иран.

Сонымен қатар, астықты жеткізудің баламалы жолдарының болуы өте маңызды. Жеткізудің оңтайлы бағыттары неғұрлым көп анықталса, соғұрлым астық экспортын кеңейту және қойылған мақсаттарға қол жеткізу мүмкіндігі артады.

Негізгі астық нарықтарындағы үрдістерді талдау астықтың әлемдік экспорты, сондай-ақ астық бағасы да өсе түсетінін көрсетті. Маршруттарды әртараптандыру және көлік инфрақұрылымын дамыту экспорттық келісім-шарттар жасасу және астық транзиті кезінде тарифтердің қалыптасуы кезінде Қазақстан Республикасының келіссөз ұстанымын күшейтуге мүмкіндік береді.

Қазақстан Республикасынан астық экспортын тежейтін басты проблемалар жоғары көліктік шығындар, көлік дәліздері мен т. б. өткізу қабілетінің төмендігі болып табылады. Сондықтан маршруттарды таңдау кезінде өлшемдерді көлік инфрақұрылымын дамыту перспективаларын, тасымалдауға кететін шығындар мен уақыт шығындарын ескеру қажет.

Қазақстан нарығында ішкі және сыртқы нарықта ұн өндірудің қанығуы байқалады. 2008 жылдан бастап Қазақстан өзінің әлеуетті бәсекелестерін (Түркия, ЕО елдері және т.б.) жоя отырып, халықаралық ұн нарығын жаулап алу саясатын мақсатты түрде жүргізді. Экспортқа бағытталған өнімдерді қолдау жөніндегі мемлекеттік саясат оң нәтиже берді. Ұн экспортының SWOT талдауында күшті және әлсіз жақтары, мүмкіндіктері, қауіптері мен тәуекелдері көрсетілген (3-кесте).

3 кесте - Қазақстан Республикасы ұнының экспортына SWOT талдау

Күшті жақтары:	Әлсіз жақтары:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Шығарылатын өнімнің кең ассортименти; 2. Басқа экспорттаушы елдермен салыстырғанда терең өңдеу өнімінің төмен өзіндік құны; 3. Тауар қозғалысының барлық кезеңдерінде өнімнің сапасын бақылау; 4. Әлемдік талаптарға сәйкес технологиялық жабдықтарға қызмет көрсетуді стандарттау; 5. Астық индустриясын технологиялық жаңғырту, әлеуетті бәсекелестерге жол бермейтін жаңа жабдықты қолдану; 6. Саланы инвестициялау және қаржы мүмкіндіктерін кеңейту мәселелері бойынша қуатты мемлекеттік қолдаудың болуы; 7. Елдің ішкі қажеттіліктерін қанағаттандыратын ұн өндіру көлемінің өсуі; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Моральдық және физикалық тозған жабдықтардың жоғары үлесі, сонымен қатар энергетика және қызмет көрсету бойынша жеткілікті шығындар, механикаландыру мен автоматтандырудың төмен деңгейі; 2. Қайта өңдеу кәсіпорындарындағы айналым қаражатының жетіспеуі; 3. Ұсыныстың жоғары бағасы кезінде әлемдік нарықта қазақстандық өнімді молықтыру; 4. Арзан импорттық астықты пайдаланатын жергілікті өңдеуші кәсіпорындармен әлеуетті өткізу нарықтарындағы бәсекелестік;
Мүмкіндіктер:	Қауіптер мен тәуекелдер:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Қазақстандық ұнды Жаңа тұтынушылардың пайда болуы; 2. Өсіп келе жатқан талаптары, тұтынушылардың өнім сапасына; 3. Өндіріс технологиясын жетілдіру және қазіргі заманғы жабдықтар мен юстаталық финалардың болуы. бәсекелестердің артта қалуын қамтамасыз етеді; 4. Жаңа инвестициялар құю, мемлекет атынан қуатты серіктестің болуы технологиялық жаңартуды жаңғырту саласында индустриялық-инновациялық саясатты жүргізуге мүмкіндік береді; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Қазақстандық ұнның импортына импорттаушы елдер тарапынан шектеулер енгізу (импортқа қорғау баждары), ұнға акциздерді арттыру. 2. Фискалдық механизм арқылы импорттық нарыққа бидай астығының және одан ұнның қол жетімділігі бойынша тең емес шарттар (астық әкелу кезіндегі қосылған құн салығы-10%, ал ұнды әкелу кезінде - 18%). 2. Дайын өнім пайдасына сатып алу кәсіпорындарын өзгерту; 3. Дәнді дақылдардың өнімсіз болуы және мемлекеттің монмәдениетті егіншілікті қолдау саясаты; 4. Астықты сатушылардың сатып алушымен есеп айырысу кезінде шетел валютасына, ал қайта өңдеушілерді - ұлттық валютаға бағалық бағдарлануы; 5. Өнімді жеткізу және төлеу ұсыныстары мен шарттары неғұрлым төмен бағалар кезінде экспорттаушы елдер тарапынан бәсекелестікті күшейту; 6. Нарықтағы делдалдық құрылымдар санының артуы баға саясатында проблемалар туғызады.

Ескерту - [4] дерек көзі бойынша жасалды

Әлемдік ұн нарығындағы жетекші позиция Қазақстанның жағымсыз әсерін тигізді. Бәсекеге қабілетті елдер-қазақстандық ұнды импорттаушы елдер Қазақстанды ұн нарығынан ығыстыру бойынша өзге де жолдарды тапты. Әлемдік нарықта неғұрлым төмен баға және жеткізудің ең жақсы шарттары бойынша ұсыныстар түсе бастады.

Әлемдік нарықта ұсыныстың төмен бағасы сапасы төмен астықты және жоғары сапасы жоғары қазақстандық бидайды араластыру есебінен қалыптасты не балама ретінде ұсыныстың неғұрлым төмен бағасы бар австралиялық және канадалық бидай (теңіздің арзан жеткізілімі есебінен) пайдаланылды. Осылайша, Пәкістан, Ауғанстан, Иран және т. б. ұн нарығы бірнеше жоғалған болды.

Қазақстанның географиялық орналасуын, ауыл шаруашылығы өнімдері нарығының сыйымдылығын және көліктік қол жетімділікті талдап, келесі қорытынды жасалды. ЕАЭО және ТМД елдері, сондай-ақ Қытай, Иран, Ауғанстан және БАӘ сияқты өткізу нарықтарына бағдарлану қажет, ал оларға қажетті астыққа, тұқым майына, картопқа және органикалық өнімдерді қоса алғанда, оларды қайта өңдеу өнімдеріне баса назар аудару қажет. Бұдан басқа, ең үлкен экспорттық әлеует, олар қазіргі уақытта ішкі тұтынуы толығымен жеке өндіріспен қамтамасыз етілетін өнім түрлері бойынша бар деп санайды.

Ауыл шаруашылығы және азық-түлік тауарларының экспортын жандандыру жөніндегі негізгі шаралар елдің экономикалық мүдделерін есепке алуға, АӨК өндірістік әлеуетін ұтымды пайдалануға, оның тиімділігін арттыруға негізделген сыртқы сауда қызметін жетілдіру негізінде орнықты және инновациялық өсуді қамтамасыз етуге бағытталуы тиіс.

Өнім экспортын кеңейту жаңа халықаралық нарықтарға шығу және дәстүрлі нарықтарда экспорт құрылымын ұтымды ету, сондай-ақ іс-әрекет өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін арттыру есебінен жүзеге асырылуы тиіс. Экспортты жандандырудың негізгі міндеттеріне мыналар жатады:

- тиімді экспорттық саясатты қалыптастыру;
- ауыл шаруашылығы шикізаты мен азық-түлік экспорты көлемінің өсуі;
- ауыл шаруашылығының экспорттық әлеуетін ұтымды пайдалану, шикізат және өнім импортын алмастыратын өндірістерді дамыту;
- ауыл шаруашылығы ұйымдары мен қайта өңдеу кәсіпорындарының өзара тиімділігі қағидаттарында жұмыс істейтін шикізат аймақтарын дамыту және жаңаларын қалыптастыру;

Сондай-ақ, ауыл шаруашылығы құрылымдарын өңірлік мамандандыруды және ірілендіруді жүргізу; егіншілікке ресурс үнемдейтін технологияларды енгізу; АӨК салаларын техникалық және технологиялық жаңғыртуды міндетті түрде қамтамасыз ету; кластерлік басымдықтар негізінде интеграцияланған өндірістерді қалыптастыру; азық-түлік өнімдері нарығын реттеудің жаңа тетіктерін енгізу; АӨК инфрақұрылымының ғылыми-техникалық инновациясын міндетті түрде дамыту және АӨК кадрлық әлеуетін жетілдіру.

Әдебиеттер тізімі:

1. Малыш М.Н. Аграрная экономика. СПб: Изд-во «Лань», 2002. – 688 с.
2. Государственной программы развития агропромышленного комплекса РК на 2017-2021 годы.
3. Сельское, лесное и рыбное хозяйство. Агентство Республики Казахстан по статистике за 2016г.
4. Экспорт и импорт Республики Казахстан // Таможенный комитет Республики Казахстан. – 2014г.

Современные тенденции развития новой экономики в условиях глобализации

Сформированный в настоящее время в Казахстане кадровый потенциал составляет основу имеющегося в стране человеческого капитала, который нуждается в дальнейшем развитии на инновационной основе. Адекватность требованиям наукоемкой экономики предполагает постоянное обновление и модернизацию существующей научно-теоретической базы по вопросам управления персоналом и формирования кадрового потенциала для решения новых задач, особенно на микроуровне экономики.

Инвестиции в человеческий капитал, возрастающая потребность в опытных и квалифицированных специалистах на предприятиях определяют необходимость в подготовке специалистов с инновационным типом мышления с целью интенсивного развития инновационной экономики.

Основная часть инновационных сдвигов генерируется в процессах деятельности людей, за пределами сферы массового производства, либо в сфере разработки идеи товара и услуги, либо в сфере реализации продукта на рынке. Процессы массового производства становятся всё более прозрачными, оптимизированными, доступными для копирования. Учеными и практиками уже осознано, что роль материальных факторов становится всё более опосредованной, зависимой от органически включенного в народнохозяйственную структуру созидания человеком новых идей организационного, научного, технического характера.

Именно поэтому инновационное развитие кадрового потенциала имеет стратегическое значение и является одной из важнейших характеристик устойчивого развития и роста предприятий в национальной экономике.

Инновационный процесс в последние десятилетия связан с формированием нового типа экономического развития, основанного на непрерывном изменении производственной базы и характера выпускаемой ++ёпродукции, на непрерывном создании принципиально новых технологий и новых видов товаров и услуг. В условиях глобализации, ужесточившей конкуренцию на мировых рынках актуализирующей проблему конкуренции новизны и качества, инновации превратились в главный вектор экономического развития. [1]

Инновационный тип развития изменил характер протекания производственных процессов. Основная часть инновационных сдвигов генерируется в процессах деятельности людей, за пределами сферы массового производства, либо в сфере разработки идеи товара и услуги, либо в сфере реализации продукта на рынке. Процессы массового производства становятся всё более прозрачными, оптимизированными, доступными для копирования. Учеными и практиками уже осознано, что роль материальных факторов становится всё более опосредованной, зависимой от органически включенного в народнохозяйственную структуру созидания человеком новых идей организационного, научного, технического характера.

Развитие инновационно-информационной экономики, как мировой, так и национальной, проявляется прежде всего в условиях глобализации инновационными и качественными сдвигами в процессе производства товаров и услуг. Глобальное предпринимательство открыло новые возможности для деятельности корпораций. В частности, в таких структурах стала возможной эффективная передача технологий и опыта, позволившая корпорациям покрывать издержки по модернизации товарного ассортимента. Эти структуры приспособились так выстраивать стоимостную цепочку, чтобы преимущественно разворачивать территориальные звенья, обеспечивающие наибольшую рентабельность в показателях добавленной стоимости и прибыли.

Эта концепция методологически опирается на теорию Т.Шульца о человеческом капитале, как о накопленных в стране затратах на воспроизводство рабочей силы независимо от источника их покрытия (семейные бюджеты, текущие издержки производства, государственные расходы на социальные нужды). Результатами таких инвестиций являются: накопление способности человека к труду, его созидательная деятельность в обществе, поддержание самой жизни и здоровья людей.[2]

Он также обосновал необходимость расширительной трактовки ряда категорий воспроизводства, особенно накопления. (В текущей системе СНС большая часть затрат на воспроизводство человеческого фактора отражается в составе показателей текущего потребления, таких как фактическое конечное потребление, трансферты государства и корпораций в денежной форме, натуральные трансферты государства и т.д.) Т.Шульц предположил, что из производимого в обществе продукта на накопление человеческого капитала используется уже не $\frac{1}{4}$, как считали ученые в начале 20 века, а $\frac{3}{4}$ от общей его величины.

Стремительные темпы производства высокотехнологичных товаров (ВТТ) и рост занятости в этих секторах экономики говорят о возрастании интеллектуального капитала в мировой экономике.

Особенности организации инновационного процесса в современных экономических системах в условиях глобализации научных контрактов, финансовых потоков, производственных и маркетинговых сетей создают своеобразные центры притяжения инновационной деятельности, стягивая к себе человеческий и вещественный капитал. Как обобщают эксперты ООН, усиление конкуренции заставляет фирмы специализироваться в основной сфере своей компетенции и полагаться больше, чем ранее, на кооперацию с внешними партнерами (поставщиками, покупателями и даже конкурентами). Возможности сетевых связей побуждают ТНК проводить операции в рамках кластеров фирм..Кластеры – это сосредоточение фирм одной или нескольких отраслей, в которых используется эффект синергии, возникающий в результате взаимодействия конкурентов, поставщиков и потребителей в рамках сети.

При этом значимость сложившихся в стране системы образования, научной базы, информационных сетей, институтов и культуры резко возрастает. М.Портер пишет об этом явлении так: «Глобализация ведет к парадоксу. Велик соблазн предположить, что страна базирования уже не играет роли в обеспечении международного успеха её фирм. На первый взгляд фирмы стали важнее страны. Но на самом деле конкурентоспособность передовых отраслей всё больше определяется особыми знаниями, навыками и уровнем инноваций, которые всё больше воплощаются в квалифицированной рабочей силе и организационных механизмах. Процессы подготовки квалифицированных трудовых ресурсов, как и некоторые важные факторы, влияющие на темпы инноваций, детерминированы местным происхождением. Парадоксально, но более открытая глобальная конкуренция увеличивает значимость местной базы».

С позиции же концепции «человеческого капитала» человек с получением образования становится как бы владельцем двух факторов: труда и человеческого капитала. Каждый из них создает предельный доход, составляющий в сумме заработную плату. Причем меньшая её часть (неизвестно какая) поступает работнику за обычный труд, а большая – приносится человеческим капиталом. Другими словами заработная плата современного работника рассматривается как сочетание рыночной цены простого труда и рентного дохода от вложения в человеческий капитал. Но механизм формирования рентного дохода также остается не проясненным, как и разделение дохода работника на доход от простого труда и доход от ренты на человеческий капитал. [6]

В то же время, необходимо отметить, что научная мысль, согласившись с трактовкой «человеческий капитал», сосредоточилась на образовании и инвестициям в образование, как основном факторе, определяющем ценность человеческого капитала в условиях рынка. Классики направления Э.Дэнисон, Т.Шульц, Г.Беккер, Л.Туроу, Дж.

Минцер, И.Хигучи сосредоточились в своих исследовательских программах именно на установлении взаимосвязи между уровнем образования отдельного работника и получаемыми от этого выгодами как им самим, так и всем обществом.

Стратегия, используемая современным менеджментом, не стоит на месте — она эволюционирует в соответствии с жизненным циклом отраслей. На начальных стадиях этого цикла корпорация может полностью реализовать всю производимую продукцию и стратегию лидирующих цен. На этом этапе росту прибыли способствуют высокие цены. С целью дальнейшего повышения прибыли, большинство компаний стремится дифференцировать сбыт своей продукции с учетом запросов потребителей. На стадии роста производства, когда повышается конкуренция со стороны других компаний, начавших выпускать эту же продукцию, в стратегию компании вносятся новые компоненты, которые помогают ей оставаться конкурентоспособной. В этих условиях разные фирмы практикуют либо лидерство в ценах, либо дифференциацию продукта, стремясь сохранить свою рыночную нишу. В фазе зрелости преимущественно реализуются вышеупомянутые три компонента стратегии — низких цен, дифференциации и фокусирования, хотя их взаимопроникновение и модернизация трудноосуществимы, будучи связанными со значительными дополнительными издержками и стремлением корпораций оградить себя от новых конкурентов. И все же корпорации проводят курс на комбинацию двух первых видов стратегии, который должен обеспечить им серьезные преимущества. Принятые стратегии помогают обеспечивать наивысшую конкурентоспособность и рентабельность предпринимательства, однако далеко не всем фирмам это удается в виду недостатков в сфере менеджмента и обостряющейся конкуренции. Из-за ошибок в управлении ряд фирм теряет былые преимущества и занимаемые ими ранее позиции на рынке.

В условиях глобализации, ужесточившей конкуренцию на мировых рынках актуализирующей проблему конкуренции новизны и качества, инновации превратились в главный вектор экономического развития.

Эдвард Денисон предполагал, что говорить о техническом прогрессе, воплощенном в физическом капитале, значит просто учитывать изменения в качестве основных фондов. Инвестиции в основной капитал увеличивают его производительность. Такая аналогия вполне применима и к человеческим существам. Мастерство и приобретенные способности человека увеличивают их качество как производительных единиц (на что указывал еще К.Маркс). Следовательно, мастерство и способности человека являются неотъемлемыми качествами работника и вряд ли целесообразно говорить о них отдельно от индивида. [2] По выражению К.Хенинга, исследователя «новой экономики», в такой экономической системе, тесно связанной с информационной революцией, происходит резкое изменение соотношения между физическим и человеческим капиталом. «Решающим фактором стал человеческий капитал, вернее его способность превращать информацию в знания. Физический капитал не исчез, но потерял свою доминирующую позицию»[3].

Реализация модели новой экономики сопровождается существенными модификациями условий воспроизводства и корпоративного управления. Динамичное развитие современного Казахстана во многом зависит от наличия инновационных систем и человеческого потенциала, способного его развитие поддерживать и совершенствовать.

Список литературы:

1. Н.Иванов. Человеческий капитал и глобализация. // МЭ и МО, № 9, С.19-31.
2. Schulz Th.W. Investment in Human Capital. The Role of Education and Research. The Free Press. – N.Y., 1971, - p.272.
3. Мюрдаль Г. Современные проблемы «третьего мира». – М.: Прогресс, 1972. – С.645.
4. М.Портер. Конкуренция. – С-Пб.: Издательский дом «Вильямс», 2002. – 495с.

5.Б.Б. Доскалиева. Проблемы развития социальной сферы в условиях кризиса. Караганда, 2009. – с.146.

6.Щетинин В. Человеческий капитал и неоднозначность его трактовки. // Мировая экономика и международные отношения, 2001, № 12. С.6 42-49.

Резюме

Новые тенденции в развитии экономики и возрастающая роль человеческого фактора значительно расширяют возможности инновационного развития кадрового потенциала компаний

Түйіндеме

Экономиканы дамытудағы жаңа үрдістер және адами фактордың өсіп келе жатқан рөлі компаниялардың кадрлық әлеуетін инновациялық дамыту мүмкіндіктерін едәуір кеңейтеді.

Summary

New trends in economic development and the growing role of the human factor significantly expand the possibilities for innovative development of the personnel potential of companies

Ермаганбетова А.Ж
педагогика кафедрасының оқытушысы,
гуманитарлық ғылымдар магистрі
Ө.Сұлтанғазин атындағы Қостанай мемлекеттік
педагогикалық университеті

ЗАМАНАУИ БІЛІМ БЕРУ МЕНЕДЖМЕНТИНІҢ МӘСЕЛЕЛЕРІ МЕН ПЕРСПЕКТИВАСЫ

Резюме

В данной статье рассматривается развитие системы образования в условиях современной рыночной экономики в научном направлении.

Summary

This article deals with in this article education system development in the conditions of modern market economy in the scientific direction is considered.

Еліміздегі білім беру жүйесінің жаңғыруы жыл санап дамуда. Әлемдік білім беру кеңістігіндегі экономикалық өзгерістерге сай заманауи білім беру жүйесінің қарқынды дамуы еліміздің өркениетті елдер қатарына кіруінің басты баспалдағы іспеттес. Нәтижеге бағытталған білім моделі мен басқарудың жаңа парадигмасы аясында жекелеген ұғымдар мен нормаларды, тиімді педагогикалық технологияларды меңгерген педагогтарды даярлаудың маңызы зор. Осы тұрғыдан алғанда, жаңа формациялы педагог тұлғасын қалыптастыру басты мақсатымызға айналып отыр. Кең тұрғыда білім беру дегеніміз –бұл тұлғаның қалыптасуы, оның әлеуметтенуі және адамды қоғам өміріне дайындау. Білім жүйесінде жаңашылдық пен инновацияны, әлемдік білім беру кеңістігінде трендке айналған роботатехника сияқты ноу хоуларды енгізу, коммерциализацияланған бағыттағы стартап жобалардың санын көбейту, жаңаны ойлап табуға, іздеуге, қоғамға қажетті өнімдерді қолдан қазақстандық мектеп оқушыларының өздері жаңадан ойлап таба алатындай дәрежеге жеткізуді қоғам талап етеді. Білім қоғамды алға қарай итермелейтін белгілі бір потенциалды қалыптастырады. Білім халықтардың өркениетті ерекшелігін тасымалдаушы және тарихи тұрақтылықты қамтамасыз етуші жүйе болып табылады. Бұл жөнінде Қазақстан Республикасы «Білім

туралы» Заңының 8-бабында «Білім беру жүйесінің басты міндеттерінің бірі – оқытудың жаңа технологияларын енгізу, білім беруді ақпараттандыру, халықаралық ғаламдық коммуникациялық желілерге шығу» деп атап көрсеткен [1]. Елбасымыз Н.Ә. Назарбаев жолдауында айтқандай: «Болашақта өркениетті дамыған елдердің қатарына ену үшін заман талабына сай білім қажет. Қазақстанды дамыған 50 елдің қатарына жеткізетін, терезесін тең ететін – білім». Сондықтан, қазіргі даму кезеңі білім беру жүйесінің алдында оқыту үрдісінің технологияландыру мәселесін қойып отыр [2]. Оқытудың әртүрлі технологиялары сарапталып, жаңашыл педагогтардың іс – тәжірибесі зерттеліп, оқу үрдісіне енуде. Заманауи білім беру жүйесіндегі реформаларға тоқталайық. Жаңартылған білім беру мазмұны: оқушылардың функционалдық сауаттылықтарын дамытуға бағытталған білім беру мазмұнындағы жаңашылдық. Педагог пен оқушы арасындағы қарым - қатынастың жаңаша стилі коллоборативті орта құра отырып сабақты басқару ұйымдастырылады. Педагогтың міндеті тек оқыту емес, бағыттау, нұсқау беруші қызметін атқарады. Оқушылардан құралған шағын топтарды басқаратын топ мүшелері, бағалаушылар да оқушылардан құралады. Осы аталғандарды негізге ала отырып, заманауи білім беру жүйесін басқарудың құрылымына өзгерістер қажет екендігі сұранып тұр. Басқарушы тұлғаның функцияларына келер болсақ: түрткі, себеп, мақсаттар құру, таңдап алынған мақсаттарды жүзеге асыру үшін ақпараттарды жинақтау және өңдеу, жоспар құру, командалық ақпаратқа сипаттама ақпарат трансформациясы, оперативтік бейне немесе тұжырымдамалық модель, қабылданған шешімді орындауды ұйымдастыру, жеткен нәтижені талдау, жинақтау және бағалау. Басқарушылық функцияларды талдағанда мотивация туралы айту да өте маңызды. Себебі, педагогтарға қолдау, жұмыстарына мотивация беру нәтижесінде жақсы нәтижеге жетуге мүмкіншілік бар. Заманауи қоғамдағы басқарудың жаңаша формаларына тоқталайық:

Аудит – оқушылар, ата аналар, қызметкерлер пікірлерінің триангуляциясы негізінде өзіндік талдау, өзіндік бағалау;

Басымдылықтарды белгілеу – стратегиялық бейнеде өзгерістерді ойластыру:

SMART мақсат қою – мақсаттары нақты, уақытымен белгіленген, шынайы, қолжетімді өлшенеді;

Іс әрекетті жоспарлау – табыс критерийлерін келісу;

Іске асыру тәсілдерін жоспарлау – іс шаралар кешені;

Үдерісті қадағалау – кеңес беру;

Ісіне берілгенді ынталандыру, әрі қолдау

Мониторинг – табысқа жету деңгейін тексеру;

Шолу және қайта қарау – жаңа деректерді бекіту.

Нарық жағдайындағы педагогқа қойылатын талаптар: бәсекеге қабілеттілігі, білім беру сапасының жоғары болуы, кәсіби шеберлігі, әдістемелік жұмыстағы шеберлігі. Осы айтылғандарды жинақтай келіп, жаңа формациядағы педагог рефлексияға қабілетті, өзін өзі жүзеге асыруға талпынған әдіснамалық, зерттеушілік, дидактикалық және т.б. құзіреттіліктерді бойына жинаған сауатты, шығармашыл тұлға. Жаһандану процесінің дамуы кезеңінде білім берудің мақсаты мен білім берудің технологиясына үлкен мән берілуі қажет. Белгілі американ социологы Даниел Белл мынадай тұжырым айтады, болашақ қоғамда, ол постиндустриалистік қоғам, капиталист табы жойылып, оның орнын жаңа билеуші элита басады. Бұл тап жоғарғы білім деңгейімен, ақпаратты меңгеруімен ерекшеленеді дейді. Постиндустриалды қоғамда индивидтің кәсіби қызметі (профессиональная деятельность) негізгі орын алады. Мұндай өзгерістерді қазіргі кезде дамыған мемлекеттерден байқауға болады және бұл процесс «нарықтық ренессанс» деп аталады. Нарықтық ренессанстың артында нарықтық емес саланың дамуын: әлеуметтік қорғау жүйесі, білім беру, денсаулық, мәдени жүйелердің тұрғандығы және оларда белгілі бір ренессансты қажет етеді [3]. Ел экономикасын өркендету, бәсекеге қабілетті болу тек қана кемел біліммен келетіні анық. Ұлттық

білім жүйесінің халықаралық білім кеңістігіне шығып, әлемдік стандарттарға сай қызмет етуі қажет. Сол себепті бәсекеге қабілетті маман даярлау еліміздің жоғары оқу орындарының мақсаты мен міндетіне айналып отыр.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Қазақстан Республикасының «Білім туралы» Заңы. Астана, 2000
2. Н.Ә.Назарбаев «Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру» 2017 ж.
3. Қ.С.Мүсілімова «Білім берудегі макдональдизация қазіргі кезеңнің тенденциясы ретінде» ҚМУ Хабаршысы, 2010 ж.

**Ергуатова Н.Б., 3 курс студенті
Асанова Т.А., аға оқытушы
«Тұран» Университеті Алматы қ.**

ЛОГИСТИКАЛЫҚ ШЫҒЫНДАРДЫ ОҢТАЙЛАНДЫРУ ӘДІСТЕРІНІҢ БІРІ РЕТІНДЕ ЖЕТКІЗУШІНІ ТАҢДАУ

Қазіргі нарықтық жағдайларда кез келген фирма тұтынушыға және оның ықтимал қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағытталған. Әрбір клиент белгілі бір тауардан немесе жоғары сапа деңгейіндегі қызметтерден күтеді және бұл ұғымға оның қажеттіліктерін толық қанағаттандыратын тұтынушылық қасиеттердің тіркесімін салады. Мұндай маңызды қасиеттердің бірі—баға. Құн сатып алушы қандай да бір тауар немесе қызмет үшін төлейтін соманың ақшалай көрінісі болып табылады. Баға, бірінші кезекте, өзіндік құнынан—тауар өндірісіне кететін шығындардан қалыптасады: шикізат пен материалдар құны, қызметкерлердің жалақысы, үй-жайларды жалға алу, амортизация, технологиялық процестерді орындау, тасымалдау, маркетинг, жарнама шығындары және т.б. осы шығындар дайын өнімді өндіру және тұтынушыға тарату барысында орындалатын түрлі операциялармен және жұмыстармен байланысты. Тауарға немесе қызметке қажеттілік пайда болған сәттен бастап және оны қанағаттандыру сәтіне дейін логистика қағидаттарын қолдану жалпы шығындарды төмендетуге ықпал етеді және кәсіпорынның қызметінің тиімділігі мен бәсекеге қабілеттілігін арттырады.

Логистикалық шығындар шикізат пен материалдарды жеткізушілерден бастап өндірістік кәсіпорын арқылы және түпкі тұтынушыға дейін барлық логистикалық жүйе бойынша материалдық ағындардың қозғалысын басқаруға арналған шығындар жиынтығын білдіреді. Өнеркәсіптің әртүрлі салаларындағы логистикалық шығындар құрылымын талдау олардың ең көп үлесін қорларды басқаруға арналған шығындар (20–40%), көлік шығыстары (15–35%), сондай-ақ әкімшілік—басқару функцияларын жүзеге асыруға байланысты шығыстар (9–14%) алатынын көрсетеді. Бұдан басқа, соңғы жылдары тапсырысты өңдеу, тасымалдау, ақпараттық—компьютерлік қолдау, логистикалық әкімшілік сияқты логистикалық функцияларды жүзеге асыруға шығындардың ұлғаю үрдісі байқалады. Мұндай жағдайда кез келген компания өзінің логистикалық шығындарын оңтайландыруға мүдделі, өйткені олар өзіндік құнға қосылады, ал оның артуы кәсіпорынның пайдасын және оның рентабельділік деңгейін азайтуға тікелей әсер етеді[1].

Кез келген кәсіпорынның экономикалық қызметін бағалау мен талдаудың мақсаты оның өндірістік, экономикалық және қаржылық жай-күйі туралы деректерді жинау және жүйелі зерделеу жолымен оның жұмысының тиімділігін арттыру бойынша ұсынымдар әзірлеу болып табылады. Логистикалық шығындар кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігінің негізгі көрсеткіштерінің бірі болып табылады, сондықтан оларды бақылау мен төмендету жолдарын іздеу тек мынадай есеп және талдау тәртібімен ғана мүмкін болады:

1) оңтайландыру жөніндегі шаралар нақты нәтижелер беретін логистикалық шығындарды жинақтау орталықтарын (функционалдық облыстарды) айқындау;

2) әрбір жинақтау орталығы шеңберінде логистикалық шығындардың ең маңызды пункттерін табу;

3) шығындарды олардың негізгі сипаттамаларына сәйкес жіктеу жолымен жалпы шығындардың диагностикасын жүзеге асыруға міндетті.

Бәсекелестік артықшылыққа қол жеткізу үшін логистикалық шығындарды азайтудың мынадай жолдары бар:

–қосымша құн құрмайтын қызмет түрлерін (рәсімдер, жұмыстар, операциялар) іздеу және қысқарту мақсатында жеткізу тізбегін талдау және қайта қарау;

–неғұрлым төмен босату және бөлшек сауда бағаларын, сауда үстемелерін белгілеу жөніндегі келісімдерге қол жеткізу үшін жеткізушілермен және сатып алушылармен (келіссөздер жолымен) өзара қарым–қатынасты қайта қарау;

–тікелей және кері ықпалдасу арқылы жалпы шығындарды бақылауды күшейту;

–шикізат пен материалдардың баламалы, арзан алмастырғыштарын іздеу;

–қорларды басқару, сақтау, қоймалау және жеткізу шығындарын азайту үшін логистикалық тізбекте кәсіпорын қызметін жеткізушілермен және тұтынушылармен үйлестіруді жақсарту;

–басқа шығындарды азайту есебінен логистикалық тізбектің бір буынының шығындарының өсуін жабу;

–жұмыстың неғұрлым прогрессивті әдістерін енгізу және іске асыру жолымен қызметкерлердің еңбек өнімділігін арттыру;

–ресурстарды пайдалану және жалпы шығындар деңгейіне әсер ететін факторларды басқару тиімділігін арттыру.

Жеткізушілерді бағалау және таңдау оларға қойылатын талаптарды орындауға қабілетсіз және олармен жұмыс істеу шығындарын арттыратын агенттерді алып тастау үшін қажетті жұмыс істеп тұрған жеткізушілердің базасын оңтайландырудың қажетті құрамдас бөлігі болып табылады.

Нақты өнім берушіден тапсырысты орналастыру туралы шешім қабылдау процесі әр түрлі жағдайларға және кәсіпорынның өзінің стратегиясына байланысты. Негізінен шешім мынадай өлшемдерге негізделеді:

–тапсырысқа (шартқа, келісімшартқа) сәйкес келісілген кесте бойынша мерзімінде жеткізу мүмкіндігі;

–сапа стандарттарына жауап беретін тауарды жеткізу;

–жеткізудің талап етілетін көлемін сақтау;

–келісілген бағаларды сақтау.

Сатып алудың сипаты мен құны өнім берушіні бағалаудың жекелеген өлшемдерінің салмақтық коэффициенттеріне және тиісінше таңдау үшін қажетті ақпараттың сипатына әсер ететін болады. Компанияның қажеттіліктеріне ден қою қабілеті білікті жеткізушіден төмен білікті жеткізушіден ерекшеленеді.

Жеткізушіні таңдаудың бірнеше кең таралған әдістері бар (шығын-коэффициент, үстем сипаттамалар, артықшылық санаттары), алайда көпкритериалды сараланған бағалау әдісі немесе факторларды рейтингтік бағалау таңдаудың ең көп таралған тәсілдерінің бірі деп санауға болады. Алдымен өнім берушіні таңдауға негіз болатын басты өлшемдер қалыптастырылады, одан әрі жабдықтау бөлімінің қызметкерлері немесе тартылған мамандар олардың маңыздылығын белгілейді[2].

Кәсіпорын өз қызметінің ерекшелігі негізінде өзі үшін ең маңызды өлшемдерді бөлуді жүргізеді. Ол үшін өнім берушінің рейтингін анықтауға мүмкіндік беретін арнайы бағалау шкаласын әзірлеу қажет. Жүргізілген талдау нәтижесінде келіссөздер жүргізуге және шарттық қатынастар жасасуға болатын нақты жеткізушілердің тізімі қалыптастырылады. Өнім берушіні түпкілікті таңдау, әдетте, сатып алу бөлімінің басшысы жүзеге асыратындықтан, толық формальды бола алмайды.

- Өнім берушіні таңдау критерийлерінің шкаласы:
- өнім сапасы;
 - уақтылы жеткізу (авторлар сақтау немесе мерзімдерді сақтамаудың өлшемдерінің негізінде өнім берушілердің рейтингін құруды ұсынады);
 - баға (нақты бағаны қалауымен немесе басқа өнім берушілерде ең азымен салыстыру);
 - қызмет көрсету (техникалық көмектің сапасы, өнім берушінің қатынасы және көмек туралы сұраныстарды өңдеу уақыты, қызмет көрсетуші персоналдың біліктілігі және т. б.);
 - өнімді немесе қызметті әзірлеу, бағаны төмендету бойынша қайталама ұсыныстар;
 - техникалық инженерлік және өндірістік қуаты;
 - дистрибьюторлық мүмкіндіктерді бағалау (егер өнім беруші дистрибьютор ретінде жұмыс істесе);
 - қаржы мен басқаруды егжей-тегжейлі бағалау.

Бұл шкаланы материалдық ресурстарды жеткізушілерді алдын ала іріктеу және одан әрі таңдау үшін шетелдік өнім өндіруші фирмалар кеңінен пайдаланады.

Рейтинг мәндерін есептеу процесі өлшемнің үлес салмағын әрбір өнім беруші үшін оны бағалауға (әдетте он баллдық жүйе қолданылады) көбейту болып табылады. Одан әрі барлық таңдалған өлшемдер бойынша рейтингтің алынған мәндерін қосу жүргізіледі. Алынған соңғы рейтинг ынтымақтастық үшін үздік жеткізушілерді салыстыру және таңдау үшін пайдаланылады. Бірнеше өнім берушілер үшін базалық өлшемдер бойынша бірдей нәтижелер туындаған жағдайда, талдауды қосымша өлшемдер енгізумен қайталау қажет. Алайда, критерийлерді кеңейту әрдайым объективті нәтижелер бермейді, өйткені барлық әлеуетті өнім берушілер рейтингке қажетті ақпаратпен бөлісуге дайын емес.

Бағалау критерийлері	Жеткізушінің атауы		
	Өнім беруші 1	Өнім беруші 2	Өнім беруші 3
Сенімділік	8	7	8
Сапасы	7	8	9
Бағасы	8	7	9
Қызмет көрсету	8	8	7

Кесте 1. Өнім берушіні бағалау критерийлері

3–кезең – өлшемдерге салмақ коэффициентін беру.

4–кезең – өлшемдердің мәндерін қосу және жеткізушілердің түпкілікті бағасын қалыптастыру.

5–кезең – алынған рейтинг нәтижелерін салыстыру және үздік жеткізушіні таңдау.

Қазіргі жағдайда нарық әрбір қаржы–шаруашылық қызмет субъектісіне жеткілікті қатаң талаптар қояды. Кәсіпорынның өзінің ішкі жоспарларын орындай отырып, барынша мүмкін болатын көлемде өнім өндіру қабілеті ғана емес, сондай-ақ осы өнімді сақтау және сату мүмкіндігі де маңызды. Бұл ретте, бәсекелестік күресте нарыққа сапалы өнімді қарсыластарға қарағанда төмен бағамен ұсына алатын адам жеңеді. Белгілі болғандай, өнімнің бағасы тек оны өндіруге ғана емес, сонымен қатар тасымалдауға, қоймалауға, сатуға және т.б. шығындардан құралады. Логистикалық шығындарды азайтып, кәсіпорын өнімнің өзіндік құнын төмендетеді және пайданың өсуін және нарықтағы бәсекелестік позициялардың нығаюын қамтамасыз етеді.

Қаржы–шаруашылық қызметтің әрбір субъектісіне айтарлықтай қатаң жағдай жасайды, ал бәсекелестік кез келген бизнеске есепке алынуы қажет даналықты білдіреді. Соңғы тұтынушы үшін бәсекелестік күрес рынокта тұрақты болып келеді және компаниялар осы күресте қолда бар барлық құралдар мен ресурстарды пайдаланады. Осындай құралдардың бірі тауар немесе қызмет үшін неғұрлым төмен баға ұсыну мүмкіндігі болып табылады, өйткені бұл кәсіпорынға өз өнімінің үлкен көлемін сатуға және нәтижесінде бәсекелес есептеген пайданы алуға көмектеседі. Бұрын атап өтілгендей, тауардың немесе қызметтің құны оларды өндірудің өзіндік құны негізінде қалыптасады, оның басым бөлігі логистикалық шығындар болып табылады. Табысты даму, бәсекеге қабілеттілікті және барынша мүмкін болатын пайданы арттыру үшін үлкен перспективалар логистикалық шығындарды оңтайландыруда жатыр[3].

Осылайша, өнім берушілермен өзара қарым–қатынасты қайта қарау өнім берушіні таңдау міндеттемесінің екі бағытының бірі болып табылады. Бұл жағдайда фирманың сатып алу бөлімі өзінің босату бағасын төмендетуге келіскен (жеткізу шарттарын қайта қарау, жеткізілетін өнімнің сапасын арттыру және т.б.) және іскерлік қарым–қатынас орнатылған компаниялармен жеткізуге шарт жасасады. Бұл таңдау рәсімін жеңілдетеді, өйткені жабдықтау бөлімінің қарамағында осы компаниялардың қызметі туралы нақты деректер бар. Алайда, жеткізушілердің қалыптасқан базасымен әріптестік қатынастарды қайта қарауға мүмкіндік болмаған жағдайда, кәсіпорын жаңа жеткізушілердің нарығына зерттеу жүргізуі қажет. Бұл жағдайларда жеткізу сапасын жақсартудың тиімді құралы болып табылады, демек, логистикалық шығындарды төмендету ресурстардың жаңа сенімді көздерін қайта қарау және таңдау болып табылады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Евстигнеева О. А. Выбор поставщика как один из методов оптимизации логистических затрат // Молодой ученый. – 2018. – №28. – С. 232–6. – URL <https://moluch.ru/archive/214/52031/> (дата обращения: 15.01.2019).

2. Алесинская, Т. В. Основы логистики. Функциональные области логистического управления / Т. В. Алесинская. – Таганрог: ТИИ ЮФУ, 2017. –116с.

3. Афанасенко, И. Д. Экономическая логистика: для магистров и специалистов: учебник для студентов экономических специальностей всех форм обучения / И. Д. Афанасенко. – Санкт–Петербург [и др.]: Питер, 2016. –428 с.

Түйін

Бұл мақалада логистикалық шығындарды оңтайландыру әдістерінің бірі ретінде жеткізушіні таңдау маңызы айқындалған. Қазіргі жағдайда логистикалық шығындарды азайтып, кәсіпорын өнімнің өзіндік құнын төмендетеді және пайданың өсуін және нарықтағы бәсекелестік позициялардың нығайтын қамтамасыз етеді.

Резюме

В данной статье определено значение выбора поставщика как одного из способов оптимизации логистических затрат. В современных условиях, снижая логистические издержки, предприятие снижает себестоимость продукции и обеспечивает рост прибыли и укрепление конкурентных позиций на рынке.

Summary

This article defines the value of supplier selection as one of the ways to optimize logistics costs. In modern conditions, reducing logistics costs, the company reduces the cost of production and ensures profit growth and strengthening of competitive positions in the market.

ЕДИНСТВО И ОБЩНОСТЬ ВОПРОСОВ УЧЕТА И УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ В СИСТЕМЕ ЛОГИСТИКИ

Концепция управления предприятием, основанная на системной, планомерной организации работы фирмы по производству и сбыту продукции и услуг в целях удовлетворения целей рынка является прерогативой маркетинговых исследований. Как известно, что основными принципами маркетинга во Великобритании подразумеваются принцип «5 of P», то есть, выступает аббревиатура пяти английских слов: «people-народ; product–товар, (продукт); price – цена; place – место; promotion- продвижение», а в США относительно к международному маркетингу данный принцип стратегии выступает как “4 of P”, то есть то же самое за исключением «people – народ».

- продвижение(promotion) – это реклама, мерчандайзинг, связь с общественностью и развертывание торгового персонала;
- товар, (product)–дизайн и качество продукции, оценка потребностей потребителей, выбор продуктов для продажи, послепродажное обслуживание и политика для клиентов;
- цена(price) – выбор ценовой стратегии, прогнозирование ответов конкурентов
- место(place) - выбор каналов сбыта, транспортные механизмы [1, с.9]

Адаптация и развитие товара для международных рынков; Упаковка и маркировка; Перевод технической литературы; Менеджмент качества; Лицензирование и заключение контрактов	Выбор ценовой стратегии; Анализ конкурентов; Определение дисконтных структур; Управление кредитования; Выбор условий поставки; Калькуляция и бюджетирование
<i>Товар</i>	<i>Цена</i>
<i>Место</i>	<i>Продвижение</i>
Международное дистрибуцирование; Документирование экспорта; Страхование грузов; Создание совместных предприятий и дочерних компаний	Международная реклама, связи с общественностью и стимулирование сбыта; Международный прямой маркетинг; Контроль продавцов; Перевод литературы по продажам; Выставка; Исследование рынка

Рис.1.Ключевые элементы международного маркетинга[1, с.10]

Ключевые элементы международного маркетинга можно изобразить в виде представленной схемы в рисунке 1.

Вся маркетинговая деятельность происходит в правовых, экономических, культурных, политических и средах, к которым должны относиться стратегии и политика. Элементы (контролируемые) маркетингового микса - должны сочетаться в соответствии с ограничениями, налагаемыми этими средами, которые оказывают сильное влияние на:

- маркетинговые учреждения (характер и масштабы маркетинговых услуг, участие государства в распределении и т. д.);
- условия эксплуатации;
- будущий потенциал соответствующего рынка;

- потребительские привычки покупателей;
- отношения и практика промышленных покупателей.

На рисунке 2 показаны некоторые из задействованных сил. Проблема международного, а не внутреннего маркетинга заключается в том, что окружающая среда намного сложнее и обширнее, чем для внутренних операций. Каждая страна имеет свою собственную правовую систему, культуру, социально-экономическую инфраструктуру и т. д.

Среда международного маркетинга представить в следующей схеме.

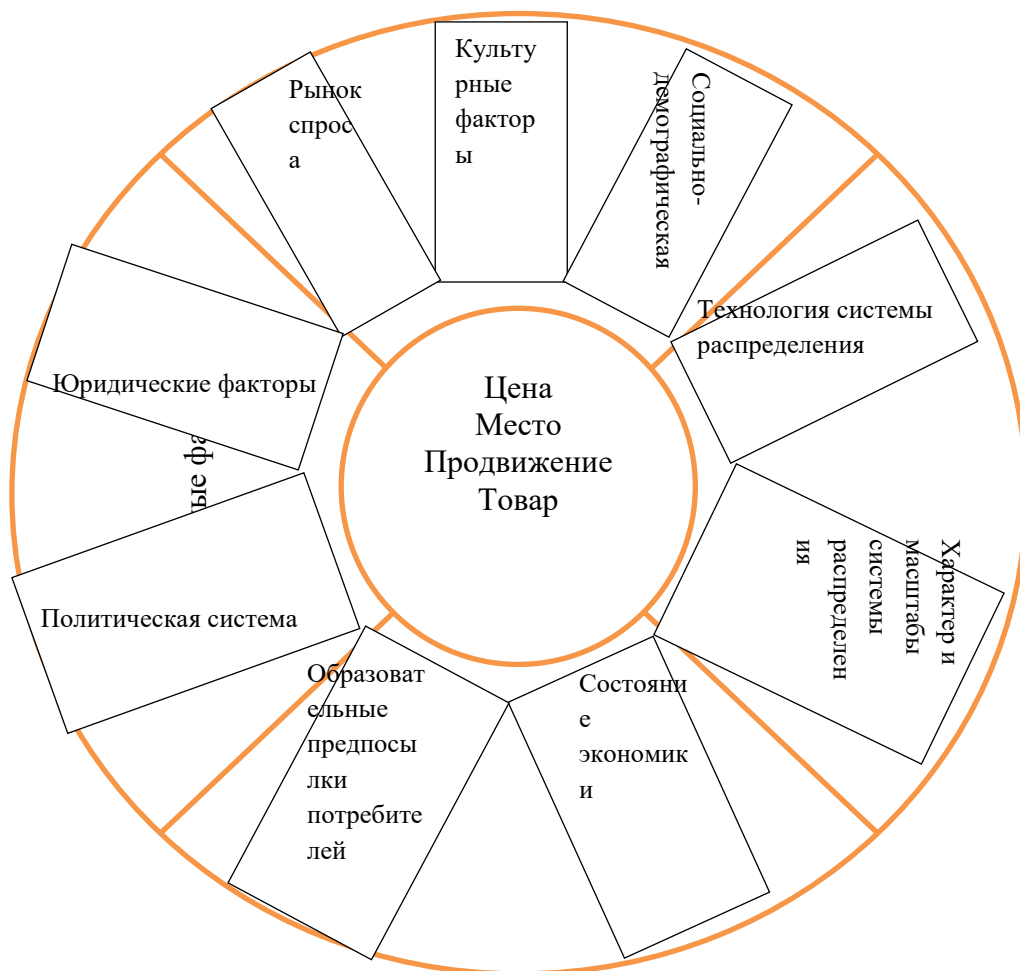


Рис.2. Среда международного маркетинга[1, с.25]

Как видно из схемы, одними из основных компонентов маркетинговой деятельности компании выступают «место» и «продвижение», где несомненно, на наш взгляд, ключевым рычагом управления ими, и издержками, связанными с ними, является управленческий учет логистических издержек запасов.

В современной системе учета совокупность запасов подразумевается как наличие текущих активов компании, которая характеризуется идентичностью свойств своей экономической природы возникновения, единством содержания, хотя отличаются по форме появления. Следовательно, все составляющие категории «запасы», находящиеся в одной классификационной группе текущих активов компании должны обладать одинаковыми свойствами оценки их состояния. При экономической оценке состояния запасов, на наш взгляд, следует использовать методику анализа запасов, рекомендуемую учеными из России, где предлагается применять EОQ-модель (economic ordering quantity) – модель экономически обоснованного размера заказа [1, стр.315]. Эта модель может быть использована в логистике для оптимизации размера товарно-материальных ценностей

(ТМЦ). Часто эту модель называют моделью Баумоля, которая считается популярной в зарубежном финансовом менеджменте по определению минимальных, оптимальных, максимальных и средних остатков денежных активов. Сущность EOQ-модели относительно запасам и расходам по их хранению и содержанию можно представить как минимизация совокупных затрат по закупке и хранению запасов на предприятии. Эти издержки можно разделить на две группы:

1. Сумма затрат по размещению заказов (транспорт и т.д.);
2. Сумма расходов по хранению товаров на складе.

EOQ-модель тогда можно представить следующей форме:

$$N = \sqrt{\frac{2 \times S \times Z}{H}}, \quad (1)$$

где N – оптимальный объем партии поставки сырья, материалов в тг;

S – общая потребность в данном виде сырья, материалов в рассматриваемом периоде, тг;

Z – стоимость выполнения одной партии заказа, тг;

H – расходы по хранению единицы сырья, материалов, тг.

Соответственно, оптимальный средний объем производственного запаса можно определить по формуле:

$$ПЗ = \frac{N}{2}, \quad (2)$$

где ПЗ – средний объем производственного запаса;

а количество заказов поставки сырья за год определяется по формуле:

$$n = \frac{S}{N} \quad (3)$$

Для запасов готовой продукции задача минимизации затрат по их обслуживанию состоит в определении оптимального размера партии производимой продукции [2, стр.317]. Если производить определенный вид продукции мелкими партиями, то затраты по хранению ее запасов в виде готовой продукции (H) будут минимальными. Однако при таком подходе к производственному процессу существенно возрастут затраты, связанные с частой переналадкой оборудования, подготовкой производства и другие (Z). Используя вместо показателя объема производственного потребления (S) показатель планируемого объема производства продукции, можно на основе модели EOQ определить оптимальный средний размер партии производимой продукции и оптимальный средний размер запаса готовой продукции.

Изучая величину и структуру запасов, основное внимание следует уделить выявлению тенденций изменения таких элементов, как производственные запасы, затраты в незавершенном производстве, готовая продукция и товары.

Увеличение абсолютной суммы и удельного веса запасов и издержек может свидетельствовать:

- о наращивании производственного потенциала предприятия;
- стремлении путем вложений в производственные запасы защитить денежные активы предприятия от обесценения под воздействием инфляции;
- нерациональности выбранной хозяйственной стратегии, вследствие которой значительная часть текущих активов иммобилизована в запасы, ликвидность которых может быть невысокой.

Хотя тенденция к росту запасов может привести к повышению на некоторое время степени ликвидности текущих активов, необходимо проанализировать, не происходит ли это увеличение за счет необоснованного отвлечения средств из хозяйственного оборота, что в итоге приводит к росту кредиторской задолженности и ухудшению финансового состояния предприятия. К.Т.Тайгашинова считает, что «информационная база управленческого учета запасов позволит, во-первых, установить обеспеченность

предприятия нормальными переходящими запасами сырья, материалов, незавершенного производства, готовой продукции, товаров; во-вторых, выявить излишние и ненужные запасы материальных ресурсов, незавершенного производства, готовой продукции и товаров [3, с.37].

С помощью складского учета можно охарактеризовать состояние запасов, сравнивая фактические их остатки на конец отчетного периода с наличием их на начало и с нормативом, рассчитанным на предприятии. В регистрах складского учета производственных запасов должны проставляться нормы максимума и минимума по каждому номенклатурному составу в отдельности. Сравнение фактических запасов с нормами запасов позволит выявить излишние и ненужные остатки материальных ценностей, что в конечном итоге влияют на общий уровень логистических издержек.

При оценке эффективности логистических издержек по продвижению запасов (товаров, материалов и т.п.) недостаточно одних абсолютных показателей, также целесообразно определить относительные показатели уровня запасов в днях расхода (выбытия) и их структуру через коэффициент накопления, который характеризует уровень мобильности запасов товарно-материальных ценностей с оптимальным значением не менее 1.

К серьезным финансовым затруднениям могут привести недостаток производственных запасов, что требует усиления оперативного контроля за их состоянием.

В странах с развитой рыночной экономикой среди множеств систем контроля за движением запасов широкое применение получили «Система ABC», «XYZ-анализ» и логистика [2, с.322]. Суть системы ABC состоит в разделении всей совокупности запасов ТМЦ на три категории (А, В и С), исходя из их стоимости, объема и частоты расходования, последствий их дефицита для хода производственной деятельности и финансовых результатов.

В категорию «А» включают наиболее дорогостоящие виды запасов с положительным циклом заказа, которые требуют постоянного мониторинга в связи с важностью финансовых последствий, вызываемых их недостатком. Обычно такие виды запасов очень ограничены и контроль за ним необходимо устанавливать еженедельно.

В категорию «В» включают товарно-материальные ценности, имеющие меньшую значимость в обеспечении бесперебойного производственного процесса и формировании конечных результатов. Для такой группы запасов достаточно будет ежемесячный контроль их состояния и движения.

В категорию «С» входят все остальные ТМЦ с низкой стоимостью, не отражающие в значительной мере на конечных результатах финансовой деятельности компаний.

Если «система ABC» концентрирована на обеспечение бесперебойного производственного процесса и формировании конечных результатов, то система «XYZ-анализ» предусматривает распределение запасов в соответствии со структурой их потребления.

Логистика используется для координации движения товаров по всей цепочке «поставщик-предприятие-покупатель» и гарантирует, что необходимые материалы будут предоставлены «точно в срок (JIT)», в нужном месте, требуемом количестве и соответствующем качестве. Эффективность логистических издержек характеризует снижение расходов на складирование, ускоряет оборачиваемость оборотных средств и рентабельность функционирования компании.

Использованная литература:

1. Roger Bennett. International marketing: strategy, planning, market entry & implementation/-Kogan Page Limited, London.- 1998.- 384 h.

2. Маркарьян Э.А. Экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / Э.А. Маркарьян, Г.П. Герасименко, С.Э. Маркарьян. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.:КНОРУС, 2010.- 536 с.

3. Тайгашинова К.Т. Управленческий учет логистических издержек.(управление товарно-материальными запасами). Часть 1: Учебное пособие.-Алматы: Экономика,2006.-208 с.

Аннотация

В статье рассматриваются современные вопросы учета и управления запасами в соответствии с основными принципами международного маркетинга, оценка их эффективности продвижения и логистических издержек.

Андатпа

Мақалада қорлардың есебі мен басқарудың заманауи мәселелері халықаралық маркетингтің негізгі принциптеріне сәйкес және олардың қозғалысының тиімділігі мен логистикалық шығындарын бағалау қарастырылған.

Summary

The article deals with the current issues of accounting and inventory management in accordance with the basic principles of international marketing, evaluation of their promotion efficiency and logistics costs.

**Еризану И.В.. магистр гр. МЕН-18-1мз
г. Запорожье, Украина, ИИ ЗНУ**

УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ И СПОСОБОВ УПРАВЛЕНИЯ КОНФЛИКТАМИ И СТРЕССАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Конфликт - это отсутствие согласия, совместных мыслей, столкновения интересов по определенному вопросу. В современном обществе, как и много веков назад, возникает конфликт интересов. Именно это и является проявлением одного из классических законов развития. Современный темп жизни часто идет бок о бок со стрессом и депрессией. Этот факт негативно влияет на наше эмоциональное состояние и, как следствие, конфликты на работе. Конфликт в себе несет разрушительную силу, мешает продуктивно выполнять работу, частые конфликты влекут за собой большую текучесть кадров, как результат - предприятие не может нормально функционировать. Именно эти факторы свидетельствуют об актуальности выбранной темы [1].

Причины зарождения конфликтов могут быть следующими:

1. Планирование включает постановку целей, задач, стратегий, тактик и тому подобное. Эти процессы должны базироваться на оценке и анализе внутренней и внешней среды, слабых и сильных сторонах организации, как следствие - зависеть от состояния предприятия на сегодняшний день, который не является идеальным в указанный момент времени. Из-за этого процесс планирования с начала уже включает определенные противоречия в работе предприятия. Возникновение конфликта - это лишь вопрос времени, так как при планировании не учитывается все факторы.

2. Функция менеджмента, которая наиболее включает закладки конфликта - организация. Потому что эта функция включает разделение предприятия на структурные подразделения и распределение полномочий. Если проанализировать причины конфликтов возникающих в самом начале - это этап планирования поскольку именно на нем происходит недовольство всех сторон с точки зрения распределения ресурсов, задач, в свою очередь зависит от типа организационной структуры предприятия. Делаем вывод, что обычная реализация управления руководящим звеном является конфликтной по природе.

3. Функция мотивации. Поскольку объектом мотивации являются потребности работников предприятия (материальные и нематериальные), которые по своей природе безграничны, а возможности любого предприятия ограничены в возможности удовлетворения этих потребностей. В результате всегда будут существовать недовольные, что и будет служить платформой для конфликта.

4. Обычно функция контроля также порождает конфликты, но не так очевидно. Во время контроля выполняется проверка полученного результата с ожидаемым. Для некоторых, сам факт контроля может восприниматься негативно, хотя это зависит от типа контроля и компетентности контролирующих органов. С другой стороны, руководство может быть не удовлетворено результатом. Все это может провоцировать зарождение конфликтов на предприятии.

5. Пятая функция менеджмента - регулирование зависит от предыдущих функций, ее организация зависит от результатов планирования, организации, мотивации, контроля.

Анализируя основные функции менеджмента можно сделать вывод, что они по своей природе конфликтные и прослеживается прямое участие руководства в создании конфликта даже если это не направленное действие. Органы руководства предприятия является источником конфликтов, которые возникают на предприятии. Об эффективности работы предприятия в таких условиях говорить не приходится [2].

Пожалуй, большинство людей считает, что конфликт - это составляющая жизни, они не могут управлять ими. Но когда это возможно пытаются избежать его если это возможно.

Понятно, что конфликт трудно урегулировать когда он уже на пике. Как менеджеры, так и подчиненные должны это понимать и не создавать конфликтных ситуаций. Умение управлять конфликтными ситуациями становится решающим для выживания коллектива в целом.

Менеджеры и подчиненные должны уметь обходить конфликтные зоны, все вопросы должны решаться мирно без конфликта. Конфликты можно обойти если руководство будет корректно ставить задачи, предоставлять подчиненным все, что необходимо для качественного выполнения работы, у рабочих должна быть возможность получить всю необходимую информацию. Также руководство должно мотивировать своих подчиненных. И помнить о том, что для каждого рабочего есть свой мотиватор.

Каждый менеджер должен понимать, что при практическом подходе мы сталкиваемся с тем, что каждая личность воспринимает вознаграждение по-разному поскольку все имеют различные потребности. Необходимо проанализировать потребности рабочих и каждому в соответствии с потребностями предложить вознаграждение. Чтобы достичь высокого уровня мотивации или хотя бы приблизиться к нему нужно установить соотношение между полученными результатами и вознаграждением.

Именно поэтому в обязанности руководителя и входит постановка четких результатов и всеми способами убеждения подчиненных в том, что они могут достичь этих результатов если мобилизуют свои силы на благо поставленной цели. Но надо понимать, что производительность труда высокая лишь в том случае, если работники имеют необходимые полномочия и уровень знаний и умений для выполнения поставленной задачи.

Существует пять вариантов разрешения конфликтов. Первый вариант - уклонение от конфликта. Второй вариант - улаживание. Принуждение - использование законной власти или давление с целью навязать свою точку зрения. Компромисс - это уступка до некоторой степени другой точке зрения, является эффективной мерой, но может не привести к оптимальному решению. Решение проблем - вариант, предусматривающий открытость сторон друг к другу, стороны свободно выражают свои мысли и совместными усилиями находят решение проблемы, при этом удовлетворяются интересы обеих сторон [3].

Итак, менеджеры должны уметь предвидеть конфликтные ситуации, уметь их решать, находить компромисс между конфликтующими сторонами. Поэтому каждый современный руководитель должен в совершенстве владеть психологией человека, уметь ставить задачи с мотивацией, которая будет подобрана индивидуально для каждого индивидуума.

Также следует помнить, заработная плата - важный мотиватор, но не единственный. Многих рабочих интересует возможность карьерного роста. Эти особенности нужно учитывать при предоставлении подчиненным служебных задач. Также не следует забывать о важности творческого, интеллектуального роста личности. Каждый рабочий должен посещать курсы повышения квалификации, иметь возможность развивать свои навыки, видеть перспективы в дальнейшей работе на своем предприятии. Если менеджер примет во внимание все эти факторы он получит максимальную отдачу от рабочих, высокую производительность труда, не будет проблем с текучестью кадров.

Список использованной литературы

1. [Электронный ресурс] режим доступа:
https://pidruchniki.com/73289/investuvannya/upravlinnya_konfliktami_kreativnomu_kolektivi
(дата звернення (07.12.18))
2. О.Й. Криса Національний університет “Львівська політехніка” Управління конфліктами як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств Електронний ресурс режим доступу: http://vlp.com.ua/files/52_0.pdf (дата звернення (08.12.18))
3. [Электронный ресурс] режим доступа:
<http://referatok.com.ua/sociologiya/upravlinnya-konfliktami-v-organizaciji> (дата звернення (08.12.18))

**Еркинова А. Е.,
магистрант специальности 6М050900-Финансы,
Казахский университет экономики, финансов и
международной торговли**

Экономическая сущность и классификация капитала предприятия

Капитал, одна из наиболее часто используемых в финансовом менеджменте экономических категорий, известная задолго до его зарождения, получила новое содержание в условиях перехода страны к рыночным отношениям. Являясь главной экономической базой создания и развития предприятия, капитал в процессе своего функционирования обеспечивает интересы государства, собственников и персонала.

С позиций финансового менеджмента капитал предприятия характеризует общую стоимость средств в денежной, материальной и нематериальной формах, инвестированных в формирование его активов.

Рассматривая экономическую сущность капитала предприятия, следует в первую очередь отметить такие его характеристики:

1. Капитал предприятия является основным фактором производства. В экономической теории выделяют три основных фактора производства, обеспечивающих хозяйственную деятельность производственных предприятий — капитал; землю и другие природные ресурсы; трудовые ресурсы. В системе этих факторов производства капиталу принадлежит приоритетная роль, так как он объединяет все факторы в единый производственный комплекс.

2. Капитал характеризует финансовые ресурсы предприятия, приносящие доход. В этом своем качестве капитал может выступать изолированно от производственного фактора — в форме ссудного капитала, обеспечивающего формирование доходов

предприятия не в производственной (операционной), а в финансовой (инвестиционной) сфере его деятельности.

3. Капитал является главным источником формирования благосостояния его собственников. Он обеспечивает необходимый уровень этого благосостояния как в текущем, так и в перспективном периоде. Потребляемая в текущем периоде часть капитала выходит из его состава, будучи направленной на удовлетворение текущих потребностей его владельцев (т.е. переставая выполнять функции капитала). Накапливаемая часть призвана обеспечить удовлетворение потребностей его собственников в перспективном периоде, т.е формирует уровень будущего их благосостояния.

4. Капитал предприятия является главным измерителем его рыночной стоимости. В этом качестве выступает прежде всего собственный капитал предприятия, определяющий объем его чистых активов. Вместе с тем, объем используемого предприятием собственного капитала характеризует одновременно и потенциал привлечения им заемных финансовых средств, обеспечивающих получение дополнительной прибыли. В совокупности с другими, менее значимыми факторами, это формирует базу оценки рыночной стоимости предприятия[1].

Динамика капитала предприятия является важнейшим барометром уровня эффективности его хозяйственной деятельности. Способность собственного капитала к самовозрастанию высокими темпами характеризует высокий уровень формирования и эффективное распределение прибыли предприятия, его способность поддерживать финансовое равновесие за счет внутренних источников. В то же время снижение объема собственного капитала является, как правило, следствием неэффективной, убыточной деятельности предприятия.

Высокая роль капитала в экономическом развитии предприятия и обеспечении удовлетворения интересов государства, собственников и персонала, определяет его как главный объект финансового управления предприятием, а обеспечение эффективного его использования относится к числу наиболее ответственных задач финансового менеджмента.

Капитал предприятия характеризуется не только своей многоаспектной сущностью, но и многообразием обличей, в которых он выступает. Под общим понятием "капитал предприятия" понимаются самые различные его виды характеризующиеся в настоящее время несколькими десятками терминов. Все это требует определенной систематизации используемых терминов.

Рассмотрим более подробно отдельные виды капитала предприятия в соответствии с приведенной их систематизацией по основным классификационным признакам.

1. По принадлежности предприятию выделяют собственный и заемный виды его капитала.

Собственный капитал характеризует общую стоимость средств предприятия, принадлежащих ему на правах собственности и используемых им для формирования определенной части его активов. Эта часть активов, сформированная за счет инвестированного в них собственного капитала, представляет собой чистые активы предприятия.

Заемный капитал характеризует привлекаемые для финансирования развития предприятия на возвратной основе денежные средства или другие имущественные ценности. Все формы заемного капитала, используемого предприятием, представляют собой его финансовые обязательства, подлежащие погашению в предусмотренные сроки.

2. По целям использования в составе предприятия могут быть выделены следующие виды капитала: производительный, ссудный и спекулятивный.

Производительный капитал характеризует средства предприятия, инвестированные в его операционные активы для осуществления производственно-сбытовой его деятельности.

Ссудный капитал представляет собой ту его часть, которая используется в процессе инвестирования в денежные инструменты (краткосрочные и долгосрочные депозитные вклады в коммерческих банках), а также в долговые фондовые инструменты (облигации, депозитные сертификаты, вексели и т.п.)

Спекулятивный капитал характеризует ту его часть, которая используется в процессе осуществления спекулятивных (основанных на разнице в ценах) финансовых операций (приобретение деривативов в спекулятивных целях и т.п.).

3. По формам инвестирования различают капитал в денежной, материальной и нематериальной формах, используемый для формирования уставного фонда предприятия. Инвестирование капитала в этих формах разрешено законодательством при создании новых предприятий, увеличении объема их уставных фондов.

4. По объекту инвестирования выделяют основной и оборотный виды капитала предприятия.

Основной капитал характеризует ту часть используемого предприятием капитала, который инвестирован во все виды его внеоборотных активов (а не только в основные средства, как это часто трактуется в литературе).

Оборотный капитал характеризует ту его часть, которая инвестирована во все виды его оборотных активов.

5. По форме нахождения в процессе кругооборота, т.е. в зависимости от стадий общего цикла этого кругооборота, различают капитал предприятия в денежной, производственной и товарной его формах. Характеристика этих форм капитала предприятия будет подробно изложена при рассмотрении цикла кругооборота капитала предприятия.

6. По формам собственности выявляют частный и государственный капитал, инвестированный в предприятие в процессе формирования его уставного фонда. Такое разделение капитала используется в процессе классификации предприятий по формам собственности.

7. По организационно-правовым формам деятельности выявляют следующие виды капитала: акционерный капитал (капитал предприятий, созданных в форме акционерных обществ); паевой капитал (капитал партнерских предприятий — обществ с ограниченной ответственностью, коммандитных обществ и т.п.) и индивидуальный капитал (капитал индивидуальных предприятий — семейных и т.п.).

8. По характеру использования в хозяйственном процессе в практике финансового менеджмента выделяют работающий и неработающий виды капитала.

Работающий капитал характеризует ту его часть, которая принимает непосредственное участие в формировании доходов и обеспечении операционной, инвестиционной и финансовой деятельности предприятия.

Неработающий (или "мертвый ") капитал характеризует ту его часть, которая инвестирована в активы, не принимающие непосредственного участия в осуществлении различных видов хозяйственной деятельности предприятия и формировании его доходов. Примером этого вида капитала являются средства предприятия, инвестированные в неиспользуемые помещения и оборудование; производственные запасы для продукции, снятой с производства; готовая продукция, на которую полностью отсутствует спрос покупателей в связи с утратой ею потребительских качеств и т.п.

9. По характеру использования собственниками выделяют потребляемый ("проедаемый") и накапливаемый (реинвестируемый) виды капитала.

Потребляемый капитал после его распределения на цели потребления теряет функции капитала. Он представляет собой дезинвестиции предприятия, осуществляемые в целях потребления (изъятие части капитала из внеоборотных и оборотных активов в целях выплаты дивидендов, процентов, удовлетворения социальных потребностей персонала и т.п.).

Накапливаемый капитал характеризует различные формы его прироста в процессе капитализации прибыли, дивидендных выплат и т.п.

10. По источникам привлечения различают национальный (отечественный) и иностранный капитал, инвестированный в предприятие. Такое разделение капитала предприятий используется в процессе соответствующей их классификации.

11. По соответствию правовым нормам функционирования различают легальный и "теневой" капитал, используемый в процессе хозяйственной деятельности предприятия. Широко используемый на современном этапе экономического развития страны "теневой" капитал является своеобразной реакцией предпринимателей на установленные государством жесткие "правила игры" в экономике, в первую очередь, на неоправданно высокий уровень налогообложения предпринимательской деятельности. Рост объема использования "теневого" капитала в хозяйственной деятельности предприятий служит для государства своеобразным индикатором низкой эффективности принимаемых решений в области налогового регулирования использования капитала в предпринимательской деятельности с позиций соблюдения паритета интересов как государства, так и собственников капитала[2].

Несмотря на довольно значительный перечень рассмотренных классификационных признаков, он тем не менее не отражает всего многообразия видов капитала предприятия, используемых в научной терминологии и практике финансового менеджмента. Ряд из этих терминов будут дополнительно рассмотрены в процессе изложения конкретных вопросов управления капиталом предприятия.

Функционирование капитала предприятия в процессе его производительного использования характеризуется процессом постоянного кругооборота.

В процессе кругооборота капитал предприятия проходит три стадии.

На первой стадии капитал в денежной форме инвестируется в операционные активы (оборотные и внеоборотные), преобразуясь тем самым в производительную форму.

На второй стадии производительный капитал в процессе производства продукции преобразуется в товарную форму (включая и форму произведенных услуг).

На третьей стадии товарный капитал по мере реализации произведенных товаров и услуг превращается в денежный капитал.

Средняя продолжительность оборота капитала предприятия характеризуется периодом его оборота в днях (месяцах, годах). Кроме того этот показатель может быть выражен числом оборотов на протяжении рассматриваемого периода[3].

Выше были рассмотрены особенности кругооборота капитала предприятия в разрезе отдельных стадий, характеризующих видоизменение его форм. Одновременно с изменением форм движение капитала характеризуется постоянным изменением его суммарной стоимости, которое носит название "стоимостной цикл". Движение стоимостного цикла капитала предприятия осуществляется по спирали.

Список литературы:

1. Ю.А.Журавлев, Прошкин А. В.. Опорный конспект лекций для студентов экономических специальностей по дисциплине «Финансовый менеджмент производственных комплексов» Красноярск, 2007.

2.Сковородкина Л.В.. Финансовый менеджмент. Учебно-методическое пособие. Ч.1. – Симферополь, 2011. - 106 с.. 2011

3.Осипов В.В., Воронина М.В.. Финансовый менеджмент. Учебно-практическое пособие. – М., МГУТУ, 2004. 2004

Резюме

Капитал предприятия является одним из важных объектов финансового характера, представляющего собой стоимость всего имущества в денежном

выражении. Капитал имеет определенную классификацию, которая учитывается при разработке политики управления им.

Түйіндеме

Кәсіпорынның капиталы ақшалай түрдегі барлық мүлктің құнын білдіретін қаржылық сипаттағы маңызды объектілердің бірі болып табылады. Капитал белгілі бір жіктемеге ие, ол оны басқару саясатын әзірлеу кезінде ескеріледі.

Summary

The capital of the enterprise is one of the important objects of financial character, representing the value of the entire property in monetary terms. Capital has a certain classification, which is taken into account when developing its management policy.

Есжанова Жанар Жомартовна.

к.э.н., доцент кафедры «Учет и аудит»

Университет международного бизнеса, г. Алматы

Дәулетханова Жанар Дәулетханқызы.

магистр, старший преподаватель кафедры «Финансы»

АО «Финансовая Академия», г. Астана

Калдыбекова Айгерим Жангазыевна.

магистр Экономики,

менеджер ассесмент центра ТОО «Хоум Старт»

МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫМ ИНВЕСТИРОВАНИЕМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Социальные инвестиции корпораций являются эффективным инструментом для реализации баланса интересов корпоративного сектора с интересами общества и государства в форме, позволяющей обеспечить положительный эффект от инвестирования как для компании-инвестора, так и для субъектов социальной среды. Развитие активной корпоративной социальной политики со стороны населения будет стимулировать спрос со стороны корпоративного сектора на эффективные модели управления социальным инвестированием. Правильно и вовремя принятые стратегические решения по поводу социальных инвестиций в сфере взаимоотношений бизнеса и социальной среды могут играть ключевую роль в успешной деятельности организации.

В настоящее время в отечественной и зарубежной практике имеется ряд разработок экономического механизма реализации социального инвестирования в условиях рыночных отношений. Оценка возврата по инвестициям (Return on Investment, ROI) в отношении социальной деятельности компаний позволяет бизнесу оценивать влияние социальных инвестиций на бизнес-показатели.

Для компаний необходимо, чтобы оценки эффективности социального инвестирования не были слишком расплывчатыми и давали количественные оценки/ориентиры эффективности. С этой целью в последние годы в Казахстане и за рубежом был создан ряд новых методик. Ведущие из них разработаны The New Economic Foundation (NEF, UK) и консалтинговой компанией SmithO'Brien (US). Для оценки их сравнительных преимуществ остановимся на характеристиках некоторых из них [1].

Так, NEF фокусируется на восприятии компании ключевыми стейкхолдерами. Методика SmithO'Brien тоже оценивает отношения компании со своими заинтересованными сторонами, причем эти отношения сопоставляются с основными показателями компании [1]. Этот подход позволяет дать количественную оценку

результатов политики компании по отношению к ключевым стейкхолдерам, а также оценить стратегический и финансовый эффект операционной практики компании.

Методика SmithO'Brien представляет собой интегрированную систему аудита корпоративной устойчивости Corporate Responsibility Audit (аудит корпоративной ответственности, CRA). CRA комплексно оценивает деятельность компаний по пяти основным экономическим и социальным показателям:

- системы менеджмента качества;
- энергосбережение и охрана окружающей среды;
- отношения с персоналом;
- трудовые отношения и права человека;
- отношения с местным сообществом [2].

CRA оценивает основные показатели компании по отношению к системе ценностей компании, этике бизнес-поведения, внутренней операционной практике, системе менеджмента и ожиданиям ключевых стейкхолдеров (собственников, сотрудников, клиентов, поставщиков и местных сообществ).

Кроме того, система дает компаниям возможность улучшать имидж, повышать прибыльность, эффективность и производительность труда, проводит количественный анализ стратегического и финансового эффекта от активной и ответственной практики бизнеса с учетом интересов всех стейкхолдеров. Эта методика интегрирована во все основные международные системы рейтингов социальной ответственности бизнеса.

CRA оценивает «скрытую стоимость» социального поведения компаний, включающего в себя чрезмерные затраты на утилизацию отходов, затраты на набор, удержание и увольнение персонала, завоевание новых клиентов, поддержание качества продукции и производительности труда.

Дополнением к системе аудита корпоративной ответственности является Econometric Impact Index (Индекс эконометрического эффекта), разработанный все той же SmithO'Brien. Эта методика позволяет оценивать суммарный эффект, который компания оказывает на местные сообщества, где она оперирует. Отметим, что система применима как для самих компаний, так и для органов местной власти, озабоченных оценкой влияния компаний на местные сообщества, в том числе в вопросах сокращения или расширения производства, регулирования налогов и цен, зонирования, влияния компаний на принятие ключевых для территорий решений.

Рассмотрим предложенную российским ученым Перегудовым С.П. равновесную модель, в которой представлены основные элементы обеспечения, выполнения и оценки результативности проекта по осуществлению социального инвестирования в целом и составляющих его элементов.

Исходные предпосылки для реализации подобной модели следующие:

1. Все процедуры по реализации проекта – как комплекса взаимосвязанных целевых подпроектов – организуются с помощью механизмов внутренних цен ресурсов и цен производимых социальных продуктов.

2. При формировании цены готового объекта социального инвестирования (например, детского дошкольного учреждения для детей сотрудников предприятия, финансируемого из средств предприятия) необходимо учитывать не только затраты на строительство и оборудование, но и долгосрочные расходы на его эксплуатацию. Проблема финансирования такого рода затрат должна быть решена еще в процессе разработки экономического механизма выполнения инвестиционного проекта.

3. При составлении уравнений предлагаемой модели осуществляемый инвестиционный проект рассматривается как единый комплекс, все элементы которого (целевые подпроекты) функционируют в конкурентных условиях [3].

В рамках указанного подхода создаются условия для оптимального поведения целевых подпроектов как средства достижения максимальной прибыли в расчетах по внутренним ценам ресурсов (затраты) и по ценам продуктов (доходы). Это означает, что

управление выполнением инвестиционного проекта в социальной среде организовано так, чтобы с помощью расчетной прибыли стимулировать наибольшую отдачу отдельных исполнителей при ограниченных запасах всех имеющихся ресурсов.

Оценить эффективность социального инвестирования компаний, представляется возможным при помощи предлагаемой системы соответствующих индикаторов. Методически эта проблема решается на основе построения индексов социальных инвестиций.

Количественный аспект данной проблемы предполагает осуществление непосредственной оценки финансовых затрат компаний на социальные программы и инициативы. Соответственно, характеристикой нашего подхода выступают количественные индексы социальных инвестиций. Данные индикаторы учитывают диагностику абсолютной и относительной величин денежных сумм, выделяемых компаниями на социальные программы.

Оценка качественной характеристики полноты и комплексности социальных инвестиций, может быть выполнена с помощью качественных индексов социальных инвестиций. Они отражают степень диверсификации социальных инвестиций, уровень организационной поддержки и информационного обеспечения социальной деятельности компаний. В качестве показателей измерения участия предприятия в социальных инвестициях в работе предлагается использовать следующие количественные индексы (таблица 1).

Таблица 1 - Показатели измерения участия предприятия в социальных инвестициях

Наименование показателя	Формула расчета
Индекс удельных социальных инвестиций (СИУД), представляющий собой величину социальных инвестиций на одного работника предприятия	$СИ_{уд} = СИ_{всего} / Ч$ <p>где СИ_{ВСЕГО} – объем социальных инвестиций, Ч – численность персонала</p>
Доля социальных инвестиций (СИБР) в суммарном объеме продаж предприятия	$СИ_{вр} = (СИ_{всего} / ВР) * 100\% (6)$ <p>где СИ_{ВСЕГО} – объем социальных инвестиций, ВР – валовой объем продаж компании</p>
<i>Примечание: составлено на основании источника [4]</i>	

оценка эффективности социального инвестирования должна производиться с позиции двух участников инвестиционного процесса: субъекта инвестирования (компания-инвестора) и объекта инвестирования (субъекта социальной среды).

С точки зрения объекта инвестирования, эффект от вложения социальных инвестиций можно оценить по степени удовлетворения потребности социальной среды в финансовых ресурсах:

Определение степени удовлетворения потребности в социальных инвестициях (П) по объектам социальной среды в абсолютном выражении производится на основе сопоставления нормативного значения показателя потребности (ПН) в финансовых ресурсах и фактического значения имеющихся финансовых ресурсов (ПФ):

$$П = ПН - ПФ, \quad (1)$$

где, ПН – нормативное (либо плановое) значение, рекомендуемое соответствующими стандартами, утвержденное органами исполнительной власти исходя из приоритетов развития, либо установленное внутренними нормативными документами компании.

ПФ – фактическое значение.

Приведенный показатель следует дополнить коэффициентом обеспеченности (КОБ) финансовыми ресурсами объекта социального инвестирования. Расчет данного показателя предлагается производить по формуле 2:

$$КОБ = 1 - (ПН - ПФ) / ПН, \quad (2)$$

Диапазон значений, которые может принимать данный показатель, следует разделить на следующие группы:

1 группа: КОБ = $[0;1)$ – степень обеспеченности объекта социального инвестирования финансовыми ресурсами ниже нормативного значения.

2 группа: КОБ = 1 – степень обеспеченности объекта социального инвестирования финансовыми ресурсами соответствует нормативному значению.

3 группа: КОБ = $(1;\infty)$ – степень обеспеченности объекта социального инвестирования финансовыми ресурсами превышает нормативное значение [5].

Таким образом, эффективность социальных инвестиций следует признать эффективными при значении КОБ ≥ 1 .

Определение степени удовлетворения потребности в социальных инвестициях (П) может осуществляться не только по конкретным объектам, но также по группам объектов (типам объектов), сформированным в зависимости от функциональной направленности (например, для внешней среды можно выделить группы объектов здравоохранения, образования, культуры и т.п.; для внутренней среды компании могут быть выделены подразделения компании).

Оценка эффективности социального инвестирования с точки зрения субъекта инвестирования (компания-инвестора) может осуществляться на основе определения степени достижения целевых ориентиров инвестиционного проекта в социальной среде.

Таким образом, рассмотренная система количественных и качественных показателей необходима для оценки любых социальных инвестиционных проектов: экологических, образовательных, культурно-ценностных, инфраструктурных, в области здравоохранения и др. Все они представляют собой виды социального инвестирования в социальную среду. Данная система не только позволяет отразить общие контуры сферы корпоративных социальных инвестиций, но и является концептуальной моделью организационно-управленческого механизма социального инвестирования.

Правильно и вовремя принятые стратегические решения в сфере взаимоотношения корпораций с социальной средой по поводу социальных инвестиций играют ключевую роль в успешной деятельности бизнес-организации. Выбор эффективных стратегий, соответствующих целевым ориентирам предприятия, её положению на рынке и во внешней среде позволяют определить направление, ведущее к поставленной цели. Именно стратегические решения оказывают влияние на конкурентоспособность компаний, а использование в стратегических планах предприятий принципов социального инвестирования повышает их адаптивность и эффективность предпринимательской системы в целом.

Список источников:

1. Симпсон С., Туркин С.В. Социальное измерение в бизнесе: как сделать корпоративное гражданство выгодным для бизнеса и общества / При участии: С. Коллиер, Дж. Нелсон, Е. Корф, А. Толмасовой, М. Грачева. – М.: НП «Социальные инвестиции», Межд. форум лидеров бизнеса под эгидой Принца Уэльского, 2001.
2. Соболева И.П. Социальная ответственность бизнеса: глобальный контекст и российские реалии // Вопросы экономики. – 2015. – №10. – С.97.
3. Перегудов С.П. Корпоративное гражданство на Западе и в России: концепции и практика // Общество и экономика. – 2006. – №11-12. – С. 78-91.
4. Павлов Р.Н. Институты социальной ответственности бизнеса: автореф. дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / Р.Н. Павлов; Центр. эконом.-мат. ин-т РАН (ЦЭМИ). – М., – 2003. – 38 с.
5. Винников В.С. Управление социальным инвестированием в корпорациях: теоретико-методологический аспект автореф. дис. ... канд. экон. наук: 8.00.05 / В.С. Винников, Москва – 2007. – 24 с.

Аннотация

Мақалада кәсіпорындағы әлеуметтік инвестициялау жүйесінің басқару механизмі келтірілген. Корпоративтік әлеуметтік инвестициялардың критерийлері мен көрсеткіштерін қалыптастырудың бағалау тиімділігінің әдістемесі қарастылған.

Аннотация

В статье рассматривается механизм управления социальным инвестированием в систему стратегического управления на предприятии. Рассмотрены методы оценки эффективности корпоративных социальных инвестиций, критерии и показатели формирования оптимальной структуры корпоративных инвестиций в объекты социальной среды предприятия.

Annotation

The article discusses the mechanism of social investment management in the strategic management system in enterprise. The methods of evaluating the effectiveness of corporate social investments, the criteria and indicators for the formation of the optimal structure of corporate investments in the social environment of a corporation are considered.

**Есімханов А.С.,
магистрант специальности 6М050600-Экономика,
Казахский университет экономики, финансов и
международной торговли**

Понятие и сущность основных производственных фондов предприятия

Всякий производственный процесс — это процесс преобразования предметов труда в готовые продукты заданного свойства, и осуществляется активной работой с помощью орудий труда. У любого предприятия есть в собственном распоряжении производственные фонды, которые составляют совокупность основных производственных фондов и оборотных фондов. Производственные фонды используются во многих производственных циклах, с течением времени изнашиваясь и перенося свою себестоимость на продукцию по частям, они никак не утрачивают собственную естественную форму. По функции и степени участия в процессе производства и способу учёта издержек в изготавливаемом продукте производственные фонды классифицируются на основные производственные и оборотные фонды[1].

Основные производственные средства (далее ОПС) это средства труда, которые учувствуют в процессе производства продукции (услуг) (здания, оборудование, вычислительная техника, транспортные средства и т. д.). и по мере многократного и постепенного их изнашивания переносят свою себестоимость на производимые с их помощью готовую продукцию[2].

ОПС возмещают культурные и бытовые и потребности рабочих. ОПС характеризуют форму собственности, промышленный запас страны, фирмы; от их высококачественного состояния и состава находится в зависимости скорость создания продукции или услуг.

К ОПС относятся числящиеся на балансе предприятия здания, сооружения, оборудование, передаточные устройства, транспортные средства, инструменты и инвентарь, рабочий и продуктивный скот, многолетние насаждения и те средства труда, которые имеют стоимость и представляют собой продукты совместного труда.

Однако не любое имущество, обладающее стоимостью и представляющее соответственно в своей натуральной форме оружие производства, вступает в число основных средств. Пример, станки или транспорт, находящийся на складе как готовый результат производства, и ожидающие свою продажу, входят в фонды обращения, и никак не относятся к ОПС.

ОПС смешаны по составу. Учёт и планирование их воспроизводства, подготовки действия по наиболее оптимальному применению, классифицированы и разбиты в определённое число групп, в соответствии с «Классификатор основных фондов» в следующем порядке:

1. Здания – отраслевые здания, основные и производственные цеха, подсобные складские помещения, гаражи, лабораторий, административные здания;

2. Постройки - мосты, автомобильные и железные пути для автотранспорта внутри комбината, водосточные желоба, очистные сооружения, нефтяные скважины и др.

3. Трансмиссионные приспособления - теплотрассы, трубопроводы, газопроводы, линии электросетей, т. е. устройства, благодаря которым передаётся тепло и электроэнергия, газ от машин-двигателей к функционирующим машинам.

4. Спец оборудование и машины.

В целях изучения применения средств эту группу подразделяют в несколько подгрупп:

а) силовые спецоборудования и машины, установки для освоения или трансформации энергии (генераторы, электро- пара и газовые котлы, воздушные насосы), преобразователи и двигатели внутреннего сгорания;

б) спецоборудования и спецмашины - краны, подъёмники, прессы, станционное оборудование, прокатные станки;

В данной группе отделяют тепловые установки, автоматические линии, станки с числовым программным управлением. Помимо этого, спецоборудование данной категории подразделяется на производственное, подъёмно-транспортное и вспомогательное;

в) приборы для дистанционного управления тестирований, исследований, испытаний, замера давления, температуры и характеристик изготавливаемого продукта/услуги, мерные и корректирующие приборы, аппараты и лабораторные приборы;

г) компьютеры, вычислительная техника, программное обеспечение и оборудование для сбора и обработки информации, регистрации, вычисления, разработки, управления производством;

д) прочее оборудование и машины не включённые в перечисленные подгруппы, сюда относятся пожарный транспорт, механические пожарные лестницы, спецоборудование телефонных станций.

5. Транспортные ресурсы - транспортные средства, которые служат для доставки сырья и материалов непосредственно к месту производства. К ним относятся внутрицеховые (электрокары, автопогрузчики), внутризаводские (автомобили), внезаводские (локомотивы, вагоны, водный транспорт) транспортные средства.

6. Инструменты и инвентарь - производственные инструменты, хозяйственный инвентарь, принадлежности и приспособления срок эксплуатации которых превышает 12 месяцев: вентиляторы, различная тара, стеллажи, рабочие столы, стенды, печатные и копировальные устройства. В этом списке не числятся спец приспособления и спец.инструменты какой угодно стоимости, рассчитанные в интересах выпуска единичных видов продукции и услуг.

7. Функционирующий скот.

8. Высокопродуктивное животное.

9. Многолетние насаждения.

10. Иные разновидности основных средств.

Значимость каждой группы ОПС для функционирования предприятия промышленности неравно. Более значимую важность играть роль спецоборудования и рабочие автомашины, замерные приборы и оборудования, в частности равно как через них происходит ход создания услуги и продукта[3].

По участию в производственном процессе ОПС делятся на активные и пассивные. Деление необходимо для недопущения ненужного роста пассивной части по сравнению с её оптимальными размерами.

Активные ОПС оказывают большое влияние на объект труда и характеризуют производственную возможность предприятия по выпуску продукта или оказанию услуг, являются показателем промышленной оснащённости перерабатывающих процессов, технической оснащённостью труда, качества выпускаемой продукции, уровня цен на продукты и услуги, продуктивность и обеспеченность защитой труда.

Пассивные ОПС не чувствуют непосредственно, однако организуют благоприятный климат для стандартной работы активной части - сооружения, здания, автотранспортные средства и т. д.[4].

В рамках второй классификации в производстве функционируют оборотные средства (ОС) они показывают собой стоимостную оценку фондов обращения и используемых производственных фондов. ОС одновременно работают как в сфере обращения, так и в сфере производства, обеспечивая равномерность порядка производства продукции и сбыта продукции. ОС не участвуют в создании потребительных стоимостей. К ним принадлежат предметы долговременной непроизводственной эксплуатации, удерживающие свою естественную форму и со временем теряющие цену (производственные запасы, сырьё, основные и вспомогательные материалы, топливо, тара и так далее.). ОС непрерывно свершают цикл, в ходе которого проходят 3 стадии: снабжение, создание и сбывание[5].

ОС используются в одном производственном обороте, физически входят в продукцию и в полном объёме переносят на него на него свою цену. Состав ОС – это определённый вес цены различных элементов оборотных средств в их совокупной цене.

Таким образом, основные фонды представляют специфическую экономическую категорию, связанную с формированием материальных фондов общества и их использованием в различных отраслях народного хозяйства для производства валового внутреннего продукта и удовлетворения культурно-бытовых потребностей населения.

Список литературы:

1. Аксенов А.П. Экономика предприятия: Учебник / А.П. Аксенов, И.Э. Берзинь, Н.Ю. Иванова; Под ред. С.Г. Фалько. - М.: КноРус, 2013. - 350 с.
2. Жиделева В.В. Экономика предприятия: Учебное пособие / В.В. Жиделева, Ю.Н. Каптейн. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2012. - 133 с.
3. Степанова С.А. Экономика предприятия туризма: Учебник / С.А. Степанова, А.В. Крыга. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 346 с.
4. Баскакова О.В. Экономика предприятия (организации): Учебник / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. - М.: Дашков и К, 2013. - 372 с.
5. Складенко В.К. Экономика предприятия: Учебное пособие / В.К. Складенко, В.М. Прудников. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 192 с.

Резюме

Успешное функционирование производственного предпринимательства во многом определяется эффективностью использования всех факторов производства и в первую очередь основных фондов.

Түйіндеме

Өндірістік кәсіпкерліктің табысты жұмыс істеуі көбінесе өндірістің барлық факторларын және бірінші кезекте негізгі қорларды пайдаланудың тиімділігімен айқындалады.

Summary

The successful functioning of industrial entrepreneurship is largely determined by the efficiency of using all factors of production, and first of all fixed assets.

МЕМЛЕКЕТТІК БАСҚАРУ САЛАСЫНДАҒЫ ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ РӨЛІ

Адамзат өркениетінің қазіргі заманғы дамуы ғылыми – техникалық революцияның кезеңдерінің бірі – адамның тыныс тіршілігінің барлық салаларына оның өмірін өзгерітіп, ақпараттық қоғам, жоғары әлеуметтік – экономикалық, саяси және мәдени дамыған қоғамға көшуінің тұғырын және материалдық базасын құрайтын ақпараттық – коммуникациялық технологияларды енгізумен сипатталады. Сондықтан да, паблик рилейшнз мемлекеттік басқару жүйесінде маңыздылығы өте зор [1].

Public Relation – бұл қызмет қолданған амалға сендіру, бағыттау, құру, түзету және өзгерту, ортақ пікірмен берілген бағыттың мақсаты бәсеке қабілеттілікті бір оймен қатайту . Ал мемлекеттік билік жүйесіндегі Паблик рилейшнз – тікелей билік пен қоғам арасындағы қатынаста өзара түсіністік танытып, екі жақты сенімді қалыптастыратындықтан қазіргі саяси жүйедегі бірден-бір тиімді технология болып табылады.

Президенттік басқару өз жемісін беріп, елімізде көптеген сәтті реформалардың жүргізілуіне себепші бола білді. Ал, ендігі жерде президенттік-парламенттік басқару нысанындағы Қазақстан өзіндік дамудың тағы бір жаңа жүйесін қалыптастырмақ. Бұл біздің еліміздегі саяси коммуникацияның рөлін одан әрі жоғарылатады деп сенеміз. Себебі, кез келген демократиялық мемлекеттің басты ұстанған бағыты – ашықтық, пікір алуандылығы, сенімді таңдау жасау сияқты т.б. шаралардан тұрады. Қазақстан Республикасы да халық пен билік байланысын алдыңғы орынға шығаруы тиіс. Аталған екіжақты байланыс нәтижесінде сенімді саяси коммуникация құралдары жүзеге асырылады. Қоғам мен билік арасындағы өзара қатынаста мынадай қиындықтар кездесетіндігін көрсетеді: біріншіден, Қазақстан азаматтары саяси өмірге қатысу арқылы билік органдарына жеткілікті түрде ықпал ететіндігіне сенімсіздікпен қарайды; екіншіден, сайлауға түскен саяси партиялардың халықтың әл-ауқатын жақсартады деген бағдарламаларына күмәнданушылық; үшіншіден, сайлау науқаны туралы ақпарат тарататын БАҚ өкілдерінің қызметтерінің объективтілігіне деген сенімсіздік; төртіншіден, сайлауға қатысушы үміткерлердің халықтың талаптарына жеткіліксіз көңіл бөлуі (алдыңғы сайлауларда сайланған депутаттардың қызметін бағалау арқылы); бесіншіден, сайлаудың қарсаңы жақсы өткенімен, соңы неге апарады? деген үрейдің басымдығы (сайлау соңынан жол жүру құнының, тұрғын үйдің коммуналдық қызмет ақысының, нанның, азық-түліктің т.б. қымбаттауы); алтыншыдан, сыбайлас жемқорлықтың қоғамда кең тарауы, азаматтардың билікке деген сенімін төмендетеді; жетіншіден, саяси билік субъектілерімен қоғамның өзара қарым-қатынасын ұйымдастыратын байланыс құралдарының жеткіліксіздігі (әсіресе, облыс, аудан орталығынан шалғай жатқан ауылды мекендерде).

Басқару медиаторы ретіндегі қоғаммен байланыс рөлін PR-дағы басқару объектілері арқылы анықтауға болады. PR-ны «коммуникативті менеджмент» ретінде анықтау тұрғысынан алғанда басқару объектісінің негізгі коммуникация болады. Бірақ PR – қызметі коммуникациямен ғана шектелмейді. Американдық теоретик Дж.Марстон PR қызметінің 4 негізін көрсетеді: зерттеу (research), әрекет (action), байланыс (communication), баға (caution). Бұл жүйе RACE деп аталады. Қоғаммен байланыс процесінің 4 кезеңін басқа да ғалымдар атап көрсетеді: мәселені анықтау, бағдарламаны жобалау және құрау, әрекет және коммуникация; бағдарламаның бағасы.

Қазіргі зерттеушілер қоғаммен байланыс функцияларының модельдерінің түрлі жіктелуін ұсынады. Түрлі елдердің белгілі зерттеушілерінің жіктеулерін қарастырайық. Қоғамдық байланыстар жөнінде алғашқы ресейлік кітаптар жазған авторлардың бірі

Л.Б.Невзлин қоғаммен байланыс функциясының мынадай түрлерін ұсынады: қоғамның түрлі контингентінде ұйымның позитивтік имиджін құру; жағымды ішкікорпоративтік ортамен қамтамасыз ету; шиеленістерді тоқтату; қоғамдық пікірді білу; ұйымның қоғамға әсерін талдау. Ағылшын зерттеушісі С.Блэк қоғаммен байланыстың функционалды ерекшеліктерін былай сипаттайды: қоғамдық пікірдің қалыптасуы, екі жақты жүздесу, шиеленісті тоқтату, өзара құрметтеу мен әлеуметтік жауапкершілікке көңіл бөлу, қоғамдық және жеке мүдделердің ұштасуы; жақсы қарым-қатынастың қалыптасып, өндірістік қатынастардың дамуы және т.б [2].

Көптеген зерттеушілер қоғамдық байланыс функцияларының мынадай түрлерін атап көрсетеді: жақсы ықыластың дамуы; қоғамды ақпаратпен қамтамасыз ету; имиджді құру және тұрақтандыру; өнімнің шығуы немесе қызмет көрсетудің жүзеге асуы; ішкі коммуникацияға әсер ету; оқиғаларды жоспарлау және жүзеге асыру; іскерлік мақсаттарды нығайту; саясатты түсіндіру; түсінікті көбейту; мәселелерге назар аудару; талқылауға көңіл бөлу; қабылдауды, пікірді және тәртіпті өзгертуге көмектесу; әсерлі позицияларды қалыптастыру, штаттық құрамды мотивациялау; маркетингтік және коммерциялық күштерді нығайту; репутацияны құрып, тұрақтандыру; сенімді қалыптастыру.

PR-ның аталған функцияларында әр түрлілігіне қарамастан көптеген ортақ белгілері бар. Олардың негізгілері: коммуникативтік-ақпараттық, зерттеу-аналитикалық, ұйымдық-координациялық, интегративтік.

Біз коммуникация түсінігін, механизмін және ерекшеліктерін қарастырдық. Енді PR-ның өзге функцияларына көшейік. Көптеген зерттеушілер коммуникативтік процесте 3 басты компонентті қарастырады: ақпараттық, перцептивтік және интерактивтік. Біздіңше, PR-ның ақпараттық функциясы базалық болып табылады. Себебі коммуникация тек ақпараттық жағынан айқын байқалады. Сондықтан перцептивтік және интерактивтік негіздерді функция бөліктеріне жатқызуға болады.

Ақпараттық функция. Егер коммуникация процесс ретінде қарастырылса, онда осы процесс барысындағы берілетін ақпарат коммуникацияның маңызды элементі болып табылады. Адамзаттық және материалдық ресурстармен қатар ақпарат басқарудың негізгі ресурсы болып табылады. Кейде «басқару» ұғымы басқаратын жүйенің басқарылатын жүйеге ақпараттық әсер ретінде қарастырылады. PR-да позициялау спецификасына қарай берілген функция екі ақпараттық ағымды басқару түрінде болады. PR – құрылымының ақпараттық әрекетінің мақсаты – басқару қызметінің мақсатқа жету үшін ақпаратты алуы. Қоғамдық байланыстың коммуникативті – ақпараттық функцияларының маңызды міндеттері мыналар: ақпаратты шығару; кері байланысты және ақпараттың әсердің тұрақты мониторингін шығару; ақпарат жүретін каналдарды зерттеу; жаңа ақпарат енгізудің әлеуметтік нәтижелерін талдау және т.б.

Перцептивтік ішкі функция. Көпшілік коммуникациясында негізгі рөлді коммуникация процестері атқарады, яғни жүздесудің перцептивтік жағы. Қабылдау процесіне «араласатын» факторлар: СМИ, «екінші шындық сферасы» - образдар мен мифологогемалар әлемі, стереотиптер және т.б. PR коммуникация адекваттығына, коммуникативті кедергілерді жою үшін болатын кері байланыстың сапасына баса назар аударады. PR-да коммуникативті стратегия коммуникативті кедергілерді ескеру арқылы құрылады. Қоғамдық байланыстардың перцептивтік функциясы қабылдау механизмі мен коммуникативті процестерге олардың компоненттерін талдау, ақпараттық бұзылу мәселелерін зерттеу, ақпарат беру желілерінің қатынасына негізделген.

Интерактивтік ішкі функция. Қазіргі кезде интерактивтілік ұғымы коммуникатор мен аудиторияның кешіккен кері байланысының болуын білдіреді. Коммуникативтік әсер тек коммуникатор мен рециплетте кодтау мен декодтау жүйесі бір немесе ұқсас болғанда ғана жүзеге асады. Кодтау – бұл реципенттің коммуникаторға ұсынатын идеясы. Кодтар – бұл идеяны ақпаратты алушыға түсінікті ететін символдар немесе белгілер. Кодқа сөйлеудің ауызша немесе жазбаша формасын, визуалдық образдарды, олардың

қозғалысын, иісін, дыбысын, түсін т.б. қолануға болады. Сондықтан PR интерактивті подфункция міндеттерінің бірі коммуникацияларға мағыналық ақпарат жеткізу үшін символдық және семиотикалық жүйелерді құру.

Интегративтік функция. Ортақ корпоративтік философия, корпоративтік стиль, фирмалық стандарттар – қызмет көрсету, тауар өндіру және т.б. құру. Ұйымды кең әлеуметтік контексте енгізу; ұйымды және оның дәстүрлерін, тарихын, фирмалық мәдениетін презентациялау; ұйым персоналына клиенттер мен партенрлерді және т.б. таныстыру.

Барлық функциялар бір-бірімен тығыз байланысты және тек теория жағынан ерекшелінеді. Қоғаммен байланыс аумағы өте кең, дегенмен олардың негізгі функциялары – ұйым мен қоғам арасындағы күрделі әлеуметтік қатынастарды басқару болып табылады. Осылай қоғамдық байланыстың негізгі қасиеттерін түсіну үшін теоретикалық негіз бен «қоғаммен байланыс» ұғымына түрлі концептуалдық көзқарастар, «пәндік өріс» ұғымының негізгі категориялары, оған тән қасиеттер мен функциялар талданды.

Бірнеше теоретикалық-методологиялық көзқарастарды салыстырмалы талдау, қоғаммен байланыс көп функциялы күрделі әрекет болып табылатынын көрсетеді «Басқару» ұғымын зерттеу PR - қызметінің басқаруында өзіндік ерекшеліктері барын көрсетеді.

Коммуникацияны «қоғаммен байланыс» ұғымына енгізілген маңызды категория ретінде зерттей отырып, PR - қызметіне тән коммуникативті принциптерді ескеру керек. Бұл қызметтің негізінде коммуникацияның ерекше түрі – саналы түрдегі және басқарылатын коммуникация. PR қызметінің концепциясы күрделі қатынастардың түрлеріне құрылады [3].

Қоғаммен байланыста басқару объектісі тек коммуникация ғана емес, барлық PR қызметінің комплексі болып табылады. Концепциялар, категориялар мен қоғамдық байланыс функцияларының салыстырмалы талдауы қоғамдық байланысқа екі көзқарас – басқару және технологиялық көзқарасты қалыптастырады. Біріншісі PR –ны басқарудың ерекше қызметі медиаторы ретінде, екіншісі технологиялық сфера ретінде қарастырады.

Қоғамдық байланысқа осындай көзқарас позициясынан мынадай анықтама шығаруға болады. Қоғаммен байланыс – бұл ұйым мен қоғам арасындағы күрделі әлеуметтік қатынастарды басқару, мұнда оның қызметі қоғамдық мүдделермен сәйкес келіп, өзара түсіністік пен қолдау табуы керек.

Бүгінде менеджменттің анықтамасына байланысты әртүрлі көзқарастар бар. Көптеген шетелдік мамандар бұл ұғымды кеңейтіп, кәсіпкерлік қызметке бағыттауды жөн көрсе, өзге мамандар бұл пікірді сынай отырып, менеджменттің дәстүрлі қолдану саласын баса айтады. Менеджменттің өзі бір жағынан принциптер, амалдар, әдістер және өндірістің басқару түрінің нәтижелігін жоғарлату мен пайданың өсу мақсатының жиынтығы, екінші жағынан – тұтынушының өндірушімен өзара байланысуы кезінде, ұжымның өндірістік қызметі процесінде адамгершілік қатынасты басқару. Бұдан, бұқаралық ақпарат құралдарының менеджментіне принциптер, амалдар, әдістер және дайындық түрін, газет номерлерінің шығуын, көпшілік дәрісхана қажеттілігін қамтамасыз ету мақсатындағы телерадио бағдарламаларын, пайда табу, БАҚ ұжымының өндірістік қызмет процесінде адамгершілік қатынасты басқару ғылымын, сонымен қатар журналистиканың және ақпарат тұтынушыларының инфрақұрылыммен өзара байланысын жатқызуға болады.

Жалпы қорытындылай келе, қоғаммен байланыс мемлекет пен қоғамның өзара қатынасымен байланысты барлық мәселелерді шешпейді, тек белгілі бір тобын тұрақты позитивті әсерлерді құру, имиджі қалыптастыру, қоғамдық өзгерістерге бейімделу, қоғамдық пікірді ескеру, бәсекеқабілеттілікті арттыру механизміндегі негізгі тетіктер ретінде өнімнің тұтынушылық қасиеттерін анықтайтын сапалық көрсеткіштерін, кәсіпорынның баға саясатын, өнімнің тартымдылығын жоғарылатуға ықпал ететін кәсіпорынның маркетингтік жүйесін және өндірістің өркендеуін ынталандыратын

мемлекеттік қолдау саясатының қажеттіліктеріне назар аудару және т.б. шешуге көмектеседі.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. «Қазақстан Республикасында «Ақпараттық Қазақстан-2020» мемлекеттік бағдарламасы, Ақорда 2013 ж
2. Блэк Сэм. Введение в публик рилейшнз. Ростов-на-Дону, 2008. -229 с
3. Бекболатұлы Ж. Жұртшылықпен байланыс: Оқу құралы. - А., 2009

Андатпа

Мақалада мемлекеттік басқару саласындағы қоғамдық байланыстың, яғни PR маңыздылығы мен ролі жан-жақты қарастырылған. Паблик Рилейшнз объективті және дереу ұсынылған ақпарат негізінде қоғам мен мемлекеттің арасындағы байланысты жақсы орнатудың бірден-бір құралы екенін көрсетті.

Билік пен қоғамның арасындағы байланысты орнатудағы PR негізгі функциялары мен қоғаммен байланыс функцияларының модельдеріне және түрлеріне талдау жасалған.

Аннотация

В статье рассматривается значимость и роль Паблик Рилейшнз в сфере государственного управления. Сущность Паблик Рилейшнз заключается в налаживании гармоничных отношений между государством и обществом на основе объективной и оперативно предоставляемой информации. Также анализируются общие характеристики модели, функции, основные направления и инструменты деятельности Паблик Рилейшнз.

Summary

The article discusses the significance and role of Public Relations in the sphere of public administration. The essence of Public Relations consists in establishing hormonal relations between the state and society on the basis of objective and promptly submitted information. The general characteristics of the model, functions, main directions and tools of Public Relations activities are also analyzed.

**Ескерова Замира Аубакировна
Ахметова Асель Сейтказыевна,
Академик Е.А. Бөкетов атындағы
Қарағанды мемлекеттік университеті**

ҚАРАҒАНДЫ ОБЛЫСЫН ДАМУДАҒЫ ӘЛЕУМЕТТІК ТИІМДІЛІГІН ЖЕТІЛДІРУ ЖОЛДАРЫ

Мемлекет басшысы қойған жаңа міндеттерді ескере отырып, өңірлік дамытудың барлық жүйесін заманауи қағидаттарға сай жаңғырту қажет. Стратегиялық басқару жүйесін республикаішілік өңіраралық және макроөңірлік деңгейлерде ұйымдастыру мемлекеттің стратегиялық жоспарлау институттарының, өңірлердің, қоғамдық бірлестіктердің, бизнестің және сарапшылар қоғамдастығының ролін арттырумен қоса жүргізілуі тиіс. Осының негізінде өңірлерді дамытудың 2020 жылға дейінгі бағдарламасына сәйкес біз аумақтық ұйымдастырылуын қалыптастыру, экономикалық өсу орталықтарында халықтың және капиталдың шоғырлануын ынталандыру арқылы өңірлердің әлеуметтік-экономикалық әлеуетін дамыту үшін жағдайлар жасауымыз керек. Ол үшін келесі міндеттерді жүзеге асыру қажет:

- әр макроөңір үшін инвестициялық басымдықтарды айқындау;
- елді аумақтық дамытуды жетілдіру;
- инженерлік инфрақұрылымды және тұрғын үй-коммуналдық шаруашылықты жаңғырту;

- халықты ауызсумен және су бұрудың көрсетілетін қызметтерімен тиімді және ұтымды қамтамасыз ету.

Зерттеудің нысаны Қарағанды облысын дамытудағы әлеуметтік тиімділігін арттыру Қарағанды облысын дамытудың 2016-2020 жылдарға арналған бағдарламасына сәйкес жүзеге асырылады. Бұл бағдарламаға сәйкес 2 бағыт әлеуметтік саланы жетілдіру. Қарағанды облысының әлеуметтік саланы дамытудағы негізгі мақсаттар:

- білім беру қызметтерінің жоғары бәсекеге қабілеттілігін жақсарту;
- үш тілді дамыту;
- жастардың аймақтың әлеуметтік-экономикалық дамуына қатысуын қамтамасыз ету;
- денсаулық сақтау жүйесін дамыту және тұрғындардың денсаулығын арттыру;
- еңбек және халықты әлеуметтік қорғау және т.б.

Атап көрсетілген мақсаттарға толықтай зерттейтін болсақ, білім беру қызметтерінің жоғары бәсекеге қабілеттілігін жақсарту:

1 кесте

Білім беру қызметтерінің жоғары бәсекеге қабілеттілігін жақсарту

№ р/с	Нысаналы индикаторлар	Ақпарат көздері	2018ж.	2019ж.	2020ж.	Жауап. орынд.
1	Жаратылыстану- математика пәндері бойынша мектеп бітірушілердің арасында білім беру бағдарламала рын табысты (өте жақсы /жақсы) меңгерген оқушылардың үлесі, %	ҚР БҒМ әкімшілік дерек тер	63,8	64,0	64,0	ББ
2	Балаларды (36 жас) мектепке дейінгі тәрбиемен және оқытумен қамту, %	ҚР БҒМ әкімшілік дерек тер	96	100	100	ББ
3	Мүмкіндіктері шектеулі балалардың жалпы санының ішінде балалардың инклюзивтік біліммен қамтылуы, %	ҚР БҒМ әкімшілік дерек тер	49,3	49,5	550	ББ
4	Мемлекеттік тапсырыс бойынша техникалық және кәсіптік білім беретін оқу орындары түлектері мен оқуды аяқтағаннан	ҚР БҒМ Әкімшілік дерек тер	77,8	78,0	78,2	ББ
5	(14-24 жас) жастардың техникалық және кәсіптік біліммен қамтылу үлесі (14-24 жыл), %	ҚР БҒМ ведомстволық есептілігі	18,5	18,6	18,7	ББ
6	Жұмыс істеп тұрған авариялық және үш ауысымдық мектептер саны, бірлік	ҚР БҒМ Әкімшілік дерек тер	3	0	3	ББ
7	Мемлекеттік желілер нормативіне сәйкес жалпы орта білім беру ұйымдарының жұмыс істеуін қамтамасыз ету, %	ЖАО ведомстволық есептері	100	100	100	ББ

Жету жолдары:

1) Бірыңғай жеткілікті ресурстық базаны қамтамасыз ету: компьютер, оқулық, кеңжолалық ғаламтор, жаңа модификацияға ие кабинеттер (химия, физика, биология, мультимедиялық кабинеттері, қазіргі заманғы сандық білім ресурстары.

2) Инновациялық жобаларды енгізу және жалғастыру: НЗМ тәжірибесін тарату, үштілде білім алуды дамытудың жол картасы, электронды мектеп журналы;

3) Ауылдық аз комплектілі мектептер мәселелерін шешу үшін ресурстық орталықтар санын арттыру;

4) Білім алуда ерекше қажеттілікке мұқтаж балалар үшін кедергісіз орта жағдайларын құру бойынша «Инклюзивті балабақша», «Инклюзивті мектеп», «Инклюзивті колледж» модельдерін құру бойынша тәжірибені жалғастыру;

5) Мектепке дейінгі ұйымдарды дамыту, соның ішінде қысқа уақыттық мини-орталықтарды толық жұмыс күніне ауыстыру; мектепке дейінгі ұйымдар инфрақұрылымының дамуына жеке меншік инвестицияларды тарту бойынша жұмыстарды жалғастыру;

6) Дуальды білім беру жүйесін ендіруші колледждер санын арттыру;

7) Қолданбалы бакалавриат, модульдік-компетенттік әдіс бағдарламаларын енгізу;

8) Біліктілікті арттыру курстарын жүргізу; тәжірибемен алмасу үшін оқытушылар арасында дөңгелек үстелдер өткізу; менеджмент саласында біліктілікті арттыру үшін 10 күндік курстарды ұйымдастыру; педагог-пәндік мұғалімлер үшін жазғы және күзгі мектептер ұйымдастыру;

9) Үздіксіз профбағыттау білімін беруде мектеп, колледж, және жұмыс берушілермен әлеуметтік серіктестік негізінде профбағыттау жұмыстары моделін енгізу;

10) Кәсіби білім беру мазмұнын мен технологиялары, түрлері, білім беру әдістерін жетілдіру, соның ішінде, ең жақсы әлемдік тәжірибелерді қолдану, ақпараттық қоғамға ауысу шарттарын ескере отырып, оқу орындарының оқу бағдарламаларын жаңарту;

11) Жаңа мектептер салу, соның ішінде апаттық және үш ауысымдағы мектептер мәселелерін шешу;

12) Білім беру нысандарына күрделі жөндеу жүргізу, материалдық техникалық базаны жаңарту, мектептер мен мектепке дейінгі мекемелерді кластардың коридорлар мен асхананы, сатыны лифт пен пандуспен жабдықтау; мектептегі дәретханаларды жабдықтау, арнайы жиһаз қою, парталар мен вертикализаторлар қою, киім ілгіште орын дайындау [1].

2 кесте

Өңірде үш тілді дамыту

№ р/с	Нысаналы индикаторлар	Ақпарат көздері	2018ж.	2019ж.	2020ж.	Жауап. орынд.
1	Мемлекеттік тілді меңгерген ересек тұрғындардың үлесі, %	ЖАО ведомстволық есептері	79	82	85	ТДЖБ
2	Ағылшын тілді меңгерген ересек тұрғындардың үлесі, %	ЖАО ведомстволық есептері	12	15	18	ТДЖБ
3	Үш (мемлекеттік, орыс және ағылшын) тілді меңгерген ересек тұрғындардың үлесі, %	ЖАО ведомстволық есептері	8	10	12	ТДЖБ

Жету жолдары:

1) Мемлекеттік және мемлекеттік емес ұйымдарда тіл заңнамасының сақталуын бақылау;

2) Мемлекеттік қызметкерлер мен азаматтардың басқа категориясын мемлекеттік және ағылшын тілдеріне үйрету бойынша оқу ұйымдастыру жұмыстарын жетілдіру;

3) Тілге үйрету курстары мен орталықтарының оқытушыларына арналған оқытушы курстар өткізу;

4) Облыс аймағындағы тілдік жағдайды зерттеу бойынша әр түрлі топтар арасында әлеуметтік зерттеулер ұйымдастыру (жылына кем дегенде 1 әлеуметтік зерттеу);

5) Мемлекеттік тіл білімінің деңгейін анықтау үшін «Қазтест» жүйесі бойынша тест өткізу;

6) Оқуға ниет білдірген азаматтарды мемлекеттік және ағылшын тілдерін оқыту;

7) «Қазтест» жүйесінің стандарты бойынша «Сарыарқа» оқу-әдістемелік кешенін құру (B1, B2, C1 деңгейлері үшін оқу-әдістемелік кешен және A1, A2 деңгейлері үшін аудиодиск);

8) БАҚ-та мемлекеттік тілдегі танымдық және оқыту бағдарламаларын арттыру.

Бүгінгі таңда өркениетті даму жолына түскен Қазақстан Республикасы қоғамның барлық саласында аса маңызды реформаларды жүзеге асыруда. Бұл реформалардың ішіндегі ең күрделісі әрі өте байыптылықты қажет ететін бағыты әлеуметтік саладағы реформалар болып табылады. Өйткені, біріншіден, әлеуметтік мәселе адамдардың өмірі мен тұрмыс-тіршілігіне тікелей қатысты болғандықтан үнемі күн тәртібінде тұрады; екіншіден, мемлекеттің әлеуметтік саясаты әрқашан халықтың назарында болып, оның талқысы мен сынына түсіп отырады. Сондықтан да әлеуметтік саясат мемлекеттілікті орнықтыру мен мемлекетті басқаруда аса маңызды орын алады. Сонымен қатар, мемлекетіміздің басты Стратегиялық құжаты «Қазақстан-2050» стратегиясы: қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты» стратегиямызда еліміздің қоғамдық-саяси өміріндегі маңызды мәселесі – әлеуметтік саясат.

Қорытындылай келе, әлеуметтік саланы дамыту мәселеріне жете көңіл бөлмеу, оны жеткілікті дәрежеде қаржыландырмау экономиканың өсуі мен оны реформалауды тереңдету мүмкіндіктерін тежейді. Егер елімізде реформаның экономикалық өсуге деген біржақты басым бағдары сақталатын болса, ол мәселе тереңдей түсуі мүмкін. Біздің басты мақсатымыз – әлеуметтік қауіпсіздік және азаматтарымыздың бақуаттығы. Бұл – қоғамдағы тұрақтылықтың ең жақсы кепілі. Біздің қоғамда уақыт сынына төтеп бере алатын жаңартылған және әлдеқайда тиімді әлеуметтік саясатқа деген сұраныс өсіп келеді. Әлемдік тәжірибе көрсеткендей, әлеуметтік саясаттың мінсіз және әмбебап үлгісі жоқ. Бұл барлық азаматтары сол әлеуметтік жүйеге қанағаттанатындай бірде-бір қоғамның жоқтығы сияқты. Әлеуметтік қауіпсіздік және азаматтардың бақуаттығы мәселелерін шешу – бұл әрбір қазақстандыққа әсер ететін қиын және өте маңызды міндет [2].

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1 Президенттің «Қазақстан жолы – 2050: бір мақсат, бір мүдде, бір болашақ» атты Қазақстан халқына Жолдауы, 17.01.2014 ж.

2 www.mzsr.gov.kz

Андатпа

Мақалада әлеуметтік мәселе адамдардың өмірі мен тұрмыс-тіршілігіне тікелей қатысты болғандықтан үнемі күн тәртібінде тұратындығы, екіншіден, мемлекеттің әлеуметтік саясаты әрқашан халықтың назарында болып, оның талқысы мен сынына түсіп отыратындығы талқыланған. Мемлекетіміздің басты Стратегиялық құжаты «Қазақстан-2050» стратегиясы: қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты» стратегиямызда еліміздің қоғамдық-саяси өміріндегі маңызды мәселесі – әлеуметтік саясат екендігі дәлелденген. Барлық азаматтары сол әлеуметтік жүйеге қанағаттанатындай бірде-бір қоғамның жоқтығы сияқты, әлеуметтік қауіпсіздік және азаматтардың бақуаттығы мәселелерін шешу – бұл әрбір қазақстандыққа әсер ететін қиын және өте маңызды міндет екендігі сарапталған.

Аннотация

В статье обсуждается, что социальная проблема всегда стоит на повестке дня, так как она напрямую связана с жизнью и жизнью людей, и, во-вторых, социальная политика государства всегда находится в поле зрения общественности. Главный

стратегический документ нашего государства заключается в том, что стратегия «Казахстан-2050»: новый политический курс сложившегося государства »является социальной политикой важнейшей общественно-политической жизни страны. Поскольку у всех граждан нет обществ, удовлетворенных этой социальной системой, анализируется, что решение проблем социального обеспечения и благосостояния граждан является сложной и очень важной задачей, затрагивающей каждого казахстанца.

Summary

In the article it is argued that the social problem is always in the history of the society, as it is the source of the direct link between the life and the life of the people, and, as a rule, the social policy of the state is always observed in the society. The main strategic document is that the state is embodied in the volume, the strategy "Kazakhstan-2050": the new political course of the secular state "is the most important social and political life of the social politics. As a citizen of the country is not a society, it is analyzed, it is analyzed that the problem of social protection and welfare depends on citizenship and is a very important task, which is to disturb every Kazakhstani citizen.

Жазықбаева Гулнар Кешубаевна

А.Байтұрсынов атындағы

Қостанай мемлекеттік университеті, аға оқытушы

ЦИФРЛАНДЫРУ – ЭКОНОМИКАНЫҢ АШЫҚТЫҒЫН АЙҚЫНДАЙТЫН ТЕТІК

Андатпа

Бұл мақалада экономикалық цифрландырудың негізгі тәсілдері көрсетіледі. Өйткені экономикалық цифрландыру көптеген салалар үшін негізгі фактор болып табылады.

Аннотация

В данной статье отражаются основные подходы к экономической цифровизации. Потому что экономическая цифровизация является основным фактором для многих отраслей.

Abstract

This article reflects the main approaches to economic digitalization. Because economic digitalization is a major factor for many industries.

Бағдарламаны іске асырудың негізгі бағытының бірі – «экономикалық цифрландыру».

Жаңа цифрлық революция бүгінгі өндіру тәсілдерін, жеткізу тізбектері мен қосылған құнды құру тізбегін өзгертеді. Өнеркәсіптің цифрлық трансформациялану драйвері бірі болып табылатын Индустрия 4.0 қосымша құндылық физикалық объектілердің, процестердің, цифрлық технологиялардың бірігуінің есебінен қамтамасыз етілетін өндірісті ұйымдастыру тұжырымдамасы болып табылады, бұл ретте нақты уақыт режимінде физикалық процестердің мониторингі жүзеге асырылады, орталықсыздандырылған шешімдер қабылданады, сондай-ақ машиналардың өзара және адамдармен іс-қимылы жүреді. Барлық физикалық объектілердің толассыз цифрландырылуы және олардың бірігуі жаппай өндірістен жаппай даралануға көшуге негіз жасайды, өндірістің икемділігі артады, жаңа өнімді игеру уақыты қысқарады, өз кезегінде олар жаңа бизнес-модельдерді іске асыруға және клиенттермен дараланған жұмыс тәсілдерін қолдануға мүмкіндік береді. Осының барлығы өнеркәсіп

кәсіпорындарының тиімділігі мен бәсекеге қабілеттілігін айтарлықтай дәрежеде арттырады.

Осы уақытта дамыған және дамушы елдерде электрондық сауда қарқынды дамуда, оның оң әсері бизнес саласына ғана емес, тұтастай алғанда, елдегі халықтың өмір сүру сапасына да таралады. Атап айтқанда, электрондық коммерцияның арқасында, мысалы халықаралық саудаға тартылу есебінен халық төмен бағалармен көптеген тауарларға қол жеткізе алады. Бизнеске ықпал ету тұрғысынан қарағанда, электрондық коммерцияның өсіп келе жатқан танымалдылығы осы салада өз бизнесін ашуға ниет білдірген адамдар санының өсуіне әкелетіндігін атап кету керек.

Алдағы 10 жылда бірқатар сапалы өзгерістер есебінен электрондық сауданың тартымдылығы өседі деп болжануда. Солардың ішінде – жеткізудің жаңа тәсілдерін қолдану, клиенттік талдауды кеңінен пайдалану, тауарлардың ассортиментін кеңейту және мобильді коммерцияның танымалдылығының өсуі есебінен жеткізу тиімділігінің артуы.

Электрондық тұғырнамаға қол жеткізуді ұйымдастыру кезінде электрондық сауда индустриясының ойыншыларында АТ-жүйелерінің жиі техникалық істен шығуы орын алады. Бұл ретте кеңінен таралған проблемалардың бірі оларды мобильді құрылғылардан пайдалану үшін жүйенің барлық жерден бейімделу қабілетсіздігі болып қала беруде [1].

Бұдан басқа, Қазақстанда индустрияны дамыту үшін қажет ерекше құзыреттері бар мамандардың, мысалы, интернет-маркетологтар мен контент бойынша мамандардың жетіспеушілігі сезіледі.

Электрондық коммерция аясын құқықтық реттеу саласында да басты проблемалар да бар. Оларға электрондық сауда компаниясының экспортын шектейтін күрделі кедендік рәсімдер, салықтық жеңілдіктердің, және мемлекет тарапынан басқа да пәрменді ынталандырудың болмауы, шетелдік компаниялардың, оның ішінде кроссшекаралық сауданың дамуы үшін шектеулер және сауданың ауқымды көлеңкелі айналымы жатады.

1-кесте. Электрондық сауда

Тікелей нәтижелердің көрсеткіштері	Жауапты орындаушы	Ақпарат көзі	Өлшем бірлігі	оның ішінде жылдар бойынша			
				2017	2018	2019	2020
1	2	3	4	5	6	7	8
1. Бөлшек сауданың жалпы көлеміндегі электрондық сауданың үлесі	ҰЭМ	ҰЭМ	%	0,9	1	1,1	1,2
2. Пошта қызметінің сенімділік деңгейі	АКМ	АКМ	балл	-	30	-	40

Қаржы секторы экономиканың маңызды элементі болып табылады, оның жай-күйіне болып жатқан өзгерістердің жылдамдығы мен сапасы тәуелді. Қазіргі уақытта электрондық төлемдер мен электрондық сауда қаржы секторының ажырамас бөлігі болып отыр. Қаржы саласы клиенттермен өзара іс-қимыл жасау үшін инновациялық технологиялар мен цифрлық сервистерді енгізу мен қолдануда дәстүрлі түрде көшбасшы болып табылады. Барлық дерлік банктер қызметтерін қашықтық арналар арқылы ұсынады. Банктердің 70% жеке тұлғаларға сервистерін интернет және мобильдік банкинг арқылы көрсетеді, банктердің 55% өз қызметтерін мобильдік қосымша негізінде ұсынады. 2015 жылмен салыстырғанда, 2016 жылы интернет және мобильдік банкингті пайдаланумен жеке тұлғалардың төлемдер көлемі 2,6 есе өсті. Инвесторлар үшін брокерлермен клиенттің электрондық цифрлық қолтаңбасы негізінде сауда операцияларын жүргізуді және жеке кабинет арқылы электрондық қызметтерді

көрсетуді қоса алғанда, электрондық қызметтерді көрсету тәртібі оңтайландырылды. Бұл нарыққа өңірлік инвесторлардың қол жеткізуін жеңілдетіп, инвесторларға әлемнің кез келген нүктесінен қазақстандық қор нарығында қаржы құралдарымен сауданы жүзеге асыруға мүмкіндік берді.

Қаржы қатынастарын одан әрі цифрландыруға саланың тиімді реттеуінің, қаржы секторының мемлекеттік ақпараттық жүйелермен және деректер базасымен тиімді тетіктің және электрондық өзара қарым-қатынастардың жүйеленген стандарттарының, клиенттерді қашықтан сәйкестендірудің әмбебап тетігінің болмауы, сондай-ақ халықтың қаржылық сауаттылығының жеткіліксіз деңгейі кедергілер болуда.

Халықты формалды қаржы жүйесіне тарту маңызды элемент болып табылады. Қаржылық, атап айтқанда, төлем қызметінің қолжетімділігін арттыру үшін банктен тыс экожүйелер дамуда – электрондық ақшалар жүйелері, ұялы байланыс операторларымен абоненттік шоттан тауарлар мен қызметтерге төлеу жөнінде шешімдер енгізілуде. Бұл ретте бұл шешімдер халықтың жаппай қолдануын шектейтін қызметтерді жеткізушінің экожүйесімен шектелген. Мобильдік төлемдердің ең көп дамуының мысалы Швеция және Кения болып табылады, тәсілдердегі айырмашылыққа қарамастан – банктік және банктен тыс тұғырнамалар [2].

Заманауи технологиялық трендтер қаржы қызмет көрсету парадигмасын түбегейлі өзгертеді – жаңа салалар мен бағыттар, бизнес-модельдер пайда болады, қаржы қызметтерінің құны төмендейді, сондай-ақ салаға тән тәуекелдер біркелкі етеді.

1-кесте. Экономиканың негізгі секторларының бәсекеге қабілеттілігі мен өнімділігін арттыру

Нысаналы индекатор	Жауапты орындаушы	Ақпарат көзі	Өлш ем бірлігі	оның ішінде жылдар бойынша			
				2017	2018	2019	2020
1	2	3	4	5	6	7	8
1. АКТ секторының ЖІӨ-дегі үлесі	ИКМ	ҰЭМ ЕК	%	4,32	4,49	4,67	4,85
2. АКТ-да еңбек өнімділігін өсуі (2014 жылғы көрсеткішпен салыстырғанда)	ИКМ	ИКМ	%	14,44	19,71	25,22	30,98

Экономикалық дағдарыс шарттарын ескере отырып, көпшілік жобалардың мемлекеттік бюджетке түсіретін жүктемесін төмендету мақсатында осы Бағдарлама шеңберінде халықаралық қаржы ұйымдары мен даму институттарының қарыздарын тарту арқылы жеке инвестицияларды іске асыру жоспарлануда. Бағдарламаны іске асыру бойынша халықаралық серіктестердің бірі Дүниежүзілік банк болып табылады, ол Бағдарламаны іске асыру кезінде техникалық қолдау көрсетеді, сондай-ақ «зонттық инвестор» ретінде қатыса отырып инвестицияларды жұмылдыруда жәрдем көрсетеді. Сондай-ақ ақпараттандырудың сервистік үлгісі сияқты қаржыландырудың қазіргі заманғы тетіктері және отандық өндірушілерді белсенді тарта отырып, мемлекеттік-жеке меншік әріптестіктің құралдары қолданылады.

Цифрландырудың бізге әкелер пайдасы экономика салаларына көбірек тигізер пайдасы. Болашақта осы жобалар жүзеге асып дамыған мемлекеттермен тереземіз тең болары анық.

Пайданылған әдебиеттер:

1. <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1700000827> сайтынан алынды.
2. «Егемен Қазақстан» журналы, «Цифрландыру туралы не білеміз?»
3. «Tenge monitor» республикалық экономикалық апталық газет

Понятие и сущность финансового состояния предприятия

В современных экономических условиях деятельность каждого хозяйствующего субъекта является предметом внимания обширного круга участников рыночных отношений, заинтересованных в результатах его функционирования. Практически все пользователи финансовой отчетности используют методы финансового анализа для принятия решений по оптимизации своих интересов.

Анализом финансового состояния предприятия, организации занимаются руководители и соответствующие службы, а также учредители с целью изучения эффективного использования ресурсов, повышения доходности капитала, обеспечения стабильности положения предприятия.

Качество принимаемых решений целиком зависит от качества их аналитической обоснованности. Чтобы обеспечить выживаемость предприятия в современных условиях, управленческому персоналу необходимо, прежде всего, уметь реально оценивать финансовое состояние, как своего предприятия, так и существующих потенциальных конкурентов.

Финансовое состояние - важнейшая характеристика экономической деятельности предприятия. Финансовое состояние предприятия (ФСП) - способность субъекта хозяйствования финансировать свою деятельность и рассчитываться по своим обязательствам. Она определяет конкурентоспособность, потенциал в деловом сотрудничестве, оценивает, в какой степени гарантированы экономические интересы самого предприятия и его партнеров в финансовом и производственном отношении. [1, с.74]

Финансовое состояние предприятия (ФСП) - это экономическая категория, отражающая состояние капитала в процессе его кругооборота и способность субъекта хозяйствования к саморазвитию на фиксированный момент времени.

В процессе снабженческой, производственной, сбытовой и финансовой деятельности происходит непрерывный процесс кругооборота капитала, изменяются структура средств и источников их формирования, наличие и потребность в финансовых ресурсах и как следствие финансовое состояние предприятия, внешним проявлением которого выступает платежеспособность.

Финансовое состояние может быть устойчивым, неустойчивым (предкризисным) и кризисным. Способность предприятия своевременно производить платежи, финансировать свою деятельность на расширенной основе, переносить непредвиденные потрясения и поддерживать свою платежеспособность в неблагоприятных обстоятельствах свидетельствует о его устойчивом финансовом состоянии, и наоборот.

Для обеспечения финансовой устойчивости предприятие должно обладать гибкой структурой капитала, уметь организовать его движение таким образом, чтобы обеспечить постоянное превышение доходов над расходами с целью сохранения платежеспособности и создания условий для самовоспроизводства.

Следовательно, финансовая устойчивость предприятия - это способность субъекта хозяйствования функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней среде, гарантирующее его постоянную платежеспособность и инвестиционную привлекательность в границах допустимого уровня риска.

Финансовое состояние предприятия, его устойчивость и стабильность зависят от результатов его производственной, коммерческой и финансовой деятельности. Если

производственный и финансовый планы успешно выполняются, то это положительно влияет на финансовое положение предприятия. И наоборот, в результате невыполнения плана по производству и реализации продукции происходит повышение ее себестоимости, уменьшение выручки и суммы прибыли и как следствие ухудшение финансового состояния предприятия и его платежеспособности. Следовательно, устойчивое финансовое состояние не является счастливой случайностью, а итогом грамотного, умелого управления всем комплексом факторов, определяющих результаты хозяйственной деятельности предприятия.

Устойчивое финансовое положение в свою очередь оказывает положительное влияние на выполнение производственных планов и обеспечение нужд производства необходимыми ресурсами. Поэтому финансовая деятельность как составная часть хозяйственной деятельности должна быть направлена на обеспечение планомерного поступления и расходования денежных ресурсов, выполнение расчетной дисциплины, достижение рациональных пропорций собственного и заемного капитала и наиболее эффективное его использование.

Главная цель финансовой деятельности сводится к одной стратегической задаче — увеличению активов предприятия. Для этого оно должно постоянно поддерживать платежеспособность и рентабельность, а также оптимальную структуру актива и пассива баланса.

Основные задачи анализа.

1. Своевременное выявление и устранение недостатков в финансовой деятельности и поиск резервов улучшения финансового состояния предприятия и его платежеспособности.

2. Прогнозирование возможных финансовых результатов, экономической рентабельности исходя из реальных условий хозяйственной деятельности и наличия собственных и заемных ресурсов, разработка моделей финансового состояния при разнообразных вариантах использования ресурсов.

3. Разработка конкретных мероприятий, направленных на более эффективное использование финансовых ресурсов и укрепление финансового состояния предприятия.

Для оценки ФСП, его устойчивости используется целая система показателей, характеризующих:

а) наличие и размещение капитала, эффективность и интенсивность его использования;

б) оптимальность структуры пассивов предприятия, его финансовую независимость и степень финансового риска;

в) оптимальность структуры активов предприятия и степень производственного риска;

г) оптимальность структуры источников формирования оборотных активов;

д) платежеспособность и инвестиционную привлекательность предприятия;

е) риск банкротства (несостоятельности) субъекта хозяйствования;

ж) запас его финансовой устойчивости (зону безубыточного объема продаж).

Анализ ФСП основывается главным образом на относительных показателях, так как абсолютные показатели баланса в условиях инфляции очень трудно привести в сопоставимый вид.

Относительные показатели анализируемого предприятия можно сравнивать: с общепринятыми "нормами" для оценки степени риска и прогнозирования возможности банкротства; с аналогичными данными других предприятий, что позволяет выявить сильные и слабые стороны предприятия и его возможности; с аналогичными данными за предыдущие годы для изучения тенденций улучшения или ухудшения ФСП[2].

Таким образом, анализ финансового состояния предприятия считается заключительным этапом процесса бухгалтерского учета. На основании анализа финансового состояния предприятия дается оценка принятых управленческих решений и

анализ полученных результатов, формируется финансовая стратегия предприятия и вырабатываются меры по реализации выбранной стратегии.

Список литературы:

1. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. Учебник. Савицкая Г. В. 4-е изд., перераб и доп. Инфра-м, Москва, 2017 г., с. 512
2. Ковалев А.И., Привалов В.П. Анализ финансового состояния предприятия.— К: Центр экономики и маркетинга, 2008 г. — 86с.

Резюме

После нескольких лет мирового финансового кризиса актуальность финансового анализа предприятия не только не снизилась, но и наоборот – существенно выросла, так как теперь от финансового состояния компании зависит не только ее успех, а элементарное выживание в кризисных ситуациях. Поэтому сегодня анализу финансового состояния предприятия уделяется достаточно много внимания, как со стороны акционеров, желающих досконально знать всю финансовую составляющую своей компании, так и со стороны инвесторов, планирующих делать в нее инвестиционные вложения.

Түйіндеме

Әлемдік қаржы дағдарысынан бірнеше жыл өткеннен кейін кәсіпорынның қаржылық талдауының өзектілігі төмендемеді, бірақ керісінше – айтарлықтай өсті, өйткені қазір компанияның қаржылық жағдайына оның табысы ғана емес, Дағдарыс жағдайларындағы қарапайым өмір сүру тәуелді. Сондықтан бүгінгі күні кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдауға өз компаниясының барлық қаржылық құрамдастарын егжей-тегжейлі білгісі келетін акционерлер тарапынан да, сондай-ақ оған инвестициялық салым жасауды жоспарлап отырған инвесторлар тарапынан да көп көңіл бөлінеді.

Summary

After several years of the global financial crisis, the relevance of the financial analysis of an enterprise has not only not decreased, but vice versa - has grown significantly, since now not only its success depends on the company's financial condition, but elementary survival in crisis situations. Therefore, today a lot of attention is paid to the analysis of the financial condition of the company, both from shareholders who want to thoroughly know the entire financial component of their company, and from investors who plan to make investments in it.

**Жаксылыкулы Аль-аят,
магистрант специальности 6M050900-Финансы,
Казахский университет экономики, финансов и
международной торговли**

Понятие и сущность денежных потоков предприятия

Хозяйственная деятельность любого предприятия неразрывно связана с движением денежных средств. Каждая хозяйственная операция вызывает либо поступление, либо расходование денежных средств. Денежные средства обслуживают практически все аспекты операционной, инвестиционной и финансовой деятельности. Непрерывный процесс движения денежных средств во времени представляет собой денежный поток, который образно сравнивают с системой «финансового кровообращения», обеспечивающей жизнеспособность организации.

От полноты и своевременности обеспечения процесса снабжения, производства и сбыта продукции денежными ресурсами зависят результаты основной (операционной)

деятельности предприятия, степень его финансовой устойчивости и платежеспособности, конкурентные преимущества, необходимые для текущего и перспективного развития. Поэтому современному бухгалтеру, финансовому менеджеру требуется знать современные методы анализа денежных потоков, используемые отечественной и зарубежной практикой[1].

Денежный поток - это движение денежных средств в реальном времени, по сути, денежный поток - это разность между суммами поступлений и выплат денежных средств компании за определенный период времени. Как правило, за этот промежуток берется финансовый год.

Денежный поток предприятия представляет собой совокупность распределенных во времени поступлений и выплат денежных средств, генерируемых его хозяйственной деятельностью.

Высокая роль эффективного управления денежными потоками предприятия определяется следующими основными положениями:

Денежные потоки обслуживают осуществление хозяйственной деятельности предприятия практически во всех ее аспектах.

Эффективно организованные денежные потоки предприятия являются важнейшим симптомом его «финансового здоровья», предпосылкой достижения высоких конечных результатов его хозяйственной деятельности в целом.

Эффективное управление денежными потоками обеспечивает финансовое равновесие предприятия в процессе его стратегического развития. Темпы этого развития, финансовая устойчивость предприятия в значительной мере определяются тем, насколько различные виды потоков денежных средств синхронизированы между собой по объемам и во времени.

Рациональное формирование денежных потоков способствует повышению ритмичности осуществления операционного процесса предприятия. Любой сбой в осуществлении платежей отрицательно сказывается на формировании производственных запасов сырья и материалов, уровне производительности труда, реализации готовой продукции и т.п.

Эффективное управление денежными потоками позволяет сократить потребность предприятия в заемном капитале. Активно управляя денежными потоками, можно обеспечить более рациональное и экономное использование собственных финансовых ресурсов, формируемых из внутренних источников, снизить зависимость темпов развития предприятия от привлекаемых кредитов[2].

Управление денежными потоками предприятия является важной составной частью общей системы управления его финансовой деятельностью. Оно позволяет решать разнообразные задачи финансового менеджмента, и подчинено его главной цели.

Процесс управления денежными потоками предприятия базируется на определенных принципах, основными из которых являются.

1. Принцип информативной достоверности.

Как и каждая управляющая система, управление денежными потоками предприятия должно быть обеспечено необходимой информационной базой. Создание такой информационной базы представляет определенные трудности, так как прямая финансовая отчетность, базирующаяся на единых методических принципах бухгалтерского учета, отсутствует.

2. Принцип обеспечения сбалансированности. Управление денежными потоками предприятия имеет дело со многими их видами и разновидностями, рассмотренными в процессе их классификации. Их подчиненность единым целям и задачам управления требует обеспечения сбалансированности денежных потоков предприятия по видам, объемам, временным интервалам и другим существенным характеристикам. Реализация этого принципа связана с оптимизацией денежных потоков предприятия в процессе управления ими.

3. Принцип обеспечения эффективности.

Денежные потоки предприятия характеризуются существенной неравномерностью поступления и расходования денежных средств в разрезе отдельных временных интервалов, что приводит к формированию значительных объемов временно свободных денежных активов предприятия - По существу эти временно свободные остатки денежных средств носят характер непроизводительных активов (до момента их использования в хозяйственном процессе), которые теряют свою стоимость во времени, от инфляции и по другим причинам. Реализация принципа эффективности в процессе управления денежными потоками заключается в обеспечении эффективного их использования путем осуществления финансовых инвестиций предприятия.

4. Принцип обеспечения ликвидности. Высокая неравномерность отдельных видов денежных потоков порождает временный дефицит денежных средств предприятия, который отрицательно сказывается на уровне его платежеспособности. Поэтому в процессе управления денежными потоками необходимо обеспечивать достаточный уровень их ликвидности на протяжении всего рассматриваемого периода. Реализация этого принципа обеспечивается путем соответствующей синхронизации положительного и отрицательного денежных потоков в разрезе каждого временного интервала рассматриваемого периода.

С учетом рассмотренных принципов организуется конкретный процесс управления денежными потоками предприятия.

Основной целью управления денежными потоками является обеспечение финансового равновесия предприятия в процессе его развития путем балансирования объемов поступления и расходования денежных средств и их синхронизации во времени.

Процесс управления денежными потоками предприятия последовательно охватывает следующие основные этапы:

1. Обеспечение полного и достоверного учета денежных потоков предприятия и формирование необходимой отчетности. Этот этап управления призван реализовать принцип информативной его достоверности. В процессе осуществления этого этапа управления денежными потоками обеспечивается координация функций и задач служб бухгалтерского учета и финансового менеджмента предприятия.

2. Анализ денежных потоков предприятия в предшествующем периоде. Основной целью этого анализа является выявление уровня достаточности формирования денежных средств, эффективности их использования, а также сбалансированности положительного и отрицательного денежных потоков предприятия по объему и во времени. Анализ денежных потоков проводится по предприятию в целом, в разрезе основных видов его хозяйственной деятельности, по отдельным структурным подразделениям ("центрам ответственности").

3. Планирование денежных потоков предприятия в разрезе различных их видов. Такое планирование носит прогнозный характер в силу неопределенности ряда исходных его предпосылок. Поэтому планирование денежных потоков осуществляется в форме многовариантных плановых расчетов этих показателей при различных сценариях развития отдельных факторов (оптимистическом, реалистическом, пессимистическом).

4. Обеспечение эффективного контроля денежных потоков предприятия.

Объектом такого контроля являются выполнение установленных плановых заданий по формированию объема денежных средств и их расходование по предусмотренным направлениям; равномерность формирования денежных потоков во времени, контроль ликвидности денежных потоков и их эффективности[3].

Управление денежными потоками является важным финансовым рычагом для обеспечения ускорения оборота капитала предприятия. Этому способствует сокращение продолжительности производственного и финансового циклов, достигаемое в процессе результативного управления денежными потоками, а также снижение потребности в капитале, обслуживающей хозяйственную деятельность предприятия. Ускоряя за счет

эффективного управления денежными потоками оборот капитала, предприятие обеспечивает рост суммы генерируемой во времени прибыли.

Список литературы:

1. Л.Н. Чечевицина, И.Н. Чуев «Анализ финансово хозяйственной деятельности». -Минск: ИП «Экоперспектива», 2006 - 354 с.
2. [Продченко И.А.. Теоретические основы финансового менеджмента. Глава 8. Денежные потоки организации и управление ими. М.: МИЭМП, 2006. 2006](#)
3. [Кокин А.С.. Методологические основы управления денежными потоками предприятия / Сост. Кокин А.С., Н. Новгород, 2005. 2005](#)

Резюме

Термин «денежный поток» получил широкое распространение в экономической литературе. Однако, существуют разночтения в формулировке его определения. В статье рассматривается сущность денежного потока предприятия, его роль в хозяйственной деятельности предприятия.

Түйіндеме

"Ақша ағыны" термині экономикалық әдебиетте кеңінен таралған. Алайда, оның анықтамасында әртүрлі оқулар бар. Мақалада кәсіпорынның ақша ағынының мәні, оның кәсіпорынның шаруашылық қызметіндегі рөлі қарастырылады.

Summary

The term "cash flow" has become widespread in the economic literature. However, there are discrepancies in the wording of its definition. The article discusses the essence of the cash flow of the enterprise, its role in the economic activity of the enterprise.

**Жанабаев А. Ж.,
магистрант специальности 6M050700-Менеджмент,
Казахский университет экономики, финансов и
международной торговли**

Понятие и сущность организационной культуры предприятия

Концепция организационной культуры не имеет единственно «верного» толкования. Имеются как очень узкие, так и очень широкие толкования того, что же представляет собой культура организации.

Большинство авторов сходится на том, что культура организации представляет собой сложную композицию важных предположений (часто не поддающихся формулированию), бездоказательно принимаемых и разделяемых членами группы или организации. Часто организационная культура трактуется как принимаемые большей частью организации философия и идеология управления, предположения, ценностные ориентации, верования, ожидания, расположения и нормы, лежащие в основе отношений и взаимодействий как внутри организации, так и за ее пределами. Организационная культура проявляется в отношениях между людьми в организации. Поэтому разные люди или разные части в организации склонны описывать ее культуру в схожих терминах[1].

Культура в общечеловеческом смысле - исторически определенный уровень развития общества и человека, выраженный в формах организации жизни, а также в создаваемых материальных и духовных ценностях.

Организационная культура - это система норм, правил и моральных ценностей, регламентирующая отношения между членами организациями. Организационная культура неразрывно связана с организационным поведением, в котором принято выделять: поведение руководителя, групповое поведение, индивидуальное поведение (поведение личности).

Основная цель организационного поведения заключается в том, чтобы помочь людям более продуктивно выполнять свои обязанности и получать от этого большее

удовлетворение. Для реализации этой цели должны быть сформулированы ценностные установки каждой личности в отдельности и всей организации в целом. Уходят в прошлое такие утверждавшиеся ранее ценности, как жесткая дисциплина, послушание, иерархия, карьера, власть, централизация, результат любой ценой. На смену им приходят другие ценности, как, например, самоопределение, участие, коллектив, ориентация на потребности клиентов, раскрытие личности, творчество, децентрализация, компетентность[2].

Хотя первые работы, в которых рассматривались понятия «организационная культура» и «культура фабрики» появились в начале 50-х гг. (Jagues, 1951; Whyte, 1956), проблема природы и содержания организационной культуры привлекла внимание исследователей только в конце 70-х. В 1980 году опубликовал результаты своих двадцатилетних исследований организационных культур Геерт Хофштеде (G. Hofstede). В дальнейшем он опубликовал еще ряд работ, наибольшую известность из которых получила совместная работа с Д. Болипдже (D. Bollinger), где предлагалась методика диагностики оргкультуры. В 1981 году публикуются результаты исследования организационных культур ведущих корпораций США и Японии, проведенные Ричардом Пэскэйлом (R.T. Pascals) и Энтони Этосом (A.G. Athos). В 1982 году выходит книга Томаса Питерса (T.I. Peters) и Роберта Уотермена (R.H. Waterman), в которой на материале 62-х преуспевающих американских фирм показана важная роль культуры предприятия в достижении им успеха. В том же году публикуют свои исследования по ритуалам в организациях Терренс Дил (T.E. Deal) и Алан Кеннеди (A.A. Kennedy), предложившие классифицировать оргкультуры по отраслевому признаку. Первой серьезной теоретической работой по проблеме считается книга известного американского специалиста в области организационной психологии Э. Шейна «Организационная культура и лидерство» (Schein, 1985) На русском языке обзор зарубежных исследований оргкультуры сделан А.Л. Радушным и К.А. Радугиным, О.С. Виханским и А.И. Шумовым, С.В. Щербиной, С.А. Липатовым, А.И. Пригожиным и Е.Г. Молл, Л.И. Албастовой, Дж. Лафта и др.

В нашей стране актуальность исследований оргкультуры определяется кардинальными изменениями в политической и социально-экономической сферах, влияющими на характер отношений между организацией и человеком. Все чаще управленцы и консультанты, как за рубежом, так и у нас говорят о диагностике и формировании корпоративной (организационной) культуры, корпоративного духа, системы корпоративных ценностей (Организационное консультирование, 1995; Shafrite, Ott, 1992). Разные (в основном западные) фирмы осуществляют программы развития или изменения корпоративной культуры[3].

По отношению к организации культура выполняет ряд важных функций.

Охранная функция состоит в создании барьера от нежелательных внешних воздействий. Она реализуется через различные запреты, «табу», ограничивающие нормы.

Интегрирующая функция формирует чувство принадлежности к организации, гордости за нее, стремление посторонних лиц включиться в нее, что чрезвычайно важно для решения кадровых проблем.

Регулирующая функция поддерживает необходимые правила и нормы поведения членов организации, их взаимоотношений, контактов с внешним миром, что является гарантией стабильности, уменьшает возможность нежелательных конфликтов.

Адаптивная функция облегчает взаимное приспособление людей друг к другу и к организации. Она реализуется через общие нормы поведения, ритуалы, обряды, с помощью которых осуществляется также воспитание сотрудников.

Ориентирующая функция культуры направляет деятельность организации и ее участников в необходимое русло, а мотивационная создает для этого необходимые стимулы. Известно, например, что великие цели пробуждают в людях активность, стремление к их достижению, самореализации.

Наконец, культуре свойственна функция формирования имиджа организации, то есть ее образа в глазах окружающих. Этот образ является результатом произвольного

синтеза людьми отдельных элементов культуры организации в некое неуловимое целое, оказывающее, тем не менее, огромное воздействие, как на эмоциональное, так и на рациональное отношение к ней

И так, организационная культура - это набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий. Эти ценностные ориентации передаются индивидам через «символические» средства духовного и материального внутриорганизационного окружения.

Характеристика организационной культуры охватывает:

- индивидуальную автономность – степень ответственности, независимости и возможностей выражения инициативы в организации;
- структуру – взаимодействие органов и лиц, действующих правил, прямого руководства и контроля;
- направление – степень формирования целей и перспектив деятельности организации;
- интеграция – степень, до которой части (субъекты) в рамках организации пользуются поддержкой в интересах осуществления скоординированной деятельности;
- управленческое обеспечение – степень, относительно которой менеджеры обеспечивают четкие коммуникационные связи, помощь и поддержку своим подчиненным;
- поддержку – уровень помощи, оказываемой руководителями своим подчиненным;
- стимулирование – степень зависимости вознаграждения от результатов труда;
- идентифицированность – степень отождествления работников с организацией в целом;
- управление конфликтами – степень разрешаемости конфликтов;
- управление рисками – степень, до которой работники поощряются в инновациях и принятии на себя риска[4].

Обобщая сказанное, дадим более общее определение организационной культуре. Таким образом, организационная культура – это система общественно прогрессивных формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, индивидуальных и групповых интересов, особенностей поведения персонала данной организационной структуры, стиля руководства, показателей удовлетворенности работников условиями труда, уровня взаимного сотрудничества и совместимости работников между собой и с организацией, перспектив развития.

Список литературы:

1. Лысов О.Е. Основы менеджмента: Учебное пособие. - СПб.: ГУАП, 2001. - 135 с.
2. Смирнов Э.А. Основы теории организации: Учебное пособие для вузов. — М.: Аудит, ЮНИТИ, 2000.
3. Аксеновская Л.И. Моделирование управленческого взаимодействия как метод оптимизации организационной культуры (диссертация на соискание ученой степени кандидата пенх. наук). - СПб, 1997. - 172 с.
4. Мильнер Б. З.: Теория организации (издание пятое): Инфа - М: 2006

Резюме

В данной статье рассматриваются особенности, компоненты организационной культуры, факторы развития организационной культуры организации.

Түйіндеме

Бұл мақалада ұйымның ұйымдастыру мәдениетінің ерекшеліктері, компоненттері, ұйымдастыру мәдениетінің даму факторлары қарастырылады.

Summary

This article discusses the features, components of organizational culture, the factors of development of organizational culture of the organization.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Устойчивое развитие сельского хозяйства по пути модернизации требует постоянного поиска пути соединения достижений общенациональных целей и задач с территориальным разнообразием республики, нахождение новых форм и методов их реализации на практике. Следовательно, эффективное использование специфических особенностей их природно-ресурсного, трудового, научно-технического, инфраструктурного потенциала различных регионов становится настоящей необходимостью [1].

Сельское хозяйство является одной из перспективных и важных сфер экономики Казахстана. В стране увеличивается валовый выпуск продукции сельскохозяйственной отрасли. Валовый выпуск продукции (услуг) сельского хозяйства в 2017 году в целом по республике составил 4 071 млрд. тенге (+3% по сравнению с 2016 годом). Рост объема производства продукции сельского хозяйства обусловлен увеличением стоимости продукции растениеводства на 2,2% и продукции животноводства - на 3,9%. В течение 2000-2017 гг. в 1,8 раза произошло увеличение производства зерна, в 16,8 раза масличных культур, в 2,1 раза картофеля, в 2,5 раза овощей (таблица 1).

Таблица 1
Валовой сбор отдельных сельскохозяйственных культур, тыс.т

Годы	Зерновые (включая рис) и бобовые культуры (в весе после доработки)	Масличные культуры	Картофель	Овощи
2000	11 565,0	140,1	1 692,6	1 543,6
2001	15 896,9	187,1	2 184,8	1 782,0
2002	15 959,9	257,1	2 268,8	1 857,0
2003	14 777,4	436,3	2 308,3	1 938,3
2004	12 374,2	395,8	2 260,7	2 059,3
2005	13 781,4	439,7	2 520,8	2 168,7
2006	16 511,5	458,9	2 361,6	2 059,2
2007	20 137,8	459,4	2 414,8	2 196,4
2008	15 578,2	414,0	2 354,4	2 280,0
2009	20 830,5	703,6	2 755,6	2457,2
2010	12 185,2	775,4	2 554,6	2 576,9
2011	26 960,5	1 141,9	3 076,1	2 877,7
2012	12 864,8	976,8	3 126,4	3 061,5
2013	18 231,1	1 498,0	3 343,6	3 241,5
2014	17 162,2	1 547,6	3 410,5	3 469,9
2015	18 672,8	1 547,5	3 521,0	3 564,9
2016	20 634,4	1 902,4	3 545,7	3 795,2
2017	20 585,1	2 359,6	3 551,1	3 791,1

Следует отметить положительные результаты расширения площадей (таблица 2): зерновых культур в 1,2 раза, масличных культур в 5,5 раза, картофеля в 1,1 раза, овощей в 1,4 раза.

Таблица 2

Уточненная посевная площадь сельскохозяйственных культур, тыс. га

Год	Всего	из нее			
		зерновые (включая рис) и бобовые культуры	масличные культуры	картофель	овощи открытого грунта
2000	16 195,3	12 438,2	448,2	160,3	102,6
2001	16 785,2	13 208,7	347,5	164,6	107,7
2002	17 756,3	14 022,7	409,6	163,0	108,7
2003	17 454,2	13 872,6	631,9	166,9	110,2
2004	18 036,4	14 278,0	665,0	168,2	111,3
2005	18 445,2	14 841,9	669,7	168,2	110,8
2006	18 369,1	14 839,8	751,4	153,9	103,0
2007	18 954,5	15 427,9	672,8	155,5	104,2
2008	20 119,2	16 190,1	913,7	163,7	112,9
2009	21 424,9	17 206,9	1 186,1	170,3	110,6
2010	21 438,7	16 619,1	1 748,1	179,5	120,3
2011	21 083,0	16 219,4	1 816,2	184,4	128,7
2012	21 190,7	16 256,7	1 853,9	190,2	128,7
2013	21 271,0	15 877,6	1 980,9	184,8	133,1
2014	21 244,6	15 291,5	2 299,5	186,8	137,7
2015	21 022,9	14 982,2	2 009,7	190,6	139,5
2016	21 473,6	15 403,5	2 035,7	186,7	145,9
2017	21 839,9	15 405,4	2 478,9	183,4	142,9

Благодаря плодородной почве и наличию разных климатических зон Казахстан обладает большим потенциалом для диверсифицированного развития сельскохозяйственного комплекса.

Наличие значительных земельных и других природных ресурсов, а также обладание традиционной культурой возделывания земли без широкого применения синтетических удобрений и ядохимикатов предполагает огромные возможности для развития этого сегмента рынка. К тому же веками сформированные ценности казахского народа, исторически жившего в гармонии с природой, создали общественные отношения, адекватные системе экологического земледелия и животноводства. Органическое землепользование сочетает в себе традиционные методы ведения хозяйства, инновационные технологии и современные научно-технические достижения, которые благотворно сказываются на окружающей среде и гарантируют их благоприятное развитие.

Показатели животноводства в целом демонстрируют стабильную динамику. Наблюдаем за 2000-2017 годы рост поголовья животных (таблица 3): лошадей – в 2,5 раза, верблюдов и птицы – в 2,0 раза, овец и коз – в 1,8 раза, крупного рогатого скота – в 1,7 раза.

Таблица 3

Численность скота и птицы

Год	Крупный рогатый скот, тыс. голов	Овцы и козы, тыс. голов	Лошади, тыс. голов	Верблюды, тыс. голов	Птица, млн. голов
2000	4 106,6	9 981,1	976,0	98,2	19,7
2001	4 293,5	10 478,6	989,5	103,8	21,1
2002	4 559,5	11 273,0	1 019,3	107,5	23,8
2003	4 871,0	12 247,1	1 064,3	114,9	24,8
2004	5 203,9	13 409,1	1 120,4	125,7	25,6
2005	5 457,4	14 334,5	1 163,5	130,5	26,2
2006	5 660,4	15 350,3	1 235,6	138,6	28,2
2007	5 840,9	16 080,0	1 291,1	143,2	29,5
2008	5 991,6	16 770,4	1 370,5	148,3	30,1

2009	6 095,2	17 369,7	1 438,7	155,5	32,7
2010	6 175,3	17 988,1	1 528,3	169,6	32,8
2011	5 702,4	18 091,9	1 607,4	173,2	32,9
2012	5 690,0	17 633,3	1 686,2	164,8	33,5
2013	5 851,2	17 560,6	1 784,5	160,9	34,2
2014	6 032,7	17 914,6	1 937,9	165,9	35,0
2015	6 183,9	18 015,5	2 070,3	170,5	35,6
2016	6 413,2	18 184,2	2 259,2	180,1	36,9
2017	6 764,2	18 329,0	2 415,7	193,1	39,9

На положительную динамику продукции животноводства повлиял рост производства яиц в 3 раза, мяса в 1,7 раза, молока в 1,5 раза (таблица 4) [2].

Таблица 4

Производство отдельных видов продукции животноводства

Год	Забито в хозяйстве или реализовано на убой скота и птицы (в живом весе), тыс. тонн	Забито в хозяйстве или реализовано на убой скота и птицы (в убойном весе), тыс. тонн	Молоко, тыс. тонн	Яйца, млн. штук
2000	1 054,1	569,4	3 730,2	1 692,2
2001	1 054,2	585,1	3 922,9	1 855,3
2002	1 080,7	595,8	4 109,8	2 102,1
2003	1 127,8	613,7	4 316,7	2 276,7
2004	1 200,1	654,3	4 556,8	2 316,8
2005	1 252,0	675,9	4 749,2	2 514,0
2006	1 327,3	724,5	4 926,0	2 494,7
2007	1 381,6	752,0	5 073,2	2 664,2
2008	1 433,8	778,5	5 198,0	2 989,1
2009	1 453,0	794,1	5 303,9	3 306,4
2010	1 501,2	834,4	5 381,2	3 720,3
2011	1 511,5	838,1	5 232,5	3 718,5
2012	1 509,4	844,7	4 851,6	3 673,4
2013	1 548,7	871,0	4 930,3	3 896,0
2014	1 602,5	900,2	5 067,9	4 291,2
2015	1 651,1	931,0	5 182,4	4 737,0
2016	1 702,0	960,7	5 341,7	4 757,2
2017	1 794,4	1 017,6	5 503,4	5 103,0

Главными препятствиями для повышения производительности являются: низкая урожайность в растениеводстве, неудовлетворительная продуктивность в животноводстве, износ основных средств и устаревшие технологии, неприемлемое состояние сельской инфраструктуры.

Рыночные отношения ускоряют процесс внедрения в экономику Казахстана новых стандартов жизни и повышают требования к экологической чистоте сельскохозяйственной продукции и конкурентоспособности на рынке. Казахстанский аграрный сектор все еще испытывает множество проблем, связанных с отсталостью технологий возделывания культур, низкой урожайностью и высокими рисками земледелия, отсутствием выверенных научных подходов и, в целом, управлением и организацией бизнес-процессов.

Несмотря на общий рост производительности сельскохозяйственного труда, в отрасли еще немало резервов его повышения как за счет традиционных методов интенсификации производства (мелиорация сельскохозяйственных угодий, механизация производственных процессов, применение минеральных удобрений и пестицидов, использование элитных семян и т.д.), так и за счет внедрения новейших технологических решений (биотехнология, автоматизация и цифровизация производства и др.). Причем

одно направление инновационного развития, связанное с более широким распространением технологий, открытых еще «зеленой революцией» (механизация, химизация, использование лучших селекционных достижений и т.п.), не должно замещаться или противопоставляться другому направлению – освоению технологий постиндустриального сельского хозяйства (например, цифровизации) [3].

Основные задачи, стоящие перед сельским хозяйством - получение в необходимых объемах растениеводческой и животноводческой продукции, стабилизация сельскохозяйственного производства, его интенсификация в целях обеспечения продовольственной безопасности страны. Конечно, агроклиматический потенциал Казахстана далеко не оптимален и объективно определяет необходимость значительных суммарных энергетических затрат на развитие сельского хозяйства. Тем не менее, опыт ведения земледелия на научной основе в районах и хозяйствах, использующих интенсивные технологии, неоспоримо свидетельствовал, что урожайность культур, сопоставима с их урожайностью в европейских странах.

В долгосрочной перспективе целью развития агропромышленного производства Республики Казахстан является формирование эффективного и устойчивого АПК, обеспечивающего продовольственную независимость и насыщение рынка доступным для всех групп населения качественным продовольствием, а промышленность - сельскохозяйственным сырьем. Оно должно базироваться на постоянно обновляемых технологиях и техники, экологизации производства, эффективных институциональных преобразованиях. Первоочередной целью является восстановление агропромышленного производства и на этой основе снижение продовольственной зависимости республики от импорта при повышении среднедушевого потребления населением продовольствия, создание организационно-экономических условий рентабельной работы сельскохозяйственным товаропроизводителям и предприятиям перерабатывающей промышленности, улучшение социальных условий жизни на селе.

Список литературы

1. Лашкарева О.В. Модернизация агропромышленного производства Республики Казахстан: анализ и перспективы // Экономика и статистика. – 2017. - №3. - С.53-57.
2. Официальный сайт Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан //www.stat.gov.kz
3. Петриков А.В. Использование инновационных технологий различными категориями хозяйств и совершенствование научно-технологической политики в сельском хозяйстве // АПК: экономика, управление. – 2018. - №9. - С. 4-11.

Андатпа

Мақалада Қазақстан Республикасының ауыл шаруашылығындағы ағымдағы жағдай талданады. Елдің аграрлық секторын дамытудағы негізгі проблемалар мен үрдістер анықталды. Қазақстан экономикасының аграрлық секторының ұзақ мерзімді мақсаттары тұжырымдалған.

Summary

The article analyzes the current situation in agriculture of the Republic of Kazakhstan. The main problems and trends in the development of the agricultural sector of the country are identified. The long-term objectives of the agrarian sector of the economy of Kazakhstan are formulated.

Понятие и сущность управления персоналом

Управление производством осуществляется через человека: через людей вносятся определенные коррективы в техническую, технологическую и организационную стороны процесса производства. Но и сами работники являются объектом управления. Это касается, прежде всего, количества и качества рабочей силы, формирования трудового потенциала, его развития и использования, мотивации трудового поведения, трудовых и личностных отношений и т.д.

Сегодня в практике существуют два основных подхода к решению проблем персонала. Первый акцентирует внимание на том, что «управление человеческими ресурсами» охватывает стратегические аспекты решения данной проблемы, включая и вопросы социального развития, а «управление персоналом» в большей мере относится к оперативной работе с кадрами. Второй подход исходит из того, что «управление человеческими ресурсами» ориентировано прежде всего на вопросы государственного регулирования отношений в области труда и занятости, а «управление персоналом» - на трудовые отношения на уровне предприятия.

Труд - процесс сознательной деятельности человека, воздействия его на предметы труда с целью создания материальных и духовных благ для удовлетворения личных и общественных потребностей [1, с.3]. Труд - важнейшая форма бытия, главная сфера жизнедеятельности, способ преобразования себя и общества через отношения с другими [1, с.4].

По сути управление является формой живого труда, направленной на удовлетворение потребностей людей в такой организации совместного труда, чтобы достигать целей скорейшим образом и минимизировать затраты всех видов ресурсов.

В последние 50 лет термин «управление персоналом» использовался для описания функции управления, посвященной найму, развитию, обучению, ротации, обеспечению безопасности и увольнению персонала [2, с.16].

Управление персоналом - вид деятельности по руководству людьми, направленный на достижение целей фирмы, предприятия путем использования труда, опыта, таланта этих людей с учетом их удовлетворенности трудом [3, с.54].

В современном подходе к определению делается акцент на вкладе персонала, удовлетворенного работой, в достижение корпоративных целей, таких, как лояльность потребителей, экономия издержек и рентабельность. Это обусловлено пересмотром концепции «управления персоналом» в последнем десятилетии. На смену противоречивым отношениям между работодателями и наемными работниками, при которых в рабочей обстановке организации доминировала жесткая регламентация процедур взаимодействия с работниками, пришла атмосфера сотрудничества, которая имеет следующие особенности:

- сотрудничество в рамках небольших рабочих групп;
- ориентация на удовлетворение потребителей;
- значительное внимание уделяется целям бизнеса и вовлечению персонала для достижения этих целей;

- расслоение организационных иерархических структур и делегирование ответственности лидерам рабочих групп [4, с 27].

В последние годы в научной литературе и практике, помимо понятия управление персоналом, широко используются и другие понятия: управление трудовыми ресурсами, управление трудом, управление кадрами, управление человеческими ресурсами,

управление человеческим фактором, кадровая политика, кадровая работа и др., так или иначе относящиеся к трудовой деятельности человека, управлению его поведением на производстве.

Как часто бывает, при попытке дать определение и раскрыть содержание того или иного понятия авторы акцентируют внимание на наиболее важной, по их мнению, стороне, задачах, формах проявления и т.д. Так, говоря об управлении трудовыми ресурсами, имеют в виду часть населения, относящуюся к данной категории, которая подвергается планомерному воздействию и регулированию со стороны общества на стадии формирования, распределения и использования в территориальном разрезе [5, с.123].

Цели управления персоналом должны совпадать с целями управления организации в целом. Они тесно связаны между собой и взаимно дополняют друг друга.

Основными целями управления персоналом организации являются:

- повышение конкурентоспособности организации в рыночных условиях;
- повышение эффективности производства и труда, в частности, достижение максимальной прибыли;
- обеспечение высокой социальной эффективности функционирования коллектива.

Успешное выполнение поставленных перед управлением персоналом целей требует решения следующих задач:

- полного и эффективного использования способностей работников;
- создания оптимальных условий для развития и реализации их потенциала в профессиональной деятельности;
- обеспечения мотивации трудовой деятельности;
- формирования производственного поведения с точки зрения реализации целей организации в целом;
- согласования интересов организации и интересов работников.

Объект управления персоналом - это отдельный работник или некая их совокупность, выступающая как трудовой коллектив. Совокупность работников может включать как весь персонал предприятия (организации, фирмы), на который распространяются управленческие решения общего характера, так и персонал структурного подразделения (отдела, цеха) или производственной ячейки (бригады).

Отличительная особенность группы работников как объекта управления состоит в определенной взаимосвязке деятельности работников благодаря общим целям, что и характеризует их как коллектив.

В качестве субъектов управления персоналом выступают:

- линейные руководители всех уровней, управляющие своими подчиненными (начальники управлений, отделов, служб, мастера, прорабы и т.п.);
- функциональная служба (отдел кадров, например). Она подчинена высшему линейному руководителю (директору, управляющему) и наряду с осуществлением своих функций проводит методическое руководство деятельностью всех имеющихся линейных руководителей[6].

Подводя итог, отметим, что сущность управления персоналом заключается в воздействии с помощью различных мер на процесс формирования, распределения, перераспределения рабочей силы на уровне предприятия, на создание условий для использования рабочей силы в целях обеспечения эффективного функционирования предприятия и всестороннего развития, занятых на нем работников. Для того чтобы увидеть сущность управления персоналом в конкретной организации, необходимо изучить ее цели и задачи.

Список литературы:

1. Егоршин, А.П. Управление персоналом: Учебник для вузов. - 3-е изд./ А.П. Егоршина. - Н. Новгород: НИМБ, 2007

2. Алавердов, А.Р. Управление персоналом: Учебное пособие / А.Р. Алавердов, Е.О. Куроедова, О.В. Нестерова. - М.: МФПУ Синергия, 2013
3. Мескон, М.Х., Альберт, М., Хедоури, Ф. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури - М.: Дело, 2002
4. Управление человеческими ресурсами / Под ред. М. Пула, М. Уорнера. - СПб.: Питер, 2002
5. Базаров, Т.Ю., Еремина, Б.Л. Управление персоналом: Учебник для вузов / Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2008
6. Шлендер, П.Э. Управление персоналом организации: учеб.пособие / П.Э.Шлендер. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. - 398 с.

Резюме

В данной статье рассматриваются особенности управления персоналом, как целенаправленной деятельности руководителей всех уровней управления организации, которая включает разработку стратегии кадровой политики, концепцию, принципы, методы и технологии управления персоналом.

Түйіндеме

Бұл мақалада персоналды басқару ерекшеліктері, кадрлық саясат стратегиясын, тұжырымдаманы, принциптерін, персоналды басқару әдістері мен технологияларын әзірлеуді қамтитын ұйымды басқарудың барлық деңгейлеріндегі басшылардың мақсатты қызметі ретінде қарастырылады.

Summary

This article discusses the features of personnel management, as a focused activity of managers at all levels of an organization's management, which includes the development of a personnel policy strategy, the concept, principles, methods, and technologies of personnel management.

**Жилдикбаева А. Н.,
докторант PhD**

Казахский национальный аграрный университет,

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗЕМЕЛЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ

Аннотация

В данной статье рассмотрена методика определения эффективности использования земель сельскохозяйственного назначения в условиях многоукладной экономики с учетом структурных и ресурсных показателей.

Аңдатпа

Бұл мақалада құрылымдық және ресурстық көрсеткіштерді есепке ала отырып, көп секторлы экономикада ауыл шаруашылық жерлерін тиімді пайдаланудың анықтау әдістемесі қарастырылды.

Abstract

This article examines the methodology for determining the efficiency of agricultural land use in a multistructure economy, taking into account structural and resource indicators.

В условиях развития сельскохозяйственного производства особое значение принадлежит вопросам регулирования земельных отношений, где важнейшая роль принадлежит формированию землепользований оптимальных размеров в разных формах хозяйствования [1].

Решение задач эффективного использования земли требует сегодня организации учета и оценки почвенного плодородия по бонитету почв в границах землепользований. Известно, что даже в пределах одного землепользования экономическое плодородие земель отличается от основной группы почв в сторону низкого бала бонитета, что влияет на результаты производства [2].

Об уровне использования сельхозугодий, как правило, судят по фактическому выходу валовой продукции или ее стоимости с 1га или 100 га земельной площади. Однако, эти данные не раскрывают деятельности аграрных формирований, так как результаты использования земель зависят не только от качества, но и от факторов интенсификации и организации производства. Отсюда возникает потребность определения расчетной величины валовой продукции с учетом данных экономической оценки земли.

Эффективность использования земель в хозяйствах с различной земельной собственностью зависит от повышения производительности труда, усиления режима экономии, роста интенсификации производства, использования внутренних резервов и возможностей сельхозпроизводства и, особенно, рационального использования земли.

Анализ структуры землепользований агроформирования за период с 1995 по 2016 гг. по Казахстану показал, что в них значительно преобладает доля крестьянских хозяйств (96,3%) общего их количества, а сельхозпредприятий числится в 2016 г. всего 6,9 тыс. ед.[3].

Средние размеры землепользований также дифференцированы. Наибольшую земельную площадь имеют ТОО и сельхозпредприятия. В настоящее время получила развитие тенденция сокращения количества сельскохозяйственных производственных кооперативов несмотря на более демократичную форму хозяйствования.

Эффективность использования сельхозземель также не одинакова и колеблется по периодам и категориям хозяйств в связи с возрастанием уровня инфляции и цен на продукцию сельского хозяйства (таблица).

Таблица - Тенденции изменения численности, размеров различных форм хозяйствования и эффективности использования сельхозземель в республике Казахстан за 1995-2016 гг.

Категория хозяйств	1995 г.	2000 г.	2010 г.	2015 г.	2016 г.
Количество сельскохозяйственных формирований, ед.					
сельхозпредприятия	5787	5345	5702	6906	12310
крестьянские хозяйства	30785	95460	193435	216567	219759
Средние размеры сельхозформирований, га					
сельхозпредприятия	15602	10680	5780	5701	3312
крестьянские хозяйства	412	260	233	270	273
Производство валовой продукции на 100 га сельхозугодий, млн. тенге					
сельхозпредприятия	100,4	249,7	495,5	212,3	312,1
крестьянские хозяйства	136,5	461,8	612,8	177,1	273,4

Основными причинами распада производственных кооперативов на ТОО и крестьянских хозяйств и соответственно размеров землепользований являются: не соблюдение демократичных принципов управления, отстранение от управления земельных дольщиков, не прозрачность распределения прибыли, малые размеры дивидендов, льготный режим налогообложения крестьянских хозяйств, что явилось главным фактором их массовой организации.

Наибольшая эффективность производства и использования земель достигнута в крупных агроформированиях, где используется высокопроизводительная техника, соблюдаются севообороты, имеет место большая доступность к кредитным ресурсам, субсидиям, лизингу.

Данные мониторинга Комитета РК по статистике на 1.01.2016г. свидетельствуют, что 93,7% крестьянских и фермерских хозяйств имеют размеры земельной площади до 500 га. В наибольшей степени мелкоземельные крестьянские хозяйства получили распространение в южном регионе, где удельный вес в общей численности до 50 га составляет 90,1%, в то время как в северном регионе лишь 8,1%, центральном – 3,9%, западном – 11,3%. Большинство из них – узкоспециализированы, многие из них носят натуральный и полунатуральный тип хозяйств [4].

Мелкотоварность не позволяет вести сельхозпроизводство на интенсивной основе, обеспечивать наиболее полное использование материальных, трудовых и других ресурсов, соблюдать экологические требования. Мелкие и даже средние крестьяне и фермеры из-за отсутствия финансовых ресурсов не имеют возможности внедрять новые технологии в развитие своего производства.

Мелкотоварное сельскохозяйственное производство не привлекательно для сторонних инвесторов. Как и инвесторы, кредитные и банковские организации воздерживаются от вложений в мелкие фермерские хозяйства, что является одной из главных причин сокращения объемов производства и сбоев в своевременном материально-техническом обеспечении. Ведь для инвесторов основным условием является возможность полностью влиять на выход продукции, используя современные средства и технологии производства. А это можно реализовать только при наличии достаточного масштаба и размера компании. В итоге основным источником финансирования является значительная поддержка государства при малой доле собственных средств предпринимателей.

В настоящее время остро стоит проблема организации эффективного землепользования, направленного на рациональное использование земельных участков, предусматривающее освоение севооборотов, новой влаго-ресурсо-сберегающей технологии, применение более производительной техники.

Экономическая эффективность той или иной формы хозяйствования зависит от повышения производительности труда, усиления режима экономии, роста интенсификации производства, использования внутренних резервов и возможностей сельхозпроизводства и, особенно, рационального использования земли.

Применительно к землепользованию рациональность предполагает целесообразность производственного и непроизводственного использования земли путем применения как интенсивных, так и экстенсивных факторов, обеспечивающих постоянное повышение плодородия почвы. Но применение интенсивных факторов не должно приводить к снижению плодородия земель и выбытию их из средств сельскохозяйственного производства.

На современном этапе в условиях интенсивного ведения земледелия возникают новые своеобразные проблемы в использовании земли среди них особенно тревожным фактором стало снижение содержания гумуса в почве – основы её плодородия. Опыт мирового земледелия также подтверждает, что одним из показателей оценки систем земледелия является уровень содержания гумуса в почве. Почвы с высоким содержанием гумуса имеют более благоприятные водно-физические и другие свойства. Они менее восприимчивы к побочным действиям ядохимикатов, на них более эффективно используются минеральные удобрения. В связи с этим уровень содержания гумуса в почве одного из важнейших показателей рационального использования земли, воспроизводства почвенного плодородия.

Формирование хозяйств по площади зависит от характера земельных угодий, т.е. их структуры (размеров пашни, сенокосов, пастбищ); специфики отдельных отраслей;

зональных условий. Рациональное использование земли исключает монокультуру, т.к. сезонность сельскохозяйственного производства определяет необходимость полной занятости рабочей силы в течение года. Для регулирования этих процессов необходимо рациональное сочетание отраслей растениеводства и животноводства. Зарубежный и отечественный опыт свидетельствует о рациональном сочетании отраслей растениеводства и животноводства в соотношении 60:40 и 50:50.

Эффективность сельского хозяйства напрямую зависит от проводимых мероприятий по мелиорации земель. В этой связи государственная политика по поддержанию качественного состояния орошаемых земель должна вырабатываться и проводиться в комплексе и тесном взаимодействии с другими сельскохозяйственными мероприятиями.

Оценка эффективности использования земель в мелких крестьянских хозяйствах плодово-овощной специализации с использованием индексного метода позволила выделить группы, которые могут выдержать достаточный уровень конкурентоспособности при условии применения инновационных технологий на орошаемых землях и увеличения мер государственной поддержки.

Многие виды затрат определяются комплексно на все хозяйство (горючее и смазочные материалы, амортизация и текущий ремонт техники и т.д.), и переносятся соответствующими долями на каждую культуру.

В этой связи приоритетными становятся задачи сохранения продуктивных сельскохозяйственных земель, оптимизации площадей пашни и посевных площадей по количественным и качественным характеристикам земель.

Решение этих задач связано с совершенствованием технологий поддержания и повышения биопродуктивности сельскохозяйственных земель, развитием технологий рационального землеустройства, землепользования и охраны земель, созданием эффективных организационно-правовых механизмов управления сельскохозяйственными землями, а также развитием государственного мониторинга сельскохозяйственных земель.

Список использованных источников

1. Государственный (национальный) доклад «О состоянии и использовании земель Республики Казахстан на 1 ноября 2010 года». — Астана: Государственное Агентство по управлению земельными ресурсами, 2011.
2. Сейфуллин Ж.Т. Земельный кадастр: Управление земельными ресурсами Казахстана в рыночных условиях. — Алматы: КазНИИЭОАПК, 2009. - с. 216.
3. Сельское хозяйство Казахстана — Алматы: Издательский дом "Баспа Шар", 2016.
4. Стат.сб.: «Сельское хозяйство Республики Казахстан» [Электронный ресурс]. - 2011-2016. -URL: WWW.stat.kz. (дата обращения: 10.12.2018).

**Жолдасбекова Г.Ж.
Нархоз университетінің PhD студенті**

ЗЕРТТЕУ УНИВЕРСИТЕТТЕРІ-ЕЛДІҢ ҒЫЛЫМИ-ИННОВАЦИЯЛЫҚ ЖҮЙЕСІНІҢ НЕГІЗІ

Елбасы Н.А.Назарбаев өзінің Қазақстан халқына 5 қазан 2018 жылы жасаған «Қазақстандықтардың әл-ауқатының өсуі: табыс пен тұрмыс сапасын арттыру» жолдауында «Соңғы кездері әлемдік саяси және экономикалық трансформация үдерістері күшейе түсті. Әлем қарқынды түрде өзгеріп келеді... жаңа технологиялар, роботтандыру мен автоматтандыру еңбек ресурстарына және адам капиталының сапасына қатысты талаптарды күрделендіруде», «... болашақ экономикасының баламалы энергетика, жаңа

материалдар, биомедицина, үлкен деректер, заттар интернеті, жасанды интеллект, блокчейн және басқа да бағыттарын ілгерілетуді қамтамасыз ету қажет. Еліміздің жаһандық әлемдегі орны мен рөлі келешекте нақ осыларға байланысты болады»[1] деп атап өтті. Бұл жаңа технологиялармен елімізді қамтамасыз ету адами капиталдың сапасына да тәуелді және де тиімді ғылыми-инновациялық жүйені дамыту арқылы қол жеткізуге болады. Ал ол жүйе зерттеу университеттерінің әлеуетін қолдану барысында қалыптасады. ХХІ ғасырдың жоғарғы білім берудегі дүниежүзілік декларациясында да жоғарғы білім мен заманауи ғылыми-зерттеу мекемелері, кәсіби жоғары мамандар және білімді адам капиталынсыз бірде бір ел тұрақты экономикалық дамуға қол жеткізе алмайде делінген. Қазіргі кезде әлемдік білім нарығында университеттік кешен түрінде ұйымдастырылған тек білім беру ғана емес зерттеу бөлімшелері бар, сонымен қатар университеттің инновациялық қызметін қамтамасыз ететін ірі университеттер басым. Осындай құрылымдар қоғамның белгілі бір әлеуметтік қажеттілігін, яғни білім мен зерттеуді қамтамасыз етіп қана қоймай қосымша университеттің жан жақты қаржыландыру көздерін табу құралы болып табылады. Осындай университеттерді зерттеу университеттері деп айтамыз. Осындай университеттердің болуы Германия, АҚШ және Жапония сияқты елдердің халықаралық аренада өздерінің әсерлерін арттыруға мүмкіндік берді. Олар тек жоғары білікті мамандар мен ғалымдарды даярлап қана қоймай, іргелі және қолданбалы зерттеулер жүргізе отырып, елдің әлеуметтік-экономикалық әлеуетіне оң үлес қосып келеді және олар ғылыми-инновациялық жүйенің негізіне айналды.

Шетелдік тәжірибені талдау көрсеткендей, зерттеу университеттері аймақтың экономикалық дамуына, кәсіпкерлік инфрақұрылымды енгізу және дамыту процестеріне, технопарктер мен бизнес-инкубаторлар құру арқылы шағын бизнесті дамытуға елеулі әсер етеді. Өткен екі ғасыр ішінде Еуропада, АҚШ-та және басқа да бірқатар елдерде жаңа білім өндіруге және серпінді ғылыми-технологиялық даму жағдайында бірегей мамандарды дайындауға маманданған әлемдік деңгейдегі зерттеу университеттері қалыптасты. Әлемнің ең беделді жоғары оқу орындарының қатарына Стэнфорд университеті (АҚШ) жатады. Осы университеттер жүйелі түрде кәсіпорындармен жемісті де өзара тиімді байланыс қалыптастыра отырып экономикаға қажетті инновациялық өнімдерді шығаруға мүмкіндік алып отыр. Мысалға алатын болсақ студенттердің саны кішігірім Массачусетс технологиялық университеті АҚШ-дағы 700 ден астам ірі өндіріс кәсіпорындарымен тығыз да тиімді байланыс жасауда. Әлемдік деңгейдегі университеттердің үздік нәтижелерінің тәжірибесін талдау жасай отырып олардың осы деңгейге көтерілуіне әсер ететін факторлар бар екенін көреміз. Ол факторларды айтып өтсек:

- зерттеуге қабілеттері жоғары талантты жастарды (оқытушылар мен студенттер) тарту және шоғырлануы;

- озық ғылыми зерттеулер жүргізу мен оқытудың қолайлы жағдайларының болуы;

- ЖОО-ның стратегиялық көзқарасын, инновациялары мен икемділігін дамытуға ықпал ететін, бюрократиялық кедергілерсіз шешімдер қабылдауға және ресурстарды басқаруға мүмкіндік беретін басқару құрылымының болуы;

- ауқымды ғылыми зерттеулер мен іргелі білімнің жоғары үлесі бар әзірлемелердің болуы;

- ғылыми зерттеулер мен білім берудің өзара интеграциясы;

- дамыған инновациялық қызметтердің болуы;[2,4]

Біздің елде де ғылыми-инновациялық жүйені тиімді түрде қалыптастыру мақсатында дамыған елдердегі зерттеу университеттерінің тәжірибесін ескере отырып зерттеу университеттерін дамыту жолға қойылып жатыр. Осы университеттердің жұмысын жандандыру мақсатында заңның негізі қалануда. ҚР «Ғылым туралы» заңының 10 бабы зерттеу университеттеріне арналған. Қазақстанда зерттеу университеттерін қалыптастыру және дамыту үрдісі жоғарғы оқу орындарын топтаумен бірге жүруде[3]. 2010 жылы 9 ұлттық университеттер, 10 инновацияға бет бұрыған университеттер

сайыстан кейін анықталды. Осы университеттерге зерттеу университеті деген мәртебесі беріліп оларды әлемдік зерттеу университеттерінің деңгейіне көтеру жоспарланды.

2015 жылы Назарбаев университетіне зерттеу университеті мәртебесі беріліп 2016-2020 жылдардағы даму бағдарламасы бекітілді. Назарбаев университетінің ғылыми интеграциялық жүйесіне National Laboratory Astana және Nazarbayev University Research and Innovation System (NURIS) мектебі кіреді. Бұл мектеп университеттің академиялық үрдісін зерттеу жұмысымен байланыстырып, ғылыми-зерттеу әзірлемелерін өндіріске ендіруді қамтамасыз етеді.

NURIS мақсаттарының бірі елдің жоғарғы технологиялық компанияларын зияткерлік-инновациялық кластерді құру арқылы қолдау. Кластердің негізгі элементтері мектептер мен зерттеу орталықтары, коммерцияландыру кеңсесі, Бизнес-инкубатор, технопарк және Astana Business Campus ғылыми паркінен тұрады. Ғылыми-зерттеу және білім беру қызметімен қатар ғылыми паркте инжинирингтік, тәжірибелік-өнеркәсіптік және инвестициялық қызмет жүзеге асырылып жатыр. Ғылыми қызмет саласында Назарбаев Университетін дамыту екі негізгі бағыт бойынша жүзеге асырылады[4].

Біріншіден, ғылыми қызметті негізінен профессор-оқытушылар құрамы мен зерттеушілердің әлеуетін қолдана отырып дамыту және осы ғылыми жобаларға міндетті түрде студенттер, магистранттар мен докторанттарды тарту. Екіншіден, осы жобалар мен ғылыми жұмыстарды республиканың ұлттық ғылыми басымдықтарын ескере отырып жұмыс жасау.

2014 жылғы желтоқсанда ҚР Үкіметінің қаулысымен "Ұлттық техникалық зерттеу университеті" коммерциялық емес акционерлік қоғамы құрылды. 2017 жылы Қ. И. Сәтбаев атындағы ҚазҰТЗУ өзінің атауын «Сәтбаев университеті» деп өзгертті. Оның құрамына "Парасат" холдингінің ғылыми ұйымдары кіреді. Жаңа құрылымға 10 институт, 8 ғылыми-зерттеу университеті, 32 кафедра, 262 оқу-тәжірибелік зертхана, 5 ғылыми зертхана, 2 оқу полигоны және 1 обсерватория, 1000 - нан астам ғалымдар шоғырланған[5]. Олардың шешетін өзекті ғылыми-техникалық мәселелері шеңберіне арнайы физика-механикалық қасиеттері бар наноқұрылымды материалдар өндірісі, өндіріске түсті металдар кендерін өндіру мен қайта өңдеудің инновациялық технологиясын енгізу, қабаттардың мұнайды беруін арттырудың механизмдерін қолдана отырып жаңа технологияны әзірлеу және тағы басқалар кіреді.

2010 жылы зерттеу университеті мәртебесін алған жоғары оқу орындарының бірі Қарағанды мемлекеттік техникалық университетін атап өткен жөн. ҚарМТУ бүгінгі күні Орталық Қазақстанның ірі және тиімді жұмыс істейтін ғылыми-білім беру хабы болып табылады. 2016 жылы осы университет ЖОО ұлттық рейтингісінде 2-орын және QS рейтингісінде 111-орын алды. Университеттік инновациялық ғылыми-техникалық кешені 7 ғылыми-зерттеу институттарынан, 185 ғылыми-зерттеу зертханалары, 16 инновациялық ғылым және инжиниринг орталықтарынан, трансұлттық корпорациялардың (TOTAL, FESTO, Schneider Electric, Mitsubishi Electric, Leica Geosystems, Eram Systems, FLUOR) қатысуымен Инженерлік құзыреттілік орталықтарынан, 6 жұмысшы кәсіптердің орталықтарынан, 4 шағын кәсіпорындарынан және 4 шағын өндірісті қамтиды. ҚарМТУ - дың білім беру үрдісі "білім - ғылым-инновация" триадасы шеңберінде халықаралық стандарттарды енгізу бағытында жұмыс жасау көзделген[6].

Осы заманауи парадигманы тиімді іске асыру үшін ЖОО базасында 2008 жылы құрамына Қазақстан, Франция, Германия, Австрия, Қытай, Ресей, Беларусь және Өзбекстанның 86 негізгі кәсіпорындары мен ғылыми орталықтары кіретін "корпоративтік Университет" оқу-ғылыми-өндірістік кластері құрылып ("АрселорМиттал Теміртау" АҚ, "Қазақмыс "корпорациясы" ЖШС, "Шұбаркөл Көмір" АҚ, "Қарағанды машина жасау консорциумы" ЖШС, "KEGOC" АҚ, "Сарыарқа ENERGY" ЖШС, "Вару Mining" ЖШС, "Борусан Машина Қазақстан" ЖК) университеттің 60 кафедраларының филиалдары жұмыс жасап жатыр[6]. Корпоративтік университеттің қуатты интеллектуалдық және өндірістік әлеуетіне сүйене отырып, ҚарМТУ тек ғылыми-білім беру миссиясын ғана

емес, сонымен қатар бүкіл Қазақстанның индустриалдық-инновациялық инфрақұрылымын қалыптастыру үшін пайдалануға болатын маңызды әлеуметтік институт болып табылады.

Қорытындылай келе біздің елімізде әлемдік деңгейдегі зерттеу университеттерін қалыптастыру мәселелерін талдау бір жағынан ғылым мен білім беру, мемлекет, университет және бизнес арасындағы жаңа қатынастардың дамыту қажеттілігінің туындап отырғанын көре аламыз. Тәуелсіз Қазақстанға мемлекет, қоғам, білім, өнеркәсіп және бизнес арасындағы әріптестіктің жаңа тетіктерін қалыптастыру, әлемдік деңгейдегі зерттеу университеттерін құру және зерттеу университетін жаңа білімнің басты көзі ретінде сақтау міндеті тұр. Болашақта зерттеу университеттерінің стратегиялық мақсаты технологиялар трансфертін, қосымша білім беруді дамытуға және сұранысқа ие түлектерді дайындауға баса назар аудара отырып, бизнес пен университет арасындағы өзара тиімді қарым-қатынасты құру және күшейту тиіс. Қазақстанда Зерттеу университеттерін құру елдің экспорттық-шикізаттық тәуелділіктен босатып қана қоймай, қайта өңдеу, зияткерлікке бағдарланған салаларды дамытуға серпін беріп, елдің ғылыми-инновациялық жүйесін құруды қамтамасыз ететініне сенімдіміз.

Қолданылған әдебиеттер тізімі:

1. http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president/poslanie-prezidenta-respubliki-kazahstan-nnazarbaeva-narodu-kazahstana-5-oktyabrya-2018-g (дата обращения 13.10.2018 г.)
2. [inform.kz https://www.inform.kz/ru/issledovatel-skie-universitety-kak-uslovie-innovacionnogo-razvitiya_a2964943](https://www.inform.kz/ru/issledovatel-skie-universitety-kak-uslovie-innovacionnogo-razvitiya_a2964943) (дата обращения 13.10.2018 г.)
3. Закон Республики Казахстан от 9 июля 2011 года «О науке». – Астана: Акорда, 2011 // <http://www.edu.gov.kz>
4. <https://nu.edu.kz/kk/>
5. <http://ksu.kz>
6. <http://satbayev.university>

Андатпа

Мақалада қазіргі заманғы зерттеу университеттері елдің экономикасының өсу факторы ретінде қарастырылған. Зерттеу университеттері ұлттық экономиканың жаһандық бәсекеге қабілеттілігінің негізіне айналды және оның кәсіпкерлік экожүйесі жаңа, қарқынды дамып келе жатқан салаларды, технологиялық нарыққа және әкімшілік-аумақтық кеңістіктерді қалыптастыратыны туралы жазылған.

Түйін сөздер: *зерттеу университеті, ғылыми-инновациялық жүйе, инновация.*

Аннотация

В статье анализируется современный исследовательский университет как драйвер экономического роста. Показано, каким образом исследовательский университет становится основой глобальной конкурентоспособности национальных экономик и наднациональных объединений, а его предпринимательская экосистема формирует новые, быстрорастущие отрасли, перспективные технологические рынки, лидирующие административно-территориальные пространства.

Ключевые слова: *исследовательский университет, научно-инновационная система, инновации.*

Annotation

The article analyzes the modern research university as a driver of economic growth. It is shown how a research university becomes the basis of the global competitiveness of national economies and supranational associations, and its entrepreneurial ecosystem forms new, fast-growing industries, promising technological markets, and leading administrative and territorial spaces.

Keywords: *research university, research and innovation system, innovation.*

Жумабекова Г.Е.,
слушатель программы ДВА «Международный бизнес»,
Бизнес-школа Европейского университета,
Казахский университет экономики, финансов и
международной торговли

Слияние и поглощение как способ повышения рентабельности предприятия туризма

Конкурентные преимущества реализуются не только в снижении издержек и дифференциации производства, но и в дальнейшем усилении своих позиций на рынке. В недалеком прошлом производители стремились иметь в своем владении и контролировать значительную долю ресурсов, которые им были необходимы. В современных условиях не все ресурсы могут эффективно использоваться в рамках отдельного предприятия. Поэтому получила широкое развитие межфирменная кооперация, основанная на связях между экономически и территориально обособленными предприятиями по поводу взаимных поставок специализированной продукции в рамках общей производственной программы[1].

Межфирменную кооперацию следует рассматривать как форму организации производства, при которой несколько фирм участвуют в изготовлении определенного товара. Она охватывает практически все стороны хозяйственной деятельности, в том числе и торговые отношения. Кооперация как бы раздвигает границы собственности, увеличивая возможности концентрации производства. Во-первых, межфирменные отношения в сфере производства дополняются связями в сфере обращения (через цены, раздел рынков сбыта и др.). Во-вторых, процесс концентрации в рамках отдельной фирмы не может быть бесконечным. Наступает момент, когда истощаются все возможности дальнейшего сокращения затрат при увеличении объема производства. Масштабы производства могут привести как к экономии, так и к убыткам. Для концентрации производства существует технический предел, который выражается по отношению к конкретному рынку в рациональном сочетании факторов производства на оптимальном по величине предприятии. Нарушение этого предела ведет к нарастанию таких явлений, как непроизводительное расходование ресурсов, несогласованность действий между отдельными звеньями, бюрократизм в управлении, и как следствие - к снижению рентабельности[2].

Расширение производства за счет капитализации прибыли достигается созданием объединений, холдинговых компаний через слияния и поглощения. В результате слияний происходит повышение эффективности производства, поскольку они сопровождаются ликвидацией параллельных административных, научно-исследовательских и организационных структур. Выгоды от слияния для предприятия проявляются в следующем:

- уменьшается внутриотраслевая конкуренция, и усиливаются позиции предприятия на конкретном рынке;
- достигается снижение издержек за счет объединения обслуживающих производство подразделений с одинаковыми функциями;
- увеличивается рыночная стоимость объединяющихся компаний;
- углубляется диверсификация производства, происходит усиление экономической власти за счет привлечения новых финансовых механизмов, получения доступа к источникам информации и др[3].

Различие между слиянием и поглощением условно и касается исключительно финансовой стороны сделки. При слиянии объединение предприятий происходит на добровольной основе по обоюдному согласию. Слияние двух равных компаний - наиболее привлекательная схема интеграции. Обычно такое объединение называют дружественным

слиянием. Термин «поглощение» чаще всего применяется к объединению разнородных предприятий или компаний, географически удаленных друг от друга и действующих на разных рынках. Поглощения осуществляются на принудительной основе, когда одна компания борется за получение контроля над другой против ее желания. Такое слияние называется враждебным поглощением[4].

В государствах, обладающих огромным потенциалом туристического рынка, прежде всего, по причинам высокого уровня платежеспособности местного населения, а также наличием у него потребностей в совершении заграничных или внутренних поездок, туристическая отрасль консолидирована в максимальной степени. На рынке присутствуют крупные транснациональные компании, специализирующиеся на туристическом производстве, рост которых за счет традиционного слияния и поглощения затруднен.

Выходом из сложившейся ситуации для представителей транснационального туристического бизнеса становятся, прежде всего, стратегия экспансии на зарубежные туристические рынки (обычно, стран, туристическая отрасль которых консолидирована в меньшей степени), а также ориентация на конгломеративные слияния и поглощения в границах материнского рынка.

При принятии решения относительно зарубежной экспансии туристические ТНК, чаще всего, рассматривают два варианта: либо приобретение иностранной компании на зарубежном рынке высокого уровня консолидации, либо же вложение средств в предприятия, функционирующие в региональных туристических отраслях, находящихся на начальных стадиях процесса консолидации.

Первая стратегия имеет одно важное преимущество – приобретение компании на рынке с высокой степенью консолидации практически мгновенно будет давать высокие дивиденды, поскольку присоединяемый бизнес отличается высоким уровнем организации, большой долей рыночного присутствия и наличием явных конкурентных преимуществ. С другой стороны, реализация такой стратегии – дорогостоящее мероприятие по причине высоты входных барьеров. В подобном случае формируются условия для мегасделок на туристическом рынке, когда крупные компании из стран – лидеров консолидации туристического бизнеса приобретают также крупные компании, функционирующие в условиях меньшей консолидации[5].

В конце 90-х годов среди объектов слияний и поглощений в туристическом бизнесе все чаще стали появляться крупные ритейлинговые компании наиболее динамично развивающихся туристических рынков. Западные ТНК стали активно использовать приобретение сильных, обладающих большим объемом продаж и популярным брендом национальных туроператоров развивающихся стран, обладающих стремительно растущим потребительским спросом на рынках как внутреннего, так и выездного международного туризма, как инструмент выхода на менее консолидированные зарубежные рынки. Примером применения такой стратегии могут служить туристические рынки государств Восточной Европы и СНГ, выход на которые западных ТНК чаще всего начинался с приобретения одного из крупных действующих национальных туроператоров, либо агентской сети.

Список литературы:

1. Балабанов И.Г., Балабанов А.И. Экономика туризма: Учебное пособие для вузов. - М.: Финансы и статистика, 2002.
2. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности. - М.: Нолидж, 1996.
3. Карпова Г.А., Воронцова М.Г. Экономика современного туризма. - М.: Герда, 2001.
4. Ревинский И.А., Романова Л.С. Поведение фирмы на рынке услуг. Туризм и путешествия. - Сибирское университетское издательство, Новосибирск, 2001.
5. Ушаков Д.С. Национальная туристическая индустрия: проблемы развития. – М.: Граница, 2006

Резюме

Туристическая и гостиничная отрасль в регионах мира консолидированы в различной степени, что определяется, прежде всего, степенью вовлеченности региона в международные туристические потоки, а также экспортной ориентированностью туристического сектора региона или национального государства. Степень консолидации регионального туристического рынка определяет также и цели слияний и поглощений, наделяя туристические компании либо ролью объекта, либо, наоборот, субъекта слияний и поглощений.

Түйіндеме

Әлемнің өңірлеріндегі туристік және қонақ үй саласы Әр түрлі деңгейде шоғырланған, бұл ең алдымен өңірдің халықаралық туристік ағындарға тартылу дәрежесімен, сондай-ақ өңірдің немесе ұлттық мемлекеттің туристік секторының экспорттық бағдарлануымен айқындалады. Өңірлік туристік нарықтың шоғырлану дәрежесі сондай-ақ қосылу және сіңіру мақсатын да айқындайды, ол туристік компанияларға не объектінің рөліне, не керісінше, бірігу және сіңіру субъектісіне беріледі.

Summary

The tourism and hotel industry in the regions of the world are consolidated to varying degrees, which is determined primarily by the degree of involvement of the region in international tourist flows, as well as the export orientation of the tourism sector of a region or a national state. The degree of consolidation of the regional tourist market also determines the goals of mergers and acquisitions, giving travel companies either the role of an object, or, conversely, the subject of mergers and acquisitions.

Завьялова Надежда Васильевна
студентка 3 курса, спец. 5В050900 «Финансы»,
Дәулетханова Жанар Дәулетханқызы
магистр, старший преподаватель кафедры «Финансы»
АО «Финансовая Академия», г. Астана

СОЦИАЛЬНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ

Социальная инфраструктура – комплекс объектов (предприятий, учреждений, организаций и сооружений), которые обеспечивают условия функционирования общественного производства и жизнедеятельности населения, формирование физически и интеллектуально развитого, общественно активного индивида [1].

Основным признаком выделения социальной инфраструктуры (далее -СИ) в отдельную подсистему хозяйственного комплекса является:

- общие условия процесса общественного воспроизводства;
- сложное внутреннее строение [1].

В составе социальной инфраструктуры различают следующие компоненты: жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание населения, торговля и общественное питание, транспорт и связь для обслуживания населения и т.д. Социально-культурная инфраструктура охватывает здравоохранение, рекреационное хозяйство, физическую культуру и спорт, социальное обеспечение, образование, культуру и искусство, культовые сооружения и т.д.

Социальная инфраструктура – структурный элемент хозяйственного комплекса, составная его функциональной и территориальной структур. Исходя из понятия социальной инфраструктуры, которую образуют предприятия, учреждения, организации и

сооружения, составляющие материально-вещественную основу социальных общественных процессов, финансовые, трудовые и природные ресурсы влияют на развитие социальной инфраструктуры, но не являются ее экономическим потенциалом [1].

Необходимым требованием создания и функционирования социальной инфраструктуры является установление определенных минимальных сроков службы и проектной величины объектов, а также минимальной концентрации инфраструктурных сооружений. Степень развитости социальной инфраструктуры – показатель особенностей конкретного хозяйства и важный фактор размещения промышленности.

Эффективность социальной инфраструктуры отражается в создании надлежащих условий жизнедеятельности человека и совершенствовании совокупной рабочей силы для роста производительности общественного труда и экономической эффективности производства.

Социальная инфраструктура предприятий Казахстана, прежде всего, направлена на:

- 1) воспроизводство рабочей силы, качественно отвечающей потребностям и уровню развития производства;
- 2) эффективное использование трудовых ресурсов;
- 3) обеспечение оптимальных жилищно-коммунальных и бытовых условий жизни работников;
- 4) улучшение и сохранение физического здоровья работников;
- 5) рациональное использование свободного времени работников [2].

В каждой организации утвержден портфель проектов по развитию социальной инфраструктуры, который направлен на обеспечение социальной стабильности в регионах присутствия и построение эффективной модели социально-трудовых отношений.

Портфель проектов развития социальной инфраструктуры предприятия направлен на обеспечение систематического взаимодействия по вопросам социально-ориентированных программ, приоритетности социальных проблем, договорных отношений, социального партнерства, экологии и др.

Таблица 1 – Портфель проектов развития социальной инфраструктуры на предприятии

Наименование проектов	Цель проекта
«Развитие кадров»	развитие персонала для усиления конкурентоспособности Компании, путем подготовки и удержания высококвалифицированных кадров, а также повышения эффективности управления персоналом.
«Охрана труда»	направлен на создание благоприятных условий труда для работников, минимизацию и предупреждение несчастных случаев на производстве в Компании.
«Охрана окружающей среды»	направлен на предотвращение несанкционированных и сверхнормативных выбросов загрязняющих веществ в окружающую среду.
Охрана здоровья	направлено на безопасность рабочих мест, социальные гарантии, льготы и компенсации, направленные на оздоровление работников (материальная помощь на лечение, организация медицинского обслуживания, пропаганда здорового образа жизни, организация спортивных мероприятий).
«Страхование работников»	обеспечивает защиту имущественных интересов работников жизни и здоровью, которых причинен вред при исполнении ими трудовых (служебных) обязанностей, посредством осуществления страховой выплаты.
«Благотворительная и спонсорская помощь»	создание позитивного имиджа и дальнейшего развития бренда Компании.
<i>Примечание: составлено авторами</i>	

В целом портфель развития социальной инфраструктуры предприятия освещают следующие вопросы: цель проекта, текущее состояние (проведенные работы, проблемы и пути их решения), бюджет, мониторинг и результативность.

Финансовая политика в отношении объектов социальной инфраструктуры зависит и от размеров предприятий: чем они крупнее, тем большая их часть увеличивает соответствующие затраты.

Рассмотрим более подробно особенности развития социальной инфраструктуры предприятий Казахстана, в виде наглядного примера взяты крупные организации (таблица 2).

Таблица 2 – Особенности развития социальной инфраструктуры предприятий Казахстана

Наименование	Приоритетные направления в области СИ	Особенность политики развития СИ
АО «НАК «Казатомпром»	реализация социальных программ, поддержка науки и образования, здравоохранения и культуры, пропаганда здорового образа жизни, оказание благотворительной и спонсорской помощи, повышение профессионального уровня и улучшение условий труда работников, обеспечение безопасности и охраны труда на производствах, сохранение окружающей среды	обязательства по социально-экономическому, инфраструктурному развитию, повышению уровня благосостояния и качества жизни своих сотрудников, а также жителей уранодобывающих регионов.
АО «НК «Казахстан инжиниринг»	эффективное регулирование трудовых отношений	добровольный вклад в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах
АО «НК Казмунайгаз»	обеспечение безопасных условий труда, снижение промышленного воздействия на окружающую среду, обучение, поддержку и развитие сотрудников, эффективное и открытое взаимодействие с заинтересованными сторонами, включая государственные органы, общественные организации и др.	Проводит активную социальную политику, огромное внимание уделяет безопасности труда сотрудников предприятия и работников подрядных организаций
<i>Примечание: составлено автором на основе источников [3,4,5]</i>		

Из таблицы 2 видно, что развитие развития социальной инфраструктуры предприятия имеет характерные особенности, такие как отрасль развития, факторы устойчивого развития организации. По всем предприятиям активно ведется работа по развитию корпоративной социальной ответственности. Каждое предприятие имеет в своем «портфеле» комплекс разнообразных программ СИ, и активно освещает свою социальную политику посредством СМИ. Программы развития социальной инфраструктуры предприятий включают в активное участие при реализации приоритетных государственных и отраслевых программ развития, в международных и социально значимых республиканских акциях страны.

С улучшением производственных показателей предприятий есть возможность проводить более эффективную социальную инфраструктуру.

В тесном конструктивном партнерстве с акиматом и местными органами области проводится большое количество акций и программ социального характера. Деятельность предприятий в части социальных обязательств реализуется через процессы социально - экономического развития.

Таким образом, рассмотренная практика АО Национальная Компания «КазМунайГаз», АО «НАК «Казатомпром» и АО Национальная компания «Казахстан инжиниринг» позволяет сделать вывод, что необходимо усилить внимание на других социальных программах развития социальной инфраструктуры, социальной сферы на современном этапе.

Таким образом, отметим что социальная инфраструктура предприятия сохраняет свою важную роль в обеспечении производственного процесса в условиях рыночной системы хозяйствования для предприятий и организаций всех форм собственности и размеров. Финансирование социальной инфраструктуры предприятий осуществляется в зависимости от различных факторов, среди которых ведущую роль играют: степень участия государства в развитии социальной сферы; уровень социального партнерства государства и бизнеса; характер социальных программ, реализуемых на предприятиях.

Список источников:

1. Социальная инфраструктура предприятий в современных условиях. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.centeryf.ru/data/stat/Infrastruktura.php>.
2. Морова А.П. «Инвестиции в человеческий капитал и социальную инфраструктуру» <http://www.ecsocman.edu.ru/images/pubs/2005/06/20/0000213618/013.MOROVA.pdf>
3. Корпоративная социальная ответственность АО «НК «Казахстан инжиниринг». Электронный ресурс. Режим доступа: <http://ke.kz/razvitie/sotsialnaya-otvetstvennost.php> - (Дата обращения: 11.04.2018)
4. Социальная ответственность Национальная компания «КазМунайГаз Электронный ресурс. Режим доступа: http://www.kmg.kz/rus/ustoichivoe_razvitie/our_people/razvitie_personala/ - (Дата обращения: 21.02.2018)
5. Отчет о деятельности в области корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития АО «НАК «Казатомпром» 2016. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.kazatomprom.kz/> - (Дата обращения: 11.04.2018)

Аннотация

Мақалада қазіргі жағдайдағы кәсіпорындағы әлеуметтік инфрақұрылымның негізгі түсініктемесі келтірілген. Қазақстан кәсіпорындарындағы әлеуметтік инфрақұрылымның даму жағдайына баға берілген.

Аннотация

Статья раскрывает понятие и основные признаки социальной инфраструктуры предприятий в современных условиях. Дается оценка состояния социальной инфраструктуры предприятий Казахстана в современных условиях развития.

Annotation

The article reveals the concept and main features of the social infrastructure of enterprises in modern conditions. An assessment of the state of the social infrastructure of Kazakhstan enterprises in modern development conditions is given.

**Зейнолла А. А.,
магистрант специальности
6М051000-Государственное и местное управление,
Казахский университет экономики, финансов и
международной торговли**

Понятие и сущность транспортной инфраструктуры

На сегодняшний день трудно представить современный город, активно развивающийся регион или страну без хорошей и надежной транспортной инфраструктуры. От эффективности работы транспортной инфраструктуры зависит развитие территории и эффективность функционирования экономики, оптимальность размещения производства и территориальной организации хозяйства, расселение и

удовлетворение потребностей населения. Транспортная инфраструктура является связующим звеном во внешних и внутренних взаимосвязях региона, осуществляет многообразное взаимодействие между добывающей и обрабатывающей промышленностью, обеспечивает производственную связь между отраслями хозяйства.

Рассматривая происхождение термина «инфраструктура» нужно отметить, что данный термин произошел от латинского языка «infra» -«под» и «struktura» - «строение, устройство». В экономической науке термин «инфраструктура» появился в конце 1940 г. и трактовался как комплекс отраслей хозяйства, обслуживающих промышленное и сельскохозяйственное производство. В методологическом отношении важно выявить сущность понятия «инфраструктура».

В широком смысле под термином «инфраструктура» понимается комплекс условий, обеспечивающих благоприятное развитие города, региона, страны и отраслей экономики, при помощи которой население может удовлетворять свои потребности. В узком же смысле, понимается набор инструментов, позволяющих экономическим субъектам добиться лучших результатов в соответствии с их целевыми установками, нежели при отсутствии инфраструктуры.

Калужнова Н.Я. отмечает, что развитие специализации между сельскохозяйственным и ремесленным трудом, противоречия обмена привели к появлению городов как особых центров обмена. Постепенно ограниченность возможностей обмена внутри городов привела к формированию системы обмена между городами, прежде всего - развитию средств транспорта, учреждений финансовой инфраструктуры (ростовщических контор, банков, бирж), формируя особые инфраструктурные отрасли. Следующим этапом становится создание и развитие объектов инфраструктуры управления и консалтинга. Одновременно создаются и развиваются институты инфраструктуры, связанные с воспроизводством человека: услуги и сервис, объекты социокультурной, образовательной сферы, культурно-историческая, рекреационно-туристическая и лечебно-оздоровительная деятельность [1]. Таким образом, инфраструктура - это отдельная отрасль экономики, занимающаяся созданием внешних условий функционирования как основного производства, так и жизнеобеспечения людей и общества.

Транспортная система неотделима от современной цивилизации. С помощью транспортной системы обеспечивается широкомасштабный обмен сырьем, материалами, товарами, являющимися технологической основой экономики.

Транспорт - отрасль материального производства, которая осуществляет комплекс транспортно - технологических процессов при перемещении пассажиров и грузов.

Транспорт - совокупность средств, предназначенных для перемещения людей, грузов, сигналов и информации из одного места в другое. Часто под термином транспорт определяют всю совокупность инфраструктуры, управления, транспортных средств и транспортных предприятий, составляющие транспортную систему, либо отрасль экономики.

Транспорт способен существенно влиять на экономический рост. Он может повышать производительность труда при этом, сокращая время доставки грузов или проезда до места работы. Транспорт активно влияет на окружающую среду, но в большей степени такое воздействие носит негативный характер. В результате исследований выявилось, что на долю транспорта в общем валовом выбросе в атмосферу всех продуктов производственной деятельности приходится 40%, в том числе основную долю загрязнений (более 80%) дает автомобильный транспорт. Можно сказать, что снижение загрязнения атмосферного воздуха транспортом во многом станет решением экологической проблемы на автомобильном транспорте [2, с. 436].

В современной экономической науке существует три основных методологических подхода к определению понятия «транспортная инфраструктура» - технократический, функциональный и стоимостной через призму инвестиционной привлекательности. В

рамках первого подхода под транспортной инфраструктурой понимается разновидность инженерно-технической инфраструктуры региона, представляющая собой технологический комплекс, обеспечивающий быстрое и беспрепятственное выполнение перевозочного процесса. Авторы работы Серебряков Л.Г. и Яновский В.В. под транспортной инфраструктурой склонны понимать «часть инженерной инфраструктуры, включающей комплекс транспортных коммуникаций и устройств, обеспечивающих грузо- и пассажироперевозки» [3]. В рамках второго подхода транспортная инфраструктура определяется как особая совокупность определенных функций по обеспечению условий для беспрепятственного и быстрого выполнения перевозочного процесса. В рамках третьего подхода транспортная инфраструктура - это вид регионального инфраструктурного капитала.

Для определения понятия «транспортная инфраструктура» более продуктивно использовать сочетание двух подходов - функционального и стоимостного. Это, по нашему мнению, обусловлено следующими положениями:

Во-первых, как было отмечено ранее, инфраструктура это в первую очередь совокупность определенных функций, в том числе организационной (осуществление взаимосвязи между функциональными элементами региона), производственной и социальной (обеспечение условий для беспрепятственного и быстрого выполнения перевозочного процесса грузов и людей) функций. Ключевой совокупной функцией транспортной инфраструктуры, определяемой ее экономической сущностью и регионообразующим характером, является осуществление региональных и межрегиональных транспортно-экономических связей. Во-вторых, аксиоматика экономической науки рассматривает стоимость в качестве системообразующего фактора и универсального показателя рыночной экономики, а создание и функционирование транспортной инфраструктуры невозможно без капиталовложений, при этом она является одним из фондоемких и инерционных секторов экономики, следовательно, фактор стоимости играет решающую роль в развитии транспортной инфраструктуры. Все факторы стоимости транспортной инфраструктуры можно подразделить на экзогенные (базовые) и эндогенные. К числу базовых факторов, формирующих стоимость транспортной инфраструктуры, относятся: соотношение спроса и предложения как на услуги транспортной инфраструктуры, так и на продукцию, производимую в регионе; доходы, приносимые хозяйствующими субъектами региона с учетом времени и рисков их получения; степень контроля над инфраструктурой. К числу эндогенных факторов, содержание и значимость которых определяется спецификой транспортной инфраструктуры, относятся: величина и форма инвестиционных ресурсов, необходимых для строительства и обновления объектов транспортной инфраструктуры; объемы грузоперевозок, величина и структура эксплуатационных затрат на их осуществление; величина и структура затрат на эксплуатацию и обслуживание транспортной инфраструктуры.

В-третьих, транспортная инфраструктура имеет важное значение в решении социально-экономических задач, участвуя в создании продукции, произведенной предприятиями, и формируя ее конечную стоимость, осуществляя территориальную доступность объектов социальной сферы, обеспечивая транспортную мобильность населения и тем самым внося непосредственный вклад в производство валового регионального продукта посредством осуществления возложенных на данный вид региональной инфраструктуры функций. В то же время величина инвестируемого капитала в транспортную инфраструктуру напрямую зависит от темпов роста социально-экономического развития государства.

Таким образом, под транспортной инфраструктурой следует понимать особый вид инфраструктурного капитала, имеющего специфический регионообразующий характер, выражающийся в способности транспортной инфраструктуры обеспечивать территориальную целостность государства и создавать синергетический эффект

социально-экономического развития посредством осуществления возложенных на нее функций по осуществлению транспортно-экономических связей.

Список литературы:

1. Ю.Ю. Кузнецов. Анализ сущности понятия транспортной инфраструктуры. Научный журнал: Экономика и предпринимательство ISSN: 1999-2300. Год выхода: 2014
2. Александров-Дольник М.К. Споры, вытекающие из правоотношений сторон в железнодорожных грузовых операциях. М., 2013. С. 224.
3. Серебряков Л.Г. Проблемы стратегического планирования транспортной инфраструктуры региона - инновационный подход // Научные труды Северо-Западной академии государственной службы. – СПб, 2011. – Т. 2. Вып. 1: Государственная власть и местное самоуправление в России: история и современность. – С. 206–215.

Резюме

В статье рассматривается вопрос сущности понятия транспортной инфраструктуры. Говорится о том, что транспортная инфраструктура - это одна из ключевых отраслей экономики. Это основной элемент в территориальной общественной системе, от функционирования и развития которого зависит социально-экономическое состояние города, региона и страны в целом.

Түйін

Мақалада көлік инфрақұрылымы ұғымының мәні мәселесі қарастырылады. Көлік инфрақұрылымы-бұл экономиканың негізгі салаларының бірі. Бұл қаланың, өңірдің және жалпы елдің әлеуметтік-экономикалық жағдайы қызмет етуі мен дамуына байланысты аумақтық қоғамдық жүйедегі негізгі элемент.

Summary

The article views the concept of the infrastructure transport. The transport infrastructure is considered as the key sector of economy. The economic and social state of a city, a region, and a country as a whole depend on this essential element in the territorial social system.

Ильяс А.

**к.э.н, доцент кафедры
«Маркетинг и логистика»,
Университет «Туран»**

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ НЕФТЕХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КАЗАХСТАНА

В Казахстане нефтехимическая промышленность является двигателем развития экономики, Президент страны Н.Назарбаев всегда подчеркивает высокую значимость развития данной промышленности, повышения ее конкурентоспособности на мировом рынке, углубление переработки и повышение качества производимой продукции.

Нефтехимическое производство, как подотрасль нефтяной и нефтеперерабатывающей промышленности, является базовой и приоритетной ее частью, составляет основу топливно-энергетического комплекса нашей страны, определяет социально-экономическое состояние и политику государства, способствует укреплению независимости и повышению конкурентоспособности Республики Казахстан.

В республике открыто 191 месторождение углеводородного сырья с разведанными извлекаемыми запасами нефти 2,1 млрд. тонн. Прогнозные же геологические запасы нефти и газа в Казахстане в сумме оцениваются более чем в 13 млрд. тонн нефти и конденсата [1]. По потенциальным запасам нефти входит в число первой десятки стран

мира и её добыча с каждым годом растет. Объем добычи нефти и производства нефтепродуктов за последние 3 года приведены в таблице 1.

Таблица 1- Объем добычи нефти и производства нефтепродуктов за 2015-2017 годы

Наименование	2015	2016	2017
Добыча сырой нефти, млн. т	97,3	98,2	102,2
Добыча природного газа, млрд. куб. м	100,1	102,3	101,3
Производство кокса и продуктов нефтепереработки, млн.т	100,1	100,2	100,3
Производство продуктов нефтепереработки, млн.т	100,0	100,1	100,7
Производство продуктов нефтехимической промышленности, млн.т	101,2	105,4	98,4
Производство резиновых и пластмассовых изделий, млн.т	99,4	101,8	98,5
<i>Примечание – составлено по источнику [2].</i>			

Из таблицы 1 видно, что в республике объём добычи нефти в 2015г. составил 97,3 млн.т., в 2016г. 98,2 млн. т., в 2017г.-102,2 млн.т. ежегодно объем добычи увеличивался на 1,09%. Производство продуктов нефтехимической промышленности, млн.т уменьшился на 1,03%. В республике добывалось 3,5 млн. баррелей нефти в день ожидается дальнейшее повышение объёма добычи нефти, например, в 2018г.- до 3,8 млн. баррелей в день 110 млн. т. нефти и 52 млрд. кубических метров газа; в 2015г.- до 4,6 миллиона баррелей в день 130 млн. т. нефти и 80 млрд. кубических метров газа. Естественно, такой большой объём добытой нефти должен быть использован для удовлетворения внутренней нужды страны, а излишки экспортированы на внешний нефтяной рынок.

Нефтехимическая промышленность Казахстана значительно отстаёт от развитых этой отрасли стран мира по глубине переработки нефти и газа, а нефтегазопродукты, вырабатываемые на отечественных нефтеперерабатывающих и газоперерабатывающих заводах, не соответствуют жёстким требованиям стандартов мирового уровня. В них всё ещё высокий объём производства мазута и смеси ценных газообразных углеводородов, значительная часть которых вместо глубокой переработки, сжигается в топках электростанций и теплостанций для выработки тепла и электроэнергии, а часть сжигаются бесполезно на факелах. Между тем, и мазут и газообразные углеводороды являются основными видами сырья для производства широкого ассортимента топлив, масел и синтетических нефтегазохимических продуктов

Переработка углеводородного сырья для производства нефтехимической продукции имеет ступенчатую технологию - продукция, полученная на одних технологических установках, может стать сырьем для различных вариантов дальнейшей переработки на других установках. Определение полной технологической схемы комплектации нефтехимического производства зависит как от потребностей в той или иной нефтехимической продукции так и, соответственно, от существующих возможностей. Решение проблем по территориальному размещению планируемых к строительству нефтехимических комплексов, обеспечения их деятельности с соблюдением норм экологического законодательства с учетом необходимости обеспечения гармоничного развития различных территориальных регионов Казахстана, а также по планомерному развитию производительных сил страны и созданию новых рабочих мест. Глубокая переработка нефти и газа решает проблемы обеспечения качественными продуктами и сырьём нефтехимических производств [3].

В настоящее время начато строительство по трем инвестиционным проектам. В Атырауской области (станция Карабатан) будет построен интегрированный газохимический комплекс по производству базовой нефтехимической продукции -

этилена, полиэтилена и полипропилена. Объем инвестиций - 6,3 млрд. долларов. Чтобы обеспечить успешную его реализацию, проект будет реализован по фазам: первая фаза обеспечит производство полипропилена мощностью 500 тыс. тонн в год, стоимость - около 2 млрд. долларов, вторая - производство 800 тыс. тонн в год полиэтилена, стоимость - 4,3 млрд. долларов. Сроки завершения строительства двух фаз - 2016 год [5], (рисунок 1).

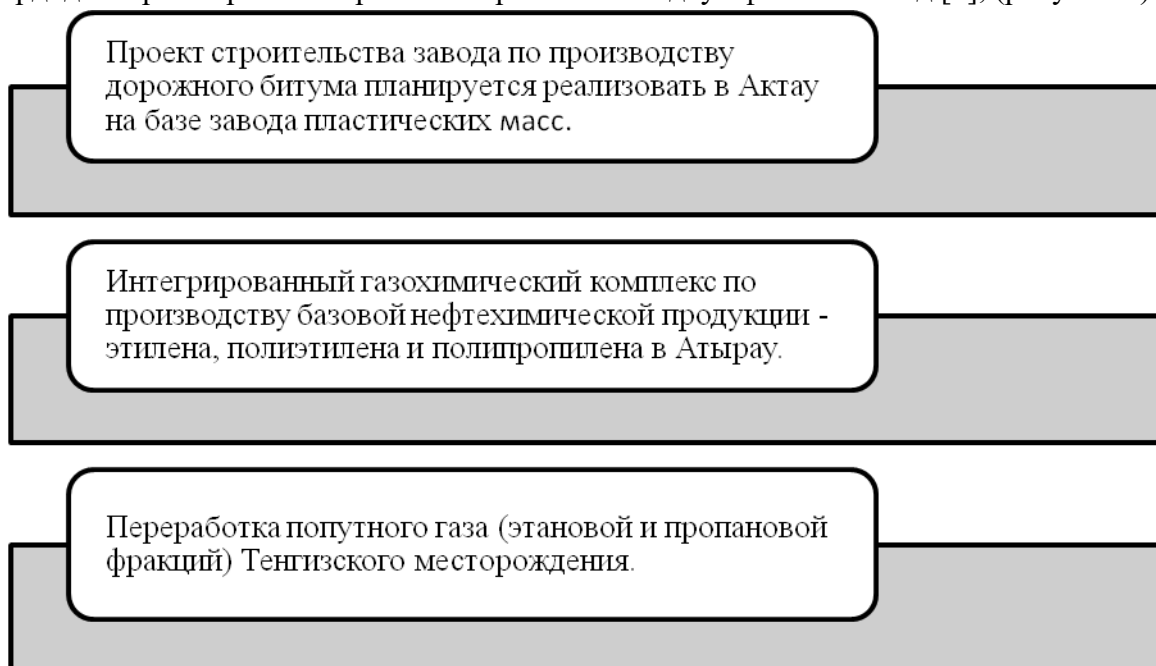


Рисунок 1- Проекты нефтехимической промышленности Казахстана

Примечание- рисунок составлен автором

Все эти проекты на рисунке 1, введены в эксплуатацию, с 2013 года будет поставлять битум различных марок, учитывающий климатические условия Казахстана, на внутренний рынок. Ароматические соединения с Атырауского НПЗ с 2014 года. Полимеры - полипропилен и полиэтилен с 2016 года станут экспортной продукцией с высокой добавленной стоимостью.

В то же время потенциал нашей нефтехимической промышленности используется пока не полностью. Как следствие – недогрузка производственных мощностей и вынужденная закупка недостающего сырья за рубежом, что не может не влиять на формирование внутренних цен и рост дефицита ГСМ на рынке.

Дефицит производства авиатоплива и высокооктанового бензина, наряду с превышающим внутреннее потребление производством дизельного топлива и мазута, показывает то, что сегодня наша нефтеперерабатывающая отрасль не способна удовлетворить изменения в динамике и структуре потребления нефтепродуктов. Кроме этого, определенное влияние на производство нефтепродуктов оказывает недогруженность производственных мощностей и использование импортного сырья. К примеру, в настоящее время Павлодарский НХЗ перерабатывает нефть, поставляемую из Российской Федерации, половина перерабатываемой нефти Шымкентского НПЗ тоже импортируется из этой страны. В силу такой не глубокой и низкой эффективности переработки нефти и газа на республиканских НПЗ и ГПЗ, Атырауский химический завод по производству полиэтилена и полипропилена, Актауский- полистирола, Руднинский-пластических масс и другие нефтехимические предприятия Республики, работают не на полной плановой мощности, а Актауский и Руднинский заводы целиком зависят от импортируемого сырья [6].

Создания нефтехимических производств и подготовке их к реализации в Казахстане были учтены технологические возможности и производственные ресурсы

модернизированного Атырауского нефтеперерабатывающего завода и ресурсные и технологические возможности первого интегрированного нефтехимического комплекса, в перспективе других нефте- и газоперерабатывающих заводов. Нефтехимический комплекс по производству ароматических углеводородов (бензол, параксилол) и на базе ароматических углеводородов производство этиленгликоля, терефталевой кислоты, полиэтилентерефталата (сырье для производства пластиковых бутылок), этилбензола, поливинилхлорида. Техничко-экономические обоснования создания инновационных производств мирового уровня на основе использования технологических и ресурсных возможностей модернизированного Атырауского НПЗ и создаваемого интегрированного нефтехимического комплекса на основе переработки промежуточных продуктов переработки нефти и газа (бензол, этилен, пропан) по другим технологическим схемам. Кроме того, в ближайшей перспективе будет начата подготовка проектов и технических решений для создания производств по выпуску метанола и его производных с расширением объемов производства полиолефинов, синтетического каучука для шинной продукции [7].

В рамках создания в Казахстане нефтехимического производства, которое на сегодняшний день является одним из приоритетных направлений развития экономики. Стратегия глубокой переработки нефти и газа приводит к стабилизации производства, увеличению числа рабочих мест и улучшению социально-экономического состояния населения страны. А усиление же сырьевой направленности экспорта нефти и газа в конечном итоге ведет к снижению жизненного уровня населения.

Из выше изложенных следует, что сырьём нефтехимических производств являются газообразные и жидкие продукты глубокой переработки, именно, нефти и газа. Поэтому на НПЗ и ГПЗ Казахстана, в первую очередь, необходимо поднять уровень глубины переработки нефти и газа, хотя бы до среднемирового, и на такой реальной основе, можно было бы ставить вопрос о кластерной схеме развития нефтехимической подотрасли нефтегазоперерабатывающей промышленности страны. Таким образом, глубокая переработка нефти и газа играет решающую роль в обеспечении страны качественной нефтегазопродуктами, развитии инновационной схемы нефтехимической подотрасли производства, устойчивом развитии социально-экономического состояния, конкурентоспособности экономики Республики Казахстан.

Список литературы

1. Кантарбаева А.А. Нефтяной сектор Казахстана: преодоление континентальности //АльПари.-2017.-№2.-С 34–42.
2. Статистический сборник Агентства по статистике РК. –2017
3. Мажидов Н.К. Нефть и газ Казахстана. В 2-х частях. Часть 1. –Алматы: Гылым.–2017. –319 с.
4. Ким О.В. Оценка энергетической эффективности НПЗ.//Нефтегазовые технологии. – 2018.– №9.– С.96–101.
5. Толумбаев Б.З. [Создание нефтехимических комплексов мирового уровня в Казахстане](#). «Казахстанская правда». – № 194.–2011.–С.4.
6. Рамазанов К.У. Нефтепереработка в Казахстане. Oil and Gas of Kazakhstan.–2017.–№4.– С. 11–14.
7. Адыгереева Д.М. Развитие нефтехимической промышленности Казахстана. Oil and Gas of Kazakhstan.– 2018.–№5.– С. 12–15.

Резюме

В данной статье рассмотрено конкурентоспособность нефтехимической промышленности РК. Автором проведен анализ современного состояния нефтехимической промышленности. Выявлены основные проблемы данной отрасли.

Түйін

Бұл мақалада Қазақстанның мұнай-химия өнеркәсібінің бәсекеге қабілеттілігі сипатталған. Автор мұнай-химия өнеркәсібінің қазіргі жай-күйін талдайды. Өнеркәсіптің негізгі проблемаларын анықтады.

Resume

This article describes the competitiveness of the petrochemical industry of Kazakhstan. The author analyzes the current state of the petrochemical industry. Identified the main problems of the industry.

Искакова М.Н.
Университет «Туран»
Научный руководитель
Букейханова Т.К., к.э.н., доцент

Тайм-менеджмент как средство повышения эффективности руководителя

В современном мире время является необходимым и невозполнимым ресурсом, поскольку время нельзя вернуть обратно.

Согласно исследованиям Б.Трейси, А.Вронского, С.Калинина тайм-менеджмент – это совокупность технологии и методов правильного распределения времени и повышения эффективности его использования направленная на снижение временных затрат по выполнению каких-либо дел без потери качества.

Умение работника укладываться в сроки, правильно разделять рабочую нагрузку - это гарантия не только персонального успеха, но и результативной работы всей компании.

Время ограничено, и грамотные руководители знают об этом. Время является скудным ресурсом, который устанавливает пределы эффективности любого процесса. Кроме всего остального, время - еще и бесценный ресурс. Никто не имеет возможность взять в долг, приобрести или же неким другим способом добыть больше времени. Предложение времени вовсе не варьирует и не будет вырастать, даже при высоком спросе. К тому же, его невозможно хранить, это самый "скоропортящийся" продукт. Вчерашнее время уходит невозвратно. По этой причине оно всегда дефицитно [1,с.240].

Время — стратегический ресурс человека и находится в одном ряду с такими ресурсами, как средства, информация, технологические процессы, персонал. В бизнес-среде есть афоризм: «В будущем будут два типа компаний — стремительные и мертвые». Организации, недооценивающие «фактор времени» и неспособные результативно использовать время, обречены на потерю важного стратегического преимущества, утрату конкурентоспособности. Любой руководитель, который желает увеличить эффективность собственной работы, должен понимать, что руководство временем потребует в первую очередь рассмотрения его использования в целом [2]. Подходящей иллюстрацией времени как стратегического ресурса может быть так называемый закон времени, который можно показать в виде следующей формулы: время работы = цель × (способ работы + энергия) - помехи.

Таким образом, время работы человека зависит от цели деятельности, ее способа и энергии, потраченной в работе при отсутствии преград, которые усложняют либо делают неосуществимым реализацию работы и целедостижение.

Для того, чтобы произвести расчёт временных расходов, рационально дать ответ на сложный вопрос — для чего нам необходим данный вид работы, в таком случае имеется какова наша цель. Определение цели должна соответствовать SMART-аспектам: она должна быть конкретной, измеримой, согласованной, реалистичной, с определенным сроком.

Необходимо запомнить еще одну формулу: цель = итог, то есть от формулировки цели деятельности будет зависеть качество итогов профессиональной работы.

Управляющий определяет собственные жизненные ценности. Период определения жизненных ценностей — особо значимый в концепции пирамиды, желательно хорошо продумать список. Второй этап — отталкиваясь из составленного списка, управляющий должен определить чего хочет. Необходимо установить перед собою глобальную цель. Уже после оформляется генеральный план, следование которому позволит достичь глобальную цель. Это долгосрочный промежуточный план с предписанием определенных целей и определенных сроков. В плане желательно установить точные цели и точные сроки с точностью вплоть до месяцев. И завершающее — план на день. Оформляется он на основании краткосрочного плана — небольшие задачи решаются за один день, наиболее большие разбиваются на подзадачи. Как правило, план на день формируется из списка разных дел назначенных в предыдущие недели, нередко в него также записываются коррективы на протяжении дня. Собирая план в день, предпочтительно обозначить время исполнения для каждой задачи. В этом руководителю, безусловно, могут помочь датированные ежедневники, планинги, органайзеры.

Следующая составная часть формулы, отображающей закон времени — способ работы. Отображением способов работы и поиском путей их оптимизации занимаются разные науки — физиология, психология, социология, экономика, эргономика и др. Во всех данных науках имеется довольно большое количество наработок, относящихся к описанию и рассмотрению компонентов, процесса и структуры трудовой деятельности.

Важный элемент, отображающей закон времени, — энергия. Весьма немаловажно, как управляющий распределяет собственные силы с целью исполнения всех установленных целей и задач. В тайм-менеджменте существуют различные способы, которые могут помочь руководителю справиться с распределением энергии во время трудового дня.

Метод расстановки приоритетов «Таблица Эйзенхауэра» подразумевает, что срочные и важные дела управляющий сделает лично; важные, но никак не срочные дела можно делегировать подчиненным; а маловажные и не срочные дела никак не должны отвлекать управляющего. Способность структурировать задачи согласно данной технике сможет помочь грамотно разделить энергию в течение трудового дня.

Метод расстановки приоритетов «Матрица Эйзенхауэра» предполагает, что срочные и важные дела руководитель сделает сам; важные, но не срочные дела могут быть делегированы подчиненным; а вот неважные и несрочные дела не должны отвлекать руководителя. Умение структурировать мероприятия по матрице поможет правильно распределить энергию в течение рабочего дня [3].

Еще один метод, разработанный Парето, предполагает, что 20% сделанной вами работы гарантируют 80% приобретенных вами результатов. В случае, если у вас имеется перечень 10-ти задач, которые требуется реализовать, 2 из них окажутся согласно окончательной приобретаемой выгоде наиболее ценными, нежели другие 8, вместе взятые. По этой причине умение отдавать предпочтение среди значительным и незначительным способен стать определяющей на пути к продуктивности [4].

Последняя составляющая в формуле, отражающей закон времени, — помехи. Или, как их часто называют в тайм-менеджменте — поглотители времени: выполнение ненужных дел, выполнение обязанностей своих коллег, нечеткая постановка целей, чрезмерное чтение ненужных источников, хаотичное ведение дел, записей, напоминаний, излишняя спешка, прокрастинация (откладывание сложных задач на потом).

Для успешного контролирования своего рабочего процесса и избегания отвлекающих моментов можно применить принцип TRAF (Toss, Refer, Action, File — выкинуть, делегировать, работать, в архив). Наиболее полезный инструмент управления временем — корзина для мусора. Следует выкидывать все без исключения, для того, чтобы не застрять в чтении. На втором месте — стремиться делегировать все, что

возможно, для задач, которые можете решить только вы. Для дел со словом "работать" необходимо обзавестись красной папкой, где будут содержаться все дела, по которым предстоит принять решения в будущем. Складывая их в папку, вы уже принимаете решение и освобождаетесь от них. Заключительная составная часть принципа, "в архив", затрагивает те бумаги и документы, какие могут пригодиться в дальнейшем [5].

В качестве примера успешного применения закона времени можно привести Илона Маска, основателя и директора двух крупных компаний Tesla и SpaceX, которого можно считать самым занятым человеком на Земле. Несмотря на то, что для работы Илон уделяет до 100 часов в неделю, он успевает проводить время с детьми, разминаться и заниматься хобби.

Таким образом, резюмируя всё *вышеизложенное*, можно сделать следующий вывод: тайм-менеджмент—это комплекс знаний, имеющих большое как экономическое значение, так значение индивидуальное. И люди, благополучно распоряжающиеся собственным временем, будут:

- успевать исполнять больше;
- не столь склонны к стрессу;
- наиболее успешно формировать взаимоотношения с другими людьми;
- радостнее принимать самих себя и свою жизнедеятельность;
- иметь больше времени для занятия любимыми делами.

Список использованной литературы:

1. Друкер, П. Эффективный управляющий / П.Друкер; пер.О.Чернявская. –М.: Манн,Иванов и Фербер, 2018. – 240 с.
2. Калинин, С.И. Тайм-менеджмент: Практикум по управлению временем/ С.И. Калинин. -СПб. : Речь, 2012. –371с.
3. Шумилина Т. Менеджмент успешного руководителя образовательного учреждения / Т.Шумилина // Народное образование. – 2012.- №8.–С.156-162.
4. Вронский ,А.И. Как управлять своим временем/А. И. Вронский. –Ростов н/д: Феникс, 2007. – 224с.
5. Трейси,Б. Управляй своим временем и удвой результаты / Б.Трейси; пер.А.Орлова.-М. : Вильямс, 2006.- 30с.

Аннотация

Статья рассматривает вопросы управления временем руководителя и применения тайм-менеджмента как основу для повышения эффективности деятельности руководителя, экономии времени для принятия и реализации управленческих решений. В статье описаны эффективные техники управления временем, а также основные причины дефицита времени руководителя.

Ключевые слова: управленческие решения, тайм-менеджмент, само-менеджмент, управление временем.

Андатпа

Мақалада тайм-менеджмент пайдаланылуы, менеджер қызметінің тиімділігін арттыруда негізгі себепші ретінде қарастырылады. Сондай-ақ уақытты басқарудың тиімді әдістері, уақыттың жетіспеушілігінің негізгі себеп-салдары сипатталады.

Түйін сөздер: басқару шешімдері, уақытты басқару, өзін-өзі басқару.

Annotation

The article considers the issues of managing the manager's time and the use of time management as a basis for increasing the effectiveness of the manager's activities, saving time for making and implementing management decisions. The article describes the effective techniques of time management, as well as the main reasons for the lack of time manager.

Keywords: management decisions, time management, self-management.

Казбеков Турлыбек Бельгибаевич,
Карагандинский государственный университет имени Е.А. Букетова,
к.э.н., доцент,
Романок Екатерина Болеславовна,
Карагандинский государственный университет имени Е.А. Букетова,
к.э.н., доцент,
Мусабекова Айнаш Орикбаевна,
Карагандинский государственный университет имени Е.А. Букетова,
м.э.н., ст. преподаватель

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Понимание того, что работать по-старому нельзя, практически есть уже у всех управленцев.

Все – и Президент, и политические лидеры, и деловая элита – говорят о необходимости перехода управления экономикой на качественно новый уровень.

Ответить на новые вызовы, сохранив при этом старое качество управления невозможно.

В современной науке об управлении известно достаточно много различных моделей управления фирмами. В основе стратегического управления лежат попытки менеджера проникнуть за пределы управляемого процесса или подсистемы, предвидеть результаты и факторы функционирования, предотвратить неблагоприятные события и попадание в рискованные ситуации.

В сложных условиях социально-экономического развития менеджмент является ключевым звеном при решении многих проблем. Грамотный менеджмент смягчает кризисные явления, способствует финансовой стабилизации, служит повышению конкурентоспособности, осознанно влияет на обновление технологий, мотивирует инвестиции и инновации.

Многие проблемы проистекают из-за недостатков управления. Решение этих проблем определяется пониманием необходимости, профессионализации менеджмента [1].

Установлено, что успешное развитие производства в современных условиях в огромной степени зависит от конкурентоспособности персонала. А достичь ее удастся за счет постоянной подготовки персонала, повышения его квалификации и стратегическим определением их количества и профессиональной ориентации в данный момент и на данном производстве.

Ключевой проблемой для большинства предприятий является проблема неэффективного управления персоналом. Наступило время, когда необходимо уделять более пристальное внимание планомерной подготовке и, особенно переподготовке квалифицированных специалистов. Отсюда следует, что необходимо быстрее и эффективнее реагировать на изменения в стране, усилить в рыночной деятельности элементы стабильности, солидности, репрезентативности, отказа от чрезмерно рискованной спекулятивной игры.

Характеризуя систему управления персоналом на большинстве предприятий, следует отметить, что она не соответствует стратегии рыночных реформ, что в значительной степени сдерживает возможности реализации программ устойчивой стабилизации, оживления производства и структурной перестройки экономики, повышения качества и конкурентоспособности продукции [2].

Из наиболее острых проблем следует выделить такие, как: уход квалифицированных специалистов, низкая исполнительская и трудовая дисциплина персонала, недостаточная квалификация персонала и отдельных руководителей,

неудовлетворительный морально-психологический климат, низкий уровень мотивации работников, и как следствие, недостаточная инициативность работников при решении производственных проблем, конфронтация администрации и персонала.

Отсюда следует, что эти и некоторые другие проблемы ставят перед руководителями вопрос о совершенствовании системы управления персоналом.

С этой целью, для устранения недостатков необходимо планирование персонала.

Для этого существует несколько путей, среди которых: тщательный подбор персонала, систематическое повышение их квалификации, создание условий для максимально эффективного проявления их способностей и наработка методики оценки собственно эффективности работы коллектива.

При направленном руководстве могут также возникать такие актуальные проблемы в управлении персоналом:

- не очень хорошая репутация персонала;
- неудовлетворительное качество товаров;
- приумножение шансов обанкротиться.

В большинстве случаев проблемы в управлении персоналом возникают из-за вины руководства (согласно статистики около 71%). Все это связано с тем, что руководители не всегда могут грамотно и хорошо руководить сотрудниками.

Всегда от руководителя в какой-то мере зависит работоспособность кадров на фирме. Отсюда и может возникать ряд проблем: не замечание кризиса руководителем на ранней стадии, предположение, что все проблемы – это временные трудности, ужесточение дисциплины работников, усиленные наказания сотрудников, принятие необдуманных решений руководством из-за стрессового состояния.

Следует отметить, чтобы добиться хорошего результата в таком деле, как управление персоналом, нужно проводить постоянный мониторинг существующих проблем в учреждении. Отсюда следует, что необходимо постоянно учиться мастерству управления рабочими кадрами во избежание разных проблем.

Рассмотрим несколько проблем, которые возникают при управлении работниками:

1) проблема «отличника». Чаще всего руководителем становится лучший из всех сотрудник, и он обычно может знать только узкую специализацию работы, а вот в остальные специализации могут даже не вникать. Поэтому такой руководитель может допускать грубые ошибки в управлении персоналом.

2. Проблема, которая имеет название «свой парень». Роль управления рабочими кадрами предприятия с самого начала носит характер противостояния по отношению к работникам. Директору организации зачастую приходится иметь дело с возникающим сопротивлением и бороться с ним.

3. Синдром позитивной проекции. Суть этой проблемы в том, что у руководителя может проявляться стремление приписывать свои черты характера персоналу. Директор может ставить себя на место сотрудника в любой ситуации и решать, как бы он поступил, будь на его месте. Такое поведение неправильное, потому что каждый работник – это индивидуальная личность со своими особенностями характера и своим взглядом на ситуацию.

4. Проблема «старшего». Работники довольно часто могут наблюдать за руководителем. Бывает такое, когда директор явно подчеркивает дистанцию между собой и своими сотрудниками. Если он и сохраняет управляемость то только на уровне жестких претензий и требований.

5. Проблема «звезды цирка». Руководитель считает, что если наемник получает определенную зарплату, то он обязуется работать на износ.

6. Проблема текучести кадров. Часто учреждения не в силах контролировать текучесть кадров, а причина этому – неэффективное использование работы персонала, распределение зарплаты, непродуманное формирование кадровой политики. А также

частыми являются случаи, когда компании не хотят привлекать к работе молодых специалистов и много хороших и ответственных из них остаются без работы.

Рассмотрев актуальные проблемы управления персоналом, следует отметить, что их нужно решать и больше не повторять, а справиться с этим может только хороший руководитель с помощью теоретических и практических методов. Отсюда, можно сформулировать главную цель управления персоналом – это умение эффективно использовать навыки работников в соответствии с целями организации.

Для того, чтобы сравняться в классе с мировыми конкурентами, надо не только работать напряженнее, но и ставить перед собой более высокие цели и отказаться от устаревших управленческих моделей. Достичь этого можно только в том случае, если изменится отношение людей, и в первую очередь руководителей, к делу, которым они занимаются, эффективной менеджмент – это в первую очередь способность руководителя максимально раскрыть физический и интеллектуальный потенциал своих подчиненных. Этого не добиться без понимания движущих сил, определяющих поведение и работу человека в организации. Высокие достижения в управлении требуют хорошего знания основ менеджмента, психологии и других наук.

Список литературы:

1. С.К. Демитов Основы современного менеджмента. Учебник – Алматы. 2012. – 556 с.
2. studwood.ru/925345/menedzhment/Sovremennye_problemy_uprovlennie_personal-om.
3. hr.portal/.ru/article

Аннотация

В статье рассмотрены основные подходы к определению управления персонала, а также вопросы подготовки персонала. Показано система управления персоналом на большинстве предприятий. Названа ключевая проблема неэффективного управления персоналом. Авторами рассмотрены актуальные проблемы в управлении персоналом. Представлены основные пути устранения недостатков в управлении персоналом. Сформулирована главная цель управления персоналом, и задачи по совершенствованию управления персоналом.

Аңдатпа

Мақалада персоналды басқару ұғымына анықтама беруге ұмтылыс жасалған, сондай-ақ мамандарды даярлау мәселесіне көңіл бөлінген. Көптеген кәсіп орындардағы мамандарды басқару жүйесін көрсетілген. Авторлар мамандарды басқарудың өзекті мәселелерін қарастырған. Мамандарды басқарудағы кемшіліктерді жоюдың негізгі жолдары ұсынылған. Мамандарды басқарудың негізгі мақсаты және оны жетілдіру бойынша міндеттер тұжырымдалған.

Abstract

The article discusses the main approaches to the definition of personnel management, as well as issues of personnel training. The system of personnel management in most enterprises is shown. Named the key problem of inefficient personnel management. The authors examined the current problems in personnel management. The main ways of eliminating deficiencies in personnel management are presented. Formulated the main goal of personnel management, and the task of improving personnel management.

ИНСТРУМЕНТЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИИ

Особое внимание при создании эффективного механизма государственного регулирования инвестиционными процессами в стране необходимо уделить правовой базе, которая представляет собой совокупность законов, определяющих права и обязанности инвесторов, общерегулируемые и специальные отношения по поводу иностранного и отечественного капитала. Известным является то, что цель государственной внешней и внутренней политики - создание благоприятного инвестиционного климата, факторами которого являются экономическая и политическая стабильность, максимальное снижение степени всевозможных рисков и т.д. Однако ни один из этих составляющих не будет работать должным образом, если в стране не будет сформирована надлежащая правовая база [1].

Регулирование процесса привлечения иностранного капитала национальным законодательством страны-реципиента является частью регулирования иностранных инвестиций и осуществляется на основе следующих *Принципов приема прямых иностранных инвестиций*, разработанных МБРР совместно с МВФ:

- недискриминация, защита и гарантии иностранных инвесторов;
- беспрепятственный перевод валюты;
- недопущение экспроприации иностранных капиталовложений;
- обращение для разрешения споров между иностранным инвестором и принимающим государством к арбитражу МЦУИС.

Данные принципы *по-разному* реализуются в национальных законодательствах стран-реципиентов. В *развитых странах* специальных законов об иностранных инвестициях нет, а на деятельность иностранных инвесторов распространяются нормы и правила, применяемые к деятельности национальных инвесторов. В практике стимулирования как иностранных, так и национальных инвесторов преобладают финансовые (косвенные) методы. В *развивающихся странах* существует специальное законодательство об иностранных инвестициях, имеющее своей целью содействие реструктуризации и росту национальной экономики, в том числе, за счет привлечения иностранного капитала. Для этого используются фискальные и налоговые средства стимулирования. Отсюда *общей тенденцией развития национального законодательства об иностранных инвестициях является его либерализация*.

Можно предположить, что результатом такого развития станет приведение национальных законодательств по иностранным инвестициям в полное соответствие единым международным нормам, в частности, нормативам ВТО, и упразднение специального института иностранных инвестиций.

Методы (способы, формы, инструменты, меры) государственного регулирования привлечения иностранного капитала включают в себя:

- методы стимулирования иностранных инвестиций;
- систему мер, ограничивающих приток иностранного капитала.

К методам стимулирования иностранных инвестиций относятся:

- режим функционирования иностранного капитала на территории страны-реципиента (может предусматривать некоторые исключения и изъятия);
- система государственных гарантий для иностранных инвесторов;
- налоговое регулирование;
- валютное регулирование (может включать и валютные отношения);
- таможенное регулирование;
- амнистия капиталов.

Система мер, ограничивающих приток иностранного капитала, включает меры административного (прямого) и экономического (косвенного) характера.

Средства государственного регулирования притока зарубежных инвестиций условно делят на две группы:

- прямые, или формальные, средства;
- скрытые, или неформальные, средства.

К прямым, или формальным, относятся средства, регулирующие приток зарубежных инвестиций на основе законодательных норм и правил.

Они носят очевидный характер и оказывают основное влияние на приток инвестиций. К ним относят:

1. порядок регистрации и деятельности компаний с зарубежными инвестициями;
2. законодательные или иные ограничения на долю зарубежной собственности и контроль в отдельных отраслях;
3. требования, связанные с торговыми аспектами инвестиций,— установление минимального объема экспорта, требование максимального уровня цен на сбыт продукции на внутреннем рынке и др.;
4. требования в отношении условий производственной деятельности компаний — доля местного компонента в стоимости готовой продукции, требование минимального объема внутрифирменных исследований, минимального объема использования местной рабочей силы.

В свою очередь, прямые ограничения делят на абсолютные и относительные ограничения. Различие между ними в том, что абсолютные ограничения выдвигают барьеры в отношении зарубежных инвестиций и компаний, принадлежащих или контролируемых иностранными инвесторами.

Абсолютные ограничения включают в себя определение максимальной доли иностранной собственности или контроля над деятельностью компании (т.е. процентные ограничения на долю в уставном капитале) или в отдельных отраслях (процентные ограничения на долю в объеме активов в той или иной отрасли). Примеры *относительных ограничений*: требования в отношении найма местной рабочей силы, проведения внутрифирменных исследований в принимающей стране, передачи торговой марки материнской компании и др. Абсолютные ограничения на иностранную собственность и/или контроль по конечному эффекту эквивалентны квотам на импорт. Относительные ограничения аналогичны тарифам, так как они негативно сказываются на притоке инвестиций за счет увеличения издержек при регистрации и/или функционировании иностранных филиалов в принимающей стране.

В Казахстане работает ряд учреждений, участвующих в финансировании и управлении процессом модернизации, что включает в себя финансирование инвестиций, привлечение в инфраструктурные проекты и ресурсы для инноваций. Важнейшими институтами в этой области являются:

- Банк развития Казахстана (БРК), который оказывает финансовую поддержку частному сектору и государственным организациям путем предоставления среднесрочных и долгосрочных кредитов под низкие проценты. Банк фокусируется на инфраструктурных проектах и кредитовании промышленных предприятий. БРК был основан в 2001 году.
- Фонд развития предпринимательства (ДАМУ) был создан в 1997 году для финансовой и нефинансовой поддержки малых и средних предприятий и стимулирования спроса на продукцию и услуги этих предприятий.
- Инвестиционный Фонд Казахстана был создан в 2003 году для частных инвестиций в акционерный капитал, был полностью инвестирован в 36 фондов.
- Национальный инновационный фонд активно участвует в продвижении инноваций посредством инвестиций в акционерный капитал, капитализации отечественных и зарубежных венчурных фондов, грантов на НИОКР, поддержки

технопарков и стимулирования развития инновационной культуры. Фонд был создан в 2003 году при Министерстве индустрии и новых технологий.

- Фонд науки был создан в 2006 году. Он активно работает в области ИКТ и космических технологий, нанотехнологий и новых материалов, биотехнологии, технологии возобновляемой энергии и ядерной технологии. Фонд предоставляет займы ученым, которые планируют создать компанию или продать результаты своих исследований в течение 3-5 лет. Финансирование колеблется от примерно 50 тыс. долл. США до 2 млн. долл. США. Одиннадцать проектов поддерживаются до сих пор, и в середине 2011 года три из них начали погашение предоставленных финансовых средств. [2]

Эта институциональная структура, за исключением ДАМУ, была создана в течение последнего десятилетия. Финансовые инструменты, используемые для модернизации экономической структуры и поддержки инноваций, нацелены на акционерный капитал, льготные кредиты и гранты.

В 2008 году с целью привлечения прямых иностранных инвестиций и поддержки национальных экспорто-ориентированных компаниях при выходе на внешние рынки было создано Национальное агентство по экспорту и инвестициям «Казнекс Инвест». Это агентство пополнило сеть институтов развития, таких как Банк развития Казахстана, Инвестиционный фонд Казахстана и Фонд развития предпринимательства «Даму».

В 2010 году было создано Национальное агентство по развитию местного содержания «NADLoC». Основной целью агентства является оказание поддержки национальным производителям в повышении уровня их конкурентоспособности за счет увеличения процентного соотношения местного содержания в товарах, работах и услугах, реализуемых на внутренних рынках. Частью его работы является разработка соответствующей государственной политики, а также сотрудничество с зарубежными агентствами и международными организациями, которое, помимо прочего, включает в себя трансферт технологий и ноу-хау.

Для привлечения прямых иностранных инвестиций в целях индустриально-инновационного развития страны были созданы специальные экономические зоны (СЭЗ) и технопарки.

Преимуществами СЭЗ для иностранных инвесторов являются налоговые льготы на заранее определенный промежуток времени, упрощенный механизм найма иностранных работников и юридическая поддержка. Специальные экономические зоны функционируют в следующих районах:

- Специальная экономическая зона «Нефтехимический парк Атырау»
- Специальная экономическая зона «Морской порт Актау»
- Специальная экономическая зона «Онтустик» расположена в Сайрамском районе Южно-Казахстанской области.
- Специальная экономическая зона «Бурабай» - территория в курортной зоне Боровое в Акмолинской области.
- Специальная экономическая зона «Астана-новый город».
- Специальная экономическая зона «Парк инновационных технологий «Алатау» создана в 25 км от Алматы, зоны высокой концентрации НИОКР в Казахстане, а также вблизи международного аэропорта.
- Специальная экономическая зона Павлодар.
- Специальная экономическая зона «Сарыарка» создана в 2011 году в Караганде.
- Специальная экономическая зона Хоргос-Восточные ворота создана в 2011 году в Алматинской области.

Развитие сети технологических парков рассматривается как существенный элемент развития национальной инновационной системы.

Международное сотрудничество развивается на основе международных соглашений и договоров между организациями-партнерами. До настоящего времени было заключено более 140 соглашений о научном сотрудничестве. Средства, полученные в результате заключенных международных соглашений о предоставлении грантов в Казахстане, не подвергаются налогообложению, за исключением налогов, применимых к доходам физических лиц.

Правительство Казахстана имеет целый ряд двусторонних договоров и соглашений в различных областях, некоторые из которых имеют непосредственное влияние на инновационные процессы. Некоторые из них можно рассматривать как соглашения с прямым фокусом на инновации, в то время как другие (по торговой политике и правовому регулированию, по транспортным сетям) имеют косвенное воздействие на инновационные процессы. Национальный инновационный фонд и другие организации, вовлеченные в инновационные процессы, стремятся развивать и укреплять контакты с международными партнерами.

Национальный инновационный фонд сотрудничает с организациями многих стран, включая Бельгию, Великобританию, Германию, Израиль, Малайзию, Россию, Соединенные Штаты, Турцию, Финляндию, Францию, Южную Корею и другие. НИФ также сотрудничает с такими международными организациями, как Европейская экономическая комиссия ООН (ЕЭК ООН), Европейский союз (в рамках программы «EU Framework»), Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) и Всемирный инновационный фонд (WTF). НИФ также способствует интеграции в рамках ЕврАзЭС, что способствует формированию Евразийской инновационной системы. НИФ подписал 16 меморандумов и соглашений о сотрудничестве с зарубежными организациями, которые затрагивают вопросы венчурного капитала, мультимедийного развития, технопарков и бизнес-инкубаторов,.

Для поддержки иностранных инвестиций в индустриально-инновационное развитие Казахстана в начале 2012 года был принят новый Закон «О государственной поддержке индустриально-инновационной деятельности», который открывает новые возможности и отражает возросшее понимание необходимости стимулирования спроса на инновации. [10] Тем не менее, эффективность государственного вмешательства часто остается ограниченной вследствие недостаточного развития рынка инновационных услуг и рыночной инфраструктуры.

В настоящее время необходимо расширить государственную поддержку инновационных предприятий, в частности путем развития существующих инициатив по привлечению иностранных инвестиций в их финансирование. Мероприятия по привлечению иностранных инвестиций следует разрабатывать с учетом структуры спроса, характеризующейся большим количеством заявителей, сконцентрированных на инкрементальных инновационных проектах (незначительные изменения, усовершенствование продукта или процесса с ограниченным риском), и ограниченным количеством проектов с существенным инновационным содержанием. Необходим широкий набор инструментов, удовлетворяющий потребности различных типов инновационных проектов:

Также существует необходимость дальнейшего развития системного подхода к развитию национальной инновационной системы, направленного на укрепление взаимосвязи различных компонентов системы и включение в национальную инновационную систему не только технологических, но и других видов инноваций.

Коммерческие банки и их роль в финансовом секторе экономики

Термин «Коммерческий банк» возник на ранних этапах развития банковского дела, когда банки обслуживали преимущественно торговлю (commerce), товарообменные операции и платежи. Основной клиентурой были торговцы. Банки кредитовали транспортировку, хранение и другие операции, связанные с товарообменом. С развитием промышленного производства возникли операции по краткосрочному кредитованию производственного цикла: ссуды на пополнение оборотного капитала, создание запасов сырья и готовых изделий, выплату зарплаты и т.д. Сроки кредитов постепенно увеличивались, часть банковских ресурсов начала использоваться для вложений в основной капитал, ценные бумаги. Иначе говоря, термин «коммерческий банк» утратил свой смысл. Он обозначает «деловой» характер банка, его ориентированность на обслуживание всех видов хозяйственных агентов независимо от рода их деятельности.

В банковской системе коммерческие банки представляют низовой, второй уровень банковской системы. Это особая категория деловых предприятий, которые получили название финансовых посредников. Они привлекают сбережения населения и другие свободные денежные средства, которые высвобождаются в процессе хозяйственной деятельности, и предоставляют во временное пользование другим экономическим агентам. Эти агенты нуждаются в дополнительной кредитовании и готовы за него заплатить[1].

Коммерческие банки являются независимыми субъектами экономики. Основная цель деятельности коммерческих банков - получение максимальной прибыли. Коммерческие банки являются многофункциональными учреждениями. Они занимаются всевозможными операциями в различных секторах рынка ссудного капитала.

Сущность деятельности банков проявляется через его функции, основными из которых являются следующие:

- Мобилизация временно свободных денежных средств и превращение их в капитал;
- Кредитование предприятий, государства и населения;
- Осуществление расчетов и платежей в хозяйстве;
- Эмиссионно-учредительская функция;
- Консультирование, представление экономической и финансовой информации[2].

Таким образом, функции коммерческих банков - это, прежде всего, аккумуляция депозитов ведение текущих счетов; оплата выписанных на эти банки чеков; предоставление кредитов предпринимателям. Коммерческие банки часто называются финансовыми универмагами или супермаркетами кредита. Ведь они осуществляют расчеты и организуют платежный оборот в масштабах всего национального хозяйства. На базе их операций возникают кредитные деньги (чеки, банковские векселя).

В настоящее время банки участвуют в исполнении практически всех расчетов между субъектами экономических отношений. Функционирование платежной системы невозможно без банков. Банки не просто обеспечивают расчеты, но и осуществляют это максимально удобным и безопасным способом для клиентов, предлагая различные формы и методы расчетов (аккредитивы, инкассо и т.п.) [3, с. 89].

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. Помимо высоких процентов, выплачиваемых по вкладам, кредиторам банка необходимы высокие гарантии надежности помещения накопленных ресурсов в банк. Созданию гарантий служит формирование фонда страхования активов банковских учреждений, депозитов в коммерческих банках [3, с. 75].

Таким образом, банк - кредитная организация, которая имеет исключительное право осуществлять в совокупности следующие банковские операции: привлечение во вклады денежных средств физических и юридических лиц, размещение указанных средств от своего имени и за свой счет на условиях возвратности, платности, срочности, открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц. В современной рыночной экономике деятельность коммерческих банков имеет огромное значение благодаря их связям со всеми секторами экономики. Коммерческие банки, выступая в роли финансовых посредников, выполняют важную народнохозяйственную функцию, обеспечивая межотраслевое и межрегиональное перераспределение денежного капитала. Это позволяет развивать хозяйство и содействует перестройке экономики. Банки собирают у себя огромные суммы временно свободных денежных средств предприятий, организаций населения и направляют их на предоставление кредитов в перспективные отрасли. Через банковскую систему денежные ресурсы перераспределяются между различными отраслями.

В современных условиях коммерческие банки являются надстроечной структурой базовой экономики. И все процессы, происходящие в экономической среде, ярко проявляются в характере их функционирования.

Становление банковского сектора Казахстана происходило в условиях неадекватности развития финансовой инфраструктуры уровню развития производительных сил, социально-экономическим особенностям отдельных сфер экономики и регионов страны. Коммерческие банки функционируют в крайне неблагоприятных социально-политических, экономических и финансовых условиях. Вместе с другими субъектами национальной экономики они подвергаются глубинному воздействию факторов системного кризиса. Данные факторы формируют ту экономическую среду, в которой работают предприятия и кредитные организации и которая определяет направления и тенденции развития не только коммерческих банков, но и всей финансовой системы.

Коммерческие банки РК оказались достаточно мобильной структурой экономики переходного периода, сумев в большей мере, чем производственный сектор адаптироваться к процессам радикального реформирования. Оторвавшиеся в своем развитии от реального сектора при отсутствии разумных коммерческих альтернатив, банки спекулировали на рынке государственных ценных бумаг, истощая инвестиционный потенциал страны.

Производственный сектор, отрезанный высокими процентными ставками от кредитных ресурсов, высокими ценами естественных и искусственных монополий, а также высокими налогами от внутренних накоплений, лишенный поддержки по линии структурной политики, продолжал падать вниз, объективно обрекая на развал всю экономику. Проблема заключается в том, что коммерческие банки утратили свою главную роль в экономике - обслуживать и поддерживать реальный сектор. Финансовые средства оказались оторванными от производства. Именно обособленность банковской деятельности от реальной экономики была одной из предпосылок финансового кризиса 1998 года. Таким образом, коренное изменение характера связи банков с реальным сектором и создание благоприятной экономической среды является важнейшим условием не только оздоровления экономики, но и укрепления самой банковской системы. Главное, чтобы банки через кредитно-денежные механизмы и кредитную политику содействовали развитию экономики, её стабилизации. Они должны оказывать оздоравливающее влияние

на всю экономику путём поддержки как проблемных, так и перспективных предприятий и организаций.

Тем не менее, без устойчивой нормализации ситуации в производстве любые успехи в плане финансов обречены быть локальными и кратковременными. В этой связи ключевые усилия должны направляться на остановку спада и подъём производства, при этом решая, насколько это возможно финансово-кредитные проблемы. В тоже время банки, являясь фундаментальным структурообразующим элементом рынка, оказывают сильное влияние на состояние и стабильность всей хозяйственной системы. Поэтому, решая проблемы стабилизации экономики, необходимо опираться на банковскую систему и разработанную вместе с Центральным Банком при активном участии коммерческих банков программу реализации денежно-кредитной политики, где поддержание и укрепление устойчивости банков становится важнейшей макроэкономической задачей. Это обусловит поворот банков к производству, даст мощный толчок для стабилизации и экономики, и денежного обращения[4].

Таким образом, выявив функции коммерческих банков и их влияние на производственную сферу, можно отметить, что банковская система и материальное производство - две взаимосвязанные составляющие воспроизводственного процесса. Поэтому оздоровление, стабилизация и укрепление банковской системы становятся необходимым и решающим фактором стабилизации и оживления всей экономики.

Список литературы:

- 1 Лаврушина О.И. Банковское дело. - М.: Финансы и статистика, 2004. - 243 с.
- 2 Маркова О.М. Коммерческие банки и их операции. - М.: ЮНИТИ, 2004. - 198 с.
- 3 Банковская система Российской Федерации и ее антикризисное регулирование: Учебное пособие / О.А. Тарасенко, Е.Г. Хоменко. - М.: Норма, 2012. - 304 с.
- 4 Тарханова Е.А.. Устойчивость коммерческих банков. - Тюмень: Издательство «Вектор Бук» . - 186 с.. 2004

Резюме

Одними из наиболее востребованных в настоящее время финансовых инструментов в Казахстане являются банковские, что объясняется особенностями развития финансовой системы в нашей стране. Поэтому уровень развития банковской отрасли определяет состояние развития реального сектора экономики.

Түйіндеме

Қазіргі уақытта Қазақстанда неғұрлым сұранысқа ие қаржы құралдарының бірі банктік болып табылады, бұл біздің еліміздегі қаржы жүйесінің даму ерекшеліктерімен түсіндіріледі. Сондықтан банк саласының даму деңгейі экономиканың нақты секторының даму жағдайын айқындайды.

Summary

One of the most popular financial instruments in Kazakhstan today is banking, which is explained by the particular development of the financial system in our country. Therefore, the level of development of the banking industry determines the state of development of the real sector of the economy.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ КАПИТАЛ БРЕНДА ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

Создание сильного бренда туристской дестинации является актуальной и ответственной задачей современности, требующей специальных знаний в области изучения капитала бренда. Сила капитала бренда определяется измерением эффективности его активов в течение времени с точки зрения потребителя [1, с.15]. Исследование отношения, чувств, восприятий, взглядов и стереотипов, существующих у туристов, по отношению к дестинации укрепляет капитал бренда туристской дестинации. Устойчивость капитала во времени обусловлена выбором единой системы показателей. О чем свидетельствуют результаты зарубежных исследований, которые доказали, что правильно выбранные значимые показатели для оценки капитала бренда формируют конкурентное преимущество – создание высокой ценности брендом для конечных потребителей-туристов [2, с.420; 3, с.440]. Поэтому применение концепции потребительского капитала бренда к туристским дестинациям играет важную роль в условиях тесной взаимозаменяемости различных дестинаций и наличия широкого выбора у туристов [4, с.440].

Поскольку преобразование бренда в науку было отмечено в 40-х гг. прошлого столетия, формирование концепции бренда туристской дестинации как дисциплины приходится лишь на 90-е гг. XX века [4, с.431]. В свою очередь, область изучения концепции капитала бренда туристских дестинаций остается молодым направлением, взявшим свое начало со второй половины 2000-х годов.

Термин «дестинация» в контексте данного исследования ограничивается изучением крупных объектов, таких как страны, регионы и крупные города [5, с.3].

Первая статья, посвященная вопросу применения модели потребительского капитала бренда для туристской дестинации, была опубликована в 2006 году [6, с.9]. Дальнейшие исследования в области измерения активов потребительского капитала бренда внесли значительный вклад в оценку капитала бренда туристских дестинаций.

Фундаментом исследований стали четыре актива капитала бренда, разработанные Аакером Д.: осведомленность о бренде, ассоциации с брендом, воспринимаемое качество бренда и лояльность к бренду [1, с.24].

Согласно позиции Аакера Д. формирование потребительского капитала бренда начинается с осведомленности о нем [1, с.25]. Автор трактует осведомленность о бренде как прочность его удержания в памяти человека посредством способности потребителя распознать и вспомнить бренд.

Ассоциации, вызванные брендом в сознании потребителя, вносят значительный вклад в поддержание капитала бренда. Аакер Д. определяет бренд как «ментальную ячейку» в архиве памяти человека, которая может быть связана как с положительными, так и с отрицательными чувствами. Образы, взгляды и восприятия, которые помогают потребителю обрабатывать информацию, представляют собой ассоциации с брендом [1, с.45]. В своих исследованиях зарубежные ученые ассоциации с брендом туристской дестинации связывают больше с имиджем дестинации, например, в научных работах [5, с.3; 2, с.403; 3, с.435; 4, с.437; 11, с.100]. Поэтому ассоциации с брендом туристской дестинации должны быть измерены в атрибутах, считающимися определителями для данной ситуации путешествия [4, с.440].

Воспринимаемое качество как часть ассоциаций, имеющих связь с имиджем бренда, играет важную роль в поведении туриста. Качество является главной мерой удовлетворенности потребителей, обеспечивает ценность для них, предлагая основную причину покупки. С другой стороны, воспринимаемое качество как часть идентичности

бренда влияет на финансовые результаты компаний, является основной стратегической опорой в бизнесе и служит определяющим фактором для дифференциации [1, с.34]. Установлено, что осведомленность о бренде предшествует воспринимаемому качеству потребительского капитала бренда [7, с.10] и способствует расширению восприятия качества [4, с.439]. Кроме того, воспринимаемое качество связано с привлекательностью бренда, доверием к нему и готовностью рекомендовать его, что играет важную роль в формировании лояльности [1, с.38].

Лояльность к бренду становится стержневым активом капитала бренда. Известно, что выгодно работать с действующими потребителями, чем привлекать новых. Во-первых, Аакер Д. отмечает, что ценность бренда для компании формируется благодаря лояльности потребителей. Во-вторых, лояльность оправдывает программы по формированию приверженности к бренду. В-третьих, лояльность обеспечивает входной барьер для конкурента и возможность получения ценовой премии. Лучшим индикатором лояльности и всего капитала бренда является ценовая премия. В этой связи Аакер Д. дает следующее определение лояльности - сумма, которую потребитель готов переплатить за данный марочный товар по сравнению с брендом, предлагающим сходные выгоды [1, с.42].

С точки зрения Аакера Д. капитал бренда – это совокупность активов (пассивов), связанных с марочным названием и символом, которая увеличивает (или уменьшает) ценность товара или услуги для фирмы и (или) для клиентов этой фирмы. Автор отмечает, что показатели не должны отражать тактические действия компании, например, отдельные элементы маркетинговой программы или уровень рекламных расходов. Тактические средства легко копируются и не могут претендовать на роль активов. Показатели должны, во-первых, отражать структурные элементы, реально управляющие рынком. Во-вторых, быть чувствительными к переменам: при изменении капитала бренда они должны отразить это изменение. В-третьих, устойчивы во времени [1, с.24-45].

Иной взгляд на содержание и создание капитала бренда позже представил Келлер К. [8, с.5]. Потребительский капитал бренда, по его мнению, это реакция потребителей на элемент маркетинг-микса бренда по сравнению с реакцией потребителей на тот же элемент маркетинг-микса небрендового товара. В свою очередь, модель капитала бренда основана на знании о бренде. Знание о бренде определяется двумя компонентами: осведомленностью и имиджем бренда. Осведомленность бренда представляет собой вспоминание бренда и распознавание его потребителем. Имидж бренда относится к набору ассоциаций, связанных с брендом, которые потребители держат в своей памяти. В этой связи, потребительский капитал бренда имеет место, когда потребитель знаком с брендом и имеет некоторые благоприятные, прочные и уникальные ассоциации с брендом в памяти.

Все же наибольшую популярность в зарубежной научной среде получила концепция капитала бренда Аакера Д. Хотя сам автор отмечает, что предложенная модель необязательно представляет оптимальный набор показателей и активов для всех возможных ситуаций. Необходимы модификации для привязки к конкретной ситуации и выполняемой задаче.

Так, изучение взаимосвязей между базовыми активами и их влияние на капитал бренда исследовали для бренда туристской дестинации – Словении [2, с.418], Кореи [9, с.390], Брисбена в Австралии [4, с.438; 10, с.13], Форта Лахор в контексте развивающейся страны Пакистан [3, с.438].

Взаимосвязь ключевых активов капитала бренда с другими активами исследовали ученые Ян Я., Лю С. и Ли Ц. [11, с.110], отразив влияние эффективности обслуживания дестинации, рекомендаций из уст-в-уста и рекламы на капитал бренда; Мягмарсурен О. и Чен Ч. [12, с.89] – взаимосвязь между активами капитала бренда и удовлетворенностью туристов, посетивших Монголию; Бу С., Буссер Дж. и Балоглу С. [13, с.225] – включение ценности капитала бренда в потребительский капитал бренда дестинации. Наиболее широкое исследование было проведено на рынке потребительских товаров, где была

установлена связь между активами капитала бренда и элементами маркетинг-микса: ценой, имиджем магазина, интенсивностью дистрибуции, расходами на рекламу и ценой сделки [14, с.200].

Отношения между отдельными активами капитала бренда и другими показателями нашли отражение в других исследованиях. Например, между имиджем дестинации и психологическими факторами [15, с.270], между намерениями рекомендовать, качеством обслуживания и приверженностью клиентов [16, с.70], между имиджем дестинации, воспринимаемой ценностью, удовлетворенностью и поведенческими намерениями [17, с.1120].

Таким образом, проведенный анализ зарубежных исследований показал актуальность изучения концепции капитала бренда с позиции потребителя. Широкое применение данная концепция все же получила в среде потребительских товаров и услуг. Однако за последнее десятилетие потребительский капитал бренда активно используют и для эффективности развития туристских дестинаций.

Результаты исследований ведущих ученых показали, что присутствует большой потенциал дальнейшей адаптации концепции потребительского капитала бренда к туристским дестинациям, особенно, развивающимся. На наш взгляд, исследование Казахстана как развивающейся туристской дестинации с позиции данного направления является вполне закономерным и обязательным условием для достижения государственной задачи «становления Казахстана глобально узнаваемой туристской дестинацией».

Список использованных источников

1. Аакер Д. Создание сильных брендов: Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Издательский дом Гребенникова, 2008. – 440 с.
2. Konecnik M. and Gartner W.C. Customer-based brand equity for a destination//Annals of Tourism Research, 2007. - Vol. 34. - No. 2. – pp. 400–421
3. Kashif M., Zakiah Melatu S., Sarifuddin S. Brand equity of Lahore Fort as a tourism destination brand//Rae-Revista De Administracao De Empresas, 2015. - Jul-Aug Vol.: 55. - No: 4. – pp. 432-443
4. Pike S., Bianchi C., Kerr G., Patti C. Consumer-based brand equity for Australia as a long-haul tourism destination in an emerging market// International Marketing Review, 2010. - Vol.: 27. - No: 4. – pp. 434-449
5. Echtner C. and Brent Ritchie J. R. The meaning and measurement of destination image// Journal of Tourism Studies, 1991. - 2 (2). – pp. 2-12.
6. Pike S. and Page S. Destination marketing organizations and destination marketing: a narrative analysis of the literature// Tourism Management, 2014. – №41. – pp. 1-26
7. Yoo B. and Donthu N. Developing and validating a multidimensional consumer-based brand equity scale// Journal of Business Research, 2001. - 52(1). – pp. 1–14
8. Keller K. Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity// Journal of Marketing, 1993. – №57. – pp. 1-22
9. Im H., Kim S., Elliot S., Han H. Conceptualizing destination brand equity dimensions from a consumer-based brand equity perspective// Journal of Travel & Tourism Marketing, 2012. - №29. – pp. 385-403
10. Pike S. and Bianchi C. Destination branding performance measurement: a nontechnical discussion for practitioners// Tourism Tribune, 2013. - 28(1). – pp. 13-15
11. Yang Y., Liu X. and Li J. How customer experience affects the customer-based brand equity for tourism destinations// Journal of Travel & Tourism Marketing, 2015. - №32. – pp. 97–113
12. Myagmarsuren O. and Chen C. Exploring relationships between destination brand equity, satisfaction, and destination loyalty: a case study of Mongolia// Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts, 2011. - Vol. 3. - Issue 2. – pp. 81-94.
13. Boo S., Busser J. and Baloglu S. A model of customer-based brand equity and its application to multiple destinations// Tourism Management, 2009. - №30. – pp. 219–231

14. Yoo B., Donthu N. and Lee S. An examination of selected marketing mix elements and brand equity//Journal of the Academy of Marketing Science, 2000. – 28 (2). – pp. 195-211
15. Héctor San Martín, Ignacio A. Rodríguez del Bosque. Exploring the cognitive–affective nature of destination image and the role of psychological factors in its formation// Tourism Management, 2008. - №29. – pp. 263–277
16. Harrison-Walker L. J. The measurement of word-of-mouth communication and an investigation of service quality and customer commitment as potential antecedents// Journal of Service Research, 2001. – 4 (1). – pp. 60– 75.
17. Chen C. and Tsai D. How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?//Tourism Management, 2007. - №28. – pp. 1115–1122

Резюме

Эффективное управление туристкой дестинацией подразумевает правильное управление капиталом бренда с позиции потребителя-туриста. Основные активы капитала бренда, требующие управления, это: осведомленность о бренде, имидж бренда, воспринимаемое качество бренда и лояльность к бренду. Чем больше турист будет доволен каждым активом, тем сильнее будет капитал бренда дестинации.

Түйін

Туристтік дестинацияны тиімді басқару тұтынушы турист тарапынан бренд капиталын дұрыс басқаруды тұспалдайды. Басқаруды талап ететін бренд капиталының негізгі активтері, бұл: бренд сапасы және оған деген тұрақтылық ретінде қабылданатын бренд, бренд имиджі туралы хабардар болу. Турист әрбір активке көңілі толған сайын дестинацияның бренд капиталы күшейе түседі.

Resume

Effective management of a tourism destination implies proper management of the customer-based brand equity. The core assets of brand equity that require management are brand awareness, brand image, perceived quality brand and brand loyalty. The more a tourist will be satisfied with each asset will be stronger the destination brand equity.

Кайырбаева Г.К.
аға оқытушы, А.Байтұрсынов атындағы
Қостанай мемлекеттік университеті

ИНВЕСТИЦИЯЛЫҚ ШЕШІМДЕРДІ ҚАБЫЛДАУДАҒЫ ИНВЕСТИЦИЯЛЫҚ ЖОБА ЖӘНЕ ОНЫҢ РӨЛІ

Андатпа

Мақалада нақты экономикалық өмірде инвестициялар инвестициялық жобалардың формасына иеленуі қарастырылады.

Аннотация

Инвестициялық қызмет кез-келген коммерциялық ұйымның жұмыс істеуінің ең маңызды аспектілері оның өзектілігі болып табылады.

Инвестициялау мақсаттарын іске асыру инвестициялық жобаларды қалыптастыруды көздейді, ол инвесторлар мен басқа да қатысушыларды инвестициялау туралы шешімдерін қабылдау үшін қажетті ақпаратпен қамтамасыз етеді. «Жоба» ұғымы қазіргі заманғы экономикалық әдебиеттерде және шаруашылық практикада кеңінен қолданылады, дегенмен терминдер қатарына жатады, оларды түсіндіру әлі біржақты емес. Инвестициялық жоба ұғымы екі жақты түрде: белгілі бір мақсаттарға қол жеткізу үшін, қандай да бір іс-әрекеттер кешенін жүзеге асыруды қамтамасыз етуді көздейтін іс-әрекет

(іс-шара) ретінде; қандай да бір қажетті іс-әрекеттерді жүзеге асыру үшін немесе бұл іс-әрекеттерді сипаттайтын, белгілі бір ұйымдық-құқықтық және есептік-қаржылық құжаттар жиынтығы енгізілген жүйесі ретінде жүзеге асырылады [1].

Кәсіпорын-инвестициялау объектілері бола отырып, әр түрлі бағыттар бойынша дамуы мүмкін: олардың бірі жаңа өнімді өндіруді әзірлеу және ұйымдастыруды, басқалары – жаңа технологиялық құрал-жабдықтарды сатып алуды, осылайша ағымдағы өндіріс шығындарын қысқартуды, үшіншілері – өнімді өткізудің жаңа құрылымын жасау және тұтынушыларға қызмет көрсету желісін салуды жоспарлайды. Өздерінің барлық айырмашылықтарына қарамастан олар үшін инвестициялық жобада жалпы болып қажеттілік табылады.

Инвестициялық жоба – бұл, ең алдымен, жобалауды, салуды, технологиялар мен жабдықтарды сатып алуды, кадрлар даярлауды және т. б. қамтитын кешенді іс-шаралар жоспары, ол экономикалық пайда алу мақсатында жаңа немесе істеп тұрған өндіріс тауарларын (өнімдер, жұмыстар, қызметтер көрсету) жаңғыртуды құруға бағытталған [2].

Бір-біріне қатысты: тәуелсіз, бір мезгілде және бөлек жүзеге асыруға мүмкіндік беретін, оларды іске асыру сипаттамалары бір-біріне ықпал етпейді; баламалы (қарама-қарсы), бір мезгілде іске асыруға мүмкіндік бермейтін, жобалардың баламалы жиынтығынан тек қана біреуі ғана жүзеге асырылуы мүмкін; бір-бірін өзара толықтыратын, оларды іске асыру, тек бірге болуы мүмкін.

Инвестициялық жобалардың түрлі сыныптамасы бар. Жіктеу негізіне алынған белгілеріне байланысты инвестициялық жобалардың мынадай түрлерін атап өтуге болады (1-кесте).

Кесте 1–Инвестициялық жобаларды жіктеу

р/к №	Жіктелу белгілері	Инвестициялық жобалардың түрлері
1	2	3
1	Бір-біріне қатысты	<ul style="list-style-type: none"> – тәуелсіз – баламалы – бір-бірін өзара толықтыратын
2	Өткізу мерзімі бойынша	<ul style="list-style-type: none"> – қысқа мерзімді – орта мерзімді – ұзақ мерзімді
3	Көлемі бойынша	<ul style="list-style-type: none"> – шағын – орташа – ірі – мегажобалар
4	Негізгі бағыттағы (мақсаттары бойынша)	<ul style="list-style-type: none"> – коммерциялық – әлеуметтік – экологиялық – өндірістік – ғылыми-техникалық
5	Инвестициялық жобаны іске асыру нәтижелерінің дәрежесіне қарай әсер ету	<ul style="list-style-type: none"> – жаһандық – халықтықшаруашылық – ауқымды – жергілікті
6	Белгісіздікпен байланыстылық	<ul style="list-style-type: none"> – сенімді – тәуекелдік
7	Ақша ағындарының сипаты бойынша	<ul style="list-style-type: none"> – қалыпты ақша ағындарымен – қалыпты емес ақша ағындарымен
8	Қаржыландыруға таңдалған сызба бойынша	<ul style="list-style-type: none"> – меншікті көздерін есебінен қаржыландырылатын – тартылған көздер есебінен қаржыландырылатын – құрама көздері есебінен қаржыландырылатын

Іске асыру мерзімі бойынша (құру және жұмыс істеуі): қысқа мерзімді (3 жылға дейін), орта мерзімді (3 – 5 жыл), ұзақ мерзімді (5 жылдан астам).

Ауқымы бойынша (инвестициялардың мөлшері, салымдардың көлемі): шағын жобалар, бір шағын фирманың қолданысы шеңберінде шектеледі, іске асыратын жоба (негізінен олар өндірісті кеңейту жоспарларын және шығарылатын өнімнің ассортиментін ұлғайтуды білдіреді, олардың өзгешеліктері салыстырмалы кішігірім іске асыру мерзімдерінде); орта жобалар – бұл көбінесе жобалар қайта құру және қолданыстағы өнімдерді өндіруді техникалық қайта жарактандыру (олар кезең-кезеңімен, жекелеген өндірістер бойынша алдын-ала әзірленген кестелерге түскен ресурстардың барлық түрлеріне сәйкес жүзеге асырылуда); ірі жобалар-ірі кәсіпорындардың жобалары, оның негізінде ішкі және сыртқы нарықтарда сұранысты қанағаттандыру үшін қажетті өнім өндірудің прогрессивті «жаңа идеясы» жатыр; мегажобалар – бұл көптеген өзара байланысы түпкілікті жобалары бар мақсатты инвестициялық бағдарламалар (бұл бағдарламалар халықаралық, мемлекеттік, аймақтық болуы мүмкін).

Ақша ағындарының сипаты бойынша: жобалар ординарлық (қайталанатын) және ақша ағындары қайталанбайтын.

Қаржыландырудың таңдалған сызбасы бойынша: меншікті көздерінің есебінен қаржыландырылатын жобалар (таза пайда мен амортизациялық аударымдар); нарықтан капитал көздерін тарту есебінен қаржыландырылатын жобалар; аралас (аралас) қаржыландыру көздерімен қамтамасыз ететін жобалар.

Кез-келген инвестициялық жобаны жүзеге асыру белгілі бір мақсатты көздейді. Әр түрлі жобалар үшін осы мақсаттар әр түрлі болуы мүмкін, бірақ жалпы оларды төрт топқа біріктіруге болады:

- нарықта өнімдерді сақтау;
 - өндіріс көлемін кеңейту және өнім сапасын жақсарту;
 - жаңа өнім шығару;
 - әлеуметтік және экономикалық міндеттерді шешу.
- инвестициялық жобаның тиімділігі –оның қатысушыларының мақсаттары мен мүдделеріне осы инвестициялық жобаны туғызушы жобаның сәйкестігін көрсететін санаты.

Тиімді жобаларды жүзеге асыру (ЖІӨ)жалпы ішкі өнім қоғамның билігіне түсуді арттырады, содан кейін жобағақа тысушы субъектілер (фирмалар (акционерлер мен қызметкерлер) банктер, әр түрлі деңгейдегі бюджеттер және т. б.)арасында бөлінеді. Осы субъектілердің түсімдері мен шығындары инвестициялық жобаның тиімділігінің алуан түрлерін айқындайды.

Ұзақ мерзімді капитал салу проблемаларына жататын міндеттер кешенін шешу және қою барысында талдау негіздемесінің қажеттігі туындайды,бір уақытта қаржы негіздемесінің (ұзақ мерзімді инвестициялар қаржыландыруды қандай көздерден, қандай көлемде, қандай жағдайларда және қандай пропорцияда жүзеге асыруға болады), инвестициялық негіздеменің (меншікті және тартылған ресурстар арасында шаруашылық қызметінің ықтимал бағыттарын, активтердің жекелеген түрлерін, олардың құрылымы қандай, айналымдылық кезеңі, тәуекел деңгейі және т. б.оңтайлы бөлу) және операциялық шешімдер (ұйым шығыстарының оңтайлы құрылымы және шамасы қандай,жобаның іске асырылу барысында шикізат жеткізу ырғақтығы қалай әсер етеді және өнімді өткізу, жобаға қатыстырылған персоналдың және т. б. кәсіптік және біліктілік деңгейі жеткілікті ме).

Инвестициялық жобаны таңдаудың соңғы сатысы бағаланатын жобалардың сезімталдығын бағалау болып табылады.

Инвестициялық жобаны таңдау қаржыландыру көздеріне тәуелді емес, болжам мүмкіндігі туралы ізденістер қаржыландыру көздері ретінде пайдаланылады. Алайда, бұл ережелерден алынып тасталады:жеңілдікті мемлекеттік қаржыландыру, қаржылық лизингті пайдалану.

Инвестициялық жобаны әзірлеу және іске асыру, ең алдымен, өндірістік бағытта ұзақ уақыт бойы– идеясынан бастап оның материалдық іске асырылуына дейін жүзеге асырылады. Кез келген жобаның оның іске асырылуынсыз әсері аз.

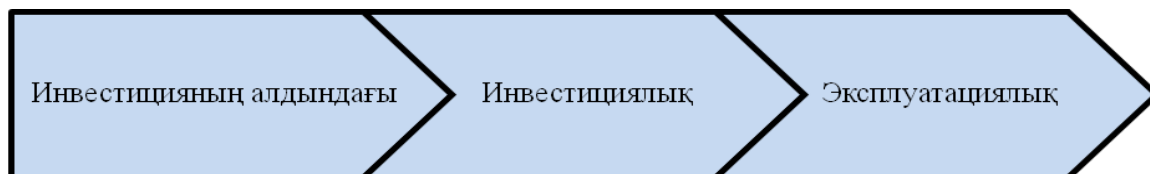
Инвестициялық жобалардың тиімділігін нарықтық көрсеткіштерінің көмегімен бағалау кезінде жұмыстардың басталуы және аяқталуын нақты білу қажет. Зерттеуші, ғалым, жобалаушы үшін жобаның басталуы идеялардың туындауы, ал іскер адамдар (бизнесмендер) үшін– ақша қаражатының оның орындалуына бастапқы салымы болуы мүмкін.

Барлық инвестициялық жобаларға тән, оларды стандарттауға мүмкіндік беретін кейбір ортақ ерекшеліктері бар. Бұл инвестициялау сәті және кіріс алу сәті арасындағы уақытша лага болуы, сондай-ақ жобаның құндық бағасы.

Жобаның пайда болу сәті арасындағы уақыт (жүзеге асырудың бастауы) мен оны іске асырудың аяқталу сәті (оның таратылуы) жобаның өмірлік циклі деп аталады. Жобаның өмір сүруінің аяқталуы болуы мүмкін:

- объектілерді іске қосу, оларды пайдаланудың басталуы және жобаны орындау нәтижелерін қолдану;
- берілген нәтижелерге жобамен қол жеткізу;
- қаржылық жобаны тоқтату;
- жобаға елеулі өзгерістер енгізу бойынша бастапқы ой-ниетпен, яғни жаңғыртумен көзделмеген жұмыстың басталуы;
- пайдаланудан жоба объектілерінің қорытындысы.

Инвестициялық жобалардың әр түрлі нысандары мен мазмұны бар. Жобаларды талдау кезінде қаралатын инвестициялық шешімдер, мысалы, жылжымайтын мүлікті сатып алуға, жабдықтарға капиталдық салым, ғылыми зерттеулер, тәжірибелік-конструкторлық әзірлемелер, жаңа кен орындарын игеру, ірі өндірістік объектіні немесе кәсіпорынды салуға жатқызылуы мүмкін. Алайда, кез-келген инвестициялық жобаны әзірлеу-бастапқы идеяларынан пайдалануға дейін – үш фазадан тұратын цикл түрінде ұсынылуы мүмкін: инвестицияның алдындағы, инвестициялық және эксплуатациялық (өндірістік). Үш фазаның ұзақтығы жобаның өмірлік циклін құрайды (1-сурет).



Сурет 1–Инвестициялық жобаның өмірлік циклінің фазалары

Г.П.Подшиваленконың пікірінше, фазаларды инвестициялық цикл кезеңдеріне бөлудің әмбебап тәсілі жоқ [3]. Осы тапсырманы шеше отырып, жобаның қатысушылары аталған жобаның ерекшеліктері мен орындалу шарттарына назар аударуы тиіс.

1-Фаза – инвестиция алдындағы, инвестицияның негізгі көлемі бұдан бұрын жеткілікті дәл белгіленуі мүмкін емес. Осы фазада жоба әзірленіп, оның мүмкіндігі оқытылады, алдын-ала техникалық-экономикалық зерттеулер өткізіледі, инвесторлармен және басқа да жобаға қатысушылармен келіссөздер жүргізіледі, шикізат және жабдықтарды жеткізушілер таңдалады. Егер инвестициялық жоба несие тартуды көздейтін болса, онда оны алуға осы фазада келісім жасалады, инвестициялық жобаны заңды ресімдеу, құжаттарды дайындау, келісім-шарт ресімдеу және кәсіпорынды тіркеу жүзеге асырылады. Бірінші сатысын жүзеге асырумен байланысты шығындар нәтижесі оң болған жағдайда жобаны жүзеге асыруға көшу капиталдандырылады және өндіріске дейінгі шығындар құрамына кіреді, содан кейін амортизация тетігі арқылы өнімнің өзіндік құнына жатады.

2-Фаза - инвестициялық, бұл инвестициялау немесе жобаны жүзеге асыру. Осы фазада нақты іс-әрекеттер қолданылады, анағұрлым көп шығынды талап ететін және қайталанбас сипатқа ие, атап айтқанда: жобалау-сметалық құжаттама әзірленеді; жабдықтарға тапсырыс беріледі; өндірістік алаңдар дайындалады; жабдықтар жеткізіледі және оны монтаждау және іске қосу-жөндеу жұмыстары жүзеге асырылады; персоналдар оқытылады; жарнамалық іс-шаралар жүргізіледі.

Осы фазада кәсіпорынның тұрақты активтері қалыптасады. Кейбір шығындар, оларды ілеспе деп те атайды (мысалы, персоналды оқытуға арналған шығыстар, жарнама компанияларын өткізу, іске қосу және жабдықты жөндеу), ішінара өнімнің өзіндік құнына жатқызылуы мүмкін (болашақ кезеңдердің шығыстары), сондай-ақ ішінара капиталдандырылған (өндіріс алдындағы шығыстар ретінде).

3-Фаза – эксплуатациялық (өндірістік). Ол негізгі жабдықты іске қосу кезінен басталады (өнеркәсіптік инвестициялар жағдайында) немесе жылжымайтын мүлікті не басқа түрлері активтерді сатып алу. Осы фазада кәсіпорынның іске қосылуы жүзеге асырылады, өнім өндіру немесе қызмет көрсету басталады, банктік несие оны пайдалану жағдайында қайтарылады. Бұл фаза тиісті түсімдермен және ағымдағы шығындармен сипатталады.

Пайдалану фазасының ұзақтығы жобаның жалпы сипаттамасына айтарлықтай әсер етеді. Оның жоғарғы шекарасына жатқызылған уақыт алысырақ болса, соғұрлым жиынтық кірістің шамасы көбірек.

Қолданылған әдебиеттер

1 Подшиваленко, Г.П. Инвестиции [Текст]: учебное пособие / Г.П. Подшиваленко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2012. – 495 с.

2 Деева, А.И. Инвестиции [Текст]: учебное пособие / А.И. Деева. – М.: Экзамен, 2011. – 436 с.

3 Подшиваленко, Г.П. Инвестиции [Текст] / Г.П. Подшиваленко. – М.: КНОРУС, 2010. – 200 с.

**Капенова А.З., к.э.н., доцент,
Казахский университет экономики, финансов и
международной торговли**

Налоговое стимулирование инновационной деятельности

Роль налоговой системы в поддержке инновационной активности заключается в создании условий для спроса на инновационную продукцию, для модернизации, то есть для инвестиций в новые технологии. Также налоговая система не должна создавать препятствий для предложения инноваций - деятельности налогоплательщиков, направленной на внедрение в производственные процессы результатов научных исследований и опытно-конструкторских работ, приводящих к увеличению производительности труда. При этом целесообразно говорить не о новых налоговых льготах, а о корректировке механизма налогообложения, настройке налоговой системы с учетом современных вызовов, а также потребностей инновационных предприятий. Речь идет об уточнении налогообложения сделок с интеллектуальной собственностью и некоторыми видами имущества, упрощении процедур администрирования налогов, в том числе при экспорте, изменении подходов к налоговому администрированию в целом.

Инновация не является линейным процессом от науки к рынку; это сложная система, состоящая из множества различных элементов. Инновационная система - это консорциум интегрированных организаций, которые выполняют различные функции: от производства, накопления информации и специальных знаний, необходимых для

инновационного процесса (Lundvall., 2004)[1]. Поскольку система сформирована из различных элементов, и взаимодействия между элементами всегда существуют, дефекты в системе неизбежны. Системный дефект может возникать в любое время, когда доступ к необходимым знаниям блокируется, или организация, производящая знания, или организация, осуществляющая доступ к таким знаниям, перестает работать, или информационная связь между соответствующими организациями теряется или неэффективна (Gustafsson et al., 2006)[2]. Таким образом, она превращает инновационную политику в вопрос о разработке соответствующей институциональной структуры или плана создания социального потенциала для реализации потенциала развития. Очевидно, что бизнес является ключевым (прямым или косвенным) игроком благодаря своей двойной роли в качестве пользователей и поставщиков технологий в инновационном процессе в сотрудничестве с университетами, научно-исследовательскими институтами, лабораториями, общественными организациями и консалтинговыми фирмами. В действительности в любой экономике, основанной на знаниях, существует сеть организаций, заинтересованных в инновационном процессе.

Многие ученые считают, что при создании и распространении знаний возникает ряд визуальных дефектов рынка, которые могут ослабить меры стимулирования инвестиций в НИОКР и внедрение инноваций.

С точки зрения инвестиций, инвестиции в инновации имеют несколько особенностей, которые отличают их от традиционных инвестиций. Неоклассическая теория наводит на мысль об особенностях научно-исследовательской деятельности. НИОКР - сложный и рискованный процесс. Даже если бизнес-сектор финансирует и выполняет большую часть НИОКР, он все равно будет выполнять меньше, чем оптимально по следующим причинам. Эти причины состоят в том, что обоснование инициатив по государственному финансированию может быть принято.

НИОКР и инновации характеризуются внешним воздействием на все общество (Nelson, 1959; Arrow., 1962; Griliches., 1992; Lerner., 2002)[3-6]. Знания как «общественное благо» могут использоваться бесплатно, независимо от первоначальных инвесторов, из-за свойств их неисключительности, что приводит к недостаточному инвестированию в инновации. Это приводит к тому, что компания, выполняющая НИОКР, не использует все преимущества этого процесса. Поэтому она будет инвестировать в объем НИОКР, который ниже социально оптимального уровня (Leech., Et al., 2012)[7]. Основным экономическим обоснованием налоговых льгот для НИОКР в бизнесе, как и для любой государственной поддержки частных НИОКР, является наличие распространения знаний.

Из исследований по инновациям и инновационной политике был отражен ряд причин рыночных дефектов в формировании и использовании знаний, а именно: неопределенность и риски, связанные с НИОКР; неэффективность внедрения инноваций и использования новых знаний; вводящая в заблуждение информация в экономике; неспособность реализовать ценность знаний для экономического роста; недооцененная оценка технологической товарной стратегии предприятий.

В поведении бизнеса по отношению к исследованиям и разработкам четко прослеживаются две основные причины. Первое может быть связано с ограниченными ресурсами, которыми владеют малые и средние предприятия, или с низким интересом к НИОКР по сравнению с крупными предприятиями. Во-вторых, это связано с восприятием предприятиями государственной собственности о природе знаний. Компании считают, что знания - это общественные блага, которые могут «раскрываться» каждому бизнесу, поэтому им не нужно вкладывать средства, в результате чего инвестиции в НИОКР и инновации попадают под необходимый «порог». Кроме того, следует упомянуть третью причину: существует асимметричная информация об ожидаемых результатах инвестиций в НИОКР и непогашенных расходах на инвестиции в НИОКР между инвесторами и изобретателями (Huutinen and Tovaine., 2005; Czatnitski., 2006)[8,9]. Это вполне понятно, потому что эффективные рыночные транзакции зависят от владения собственностью

транзакций. Четвертая причина - неопределенность выгод и публикация новых знаний о бизнесе. Конкурируя за новые технологии, предприятия часто имеют свою стратегию по предотвращению распространения знаний, что дает им преимущество перед другими. Последняя причина - это причина, связанная с социальной перспективой или перспективами, а также выгоды от определенных товаров и услуг, которые по-прежнему не признаются для дальнейшего развития или являются лишь сигналами от рынков.

Согласно ОЭСР (2015), большинство правительств часто поддерживают деловые исследования и разработки, которые должны предоставляться фирмам с целью исправления провалов рынка, в том числе: трудности со стороны фирм в полной мере присваивать отдачу от своих инвестиций; проблемы в поиске финансирования из внешних источников, в частности для небольших или молодых фирм[10].

Чтобы решить проблему несовершенства рынка, национальные правительства могут принять различные политические меры для стимулирования производства, основанного на знаниях, повышения экономических выгод и социального благосостояния, такие как: формирование соответствующей системы интеллектуальной собственности для защиты создателей знаний, укрепить человечество интеллектуальным сокровищем; поддерживать инвестиции в НИОКР с помощью прямых грантов или косвенных финансовых инструментов; формирование специального типа научно-исследовательских организаций для расширения доступа к новым знаниям для предприятий; поддерживать университеты и научно-исследовательские институты для открытия новых научных знаний. Кроме того, некоторые страны, например, Ирландия, Бельгия и Израиль, используют меры поддержки для привлечения НИОКР, инвестиций и рабочих мест для иностранных компаний.

При подготовке системы мер, направленных на поддержку инновационной деятельности в экономике, следует обратить внимание на используемые инструменты в развитых государствах с инновационным сектором экономики. Основные инструменты поддержки в странах с развитой экономикой включают в себя следующие:

- вычет с повышающим коэффициентом расходов на НИОКР и аналогичных расходов из базы корпоративного налога на прибыль;
- предоставление налогового кредита на сумму затрат на проведенные НИОКР; при этом различают абсолютный налоговый кредит, который представляет собой вычет полной суммы осуществленных затрат на НИОКР из суммы налога на прибыль, а также приростной налоговый кредит, который связан с вычетом из суммы налога на прибыль по итогам года не всей суммы затрат на НИОКР, а лишь ее прироста по сравнению с некоторым базовым периодом;
- ускоренная амортизация (вплоть до немедленного списания и включения в текущие расходы) для отдельных видов оборудования, используемых в инновационной деятельности;
- перенос убытков в прошлое и в будущее для всех налогоплательщиков или отдельных инновационных компаний;
- освобождение от имущественных налогов инновационных компаний или отдельных видов имущества, используемых для проведения НИОКР;
- налоговые каникулы по налогу на прибыль и (или) социальным платежам для отдельных налогоплательщиков (по деятельности, связанной с НИОКР, либо для компаний, осуществляющих НИОКР);
- инвестиционные налоговые кредиты (отсрочка уплаты налога на прибыль на сумму осуществленных инвестиций) для инвестиций в высокотехнологичное оборудование.

Однако для эффективного применения этих инструментов необходима развитая система идентификации - как налогоплательщиков (с точки зрения осуществляемой ими деятельности), так и отдельных видов расходов (с точки зрения их приоритетности для применения налоговых льгот). В отсутствие эффективно функционирующей системы

идентификации по этим направлениям возможны как дискредитация самой идеи налоговой поддержки применения инноваций (поскольку применяемые инструменты не приведут к желаемому результату), так и к массовым злоупотреблениям, связанным с применением льгот и преференций налогоплательщиками, для которых они изначально не были предназначены.

Список литературы:

1. Christensen, J. L. and Lundvall, B.-E. (eds.). 2004. Product Innovation, Interactive Learning and Economic Performance. Amsterdam: North Holland.
2. [A test battery for evaluating hop performance in patients with an ACL injury and patients who have undergone ACL reconstruction.](#) Gustavsson A, Neeter C, Thomeé P, Silbernagel KG, Augustsson J, Thomeé R, Karlsson J. Knee Surg Sports Traumatol Arthrosc. 2006 Aug;14(8):778-88. Epub 2006 Mar 9.
3. Nelson, R.R. (1959). "The Simple Economics of Basic Scientific Research." Journal of Political Economy 49, 297-306.
4. Arrow, K.J. (1962). "Economic Welfare and the Allocation of Resources for Invention." In: Nelson, R. (Ed.), The Rate and Direction of Inventive Activity. Princeton, NJ
5. Griliches, Z. (1992). "The Search for R&D Spillovers." Scandinavian Journal of Economics 94, S29-S47.
6. Lerner, J. (2009). The Boulevard of Broken Dreams: Why Public Efforts to Boost Entrepreneurship and Venture Capital Have Failed—and What to Do About It. Princeton University Press, Princeton.
7. Onwuegbuzie, A. J., Leech, N. L., & Collins, K. M. T. (2012). Qualitative analysis techniques for the review of the literature. The Qualitative Report, 17(Art. 56), 1-28. Retrieved from <http://www.nova.edu/ssss/QR/QR17/onwuegbuzie.pdf>
8. Toivanen, Otto and Hyytinen, Ari, Do Financial Constraints Hold Back Innovation and Growth? Evidence on the Role of Public Policy (2005). Research Policy, Vol. 34, Issue 9, p. 1385-14 2005. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1498276>
9. Czarnitzki, D. and K. Hussinger (2004). "The Link Between R&D Subsidies, R&D Spending, and Technological Performance." Mannheim, Germany: ZEW Discussion Paper No. 04-56.
10. OECD. (2015e). The innovation imperative: contributing to productivity, growth and well-being. Author, Paris.

Резюме

Налоговое стимулирование инновационной деятельности через снижение налогового бремени играет важную роль в процессе формирования экономики, ориентированной на государственную поддержку научно-технического прогресса, освоение передовых технологий, внедрение перспективных инноваций, проведение активной научно-технической политики.

Түйіндеме

Салықтық ауыртпалықты төмендету арқылы инновациялық қызметті салықтық ынталандыру ғылыми-техникалық прогресті мемлекеттік қолдауға, озық технологияларды игеруге, перспективалы инновацияларды енгізуге, белсенді ғылыми-техникалық саясатты жүргізуге бағдарланған экономиканы қалыптастыру процесінде маңызды рөл атқарады.

Summary

Tax incentives for innovation through reducing the tax burden plays an important role in the formation of the economy, focused on the state support of scientific and technological progress, the development of advanced technologies, the introduction of promising innovations, the implementation of an active scientific and technical policy.

Каирбеков Д.К.,
Студент 1 курса
Специальность-Логистика
Научный руководитель:
к.э.н., доц. Кренгауз И.Н Университет «Туран»

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ МУЛЬТИМОДАЛЬНЫХ ПЕРЕВОЗОК

Сама по себе система мультимодальных перевозок, хотя и является прогрессивной логистической технологией, как таковая не имеет четкого научного и правового обоснования, что ставит все стороны процессов международной перевозки в условия неопределенности, возрастания рисков, сдерживает развитие транспортных услуг а также приводит к непрогнозируемым финансовым потерям.

Исследованию развития мультимодальных перевозок посвятили свой труды такие ученые, как Н.А. Бутакова [1, с.38], Е.В. Никулин [2, с.36], Г.Г. Левкин [3, с.492], А.П. Нырков [4, с.77], А.В. Фурсов, В.Н. Лазарева [5, с.417], В.В. Щербаков [6, с.245], А.В. Гриценко [7, с.58], В.Н. Ежгуров [8, с.77], А.А. Анисимов [9, с.14], Е.А. Деев [10, с.20], Р.В. Беккер [11, с.26], М.А. Голенцова [12, с.151], Б.Р. Карамышев [13, с.200].

Л.С. Надирян, Н.А. Бутакова, В.Н. Лазарева, Р.В. Беккер, В.Н. Ежгуров считают, что увеличение объёма мультимодальных перевозок, позволит снизить дисбаланс между различными видами транспорта и тем самым оптимизируют транспортную систему.

Е.А. Деев, Б.Р. Карамышев, Г.Г. Левкин, А.П. Нырков, М.А. Голенцова, В.А. Фурсов, В.В. Щербаков считают, что в современной логистике необходимо развивать и активно использовать мультимодальные перевозки для более эффективной доставки груза.

Я согласен с мнениями ученых и специалистов, поскольку современное развитие транспортной отрасли должно быть нацелено на расширение использования мультимодальных перевозок.

Мультимодальная перевозка — это перевозка, в которой перевозчик, организуя всю перевозку груза «от двери до двери», принимает на себя ответственность за всю перевозку груза в целом. В таком случае он может выдавать отправителю документ на мультимодальную перевозку, который покрывает весь путь следования груза. Оператор мультимодальной перевозки заключает ряд договоров субподряда с индивидуальными перевозчиками воздушного транспорта, морских линий, автомобильного, железнодорожного, портовыми властями и операторами терминалов [7].

Все грузовые потоки грузов ввиду использования разных видов транспорта, выступают с позиции использования нескольких видов транспорта. Основная цель данных перевозок, в которых должно учитывается соблюдение следующих факторов:

- безопасность процесса доставки грузов;
- сохранность грузов в течение всего маршрута;
- безопасность транспортных средств, осуществляющих процесс доставки грузов;
- время доставки грузов;
- выбор требуемой тары для грузов;
- выбор оптимальных транспортных маршрутов следования;
- определение и классификация новых технологий;
- влияние тарифов различных технологий, измеряемых как процентное отношение от продажи;
- направления в техническом развитии выполняемых улучшений для новых технологий;
- прогнозы развития новых технологий с особым акцентом на возможных препятствиях [1].

На сегодняшний день, данный вид перевозок является наиболее удобной и распространенной формой доставки по объему и весу партии грузов на средние и дальние расстояния. Главный плюс данного способа доставки груза является максимальное использование преимуществ различных средств перевозки, благодаря грамотному подходу и комбинированию.

Основные преимущества мультимодальной перевозки:

- Основное преимущество данного вида перевозок – снижение стоимости перевозки груза по сравнению с автомобильными перевозками – на 20-30%.

- При мультимодальной схеме доставки грузов сторонам следует учесть возможность нестыковки между различными видами транспорта.

- К минусам мультимодальных перевозок следует так же отнести слишком медленную скорость доставки грузов, что особенно выражено при перевозках на большие расстояния.

- Возможность доставки «от двери до двери». Зачастую такая доставка при экспортно-импортной транспортировке грузов на большие расстояния возможна только при использовании мультимодальных перевозок. Это связано с тем, что такие перевозки зачастую выполняются морским, железнодорожным или авиатранспортом, при этом для доставки груза непосредственно получателю необходимо использовать автотранспорт от аэропорта, морского порта или железнодорожной станции.

- В перевозке могут использоваться все типы контейнеров в зависимости от габаритов, химических и технических особенностей груза. Контейнерная перевозка наиболее оптимальна для мультимодальных схем, в которых осуществляется большое количество перегрузок. Контейнеры могут быть полностью укомплектованы у заказчика и распакованы конечным получателем, что обеспечивает дополнительную сохранность груза.

- При мультимодальных перевозках учитывается развитость транспортной инфраструктуры каждого региона на маршруте следования. Это позволяет использовать в каждом регионе наиболее быстрый, надежный и экономичный вид транспорта, снижая в итоге затраты и время транспортировки. Быстрые сроки доставки. В случае использования авиационного транспорта срок мультимодальной доставки значительно сокращается, хотя сама перевозка увеличивается в цене. Поскольку доставка груза при этом способе перевозок осуществляется одним перевозчиком, то это помогает избежать различных технических накладок.

- Минимальное участие в мультимодальной перевозке владельца груза. Это участие может быть ограничено только оформлением документов на товар. Однако при желании владелец груза может принимать участие и в планировании маршрута, и в поиске транспорта, и в его подготовке.

- Низкая стоимость перевозки. Экономии финансовых средств клиентов способствует факт, что заказ комплекса работ в одной компании обходится всегда экономически выгоднее, чем в разных.

- Возможность перевозки на любые по дальности расстояния и в самые труднодоступные места.

- Гибкие логистические схемы. В зависимости от расстояния и необходимой скорости доставки груза, при мультимодальных перевозках можно выработать минимум два варианта логистических схем: тот вариант, когда груз доставляется быстро, но дорого, и тот, когда долго, но дешево. При быстрой, но дорогой перевозке речь, как правило, идет о привлечении к перевозкам воздушных судов, при медленной, но дешевой доставке грузов применяется схема сборных грузов, когда груз отстает на складах и перевозится попутным транспортом.

Основные проблемы развития мультимодальных перевозок:

- 1 При использовании различных видов транспорта избежать разгрузочно-погрузочных работ нельзя, а это несет риск потери и порчи товара.

2 Смена транспорта затрудняет контроль над товаром
3 Формирование маршрутов, так как транспортные коридоры очень сложные и охватывают большое количество скрытых параметров

4 Сложности и проблемы с железнодорожным транспортом. Они отражаются в том, что на железнодорожном (ж/д) транспорте существует весьма негибкая система оформления заказов, сроки перевозки зависят от того, насколько скоро сформируется тот или иной состав, закрытость железных дорог и ряд других вопросов

5 Невозможность транспортировки ряда товаров по мультимодальному маршруту перевозки, таких как опасные, ценные, скоропортящиеся грузы, а также крупногабаритный груз.

6 Сохранность груза в течении всего времени [2].

Также можно выделить общие нерешенные логистические проблемы, касающиеся предприятий, занимающихся мультимодальными перевозками. Во-первых, проблема в наличии в регионах складских помещений, отвечающих требованиям крупного бизнеса. Во-вторых, проблема касается ж/д транспорта, в которой техника изношена на 70-80 %. В настоящее время отсутствует единая система, регулирующая движение пустых вагонов. Пустой вагон может занимать место от недели до месяца в ожидании выгодного груза. В-третьих, слабая инфраструктура транспорта, прежде всего, в области автомобильных дорог. На результат перевозки влияют климатические условия и состояние дорожного покрытия. От того насколько грамотно организована транспортная сеть зависит как быстро дойдет до потребителя ожидаемый груз [4].

Основная задача развития транспортной отрасли - увеличение объема мультимодальной перевозки грузов, так как это позволит снизить дисбаланс между различными видами транспорта и тем самым оптимизировать транспортную систему в целях удовлетворения потребностей как экономического роста, так и устойчивого развития. Мультимодальные перевозки основаны на обеспечении непрерывности перевозочного процесса, и требуют не только организационного взаимодействия его участников, включая грузоотправителей и грузополучателей, но также комплексного развития материально-технической базы взаимодействующих видов транспорта, внедрение единых технологий, интеграции обслуживающих их систем связи и информации. А также создание новых транспортных коридоров. Обеспечение сохранности перевозимых грузов, внедрение технических средств наблюдения и контроля за перевозимым грузами. Оптимальное сочетание различных видов транспорта в пределах одной транспортной цепи. Для развития мультимодальных технологий необходимо: согласование параметров подвижного состава по габаритным размерам, грузоподъемности и вместимости; обеспечение возможности перевозки грузов на разных видах транспорта в одной и той же упаковке; применение типовых погрузочно-разгрузочных мест; ритмичная, согласованная и ускоренная подача подвижного состава к пунктам перевалки грузов между видами транспорта; организация систем связи и информации; единообразный коммерческо-правовой режим на направлениях мультимодальных перевозок[5]. Мультимодальные перевозки являются важным звеном в логистике, а также к использованию мультимодальным перевозкам обращаются по таким причинам как экономия денег, времени, отсутствие других способов доставки. В связи с возрастающей потребностью в мультимодальных перевозках необходимо постоянное развитие и модернизация данного звена транспортной логистики. А увеличение объема мультимодальных перевозок сократит время доставки грузов на 10 дней.

Список использованной литературы:

1. Ныркoв А.П. Автоматизация управления мультимодальными перевозками // Транспорт. -2013. - №2. – С.74-78. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=18981846>

2. Щербакoв В.В Классификация транспортной логистике в задаче мультимодальности грузоперевозок // Транспорт. – 2015. - № 3. – С. 243-245. -

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-transportnoy-logistiki-v-zadache-multimodalnosti-gruzoperevozok>

3. Гриценко А.В. Технология и организация мультимодальных международных перевозок // АПК России. – 2016. - № 1. – С. 52-58. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25774440>

4. Левкин Г. Интермодальные, мультимодальные и комбинированные перевозки грузов: проблемы терминологии / Г.Г Левкин, С.Б Гнатко // Логистические системы в глобальной экономике. -2015. -№. 5. -С. 490-493

5. Бутакова Н. Современные особенности развития мультимодальной перевозки грузов в международной торговле/ Н. А. Бутакова // Экономика и экономические науки. - 2015. №- 10. -С. 32-39

6. Кириллова А.Г. Методология организации контейнерных перевозок в мультимодальных автомобильно-железнодорожных сообщениях [Электронный ресурс].- Режим доступа <http://www.dissercat.com/>

Аннотация

В статье рассмотрены особенности мультимодальных перевозок, выявлены основные проблемы и перспективы увеличения объема мультимодальных перевозок и их преимущества.

Андатпа

Мақалада мультимодальды тасымалдаудың ерекшеліктері сипатталады, мультимодальды тасымалдаудың көлемін ұлғайтудың негізгі проблемалары мен перспективалары, және олардың артықшылықтары анықталды.

Annotation

The article describes the features of multimodal transport, identifies the main problems and prospects for increasing the volume of multimodal transport and their benefits.

Кашуба Н.И.,

магистрант специальности «Маркетинг»

Шквыря.Н.А.,

к.э.н., доцент кафедры маркетинга

Таврический государственный агротехнологический университет

РЕАЛИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ТОВАРНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Товарная стратегия является ключевой составляющей частью маркетинговой и хозяйственной политики предприятия. Это связано с тем, что товар служит эффективным средством воздействия на рынок и источником получения прибыли [2]. Кроме того, товар выступает центральным элементом комплекса маркетинга. Формирование цен, организация сбыта, маркетинговых коммуникаций основываются на особенностях товара.

Хорошо продуманная товарная стратегия позволяет оптимизировать процесс обновления товарного ассортимента, служит для руководства предприятия ориентиром общей направленности развития. Отсутствие товарной стратегии может привести к ошибочным решениям по формированию товарного ассортимента, потере контроля над конкурентоспособностью и коммерческой эффективностью товара [3].

Для реализации маркетинговой товарной стратегии на примере ООО «Глобинский мясокомбинат», которое специализируется на производстве колбасных изделий, предлагается введение в ассортимент нового товара - детской вареной колбасы. Особое

место среди колбасной продукции занимают вареные колбасы. Именно этот вид колбасных изделий считается самым популярным в мире.

В результате исследования спроса на вареные колбасы и оценки стратегического потенциала предприятия запланировали производство 2602т. новой продукции на 2019год; к 2021г. объемы производства вареных колбас увеличатся на 21%.

Расчет полной себестоимости производства колбасных изделий для ООО «Глобинский мясокомбинат» представлен в таблице 1.

Таблица 1

**Себестоимость производства колбасных изделий
ООО «Глобинский мясокомбинат», тыс.грн.**

Статьи затрат	2019 г.	2020 г.	2021 г.	в % 2021г. к 2019г.
Электроэнергия	178,21	200,49	222,77	125,00
Сырье	261783,26	316757,74	383276,86	146,41
Затраты на воду	47,81	55,78	63,75	133,33
Упаковка	425,5	490,55	562,105	132,10
Оплата труда с начислениями	3074,4	3535,56	3996,72	130,00
Амортизация	1274,78	1274,78	1274,78	100,00
Ремонт	383,68	383,68	383,68	100,00
Расходы на маркетинг	25,50	26,55	27,60	108,24
Административные расходы	10	12	15	150,00
Себестоимость продукции	267203,15	322737,13	389823,27	145,89
Итого себестоимость 1 кг продукции, грн	102,69	112,76	123,82	120,57

Расчеты, приведенные в таблице 1 свидетельствуют, что себестоимость 1кг. готовой продукции планируется на уровне 102,69грн/кг в 2019г., до 2021г. она увеличится до 123,82грн/кг. Наибольший удельный вес в структуре себестоимости занимают затраты на сырье, заработную плату и на амортизацию.

Показатели эффективности товарной стратегии ООО «Глобинский мясокомбинат» представлены в таблице 2.

Таблица 2

Эффективность реализации товарной стратегии

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Отклонение (+/-)
Полная себестоимость продукции, тыс.грн	267203,15	322737,13	389823,27	122620,12
Выручка от реализации, тыс. грн.	334003,93	416330,90	518464,95	184461,02
Валовая прибыль от реализации, тыс.грн.	66800,79	93593,77	128641,68	61840,89
в т.ч. на 1т. продукции, грн	25672,86	32699,94	40859,12	15186,26
Подходный налог, тыс.грн.	12024,14	16846,88	23155,50	11131,36
Чистая прибыль, тыс.грн.	54776,64	76746,89	105486,18	50709,53
Рентабельность производства, %	20,5	23,8	27,1	6,56
Рентабельность продаж, %	16,4	18,4	20,3	3,95

Расчеты, приведенные в таблице 2 свидетельствуют, что производство нового вида продукции является прибыльным для ООО «Глобинский мясокомбинат». Размер чистой прибыли в 2019г составит 54776,6 тыс.грн., до 2021г. она увеличится на 50709,5тыс.грн. и составит 105486,2тыс.грн. Показатели рентабельности производства и продажи увеличатся соответственно на 6,56п.п и на 3,95п.п. в 2021р. по отношению к 2019г.

Формирование обоснованной товарной стратегии играет важную роль в обеспечении достижения стратегических целей предприятия. Товарные стратегии обеспечивают соответствие ассортимента и качества товаров предприятия той полезности, которую ждут от них потенциальные потребители на целевом рынке. Товарные стратегии позволяют достаточно эффективно решать вопросы управления различными сферами

деятельности предприятия с точки зрения их места и роли в удовлетворении потребностей рынка и осуществления капиталовложений в каждую из сфер.

Литература

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф ; науч. ред. и ав. предисл. Л. И. Евенко. – Москва : Экономика, 1989. – 519 с.
2. Могилова А.Ю. Стратегия вывода нового товара на рынок / А.Ю. Могилова, А.В. Головки // Вестник Днепропетровского университета. - 2012. - Вып. 6. - С. 139-147.
3. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: [учебник для вузов] / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд; пер. с англ. А. Г. Зайцева, М. И. Соколова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
4. Янковий В. А. Мясоперерабатывающая промышленность, состояние и перспективы развития / А. Янковий // Пищевая наука и технология. - 2010. - № 11. - С. 90-95.

Аннотация

В статье предложена и обоснована эффективность реализации маркетинговой товарной стратегии на рынке колбасных изделий.

Annotation

The article proposes and justifies the effectiveness of marketing strategy for sausage products market.

**Кенжебаева З.С. д.э.н., проф.,
Беймбетова А.Е.
Университет НАРХОЗ**

ПЕРСПЕКТИВА «ОБУЧЕНИЕ И РОСТ» В СИСТЕМЕ СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Концепция Сбалансированной системы показателей (ССП), используемая в сфере стратегического управления, была разработана американскими учеными Р. Капланом и Д. Нортон в начале 90-х годов [1] и получила дальнейшее развитие в трудах зарубежных ученых [2-3]. Р.Каплан и Д. Нортон провели исследование 12 компаний. В рамках исследования было отмечено, что компании слишком сильно ориентируются на финансовые показатели, и в целях достижения их в краткосрочном периоде снижаются расходы на обучение, маркетинг и обслуживание клиентов, что в долгосрочном периоде отрицательно сказывается на общем финансовом состоянии. В то время компании столкнулись с множеством изменений:

- доля некоторых отраслей на рынке стала стремительно сокращаться из-за глобализации;

- либерализации торговли;

- появления технических новшеств;

- потребности компаний также менялись. Необходимость в более качественной информации и умении оперативно реагировать на изменения стала очевидна. Одним из основных выводов, сформулированных Р.Капланом и Д. Нортон, было то, что сотрудники компаний часто не понимают своей роли в реализации стратегии и не имеют мотивации повышать эффективность реализации корпоративной стратегии. В качестве решения данной проблемы была разработана концепция Сбалансированной системы показателей (ССП) Balanced Scorecard. Данная концепция была апробирована в ряде организаций, и к концу декабря 1990 г. был подведен итог проделанной работы. На

основании полученных данных Balanced Scorecard признали уникальной системой, позволяющей интегрировать финансовые и нефинансовые показатели эффективности хозяйственной деятельности.

Способность компании мобилизовать и использовать свои нематериальные активы является важным фактором. Стратегия компании является важной, так как она рассматривается как концепция организации, представленная в виде долгосрочной программы конкретных действий, которые способны реализовать данную концепцию и обеспечить организации конкретные преимущества в достижении целей.

Предложенная новая система представляет собой эффективный инструмент управления, позволяющий планомерно реализовывать стратегические планы, переводя их на язык операционного управления и контролируя реализацию стратегии на основе ключевых показателей эффективности деятельности.

Balanced Scorecard (BSC) или Сбалансированная система показателей - это система, позволяющая руководителям переводить стратегические цели компании в четкий план оперативной деятельности подразделений и ключевых сотрудников и оценивать результаты их деятельности с точки зрения реализации стратегии с помощью ключевых показателей эффективности.

Основной тренд в ССП делается на оценку достижения финансовых результатов, которая дополняется нефинансовыми показателями деятельности. С помощью ССП можно не только анализировать финансовые результаты, но и участвовать в создании новых возможностей и регулировать создание нематериальных активов для дальнейшего роста [4]. Сбалансированная система показателей - это система показателей, взаимосвязанных на основе причинно-следственных связей. Показатели результатов - это отсроченные индикаторы, которые показывают конечные результаты стратегии. Факторы достижения результатов - опережающие индикаторы, извещающие о том, что каждый из них должен сделать для создания будущего развития системы.

Согласно взглядам А. Гершуна и М. Горского [4] появление ССП знаменует собой крутой поворот в практике управления. Это вызвано тем, что предприятие обязано думать о стратегических ориентирах на краткосрочную, среднесрочную и долгосрочную перспективы, позволяющие на основе стратегического управления увязать стратегические цели с текущим функционированием предприятия.

Создатели ССП предложили для предприятия четыре проекции:

1. финансы;
2. клиентская база;
3. внутренние бизнес-процессы;
4. обучение и развитие

Схематически данная модель представлена на рис. 1 В каждой проекции разрабатываются цели, показатели, инициативы.

С появлением разработанной гарвардскими учеными методологии, называемой системой сбалансированных показателей (ССП), особое значение в практике ее применения уделяется составляющей «Обучение и рост». Именно состояние показателей данной составляющей, как показывают исследования авторов ССП, характеризует возможности успешного функционирования бизнеса. Дальнейшее развитие данного положения в современных условиях выражается в новом понимании нематериальных активов и в новых подходах их оценки.

На наш взгляд, особого внимания заслуживают результаты исследований Р. Каплана и Д. Нортон, которые в своих трудах существенное значение придают выделению перспективы «обучения и роста», как основы всех остальных составляющих. «Составляющая обучения и роста» определяет нематериальные активы, необходимые для того, чтобы организация работала на высоком уровне и по высочайшим стандартам. Составляющая обучения и роста является стандартом в осуществлении долгосрочных

последовательных изменений [5,101].

Одно из новых изданий Каплана и Нортоня целиком посвящено данному аспекту управления организацией [6].

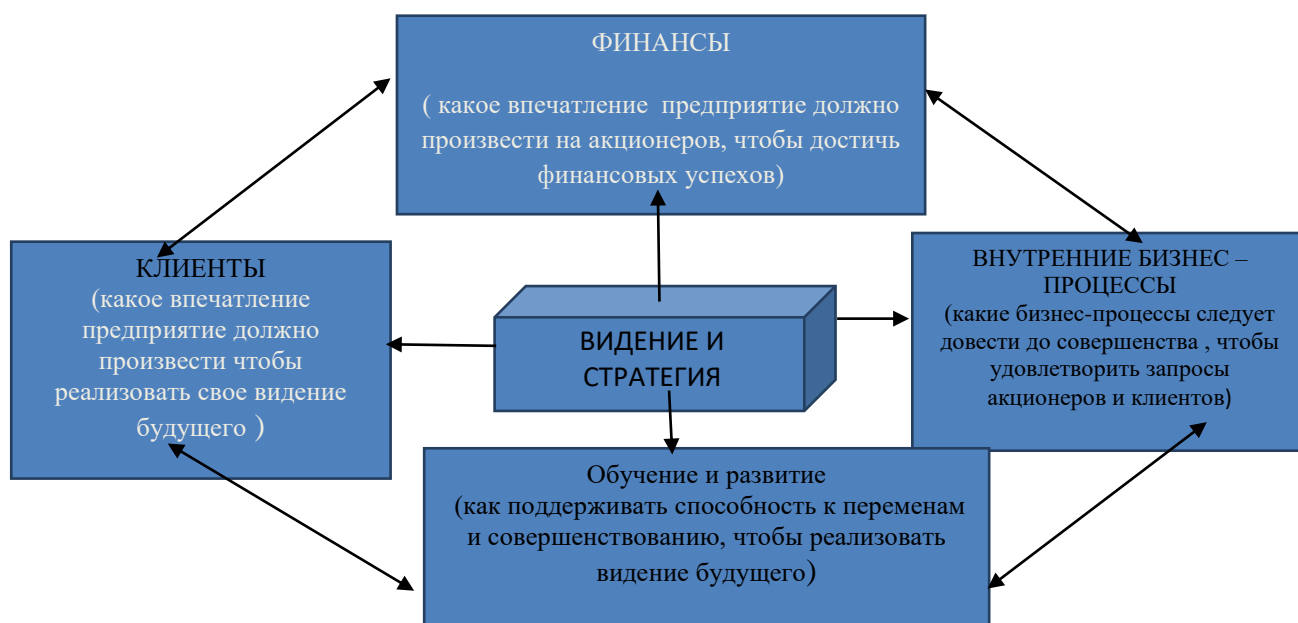


Рис. 1. Сущность сбалансированной системы показателей по Р. Каплану и Д. Нортону

Перспектива системы «Обучение и рост» определяет инфраструктуру, которую организация должна построить, для того, чтобы обеспечивать рост и развитие в долгосрочной перспективе.

Перспектива «Обучение и рост» является ключевым для построения и эффективного использования ССП. Так как она не только играет существенную роль во внутренних бизнес-процессах, но и имеет важное значение как составляющая отдельного направления развития.

Исходя из концепции Каплана и Нортоня, составляющая «Обучение и рост» содержит цели и показатели для трех нематериальных активов, важных для реализации долгосрочных программ:

- человеческого капитала;
- информационного капитала;
- организационного капитала.

Цели для нее устанавливаются исходя из удовлетворения интересов и достижения целей для других перспектив. Например, если целью перспективы «Клиенты» является количество удовлетворенных клиентов, то для этого нужен профессиональный штат сотрудников, а для этого необходимо пройти тренинги. Стало быть, через определенное число четко обозначенных мероприятий, таких как обучение, можно достичь удовлетворения клиента, и получить необходимый финансовый результат. Помимо этого, важной составляющей перспективы «Обучение и рост» является совершенствование систем знаний и информационного обеспечения деятельности.

Сбалансированная Система Показателей (ССП) отличается слаженным взаимодействием работников организации и способствует снабжению всех уровней управления предприятием представлением о способах улучшения процесса принятия решений и приближения к поставленной цели. Достижения инициатива работников, правильное распределения ресурсов и выстраивание обратных связей оказывают непосредственное влияние на успешность реализации стратегии.

Определяя ключевые показатели и реализуя стратегию, работники обычно

повышают свою квалификацию, тем самым, способствуя улучшению

эффективности предприятия. Вовлекая персонал в процесс реализации стратегических решений, руководители организации превращают его в гибкую структуру, в которой каждый работник понимает и выполняет поставленные цели. Такое предприятие обычно быстро реагирует на опасные тенденции и вовремя принимает правильные управленческие решения. Показатели составляющей обучения и развития персонала представляет собой комплекс общих параметров (удовлетворенность персонала, обучение, повышение квалификации) и специфических факторов, таких как набор навыков и умений необходимых в конкурентной обстановке.

Показателем информационной системы является наличие точных оценочных сведений о клиенте и о внутренних бизнес-процессов.

С помощью организационных процедур можно анализировать, насколько мотивация каждого работника организации согласуется с общей системой факторов, направленных на достижение успеха.

Составляющая обучения и роста - цели, описывающие способы достижения определенного состояния в структуре материальных и нематериальных активов, как ресурсов для достижения целей во внутренних процессах (4–6 целей).

Перспектива "обучение и рост" определяет инфраструктуру, которую организация должна выстроить для обеспечения роста и развития в долгосрочной перспективе. Рост и развитие организации являются результатом синергии трех основных факторов: человеческих ресурсов, информационных систем и организационных процедур. Для того чтобы обеспечить себе долгосрочное присутствие на рынке, бизнес должен инвестировать средства в повышение квалификации своих сотрудников, информационные технологии, системы и процедуры. Эти цели рассматриваются в рамках данной перспективы.

Таким образом в проекции обучения и роста основными драйверами эффективности могут быть удовлетворение сотрудников, удержание сотрудников, их умения и квалификация, возможность мгновенно получать информацию необходимую для принятия управленческих решений, генерация инициатив, эффективность работы информационной системы.

Список использованной литературы:

- 1.Каплан Роберт С., Нортон Дэйвид П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию.-2-е изд.,испр. и доп.: Пер. с англ.- М.:ЗАО»Олимп – Бизнес»,2005. – 320с.
- 2.Рамперсад Х. Универсальная система показателей: как достигнуть результатов, сохраняя целостность: Пер. с англ.-3-е изд.-М.: Альпина Бизнес Букс,2006. – 352с.
- 3.Фридриг ХервигР., Шмидт В. Сбалансированная система показателей. Руководство по внедрению: Пер. с нем.- М.: «Омега-Л»,2006.-267с.
- 4.Гершун А., Горский М. Технология сбалансированного управления. М.,2005
- 5.
- 5.Каплан Р.С., Нортон Д.П. Организация, ориентированная на стратегию: пер. с англ. /Р.С. Каплан, Д.П. Нортон. –М.: ЗАО «Олимп-Бизнес»,2003. – 416с.
6. Каплан, Роберт С. Стратегические карты./Роберт С. Каплан, Дэйвид П. Нортон// Трансформация нематериальных активом в материальные результаты - М.: «Олимп-Бизнес»,2007. –512с.

Кенжебекова Дина Саиновна,
Костанайский государственный университет имени А.Байтурсынова,
заведующая кафедрой финансов и банковского дела, к.э.н., доцент,
Левина Алена Борисовна
Южно-Уральский государственный университет,
заведующая кафедрой Менеджмента, к.э.н., доцент

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ ПОТОКАМИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА

Түйін

Мақалада қаржы ағындарын басқарудың теориялық аспектілері, сондай-ақ компанияның қаржы ағындарын басқарудың ұйымдастырушылық және стратегиялық міндеттері қарастырылған.

Аннотация.

В статье рассматриваются теоретические аспекты управления финансовыми потоками, а также организационные и стратегические задачи управления финансовыми потоками компании.

Abstract.

The article deals with the theoretical aspects of financial flows management, as well as organizational and strategic objectives of the company's financial flows management.

Несмотря на то, что термин «финансовый поток» является интуитивно понятным, абсолютное большинство экономистов концентрируют внимание на определении «финансового (денежного) потока», при этом не дают четкого определения понятию «управление финансовыми потоками компании».

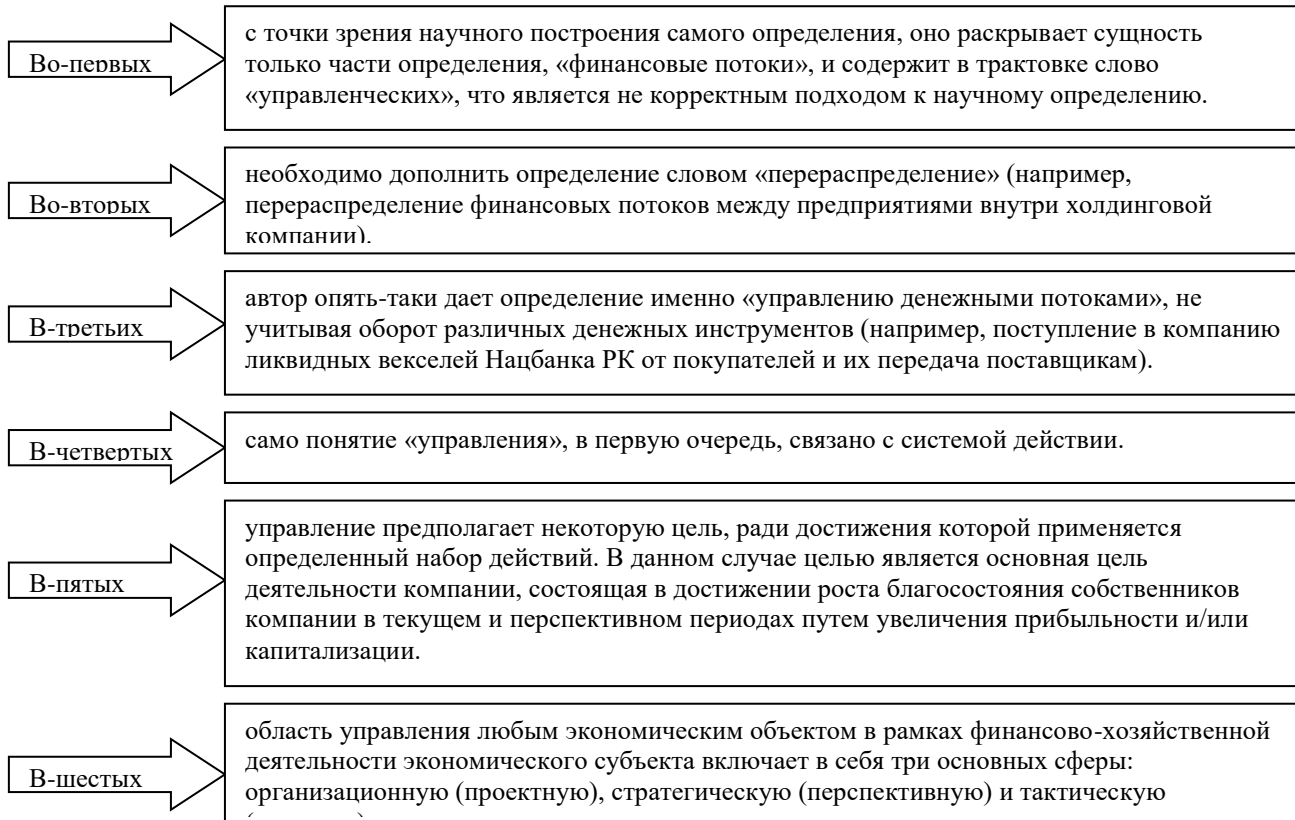


Рисунок 1 – Уточнение и дополнение определению «управление финансовыми потоками» [1]

Термин «управление финансовыми потоками» состоит из двух частей: «управление» и «финансовые потоки». Первая часть выражает определенную систему воздействий на некоторый объект для достижения поставленных целей, вторая часть термина нами определена ранее.

Среди отечественных и зарубежных экономистов наиболее известное определение «управлению финансовыми потоками» принадлежит Бланку И.А. [2] и формулируется как «система принципов и методов разработки и реализации управленческих решений, связанных с формированием, распределением и использованием денежных средств предприятия и организацией их оборота». Это определение требует некоторого уточнения и дополнения (см. Рисунок 1).

Учитывая вышесказанное, можно считать, что управление финансовыми потоками компании представляет собой систему действий по реализации организационных, стратегических и тактических (оперативных) решений, направленных на обеспечение эффективности процессов формирования, распределения, использования, перераспределения и организации оборота фондов денежных средств (и их эквивалентов в неденежной форме) для реализации основной цели деятельности компании.

Основная цель деятельности компании, как было сказано выше, заключается в достижении оптимального сочетания увеличения благосостояния собственников и устойчивости положения (прибыльности) компании в текущем и перспективном периодах и полностью совпадает с основной целью управления финансовыми потоками компании.

Организационные задачи в области управления финансовыми потоками компании, направленные на достижение основной цели управления финансовыми потоками компании включают (см.Рисунок 2)

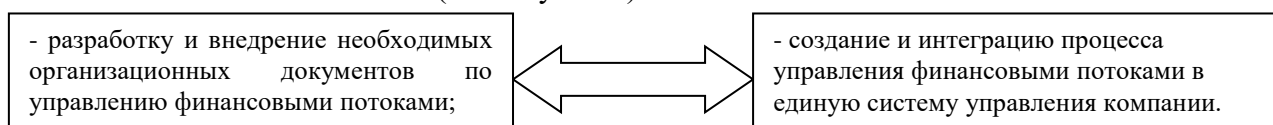


Рисунок 2 - Организационные задачи в области управления финансовыми потоками компании [3]

Стратегические задачи управления финансовыми потоками компании заключаются в (см.Рисунок 3).

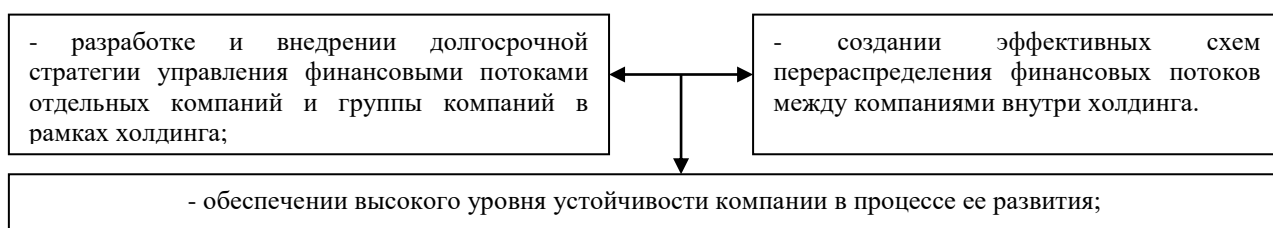


Рисунок 3 - Стратегические задачи управления финансовыми потоками компании [4]

Тактические (оперативные) задачи управления финансовыми потоками компании состоят в (см.Рисунок 4).

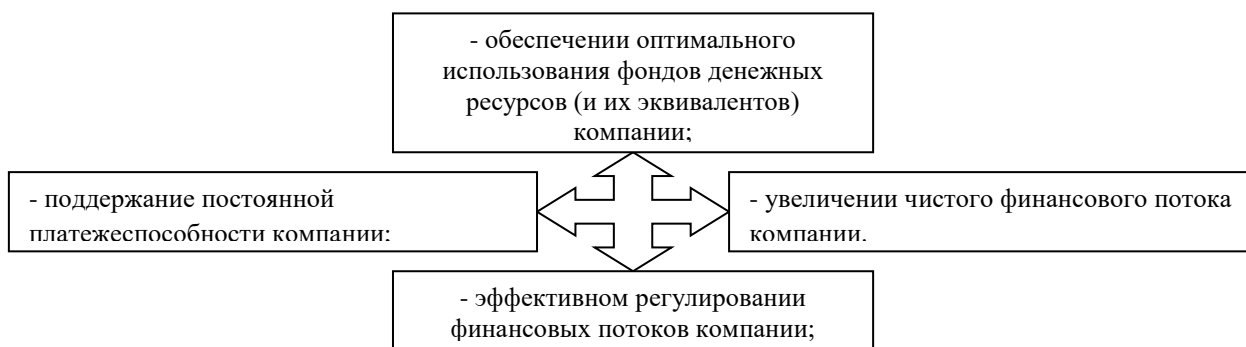


Рисунок 4 - Тактические (оперативные) задачи управления финансовыми потоками компании [5]

Выполнение указанных задач обеспечивается с помощью набора функций управления: организации, планирования, контроля, учета и анализа финансовых потоков компании.

В настоящее время среди ученых, исследующих проблему управления финансовыми потоками, отсутствует единое мнение в оценке того, следует ли выделять это направление финансового менеджмента в самостоятельный раздел или же изучать отдельные составные элементы управления финансовыми потоками в составе таких разделов, как «управление оборотными активами», «финансовое планирование», «финансовая отчетность» и других. Можно условно выделить две группы экономистов, придерживающихся различных точек зрения в этом вопросе.

По мнению одних авторов, управления финансовыми потоками как самостоятельного раздела финансового менеджмента в природе не существует, а отдельные элементы, такие как бюджетирование движения денежных средств или краткосрочное финансирование, должны рассматриваться в составе, других разделов науки. Основным аргументом сторонников такого подхода является отсутствие, по их мнению, самостоятельного предмета анализа проблемы, так как финансовые потоки можно рассматривать как динамическую характеристику финансовых (денежных) активов; бюджетирование движения денежных средств - как одну из составляющих бюджетного процесса компании в целом и т.д.

Представители другой группы считают, что управление финансовыми потоками - самостоятельное направление финансового менеджмента, поэтому нуждается в более серьезном и комплексном изучении. Их утверждение основывается на том, что проблема управления финансовыми потоками - это, в первую очередь, проблема обеспечения платежеспособности компании в текущем и перспективном периодах, проблема регулирования системы финансового кровообращения компании. Несмотря на то, что отдельные аспекты проблемы управления финансовыми потоками являются составными частями других направлений финансового менеджмента, они одновременно образуют общую область научных знаний - управление финансовыми потоками.

Следует отметить, что обе точки зрения имеют право на жизнь. Однако точка зрения второй группы является уникальной и затрагивает чрезвычайно важную область казначейского управления (управления платежами) в широком смысле. С другой стороны, искусственное расширение круга изучаемых вопросов в этом разделе практически нивелирует его самостоятельный характер. Например, в работе Бланка И.А. управление денежными потоками включает практически полностью весь финансовый менеджмент, затрагивая такие вопросы, как инвестиции, себестоимость, точка безубыточности, «финансовый рычаг» и другие. Горбунов А. Р. рассматривает проблему управления финансовыми потоками как совокупность проблем бюджетирования, управления холдинговыми структурами и автоматизации финансово-хозяйственной деятельности компаний. Однако если отталкиваться от определения финансового потока,

как совокупности распределенных во времени поступлений и выплат фондов денежных средств и приравняемых к ним денежных эквивалентов компании, генерируемых ее хозяйственной деятельностью за определенный промежуток времени, стоит заметить, что изучаемая проблема авторами искусственно расширена[6].

В современной экономической науке нет однозначности в оценках, какие именно аспекты должны быть интегрированы в раздел «управления финансовыми потоками компании». Ряд экономистов включают в состав раздела «управления финансовыми потоками» смежные аспекты финансового менеджмента, такие как бюджетирование, управление денежными активами, формирование отчетности и другие.

Это происходит из-за отсутствия четкого и конкретного определения термина «управление финансовыми потоками».

Функционирование системы оперативного управления финансовыми потоками представляет собой сложно организованный, непрерывный процесс обмена и перераспределения информационных потоков между структурными подразделениями организации, основной задачей которого является оптимизация движения финансовых потоков с целью достижения наибольшей прибыли при условии соблюдения необходимого уровня ликвидности и минимизации рисков. Информационный поток, в свою очередь, представляет собой строго определенный объем информации, характеризующий качественные и количественные параметры соответствующего финансового потока.

Структура потоков информации между подразделениями организации может быть различной в зависимости от специфики и исторически сложившегося порядка в ней, а также ряда других факторов. Принцип же организации информационных потоков с целью получения данных, необходимых для объективного анализа и принятия правильных решений, должен быть идентичным в различных учреждениях и подразумевать оперативную доставку достаточного объема информации о движении финансовых потоков к структурным подразделениям [7].

Система управления финансовыми потоками организации должна состоять из следующих организационно-функциональных базовых элементов (см.Рисунок 5)

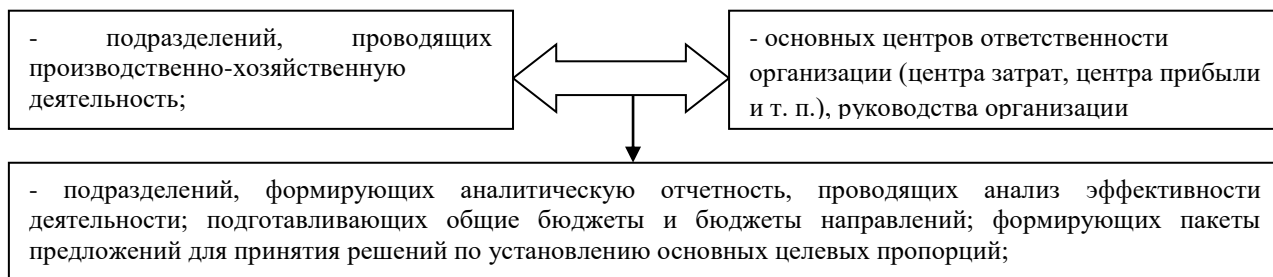


Рисунок 5 - Организационно-функциональные базовые элементы системы управления финансовыми потоками [8]

Управление финансовыми потоками базируется на концепции взаимозависимости: «ликвидность - платежеспособность - финансовая устойчивость - риск - надежность - деловая репутация». Это обусловлено тем, что основной целью производственно-хозяйственной деятельности является максимизация прибыли на фоне задачи минимизации рисков. Следовательно, политика коммерческой организации должна строиться на основе тщательной оценки и имитации различных ситуаций, анализа множества факторов, влияющих на размер прибыли.

Литература:

- 1 Сафронов Н.А. Экономика предприятия / Н.А. Сафронов. М.: Юристъ. 2001. – 296 с.
- 2 Бланк И.А. Основы финансового менеджмента. Т.1.- К.: Ника-Центр, 2009. – 573

с.

3 Бригхэм Ю. Ф. Энциклопедия финансового менеджмента: Пер. с англ. М.: РАГС: Экономика, 1998. – 497 с.

4 Балабанов И. Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта / И. Т. Балабанов. - 2-е изд., доп. М.: Финансы и статистика, 2003. – 451 с.

5 Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент. М.: Финансы и статистика, 2009. – 648 с.

6 Горбунов А.Р. Управление финансовыми потоками. Проект «сборка холдинга». – Изд-во Глобус, 2004. – 238 с.

7 Жилкина, А.Н. Финансовый анализ / А.Н. Жилкина. - М.: Государственный Университет Управления, 2017. - 662 с.

8 Колчина Н.В. Финансы предприятий:оборотный капитал коммерческой организации / Н.В. Колчина, Г.Б. Поляк, Л.П. Павлова [и др.]; Под ред. Проф. Н.В. Колчиной; 2-ое изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 487 с.

Кирдан Александр Петрович
Уманский государственный педагогический университет
имени Павла Тычины, Украина
заведующий кафедрой экономики и социально-поведенческих наук,
кандидат экономических наук, доцент

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БУДУЩИХ ЭКОНОМИСТОВ В УЧРЕЖДЕНИЯХ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ УКРАИНЫ

В отечественном и зарубежном педагогическом образовании возникают принципиально новые явления, противоречивые тенденции, которые не имеют аналогов в прошлом. Знание тенденций в образовании, дает основание для его программирования и реального развития.

Усиление внимания к совершенствованию преподавания экономических дисциплин в учреждениях высшего образования в Украине приобретает тенденцию в сторону улучшения его качества, усиления профессионализма, общей культуры преподавателей высшей школы, ответственности за результаты своего труда.

Современная социальная ситуация на качественно новом уровне ставит проблему подготовки экономических кадров, требует научного переосмысления ценностей системы формирования профессионально значимых качеств преподавателей, актуализирует поиск оптимальных форм и методов повышения социальной ответственности преподавателей экономических дисциплин за результаты своего труда. Убежден, что преподаватель экономических дисциплин должен иметь личную значимость, а его положительные социально ориентированные убеждения должны стать мотивами поведения.

Основообразующим началом социальной ответственности преподавателя экономических дисциплин есть его профессиональная ответственность. Общеизвестно, что профессиональная ответственность является результатом отражения объективно необходимых взаимоотношений в коллективе, характеризующиеся осознанием личностью необходимости: выполнять профессиональные требования; моральный и профессиональный долг; социальные нормы и отвечать за свои профессиональные действия перед собой, коллегами, коллективом и обществом.

По нашему убеждению, сущность ответственности преподавателя экономических дисциплин заключается в подготовке высококвалифицированных экономистов, формирование в будущих экономистов готовности действовать на основе осознания

своих обязанностей перед обществом, их положительного эмоционального восприятия, а также способности предвидеть последствия своей профессиональной экономической деятельности, отвечать за них с учетом общественной оценки этих последствий.

Психолого-педагогическая структура профессиональной ответственности будущего экономиста включает синтез ценностного, деятельностного, интеллектуального, волевого и эмоционального компонентов.

Решение проблемы формирования социальной ответственности будущего специалиста-экономиста мы понимаем как выполнение задачи целенаправленного педагогического проектирования, включая разработку модели формирования профессиональной ответственности будущих экономистов, реализация которой наполняет содержание учебной деятельности элементами будущей профессиональной экономической деятельности.

На основе анализа научных источников [1; 2] собственного профессионального опыта мы пришли к выводу, что формирование профессиональной и социальной ответственности будущих специалистов экономической отрасли будет эффективным, если мотивировать их ответственное поведение и способствовать осознанию ими ответственности за свои профессиональные действия перед законами, инстанциями и государством в целом.

Важным направлением современной реализации положений Закона Украины «О высшем образовании» (2014) [4] является введение с 2015 г. новых специальностей, предусмотренных «Перечнем отраслей знаний и специальностей, по которым осуществляется подготовка соискателей высшего образования» [5].

В предыдущих своих публикациях [3] мы обращались к анализу содержания современного высшего образования по специальности «Экономика», главенствующую роль в котором играет государственный стандарт, проект которого подготовлен сектором высшего образования Научно-методической комиссии Министерства образования и науки Украины [3].

В учреждениях высшего образования Украины на протяжении десяти лет студенты экономических специальностей изучают учебный курс «Корпоративная социальная ответственность». Кроме изучения студентами данного учебного курса считаем необходимым расширение самостоятельности будущих экономистов в профессионально ориентированных видах практической деятельности; студентоцентрированный подход, использование инновационных методов работы во время аудиторных занятий с анализом профессионально-ответственных ситуаций, анализ случаев безответственного экономического поведения; диагностические игровые задания и др.

Таким образом, социальную ответственность будущего экономиста рассматриваем как интегральное качество личности, которое определяет профессиональное экономическое поведение, потенциальную практическую экономическую деятельность на основе осознания зависимости этой деятельности от общественных целей и ценностей. Считаем необходимым создание модели подготовки социально ответственного специалиста для экономической отрасли на основании ряда концептуальных принципов (ценностное измерение профессиональной экономической деятельности, ориентация системы высшего экономического образования на социально-этическую основу деятельности, включение в содержание образовательно-профессиональных и образовательно-научных программ подготовки будущих экономистов вопросов социально-нравственных аспектов бизнеса).

Литература

1. Грішнова, О. А. Соціальна відповідальність у трудових відносинах: теорія, практика, регулювання ризиків : монографія / О. А. Грішнова, Г. Ю. Міщук, О. О. Олійник. – Рівне : НУВГП, 2014. – 216 с.
2. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика [Текст] : підручник / Саприкіна М. А., Ляшенко О., Саєнсус М. А., Місько Г. А., Зінченко

А. Г.; за наук. ред. д.е.н., проф., засл. діяч науки і техніки України Редькіна О. С. – К.: ТОВ «Фарбований лист», 2011. – 480 с.

3. Кірдан О.П. Методичні підходи до формування компетентностей здобувачів вищої освіти освітніх ступенів «бакалавр» та «магістр» зі спеціальності «Економіка» / О.П. Кірдан // Матеріали Міжнародної науково-методичної конференції «Методичний потенціал, тренди та формати трансформації Європейських освітніх систем». Тези доповідей. – Харків : ХНУБА, 2018. – С. 93–95.

4. Про вищу освіту [Електронний ресурс] : Закон України від 01.07.2014 № 1556-VII : ред. від 09.08.2016, підстава 1415-19. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>

5. Наказ Міністерства освіти і науки від 06 листопада 2015 р. № 1151 «Про особливості запровадження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 року № 266». – [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://old.mon.gov.ua/files/normative/2016-01-18/4636/nmo-1151.pdf>

6. Проект стандарту вищої освіти 051 «Економіка» освітнього ступеня «магістр» [Електронний ресурс] : Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/visha-osvita/naukovo-metodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukrayini/proekti-standartiv-vishoyi-osviti>

Аннотація

В статье определены методические аспекты формирования социальной ответственности будущих экономистов в учреждениях высшего образования Украины.

Кирдан Елена Леонидовна
профессор кафедры педагогики и образовательного менеджмента, доктор педагогических наук, доцент
Уманский государственный педагогический университет имени Павла Тычины, Украина

КОМПЕТЕНТНОСНЫЙ ПОДХОД В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКЕ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖЕРА ОБРАЗОВАНИЯ

Сегодня для украинской государственной образовательной политики актуальны вопросы реформирования национального высшего образования в контексте его интеграции в Европейское пространство высшего образования, внедрение Национальной рамки квалификаций, реформирование национальной системы обеспечения качества, расширение автономии высших учебных заведений и повышения уровня мобильности студентов, выпускников, научно-педагогических работников высших учебных заведений.

В Указе Президента Украины от 25 июня 2013 г. №344/2013 «О Национальной стратегии развития образования в Украине на период до 2021 года» обращено внимание на недостаточную ориентированность структуры и содержания высшего образования на потребности рынка труда и современные экономические вызовы. Для высшей школы поставлена задача разработки стандартов высшего образования, ориентированных на компетентностный подход, согласованных с новой структурой образовательно-профессиональных (образовательно-научных) программ подготовки трех уровней высшего образования (бакалавр, магистр, доктор философии) и с Национальной рамкой квалификаций (2011).

В Украине с 2008 г. проводилась подготовка магистров по специальности 8.18010020 «Управление учебным заведением». По данным Информационной системы «Конкурс» в 2013 г. подготовку магистров – руководителей учебных заведений

осуществляли 29 вузов Украины.

В 2015 г. специальность «Управление учебным заведением» включена в отрасль науки 07 Менеджмент и администрирование специальность 073 Менеджмент. Приоритетными направлениями современной реализации положений законодательных актов Украины является введение новых специальностей, предусмотренных «Перечнем отраслей знаний и специальностей, по которым осуществляется подготовка соискателей высшего образования» [1] и разработка новых отраслевых стандартов высшего образования.

В 2017 г. вследствие имплементации Закона Украины «Об образовании» введена норма наличия магистерского уровня подготовки для претендентов на должности руководителей учреждений образования [2].

Современный менеджмент образования нацелен на углубление профессионализации профессиональной университетской подготовки, поскольку управленческим кадрам сферы образования необходимо использование лучших технологий непрерывной, в частности магистерской подготовки, изучаются и внедряются мировой наукой, практикой менеджмента и отечественной наукой управления.

Компетентностный подход считают сегодня основополагающим при разработке отраслевых стандартов высшего образования нового поколения. Его применение привело к формированию новой системы диагностических средств с переходом от оценки знаний к оценке компетенций (общих и специальных) и определения уровня компетентности в целом.

Кроме того использование компетентностной парадигмы усилило активное обсуждение государственно-управленческих вызовов современного образования. Среди них наиболее значимые: определение актуальных проблем образовательного менеджмента, прогнозирование задач по эффективной компетентностной подготовки и профессиональной деятельности современного управленца-менеджера образования в условиях глобализационных и цивилизационных изменений.

Практика внедрения компетентностного подхода в профессиональной подготовке современного менеджера образования в учреждениях высшего образования Украины актуализировала научное исследование проблем управленческой компетентности современного руководителя, его педагогической культуры, задач по реализации компетентностного подхода в высшей школе, подготовка нового поколения учебно-методического обеспечения для управленцев, участия студенчества в управлении учебным заведением, опыта управления образованием и роли руководителя в ведущих европейских странах.

Учитывая значимость проблемы компетентностного подхода в профессиональной подготовке современного менеджера образования возникает актуальная потребность обновления структуры и содержания высшего образования и разработки современной модели подготовки специалистов-будущих управленцев в условиях развития современного информационного пространства и общества экономики знаний.

Литература

1 Наказ Міністерства освіти і науки від 06 листопада 2015 р. № 1151 «Про особливості запровадження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 року № 266». – [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://old.mon.gov.ua/files/normative/2016-01-18/4636/nmo-1151.pdf>

2 [Про освіту \[Електронний ресурс\] : Закон України. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19)

Аннотация

В статье определены теоретические и организационные аспекты компетентностного подхода в профессиональной подготовке современного менеджера образования в учреждениях высшего образования Украины.

УМЫШЛЕННЫЕ ИСКАЖЕНИЯ ПРИ СОСТАВЛЕНИИ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Аннотация

Рассматриваются наиболее частые нарушения, связанные с финансовой отчетностью, а также показатели, на которые пользователь должен обращать особое внимание. Даются рекомендации по выявлению искажений в отчетности.

Ключевые слова: *аудит, бухгалтерская отчетность, бухгалтерский баланс, фальсификация данных, финансовая отчетность.*

В быстроразвивающемся мире, высоких технологий и корпораций, возникает необходимость в специальных инструментах для качественного управления компанией. Ведь в сильном бизнесе заинтересовано не только государство и собственники компании, но и рядовые граждане, которые выступают в роли инвесторов. Одним из таких инструментов является финансовая отчетность, которая в век «глобализации» является неотъемлемой частью большинства компаний. Однако финансовая отчетность может не только давать руководству представление о существующем положении дел, хотя как раз её для этого составляют, но ещё и помочь компании привлечь средства инвесторов, которые в дальнейшем будут использованы на развитие компании. Именно поэтому основной целью составления и представления финансовой отчетности является отражение информации для всех заинтересованных пользователей, которая способствует принятию верных экономических решений. Как известно, качество информации зависит от её достоверности, чем она правдивее, тем более верные экономические решения будут принимать внутренние и внешние пользователи. Одной из глобальных проблем финансовой отчетности является искажение показателей отчетности, которые вводят пользователей в заблуждение. [1]

В отчетности, инвесторов и кредиторов интересуют три показателя, а именно, размер выручки, чистая прибыль и совокупные активы компании. Именно поэтому, большинство компаний пытаются исказить данный вид информации в отчетности. Анализ работ позволил выделить искажения в сведениях о размере выручки и прибыли, в валюте баланса при составлении отчетности. [1]

Искажения в сведениях о размере выручки и прибыли достигаются следующими способами:

1) Досрочное признание выручки

Общепризнанно, что выручка и расходы, связанные с её получением должны признаваться в том отчетном периоде, в котором они осуществлены. В конце отчетного периода компании осознанно идут на признание выручки в одном месяце, а расходы – в другом. Данная операция позволяет увеличить объем прибыли.

2) Капитализация расходов

Компании прибегают к данному способу мошенничества в случае, расходов которые увязаны с получением выручки (недостоверное списание процентов на внеоборотные активы), что приводит к завышению прибыли.

3) Расчеты через подставные фирмы

Осуществлений операций купли-продажи с фиктивной фирмой, при этом без участия реальных товаров. Движение реальных денежных средств подтверждалось поддельными документами о перемещении, в результате чего данные операции приводили к увеличению выручки и отображению её в подходящий момент.

Очевидной тенденцией являются разрывы во времени, которые приводят к

отличию балансовой стоимости активов от рыночной цены. Многие компании используют несоответствие периодов в своих интересах, что приводит к вуалированию информации.

Что касается искажения валюты баланса при составлении отчетности, наиболее распространенными статьями для искажения являются:

1) Дебиторская задолженность

Данный вид может вытекать из расчетов через подставные фирмы, то есть не происходит реальное перемещение денежных средств и товаров. Нередко долги относят в конце отчетного периода для увеличения показателей валюты баланса.

2) Внеоборотные активы

Довольно распространенным способом является постанова на учет формальных активов, как результат увеличение собственного капитала и валюты баланса.

Компании пытаются исказить отчетность, только если остро нуждаются в денежных средствах, для высококвалифицированного специалиста ничего не стоит проверить правильность отражения дебиторской задолженности или принадлежности основного средства компании. В свою очередь, информация из отчетности уже может быть использована пользователем, который был введен в заблуждение, что приведет к неверной оценке ситуации и принятию соответствующих решений. Однако есть ряд средств для выявления такого рода искажений:

1) Проведение независимого аудита

При аудите финансовой отчетности, проводимой в отечественной компании, аудитор руководствуется Международным стандартом аудита 240 «Обязанности аудитора в отношении недобросовестных действий при проведении аудита финансовой отчетности», в которых определяются действия аудитора при обнаружении существенных искажений финансовой отчетности. При данных проверках значительно увеличивается возможность обнаружить признаки мошенничества.

2) Внутренний аудит

При включении в структуру организации службу внутреннего аудита, нередко помогает предотвратить злоумышленные действия заинтересованных лиц. Тем не менее, данного вида службы должны подчиняться совету директоров или собственника компании, дабы руководящее звено компании не могло повлиять на их независимость при выявлении фактов мошенничества.

3) Информаторы

При «подкупе» определенных лиц в компании можно обнаружить до половины всех мошенничеств совершающихся в компании. Однако, данный метод вызывает неоднозначное мнение среди работников компании. [2]

Отличить мошенничество от бухгалтерской ошибки довольно проблематично, однако, первое отличает умышленность действия. В компаниях наиболее часто встречающимися искажениями являются:

- отражение ложной дебиторской задолженности подтвержденной фиктивными документами;
- пристрастное определение резерва по сомнительным долгам с целью управления дебиторской задолженностью;
- отображение в отчетности активов без правоустанавливающих прав компании на них.

Поэтому организациям следует уделять внимание обоснованности формирования резервов, правильность проведения операций по счетам бухгалтерского учета и начисления дополнительных расходов. Именно поэтому ведущие аудиторские компании – KPMG, PricewaterhouseCoopers, Ernst & Young и Deloitte высказываются за принятие абсолютно новой парадигмы составления и представления отчетности. В частности, делается упор на представлении отчетности в настоящем времени посредством телекоммуникационных средств связи. Это позволит избежать наиболее частых способов

фальсификации данных, что позволит пользователям не только извлекать достоверную информацию, но и получать её гораздо быстрее. В итоге, это приведет к совершенно новому «скачку» в области финансовой отчетности позволяющему обеспечить доступ пользователей к качественно новой информации. [3]

Список использованной литературы:

1. Кеулимжаев К.К. Финансовый учет на предприятии. Алматы, Экономика 2003г.
2. Типичные ошибки ведения бухгалтерского учета и составления отчетности, выявляемые в ходе аудита: метод. Пособие / ЗАО АФ «Аудит-Классик». – Челябинск: Типография «Вензель», 2013 – 75 с.
3. Типичные ошибки в бухгалтерской отчетности [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ustena.ru/poleznaya-informatsiya/oshibki-v-otchetnosti/>.

Колокольчикова Ирина Владимировна,
к.е.н., доцент,
докторант Полтавской государственной
аграрной академии

КАЧЕСТВО КАК ГЛАВНОЕ КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО НА РЫНКЕ ПЛОДОВО – ЯГОДНОЙ ПРОДУКЦИИ УКРАИНЫ

Садоводство является одной из древнейших отраслей сельского хозяйства. Благодаря открытию Америки и налаживанию связей между Новым и Старым Светом, Европа освоила много сортов плодово – ягодных культур. Являясь продуктом питания и источником питательных веществ, витаминов и микроэлементов плоды и ягоды стали одной из основных составляющих рациона питания человека, народным лекарем от многих недугов. Спрос рождает предложение, и поэтому площади садов стремительно росли. При Петре I был отмечен значительный прогресс в развитии плодового хозяйства, так как в этот период были заложены сады в Киеве и других городах Украины.

Плодово – ягодная продукция в Украине представлена в широком ассортименте. Современный рынок это рынок монополистической конкуренции. Предприятия, которые производят продукцию отрасли - это сельскохозяйственные предприятия разных форм собственности, фермерские хозяйства и хозяйства населения. Основное производство фруктов, ягод и орехов производится хозяйствами населения, однако отраслевые предприятия играют всё большую роль в поставках продукции на внутренний рынок и полностью обеспечивают экспортную деятельность. Сейчас их насчитывается чуть больше 1000, причем наблюдается тенденция к постепенному сокращению их количества. В 2017 году они обеспечили около четверти всего производства плодов и ягод в Украине.

Подавляющее большинство производителей фруктов - это небольшие предприятия, обрабатывающие максимум 600 га земли, причем половина из них осуществляют производственную деятельность на площади, не превышающей 100 га. Объёмы производства продукции садоводства в Украине за период 2016 – 2017 г.г. представлены в таблице 1[7].

Таблица 1 – Общее производство плодов и ягод предприятиями Украины [7]

Категории предприятий	2016	2017	2017 к 2016., %
Товаропроизводители, всего	2169	1593	73,4
в т.ч. хозяйства населения	1670	1211	72,5
сельскохозяйственные предприятия	499	382	76,5

Представленные данные по объёмам производства плодов и ягод в Украине показывает, что в динамике за последние два года общее производство сократилось по всем категориям хозяйств на 26,6%.

В товарной структуре производства плодов и ягод сохранилась сильная ориентация на семечковые культуры (в первую очередь, яблоки), которые формируют более половины валового урожая. Почти 30% производства приходится на косточковые культуры (в большей степени, сливу и вишню), остальные объёмы обеспечивают ягоды (преимущественно земляника, малина и смородина) и орехи. Эта тенденция хорошо просматривается в таблице 2 [7].

Таблица 2 - Товарная структура производства плодов и ягод, тыс. тонн [7]

Продукция	2016	2017	2017 до 2016, %
Плоды, ягоды, орехи, вместе	2169	1593	73,4
Семечковые, всего	1413	913	64,6
в т.ч. яблоки	1230	745	60,6
груши	176	163	92,6
айва	7	5	71,4
Косточковые, всего	510	463	90,8
в т.ч. сливы	178	169	94,9
альча	12	11	91,7
вишня	157	142	90,4
черешня	63	52	82,5
абрикос	81	71	87,7
персик	18	18	100,0
Грецкие орехи	108	97	89,8
Ягоды, всего	138	120	87,0
в т.ч. клубника и земляника	69	61	88,4
малина и ежевика	35	29	82,9
смородина	25	22	88,0
крыжовник	7	6	85,7
голубика	2	2	100,0

Доминирующими сортами выращиваемых яблок в Украине являются Голден Делишес, Джонаголд, Айдаред, Гала, и Чемпион, а также совокупность других сортов, где основную долю занимают те, что относятся к периоду советской селекции. В 2017 году яблок сорта Голден выращено 157тис. тонн, Джонаголд – 67 тис. тонн, Айдаред – 60тис.тонн, Гала – 45тис.тонн, Чемпион – 30 тис. тонн. В производстве яблок в последние годы прослеживаются следующие тенденции: общее уменьшение площадей за счет интенсификации процесса выращивания, постепенный рост количества и доли сортов мировой селекции, увеличение площадей молодых насаждений [7].

Постоянные изменения в структуре производства плодов, сдвиги конъюнктуры рынка, запросы потребителей, делают эту отрасль открытой к изменениям и перспективной. Поэтому в рамках продовольственной безопасности и обеспечения потребителей стратегическими продуктами, которые имеют социальную направленность, актуальными становятся вопросы исследования состояния и тенденций изменений размеров производства плодов в Украине [3, с.98].

Конкурентоспособность продукции с точки зрения привлекательности в глазах покупателя выступает основным регулятором соотношения спроса и предложения на этом рынке. Средний реализационный уровень цен на продукцию отрасли садоводства зависит от многих факторов, а именно от качества и количества реализуемой продукции; от времени и условий продажи; каналов сбыта [2, с.164]. Это обеспечивает как прибыльность, так и уровень конкурентоспособности самого предприятия.

В основе конкурентоспособности продуктов питания заложено качество продукта. Качество плодово – ягодной продукции оценивается по нескольким характеристикам:

физическим - форма, окраска, консистенция, плотность и т. д.; химическим - содержание углеводов, витаминов и т. д.; биологическим - способность храниться без больших потерь массы, ухудшения товарных и пищевых свойств и др.; эргономичным - внешнее соответствие антропометрическим и психологическим параметрам; функциональным – выполнения основной функции и др.; гигиеничность.

Сегодня основным конкурентным преимуществом плодово – ягодной продукции на рынке является их качество, а именно физические и химические характеристики. В условиях развития прогресса, ускоренного ритма жизни, загруженности и многозадачности, потребители понимают ценность здоровья и всё больше склоняются к народным методам поддержания долголетия.

Перед каждым производителем стоит четкая задача достижения качества продукции. Методика оценки качества производится по соответствующему алгоритму. Качество плодово – ягодной продукции оценивается на четырех уровнях приведены в таблице 3.

Таблица 3 - Уровни оценки и сферы воздействия на показатели качества плодово – ягодной продукции

№ п.п.	Уровни качества	Сфера производства и воздействия	Параметры оценки
1	Соответствие стандарту	Производство	Качество оценивается как соответствие требованиям документов на производство продукции (стандарты)
2	Соответствие использованию	Маркетинг	Продукция должна удовлетворять не только требованиям стандартов а и пользоваться спросом на рынке
3	Соответствие фактическим требованиям рынка	Маркетинг	Продукция дает большее удовлетворение покупателю в условия соответствующей конъюнктуры спроса и предложения
4	Соответствие скрытым потребностям потребителя	Маркетинг	Конкурентные преимущества, которые преподносятся как дополнительные потребительские характеристики, которые имели скрытый характер

В современных маркетинговых методах позиционирования фруктов и ягод в местах продаж акцент делается на химическую составляющую продукта и их потребительскую ценность. Это создаёт дополнительное преимущество и повышает конкурентоспособность продукта как такового.

Из представленных характеристик наиболее популярных фруктов в Украине, сегодняшнее позиционирование делает акцент на такие аспекты: улучшение общего самочувствия; профилактика многих хронических заболеваний; повышение иммунитета; повышение аппетита и т.д. Эти маркетинговые лозунги усиливают важность качества продукта как показателя конкурентоспособности.

С точки зрения потребительского выбора, оценка качества плодово – ягодной продукции чаще всего проводится покупателями на основе органолептической оценке за следующими показателями, представленными в таблице 4.

Таблица 4 – Органолептические и дегустационные показатели оценки плодово – ягодной продукции

Показатели оценки качества	Параметры оценки
Внешний вид	- плоды очень красивые, крупные, правильной формы, выделяются из группы сортов; - плоды правильной формы, красивые, привлекательные; - плоды удовлетворительной формы привлекательности, небольшие, типичные по форме; - плоды некрасивые, мелкие, неприглядные; - плоды очень некрасивые и неприглядные.
Консистенция	- сочная, очень приятная, без признаков крахмала; - сочная, приятная, с легкой мучнистостью; - мало сочная, более мучнистая; - мучнистая, рыхлая, не сочная.
Вкус и аромат	- плоды очень вкусные с приятным сильно выраженным ароматом; - плоды вкусные с ароматом; - плоды удовлетворительного вкуса, без аромата; - плоды неудовлетворительного вкуса, без аромата; - плоды плохого вкуса, без аромата.

Поэтому сегодня, в условиях жестокой конкуренции, как на внутреннем, так и на внешнем рынках по плодам и ягодам основным требованием покупателя является высокое качество продукции. Качество выступает чутким регулятором спроса и предложения на рынке, определяет уровень конкурентоспособности продукта и предприятия, позволяет расширить границы рынка и успешно позиционировать себя на зарубежных рынках. Данный показатель так же раскрывает резервы получения дополнительных прибылей, так как конечный покупатель сегодня готов платить больше за качественный товар, поэтому спрос на него уже теряет свою эластичность и на первое место выходят вопросы неценовой конкуренции.

Список источников:

1. Колокольчикова І.В. Ринкові позиції аграрних підприємств малого сектору економіки / І.В. Колокольчикова // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) – Мелітополь: Вид – во Мелітопольська типографія «Люкс». - 2013. - №3 (23). – С. 112- 116
2. Колокольчикова І.В. Привабливість галузі садівництва України / І.В. Колокольчикова // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. – Вип. 1 (10). Полтава: ПДАА. – 2015. – С. 163 – 169.
3. Колокольчикова І.В. Сучасний стан та тенденції розвитку галузі садівництва в Україні / І.В. Колокольчикова // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. – Вип. 2 (13) – Полтава: РВВ ПДАА. – 2016. – С. 98 – 104.
5. Олексенко Р.І. Методичні підходи щодо формування конкурентоздатності продукції / Р.І. Олексенко // Економіка та держава. – 2007. – № 5 – С. 48-51.
6. Олексенко Р. І. Якість – запорука підвищення конкурентоспроможності продукції / Р. І. Олексенко, Ю. О. Лопушанська, І. О. Краскова, С. С. Снежко // Ефективна економіка. – 2012. – № 12.
7. Річний галузевий звіт. «Садівництво та ягідництво в Україні – 2017». КІЇВ URL: <http://ukrsadprom.org>

Аннотация

В статье проанализировано развитие рынка плодово – ягодной продукции в Украине, выделены основные производители, определены приоритеты качественной оценки глазами конечного потребителя. Сегодня покупатели подходят к выбору продукции через органолептические и дегустационные показатели, поэтому от правильности выбора параметров оценки зависит имидж продукта, предприятия и степень позиционирования на рынке.

Аннотация

Мақалада Украинадағы жеміс – жидек өнімдері нарығының дамуы талданды, негізгі өндірушілер анықталды, түпкілікті тұтынушы көзімен сапалы бағалаудың басымдықтары анықталды. Бүгінгі таңда сатып алушылар органолептикалық және дәмін айыру көрсеткіштері арқылы өнімді таңдауға жақындайды, сондықтан бағалау параметрлерін таңдаудың дұрыстығына өнімнің, кәсіпорынның имиджі және нарықтағы позициялау дәрежесі байланысты.

Summary

The article analyzes the development of the market of fruit and berry products in Ukraine, identifies the main producers, the priorities of quality assessment through the eyes of the end user. Today, buyers approach the choice of products through organoleptic and tasting indicators, so the correct choice of evaluation parameters depends on the image of the product, the company and the degree of positioning in the market.

**Коноваленко Анастасия Сергеевна,
к.э.н., ст. преподаватель кафедры маркетинга,
Таврический государственный агротехнологический университет,
г. Мелитополь, Украина**

ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ НА БЕЗОПАСНОСТЬ ПИТАНИЯ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ

Аннотация

В статье рассматриваются аспекты влияния маркетинговой деятельности предприятий на систему безопасности питания детей школьного возраста и подростков. Раскрыты особенности данного сегмента рынка, специфические риски, а также роль маркетинга в решении проблемы обеспечения безопасности питания детей.

Abstrakt

The article discusses aspects of the impact of the enterprises' marketing activities on the food safety system for children of school age and adolescents. The features of this market segment, specific risks and the role of marketing in solving the problem of ensuring the safety of children's food are revealed.

Андатпа

Мақалада кәсіпорындардың мектеп жасындағы және жасөспірімдердегі балаларға арналған тамақ өнімдерінің қауіпсіздігі жүйесіндегі маркетингтік қызметінің әсер ету аспектілері қарастырылады. Бұл нарық сегментінің ерекшеліктері, нақты тәуекелдер және балалардың тамақтану қауіпсіздігін қамтамасыз ету мәселесін шешуде маркетингтің рөлі анықталды.

Рыночные условия осуществления экономической деятельности субъектами хозяйствования в современных условиях расширяют возможности потребительского выбора, а также обуславливают необходимость формирования и пересмотра приоритетов государственной политики. Стремление производителя укрепить рыночные позиции предлагаемых рынку товаров в условиях усиления конкурентной борьбы стимулирует активизацию маркетингового воздействия на потенциального потребителя товаров и услуг [1]. Коммерческие предложения компаний-производителей получают все большую привлекательность в глазах потребителя. Однако, у этой медали есть и обратная сторона: усиление маркетинговой активности приводит как к позитивным, так и к негативным последствиям.

Противостоять «напору» маркетинговой активности способно население среднего возраста, которое характеризуется устойчивым мировосприятием, критическим

мышлением, способностью мыслить рационально, делать выбор осознанно, действовать ответственно. Фактически у данной категории потребителей сформированы маркетинговые барьеры и фильтры восприятия, которые им позволяют отсеивать чрезмерно навязчивую рекламу, различать выгодное предложение от рекламного обмана недобросовестного производителя и т.д. Защищенной является и категория детей в дошкольном возрасте в связи с тем, что в большинстве случаев родители принимают решение о покупке тех или иных детских товаров, оставляя своим детям лишь роль потребителя. Роль детей дошкольного возраста в процессе принятия решений о покупке незначительна, либо сводится к нулю.

Роль государства в вопросах регулирования маркетинговой деятельности производителей заключается в создании эффективной нормативно-законодательной базы. В Украине осуществляется комплекс мероприятий, направленных на регулирование сферы производства и реализации продуктов детского питания, однако, в поле государственного регулирования в большей степени подпадают дети раннего возраста (до трех лет). Такая система предусматривает нормы сертификации продукции, установление определенных ограничений относительно содержания отдельных веществ, структуры и комплектации детских изделий, маркировки продукции, качества упаковочных материалов и др. [2] Дети дошкольного возраста не осуществляют самостоятельного выбора, а потребляют продукты, приобретенные их родителями или лицами, которые осуществляют уход за ребенком. Система питания в детских дошкольных учреждениях также нивелирует проблему выбора продуктов питания детьми, так как получаемое детьми продовольствие регулируется нормами питания, установленными для таких учреждений. По достижению совершеннолетнего возраста молодой человек самостоятельно принимает решение о системе питания, приобретении тех или иных продуктов или отказе от покупки. Взрослый человек принимает решение осознанно и самостоятельно несет ответственность за свои решения [5].

В отличие от взрослых и детей дошкольного возраста, покупательское поведение детей среднего школьного звена и подростков имеет свои особенности, а именно:

- острое стремление проявлять самостоятельность при принятии решений о выборе продуктов питания и при совершении покупки;
- наличие в распоряжении свободных карманных средств, которые они получают от родителей или лиц, принимающих участие в воспитании детей;
- решение о покупке чаще обусловлено не рациональными мотивами, а стремлением следовать моде, тенденциям, соответствовать ожиданиям ровесникам, наследовать опыт лидера мнений;
- решение о покупке часто принимается импульсивно, потреблению не предшествует оценка возможных последствий [3].

В результате такой модели поведения возникает ряд рисков для безопасности питания детей и подростков:

- риск дефицита необходимых растущему организму питательных веществ и микроэлементов;
- риск возникновения избыточного веса;
- риск возникновения психоэмоциональной и вкусовой зависимостей;
- риск возникновения острых и обострения хронических форм заболеваний;
- риск снижения иммунитета и повышения вероятности возникновения пищевой аллергии и т.д.

Беря во внимание высокую социальную значимость обеспечения необходимого уровня безопасности питания детей и подростков, а также подверженность данного сегмента рынка влиянию маркетинговой стратегии, которую реализуют производители продовольствия, ключевыми задачами регулирования сферы обеспечения безопасности питания детей становится разработка и реализация эффективных механизмов управлению нею на государственном и региональном уровне. Государство является ключевым субъектом управления безопасностью питания детей [4]. Однако, учитывая

специфику целевой аудитории и восприимчивость детей к воздействию внешней среды, необходимо отметить, что в условиях рыночной экономики достичь оптимального уровня безопасности питания детей возможно лишь на основе маркетингового подхода.

Выводы. Усиление конкуренции приводит к активизации маркетинговой активности производителей, нацеленной на расширение рынка. Дети школьного возраста и подростки являются привлекательным сегментом рынка для производителей продуктов питания, так как являются динамично развивающимся рынком, восприимчивым к маркетинговым мероприятиям, реализуемыми компаниями-производителями. Данная категория потребителей характеризуется рядом особенностей и возникающими в связи с этим специфическими рисками. Государство и производители продукции является ключевыми субъектами системы управления безопасностью питания детей, а достижение оптимального уровня безопасности питания детей и подростков возможно обеспечить на основе маркетингового подхода.

Список литературы:

1. Бондарець Б. Молодь як об'єкт і суб'єкт соціокультурних процесів у сучасному українському суспільстві: аксіологічний аспект / Бондарець Б. Б. // Наукові праці. Соціологія. – 2013. – Вип. 213. – Т. 225. – С. 31–34.
2. Закон України «Про дитяче харчування» 14 вересня 2006 року № 142-V (із змінами і доповненнями) <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/142-16>
3. Коноваленко А.С. Вплив бренду на поведінку споживача / А.С. Коноваленко // Міжнародна науково-практична конференція «Соціально-економічні проблеми розвитку бізнесу та місцевого самоврядування»: зб. матер. конференц. – Мелітополь: Видавничий будинок Мелітопольської міської друкарні, 2018. – С. 436-439
4. Kulish, T. V. (2016). Current situation and tendency of dairy market development. Formuvannya rynkovoї ekonomiky. Zbirnyk naukovykh prats molodych uchenykh ta aspirantiv: Ekonomika ta pidpriemnyctvo (Formation of market economy. Collection of scientific works of young scientists and graduate students: Economics and entrepreneurship) (pp. 321-327). Kyiv: Kyiv National Economic University (in Ukr.)
5. Щекотуров А.В. Социализация подростков в эпоху средств массовой коммуникации // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: социальные науки. 2011, №1, с.99-103

Калмагамбетова С.Р. магистр, аға оқытушы
Сейткалиева Н.Т. магистр, аға оқытушы
С.Бәйішев атындағы Ақтөбе Университеті, Қазақстан

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ХАЛЫҚТЫҢ ӨМІР СҮРУ ДЕҢГЕЙІН ӨЛШЕУДІҢ ӨЗЕКТІ ИНДИКАТОРЛАРЫ

Андатпа.

Халықаралық әдістемелерде қолданылатын өмір сапасының факторлары және көрсеткіштері қарастырылды.

Аннотация.

Рассмотрены факторы и показатели качества жизни, применяемые в международных методиках.

Abstract.

The factors and indicators of quality of life used in international methods are considered.

Өмір сапасының ұсынылатын көрсеткіштерінің тізбесінің анықтамасы халықаралық зерттеулермен ұқсастықтарға сүйене отырып және жалпы адам құндылықтарына негізделі отырып пайда болды, осының негізінде негіз ретінде

Адамның даму әлеуеті индексінің төрт принципі алынды:

1. Табысты және экономикалық өсуді арттыруға бағытталған тиімді қызмет нәтижесі ретінде өнімділік;

2. Қабілеттерді іске асыруда және ізгіліктерді пайдалануда мүмкіндіктер теңдігі ретінде түсінілетін теңдік;

3. Тек қана қазіргі емес, сондай-ақ, болашақ ұрпақтарға өркениет мүмкіндіктеріне қол жетамділікті қамтамасыз етуге мүмкіндік беретін тұрақтылық;

4. Даму тек қана адамдардың мүдделерінде емес, сондай-ақ, олардың күш-жігерімен жүзеге асырылатындығын болжайтын мүмкіндіктерді кеңейту.

Өмір сапасын анықтайтын көрсеткіштердің қатарында тамақтанумен, тұрғын үймен, киіммен қамтамасыз етілу деңгейі, рухани және әлеуметтік қажеттіліктердің қанағаттандырылу дәрежесі сияқты негіз қалаушы санаттар ұсынылады. Бірге алынған олар сапалы өмір эталонын аман-сау және ұзақ өмірді, кең және қолжетімді білім, дамыған инфрақұрылым, қаныққан қоғамдық және мәдени өмір және т.б. көрсетеді.

Ұсынылған көрсеткіштердің көпшілігі хабарланғандай бүгінде Қазақстанның министрліктері және ведомстволары есептейді және көрсеткіштер әртүрлі салаларда қолданылады. Бұл әртүрлі салаларда Қазақстанның дамуын сипаттайтын көрсеткіштердің жеткілікті болуы себебінен жасалған, олардың оның азаматтарының өмір сапасын бағалау үшін қолданылуы мүмкін. Мұндай тәсіл арнайы көрсеткіштерді әзірлеу қажеттігі болмауына байланысты өмір сапасы индексіні іс жүзінде есептеу міндетін оңайлатады.

Жіктеу мақсатында «Қолданбалы экономиканы зерттеу орталығы» қажеттіліктер иерархиясын анықтайтын және адамның барлық қажеттіліктерін маңыздылығы дәрежесі бойынша мынадай 5 санаттарға бөлетін Маслоудың «Уәждеме және жеке тұлға» негіз қалаушы теориясына сүйенеді[1]:

1. Физиологиялық: аштық, шөлдеу, жыныстық құштарлық және т.б.;

2. Қауіпсіздікке қажеттіліктер: ыңғайлылық, өмір шарттарының тұрақтылығы;

3. Әлеуметтік: әлеуметтік байланыстар, қарым-қатынас, тәуелділік, өзгелер туралы ойлау және өзіне назар аудару, бірлескен қызмет;

4. Мәртебе: өзін-өзі құрметтеу, басқалар тарапынан құрмет, мойындау, табысқа және жоғары бағаға қол жеткізу, қымметтік өсу.

5. Рухани: таным, өзін-өзі өзектендіру, өз ойын білдіру, өзін-өзі сәйкестендіру.

Оңайлату мақсатында көрсеткіштерді қажеттіліктердің мынадай 3 тобына біріктіру ұсынылады:

1. Негізгі тән қажеттіліктері;

2. Рухани қажеттіліктер;

3. Әлеуметтік қажеттіліктер.

Өз кезегінде, «Қолданбалы экономиканы зерттеу орталығы» ЖМ қажеттіліктердің негізгі топтарын негізгі көрсеткіштері 68 индикаторлармен өлшенетін 13 кіші топтарға бөлуді ұсынады [2].

Индикаторлардың кіші топтары өмір сапасының көрсеткіштерін халықаралық жіктеумен сәйкес келеді және жалпы қазақстандық көрсеткіштердің қолданыстағы құрылымына сәйке келеді. Бұл ретте олар адамның даму дәрежесін сипаттайтын салалардың ең жоғары санын қамтиды.

Маңыздылығы бойынша бірінші «Денсаулық» санаты анықталды. Халықтың денсаулығын жақсарту халықтың физикалық даму және жұмысқа қабілеттілігін арттырудың және тиісінше өнімдер және қызметтер жасау үшін мүмкіндіктерді кеңейтудің және т.б. маңызды факторы ретінде қарастырылады, сондықтан адамның денсаулығын жақсарту саласындағы қол жеткізуді көрсететін күтілетін өмірдің ұзақтығы көрсеткішін таңдау осы топта болды. Ана және нәрестелер өлімі көрсеткіштері сондай-ақ, осы топтың маңызды құрамдауыштары болып табылады. Қазақстандық нақты өмірді ескере отырып, топқа сондай-ақ, құрт ауыруы сияқты ауру бабы енгізілген, ол бойынша

Қазақстан Әлемдегі алғашқы орындардың бірін алады.

Тұрғын үй шарттарын сипаттау кезінде халықаралық статистика ең алдымен тұрғын үй иесін бөліп көрсетеді. Осы мақсатта барлық тұрғын үй қоры жеке, жалдамалы және муниципальды болып бөлінеді. Ал атап айтқанда, тұрғын үй сапасын зерттеу кезінде қабаттар бойынша, қабырғалардың материалы бойынша, төбелердің биіктігі бойынша, оның коммуналдық-тұрмыстық жабдықтармен жабдықталу дәрежесі бойынша топтамалар пайдаланылады. Меншікті тұрғын үй үшін оған тиесілі жер учаскесінің көлемі көрсетіледі. Халықтың тұрғын үймен қамтамасыз етілуін жалпылама сипаттау үшін белгіленген стандартқа жауап бермейтін тұрғын үйлерде тұратын халық саны және жалпы халық санындағы оның үлесі; бір тұрғынға келетін бөлмелер саны сияқты көрсеткіштер қолданылады. Бұл ретте батыс елдеріндегі тұрғын үймен қамтамасыз етілу стандарты бір тұрғынға бір бөлме оған қоса жалпы бір бөлмені болуы ұсынылады. Біздің зерттеу үшін 1 адамға келетін тұрғын үй ауданы/бөлмелер саны; тұрғын үйдің суық және ыстық сумен, кәрізбен, газбен қамтамасыз етілуі, пәтерлердің орташа көлемі сияқты тұрғын үй сапасын сипаттайтын көрсеткіштерді пайдалану ұсынылады.

Халықтың ақылы қызметтерді сатып алуға шығындар үлесі – өсуі біздің көрсеткіштер жүйесінде теріс қабылдануға, ал төмендеуі тиісінше өмір сапасын жақсартуды сипаттауға тиіс көрсеткіш. Бұл қазақстандықтардың коммуналдық қызметтер және көлік және байланыс қызметтеріне ақы төлеуге алаңдаушылығы, ал осы екі бап ақылы қызметтерге барлық шығындардың шамамен 70%-ын құрайтындығымен, адамдардың өзінің өмірінің басқа да сапалық сипаттамаларын жақсарту мүмкіндігінің азаюына байланысты.

Халықаралық зерттеулерде көлікпен қамтамасыз етілу санаты және олармен байланысты қызметтер үлкен қалалардың көліктік қамтамасыз етілуін анықтауға елеулі дәрежеде шоғырланған. Бұл дамыған елдердегі халықтың үлкен тығыздығымен және қарбалас кезінде жұмыс орындарын және үйлерге барудың қиындығымен байланысты. Қазақстандық жағдайда өзгеше көрініс көрсетіледі: халықтың төмен тығыздығына байланысты, елдің барлық елді мекендерін тұрақты көлік қатынасымен қамтамасыз етумен және жоғары салыстырмалы көлік шығындарымен байланысты қиындықтар бар. Сондықтан Қазақстан Республикасының 2016 жылға дейінгі Көліктік стратегиясында анықталған үш көрсеткіш таңдап алынды:

1. Елді мекендердің тұрақты көлік қатынасымен қамтамасыз етілу;
2. Соңғы өнім және қызмет құнындағы көлік құрамдаушы;
3. Жолаушылар айналымының өсуі.

Коммуникациялар құралдарына келер болсақ, елдің интернетті пайдаланушылармен және ұялы телефондарды пайдаланушылармен толығымен қоғамның техникалық дамығандық дәрежесін сипаттайды.

Қоршаған ортаның жай-күйі адамдар өмірінің сапалық сипаттамаларына тікелей әсер етеді. Сондықтан бұл көрсеткіштің салмағы үлгіде тиісті мәнге ие болуға тиіс. Ұсынылған көрсеткіштер қоқыс өңдеу үлесін сипаттайтын көрсеткішін қоспағанда қазіргі уақытта бар - бұл елдегі жаңа, бірақ үлкен перспективасы бар. Қазіргі заманғы энергетиканың маңызды үрдісі оның өндірісінің балама көздерінің дамуы болып табылады, сондықтан көрсеткіш тізбесіне балама көздерімен электр энергиясын өңдеу үлесін енгізуді ұсынамыз, өйткені үлесті ұлғайту экологиялық жағдайға тікелей әсер етеді [3].

Білім деңгейін арттыру адам капиталының сапасы – қоғамның байлығын көбейтудің негізгі факторына айтарлықтай әсер етеді және қоғамдық еңбектің өнімділігінің өсуіне негізделеді. Білім деңгейі жиынтық білімдер және машықтар қорын - қоғам «рухани байлығын» құра отырып, жиналған білім, еңбек, ғылыми, зияткерлік және шығармашылық әлеуетті сипаттайды. Бұл сапа ұрпақтан ұрпаққа беріледі және адамның дамуына және жалпы қалпына келтіру процесінің тиімділігінің өсуіне маңызды алғышартты білдіреді. Бұдан өзге оқу жылының саны және отбасы, мемлекет,

кәсіпорындар және ұйымдар жүргізетін оған кететін шығындар туралы деректер негізінде белгілі бір күнге жиналған білімдер әлеуетін анықтауға болады. Бұл толық шамада қоғамның мәдени деңгейіне жатады – адамның рухани дамуы жоғары болған сайын оның өмір соншалықты сапалырақ және толыққанды болады. Сондықтан қоғамның рухани дамуының сапалық сипаттамаларын анықтау мақсатында білімділік дәрежесін және қоғамның мәдени дамуын анықтайтын көрсеткіштер ұсынылды.

АДИ мысалы бойынша әлеуметтік қамтамасыз етілу дәрежесін статистикалық деректер негізінде есептік шамалар көмегімен өлшеу болжанады [4]. Бұл цифрлар ел азаматтарының әлеуметтік қамтамасыз етілуінің орташа/ең жоғары/ең төмен көрсеткіштері арасындағы алшақтықты көрсетуге тиіс:

1. Зейнетақылар және еңбекақының орташа және ең төмен мөлшерлерінің арақатынасы;

2. Балаларға арналған жәрдемақылардың және олардың ең төменгі күнкөріс деңгейі мөлшерлерінің арақатынасы;

3. Зейнетақылардың және ең төменгі күнкөріс деңгейі мөлшерлерінің арақатынасы

Өмір сапасының субъективтік индикаторлары. Субъективтік көрсеткіштерсіз өмір сапасының көрінісі толық және объективтік болмайды, ол халықтың субъективтік бағалауларынан қалыспасады. Мұндай тәсіл өмір сапасын әлеуметтану сауалнамалары негізінде анықтауды болжайды. Субъективтік индикаторларды пайдалану - халықтың өмір сапасының шынайы көрінісін алудың қажетті шарты.

Батыс мамандарының арасында субъективтік көзқарасы тұрғысынан өмір сапасының анықтамаларының бірінші әдістемелерінің бірі Л.В. Портер әзірлеген сауалнама болды, оның көмегімен өмір сүру қажеттіліктерінің, әлеуметтік қажеттіліктердің, эго-қажеттіліктер және өзін-өзі іске асыру қажеттіліктерінің қанағаттандырылу дәрежесін анықтау мүмкін болды.

АҚШ әлеуметтанушылары жүргізген соңғы 20 жылдағы зерттеулер жеке тұлға мәртебесіндегі өмір сапасымен байланысты және жеке тұлғалардың құндылықтарын ашты. Жалпы жағдайда өмір сапасына қатысты мәртбелік индикаторлар мыналардан тұрады.

1. Табыс. Н. Акерман және Б. Палуччидің пікірі бойынша табыс өмір сапасын субъективтік және объективтік өлшеулермен оң байланысты. Сонымен бірге Р. Инглхарт және Дж. Рабьер табыс тек қана өмір сапасының субъективтік құрамдауышындағы өзгерістер бөлігін түсіндіреді деп есептейді. Екінші жағынан, табыспен қанағаттандырылуы дәрежесі және өмірдің стандарттары өмір сапасының субъективтік құрамдауышымен тығыз байланысты.

2. Жұмыстың сипаты. А. Кэмпбелл, П.Е. Конверс және В.Л. Роджерс көзқарасы тұрғысынан жұмыстың сипаты жалпы шамалы үлес береді. Орындаушылар және кәсібилер өмір сапасының субъективтік құрамдауышына ең жоғары бағаларды береді. «Ақ жағалылар» «көк жағаларда» бақыттырақ, бірақ осындай кәсібилерге-өндірушілерге, менеджерлерге, меншік иелеріне ұқсайтын беделді санаттардан шыққан адамдар субъективтік құрамдауыштарды бағалауды айтарлықтай ерекшеленбейді.

3. Білім. Осы мамандар білім өмір сапасымен тікелей байланысты емес екендігін айтады.

4. Жас. Дж. Бреннанның пікірі бойынша жас адамдар өмір сүру орнына қарамастан егде адамдарға қарағанда өмірге аз қанағаттанады. А. Кэмпбелл, А.Р. Херцог, В.Л. Роджерс және Дж. Вудворд есептегендей денсаулықтан басқа өмірдің барлық аспектілерімен қанағаттандырылу деңгейлері адам жасымен бірге өседі. А.С. Мичелостың пікірі бойынша қарт адамдардың өмір сапасын бағалауы тұрғын үй жағдайына және денсаулығына байланысты.

5. Пол. Тендер Б., В. Брайант және Д. Верофф ерлер және әйелдер өмір сапасы субъективтік құрамдауышын: бақытсыздықтар, мойындаудың жетіспеушілігі,

қорғансыздық сезімдері, сенімділіктің жетіспеушілігі, тұрақсыздық және күйзелістерді өзін-өзі бағалау барысында бағалаудың сол негізгі санаттарын пайдаланатындығына сенімді.

6. Неке мәртебесі бақытты жалпы бағалаумен байланысты. Р. Инглхарттың және Дж. Рабьердің пікірі бойынша деректер некеде тұрған жеке тұлғалар халықтың өмірмен барынша қанағаттандырылған топтарына, ажырасқандар мейлінше аз қанағаттанғандарға жататындығын көрсетеді. Бұл ретте әйелдер ерлерге қарағанда некеге аз дәрежеде қанағаттанады. Білім некелік өмірдің қанағаттандырылу дәрежесін түсіреді.

7. Ұлт. Ф.М. Эндрюстің және Р. Инглхарттың пікірі бойынша халықаралық зерттеулер әртүрлі елдерде өмірмен қанағаттандырылу дәрежелерін бағалауда көп ұқсастықты көрсетеді.

8. Тұрғылықты жер (қала-село). Р.М. Фернандес және Д.С. Кулик есептегендей қалалықтар орташа алғада ауыл тұрғындарына қарағанда өмірге аз қанағаттанады.

9. Денсаулық. А. Кэмпбеллесептегендей, денсаулық қарт адамдар және онымен проблемалары бар адамдар үшін маңызды.

10. Сыртқы келбет. Ол тартымды ретінде бағаланатын адамдардың өзінің өмірін және өзін-өзі сезінуін жоғары бағалайтындығы, бірақ өмірге аз қанағаттанатыны туралы тезисті алға тартады.

11. Әлеуметтік орта. Әлеуметтік ортаның мән елеулі, бірақ оны ұлғайту керек емес. Кемпбелл А., Конверс П. және Роджерс В. әлеуметтік орта аспалылары және өмірдің қанағаттандырылуы арасындағы барынша әлсіз байланыстарды анықтады, ал Ф.М. Эндрюс және С. Витни жастың, тендердің, табыс, білімнің және жұмыспен қамтылудың біріктірілген әсерлері тек қана өмірдің қанағаттандырылуының жалпы дәрежесінің өзгеру бөлігі үшін жауапты болатынын көрсетеді.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Қазақстан халқының тұрмыс деңгейі. ҚР статистика жөніндегі Агенттігі, 2017
2. Адам дамуы туралы есеп. Алматы, 2016, 396
3. Қазақстандағы халықтың тұрмыс деңгейі. ҚР статистика жөніндегі Агенттігі, 2017
4. Шағын қалаларды зерттеу. Азия даму банкінің зерттеуі, 2016

**Көшкінбай Д.М.,
магистрант специальности 6М050600-Экономика,
Казахский университет экономики, финансов и
международной торговли**

Понятие и сущность инноваций в промышленности

Термин «инновации» имеет английскую этимологию и дословно переводится как «нововведение».

Несмотря на это Й. Шумпетер, подразумевал под инновацией совершенствование, модернизацию уже имеющихся ресурсов и благ. В отечественной практике, большинство формулировок понятия «инновация» сопряжено с понятием «нововведение» в различных сферах жизни общества.

Так, Г. Г. Азгальдов и А. В. Костин под инновацией понимают «Создание радикально новых технологий и продуктов, которые призваны совершить революцию на рынке» [1, с. 23], М.А. Федотова и А.М. Камалова определяют как, «создание радикально новых технологий и продуктов, которые призваны совершить революцию на рынке» [2, с. 120].

Однако ряд отечественных ученых определяют инновации как процесс создания

нового продукта, технологии или управления производством. Так, Степаненко Д.М определяют инновации, как «Создаваемые новые или усовершенствованные технологии, виды продукции или услуги, а также решения производственного, административного, финансового, юридического, коммерческого или иного характера, имеющие результатом их внедрения и последующего практического применения положительный эффект для задействовавших их хозяйствующих субъектов» [3, с. 49].

Согласно третьего подхода, инновация представляет собой внедрение в производственную деятельность новых подходов и отдельных элементов, отличных отпредшествующих. Данного мнения придерживаются такие российские ученые, как В.В. Алексеев, М.А. Сагдиев, Р. Н. Минниханов Д.И.Файзрахманови д.р. Так В.В. Алексеев пишет «инновациякак конечный результат научного исследования или открытия, качественно отличный от предшествующего аналога и внедренный в производство» [4, с. 135].

Тогда как Е.Е. Румянцева, трактует инновации, как «получение больших экономических результатов за счет внедрения новшеств», а Р.А.Фатхутдинов- как «конечный результат внедрения новшества» [5, с.78]. То есть ряд экономистов заключают инновации, как результат, в виде повышения эффективности производственных, социальных сфер, в результате внедрения в практику нововведений.

Ряд авторов, под инновацией понимают не результат, асам процесс, направленный на улучшение производственного процесса и несущего в себе научные, экономические, социальные, экологические преимущества обществу. Такого мнения придерживаются, такие зарубежные ученые, как Б. Сандро, Б. Твист, Ф. Никсон. Что позволяет сделать вывод о значительных различиях в трактовании инноваций в отечественной и зарубежной экономической мысли.

В отличие от отечественного осмысления термина «инновации», зарубежные ученые, делают акцент на их революционности, масштабности и особой важности для различных производственных и социальных сфер и определяют их, как трансформацию научно – технического процесса в новых видах продукции и технологиях.

Инновационная деятельность в промышленности включает разработку и реализацию инновационных процессов, результатом которых является повышение эффективности производственного процесса, ресурсов и конечного продукта.

В общем объеме инноваций для предприятий промышленного комплекса наиболее значимы: продуктовые (реализуемые виде новых или усовершенствованных продуктов, обладающих принципиально новыми характеристиками) и процессные (реализуемые виде технологически нового либо усовершенствованного производственного метода).

Продуктовые инновации имеют овещественную форму, представляя собой новый либо усовершенствованный, либо новый продукт наиболее распространены в обрабатывающей промышленности, преобладая в высокотехнологичном секторе, таких как авиастроение, машиностроение, производстве электрических машин и медицинских изделий.

Удельный вес инноваций данных отраслей экономики составляют более 75% затрат на все продуктовые инновации.

Продуктовые инноваций наиболее критичны для промышленности страны вследствие их высокой ресурсоемкости и наукоемкости, вместе с тем они определяют инновационную составляющую отечественной экономики, так как затраты на них составляют более половины суммарных затрат промышленного производства.

Процессные инновации, представляющие собой по экономической сути новые способы применения производственных сил, предметов и орудий труда, преимущественно сосредоточены в добывающей промышленности, а также низкотехнологичных отраслях (деревообработка, легкая промышленность, черная и цветная металлургия). На долю добывающей промышленности приходится около 90%,

так как добыча полезных ископаемых, таких как нефть, газ, уголь, не предполагает совершенствование добываемого продукта, что приводит к необходимости улучшения процесса технологии добычи, обработки и транспортировки первичного добываемого сырья.

Не редко в хозяйственной практике промышленных предприятий встречается интеграция продуктовых и процессных инноваций. Так как создание нового продукта зачастую сопряжено с внедрением усовершенствованных или новых технологий. Паритетные инвестиции одновременно в продуктовые и процессные инновации наиболее часто имеют место в средне технологических отраслях производства, таких, как химическая промышленность, пищевая промышленность и др.

Вместе с тем в промышленном производстве получили распространение и другие виды инноваций: организационные, маркетинговые, интегрирующие, модифицирующие.

Организационные и маркетинговые инновации являются менее затратными и связаны с правильной организацией труда, менеджментом производственной сферы предприятий, совершенствованием организации бизнес процессов. Главная цель организационных инноваций в промышленности – создание необходимых условий для совершенствования хозяйственных связей, внедрения в практику новых форм организации труда, реализацию инновационного потенциала персонала. Организационные инновации связаны с мобилизацией резервов трудовых ресурсов и имеющегося оборудования промышленных предприятий, и помимо экономического эффекта, несут социально – гуманистическую направленность. Так как рост производительности труда вследствие модернизации управления и организации труда, приводит к повышению морального удовлетворения от работы, снижает физические и психические нагрузки персонала.

В отечественной практике промышленных предприятий, организационные инновации заключаются в создании новых систем контроля и оценки качества продукции, сертификации продукции, развитии человеческого капитала. Наибольшая доля организационных инноваций реализуется в автомобилестроении, электроэнергетике, химической промышленности.

Маркетинговые инновации в промышленности направлены, преимущественно, на продвижение создаваемого продукта, стимулирование спроса, повышению лояльности потенциальных покупателей, формированию ценовых стратегий.

С позиции экономической значимости, можно выделить интегрирующие, модифицирующие и квазиинновации.

Интегрирующие (комплексные) инновации, созданные путем интеграции оптимальной комбинации ранее известных научных достижений, для получения нового эффекта.

Модифицирующие инновации незначительно улучшают существующие объекты или процессы и потому малозначимы, так как усугубляют отставание от мировых держав, отвлекая ресурсы.

В ряде отраслей промышленности, таких как металлообработка и химическая промышленность, актуальны квазиинновации, аналоги зарубежных инноваций, которые для отечественной практики являются новыми либо незначительно изменяющие конечный продукт или элементы технологического процесса.

Вместе с тем, для достижения цели устойчивого развития и повышения конкурентоспособности отечественной промышленности необходима интеграция инноваций разного типа, для обеспечения синергетического эффекта.

Продукция инновационно-активных предприятий обладает более высокой конкурентоспособностью на товарных рынках как внутри страны, так и на рынках других стран. Современный уровень конкурентоспособности промышленной продукции пока нельзя назвать высоким, однако внедрение различного рода инноваций укрепляет позиции отечественного промышленного производства как на внешнем, так и на

внутреннем рынке[6].

Таким образом, в современных экономических условиях одним из ключевых факторов экономического роста и обеспечения конкурентоспособности являются инновации. Инновации призваны обеспечить индустриальный прорыв, предполагающий модернизацию производства. Именно инновации содействуют перемещению ресурсов в сферу более высокой производительности и прибыли. Промышленность восстанавливать необходимо с активным использованием инноваций.

Список литературы:

1. Азгальдов Г. Г., Костин А. В. К вопросу о термине «инновация» // В кн.: Труды лаборатории В. Н. Лившица. М.: Изд. ЦЭМИ РАН, 2009.
2. Алиева Н.З., Туманова М.А., Шевченко Ю.С. Мировоззренческое и социокультурное измерение следствий нанотехнологического прогресса для общества // Современные проблемы науки и образования. № 5. 2012.
3. Степаненко Д. М. Механизм учета инноваций в системе государственной региональной инновационной политики // Журнал "Регионология" №1, 2010
4. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. // Учеб. 4-е изд., перераб. и доп. СПб.: Питер, 2010. 400с
5. Федотова М.А., Камалов А.М. Методы оценки стоимости инновационно активных компаний // Становление, развитие и перспективы оценочной деятельности в России. Тез. докл. I-й междунар. конфер., 25-26 ноября 2008 г. М., 2008.
6. Крисанова В.А. Сущность и виды инноваций отечественной промышленности // Вестник Брянского государственного университета. –2015. –№ 10. –С. 125-134.

Резюме

Статья посвящена анализу трактовки понятия «инновации» и «инновационная деятельность», а также рассмотрению видов инноваций по характеристикам в промышленности.

Түйінд

Мақала "инновация" және "инновациялық қызмет" ұғымдарын талдауға, сондай-ақ өнеркәсіптегі сипаттамалар бойынша инновациялар түрлерін қарастыруға арналған.

Summary

The article is devoted to the analysis of the interpretation of the concept of "innovation" and "innovation activity", as well as the consideration of the types of innovation according to the characteristics in industry.

Кувычко Валентин Юрьевич
магистрант Университет Алматы

ОСНОВНЫЕ КОНЦЕПЦИИ И МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Предпринимательство в Казахстане в настоящее время развивается быстрыми темпами. В современных условиях для организации эффективной предпринимательской деятельности важное значение имеет грамотная организация и управление маркетинговой деятельностью предприятия. Маркетинговая деятельность сегодня – это новая предпринимательская философия, система взглядов на современное рыночное производство. По сути, концепция современной службы маркетинга как новой предпринимательской философии – это концепция рыночного управления, ориентированная на интересы конечного потребителя. Она нацелена на обеспечение удовлетворения запросов потребителей в качестве основы для достижения целей фирмы.

Методы маркетинговой деятельности (см. рис.1) заключаются в том, что проводятся:

- анализ внешней (по отношению к предприятию) среды, в которую входит не только рынок, но и политические, социальные, культурные и иные условия. Анализ позволяет выявить факторы, содействующие коммерческому успеху или препятствующие ему. В итоге анализа формируется банк данных для оценки окружающей среды и ее возможностей;

- анализ потребителей, как реальных, так и потенциальных. Данный анализ заключается в исследовании демографических, экономических, социальных, географических и иных характеристик людей, принимающих решение о покупке, а также их потребностей в широком смысле этого понятия и процессов приобретения ими как нашего, так и конкурирующих товаров;

- изучение существующих и планирование будущих товаров, то есть разработка концепций создания новых товаров и/или модернизации старых, включая их ассортимент и параметрические ряды, упаковку и т. д. Устаревшие, не дающие расчетной прибыли товары снимаются с производства и рынка.

- планирование товародвижения и сбыта, включая создание, при необходимости, соответствующих собственных сбытовых сетей со складами и магазинами и/или агентских сетей;

- обеспечение формирования спроса и стимулирование сбыта (ФОССТИС) путем комбинации рекламы, личной продажи, некоммерческих престижных мероприятий (“паблик рилейшнз”) и разного рода материальных стимулов, направленных на покупателей, агентов и конкретных продавцов;

- обеспечение ценовой политики, заключающейся в планировании систем и уровней цен на поставляемые товары, определении “технологии” использования цен, кредитов, скидок и т. п.

- удовлетворение технических и социальных норм региона, в котором сбывается продукция, что означает обязанность обеспечить должную безопасность использования товара и защиты окружающей Среды, соответствие морально-этическим правилам, должный уровень потребительской ценности товара;

- управление маркетинговой деятельностью (маркетингом) как системой, то есть планирование, выполнение и контроль маркетинговой программы, оценка рисков и прибылей, эффективности маркетинговых решений [1].

Для осуществления вышеперечисленных мероприятий, необходимо учитывать большую роль тех, от кого, в сущности, и зависит эффективность проведения маркетинговой стратегии, а именно субъектов маркетинга, которые включают производителей и организации обслуживания, оптовые и розничные торговые организации, специалистов по маркетингу и различных потребителей. Важно отметить, что хотя ответственность за выполнение маркетинговых функций может делегироваться и распределяться различными способами, совсем ими в большинстве случаев пренебречь нельзя, они должны обязательно кем-то выполняться[2].

Процесс маркетинга начинается с изучения покупателя и выявления его потребностей, а завершается приобретением товара покупателем и удовлетворением его выявленных потребностей.

Рынок, на котором действуют субъекты маркетинга, можно разделить на «рынок продавца», где предприятие реализует собственную продукцию, и «рынок покупателя», на котором оно приобретает нужные производственные компоненты. Таким образом, маркетинг в главной мере выгоден и продавцам и покупателям товара. Однако прежде чем устанавливать контакты с интересующими партнерами, необходимо установить: заинтересована ли в этом другая сторона; имеются ли технические средства связи (телефон, телефакс) и лицо, ответственное за связь. Связь и деловое общение с действительными и потенциальными партнерами - важнейшая часть маркетинга[3].

Очевидно, что тип маркетинга определяет и способ управления им. Управление маркетингом, по определению Ф. Котлера - это анализ, планирование, претворение в жизнь и контроль за проведением мероприятий, рассчитанных на установление, укрепление и поддержание выгодных обменов с целевыми покупателями ради достижения определенных задач организации, таких, как получение прибыли, рост объема сбыта, увеличение доли рынка и т.п.

Задача управления маркетингом заключается в воздействии на уровень, время и характер спроса таким образом, чтобы это помогло организации в достижении стоящих перед ней целей. Проще говоря, управление маркетингом - это управление спросом. Выделяют пять основных подходов (концепций), на основе которых коммерческие организации осуществляют свою маркетинговую деятельность.

- концепция совершенствования производства;
- концепция совершенствования товара;
- концепция интенсификации коммерческих усилий;
- концепция маркетинга;
- концепция социально-этичного маркетинга.

Использование каждой из них обязательно и, в первую очередь, ставит вопрос о том, каким должно быть соотношение интересов производителей, потребителей и общества в целом. Ведь довольно часто эти интересы вступают в противоречие друг с другом. Рассмотрим более подробно особенности каждой концепции[4].

Производственная концепция, или концепция совершенствования производства. Предприятия, придерживающиеся такой концепции, имеют преимущественно серийное или крупносерийное производство с высокой эффективностью и низкой себестоимостью, а продажа выпускаемых ими товаров производится с помощью многочисленных торговых предприятий. К основным предпосылкам существования этой концепции управления маркетинговой деятельности можно отнести следующие: а) большая часть реальных и потенциальных потребителей имеют невысокие доходы; б) спрос равен или немного превышает предложение; в) происходит быстрое снижение высоких производственных расходов (обычно по новой продукции), что приводит к завоеванию большей доли рынка.

Основная идея концепции совершенствования товара состоит в ориентации потребителей на те или иные товары или услуги, которые по техническим характеристикам и эксплуатационным качествам превосходят аналоги и тем самым приносят потребителям больше выгоды. Производители при этом направляют свои усилия на повышение качества своего товара, несмотря на более высокие издержки, а, следовательно, и цены. К факторам, поддерживающим существование такой концепции маркетинга, могут быть отнесены следующие: а) инфляция; б) монополистические ограничения рынка; в) быстрый моральный износ товаров.

Сбытовая концепция, или концепция интенсификации коммерческих усилий, предполагает, что потребители будут покупать предлагаемые товары в достаточном объеме лишь в том случае, если компанией приложены определенные усилия по продвижению товаров и увеличению их продаж.

Концепция маркетинга приходит на смену сбытовой концепции и изменяет ее содержание. Разница между сбытовой концепцией и концепцией маркетинга состоит в следующем: деятельность, основанная на сбытовой концепции, начинается с имеющегося в распоряжении фирмы товара. Деятельность же, основанная на концепции маркетинга, начинается с выявления реальных и потенциальных покупателей и их потребностей. Фирма планирует и координирует разработку определенных программ, направленных на удовлетворение выявленных потребностей.

Концепция маркетинга является составной частью политики, известной как «суверенитет потребителя», когда решение о том, что следует производить, должно приниматься не фирмой, не правительством, а потребителями.

Социально-этическая концепция маркетинга, характерная для современного этапа развития человеческой цивилизации, базируется на новой философии предпринимательства, ориентированной на удовлетворение разумных, здоровых потребностей носителей платежеспособного спроса. Ее цель состоит в обеспечении долговременного благосостояния не только отдельного предприятия, но и общества в целом[5].

Маркетинговый подход — общепризнанное направление в создании и реализации фирмами продукции и услуг различного направления. В странах с развитой рыночной экономикой маркетинговой сфере уделяется большое внимание, поскольку неэффективная маркетинговая система предприятия может привести не только к потерянной прибыли, но и прямым убыткам. Маркетинговая система как подсистема организационного управления существует в любой фирме, однако, степень ее развития и эффективности может иметь значительные различия. В организационном отношении в крупных и средних фирмах управляющее звено маркетинговой системы — специальные службы и подразделения. В малой фирме это может быть непосредственно один из руководителей.

На многих отечественных предприятиях в настоящее время медленно реализуются настоящие маркетинговые мероприятия и исследования. Однако, наряду с этим отсутствует нередко отсутствует правильно понимание самого понятия «маркетинговая деятельность», «маркетинговая система», «управление маркетингом», «маркетинговой управление», как о целостной подсистеме управления фирмой. Объективные причины этого связаны с тем, что маркетинг соприкасается и пересекается с самыми различными сторонами деятельности предприятия, но в тоже время не дублирует их. Маркетинг, в широком смысле этого понятия, понимается как система реализации следующих принципов: ориентация на потребителя, экономическая эффективность как основа деятельности фирмы; координация усилий всех служб и подразделений для достижения поставленных целей. Здесь маркетинг берет на себя некоторые функции менеджмента.

Маркетинговое управление включает следующие элементы:

Объект управления - предприятие, рынок, сегмент, существующие потребители и потенциальные покупатели.

Субъект управления — деятельность конкретного владельца данного предприятия, либо по его поручению деятельность менеджера.

Совокупность действий человека, ведущих к достижению поставленной цели (повышение имиджа, увеличение прибыли и др.), которые включают в себя управление совместной деятельностью, методы воздействия на деятельность людей, изменение их мотивации, отношения к труду, к товару, услуге.

Формирование у сотрудников предприятия, партнеров «маркетингового образа мышления», следование маркетинговой идеологии, то есть полная ориентация на рынок, обеспечение «маркетингового микроклимата» на предприятии. Плюс все те мероприятия, которые входят в понятие «управление маркетингом»

Следовательно, маркетинговое управление — это одна из форма управления предприятием, при которой предприятие полностью ориентируется на рынок, отвечает на сегодняшние запросы поставленные рынком, тем самым удовлетворяя нужды потребителей и потенциальных покупателей.

Такие функции управления, как целеполагание, прогнозирование, планирование, представляют собой, по сути, обоснование и принятие управленческих решений, реализуемых в рамках информационно—аналитических задач маркетинга. Не все менеджеры способны самостоятельно решить эти вопросы, и в сложных случаях это маловероятно. На крупных и средних предприятиях эти задачи возлагаются на специальные организационные звенья — маркетинговые подразделения, службы. Они выполняют роль внутренних консультантов, осуществляя подготовку решений (для

этого могут привлекаться и внешние консультанты). Взаимоотношения менеджмента и маркетинга определяются следующим образом. С одной стороны, к ним можно относиться как к двум отдельным смежным сферам. С другой стороны, маркетинг можно рассматривать как часть менеджмента, ориентированную на отслеживание макроэкономической среды, внешних факторов, внутренних изменений, выработку адекватной реакции на них в виде индикативных управленческих решений. Чем сложнее система управления предприятием, тем целесообразнее четкое разделение задач менеджмента и маркетинга. Тогда процесс принятия решений становятся более наблюдаемыми и управляемыми, а сами решения обоснованными и адекватными.

Список литератур:

1. Васильев Г.А., Осипова Л.В. и др. Совершенствование деятельности сбытовых служб промышленных предприятий: Обзорная информация. –М: ЦНИИТЭИМС, 2014г., 208с
2. Голубков Е.П., Голубкова Е.Н., Секерин В.Д. Маркетинг: Выбор лучшего решения \ Общ. Ред. Е.П. Голубкова.-М: Экономика, 2013. 224с.
3. Демидов В.Е Почему именно ФОССТИС!: Роль мероприятия по формированию спроса и стимулированию сбыта в маркетинге.- М: Ленпромбытгиздат, 2015. 170с
4. Дракер Питер Ф. Управление, нацеленное на результаты. Пер с англ.- М Технол. Школа бизнеса, 2014. 458 с.
5. Дурович А.П. Маркетинг в предпринимательской деятельности.- Мн: НПЖ «Финансы, учет, аудит», 2013. 464 с.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга \ Пер. с англ. Боброва В.Б. – М.: «Ростинтер», 2013. 693с.

**Кужемуратов Р.
«Тұран» Университетінің
студенті
Ғылыми жетекші:
Асанова Т.А.**

КӨЛІК ЛОГИСТИКАСЫН ОҢТАЙЛАНДЫРУ ЖӘНЕ БАСҚАРУ

Көлік логистикасы қазіргі нарықтық ортада маңызды орын алады, өйткені кез келген компания сыртқы жағдайлармен үздіксіз өзара іс-қимылда және көбіне оларға байланысты болып табылады. Кәсіпорынның сыртқы ортамен өзара іс - қимылы объектілердің кеңістікте қозғалуына әкеледі. Атап айтсақ, өнім берушілер шикізат пен материалдарды өндірушіге жеткізеді, өндіруші дайын тауарды делдалдарға, ал олар өз кезегінде, соңғы сатып алушыға береді. Кез келген кәсіпорын өнімді барынша тез, ыңғайлы және ойластырылған тасымалдауға мүдделі болады. Көлік логистикасы ең аз шығындармен және уақытша шығындармен жүктерді жеткізу үшін оңтайлы маршруттарды таңдауға мүмкіндік береді[1].

Көлік құралдары логистикалық тізбектегі барлық буындарды өзара байланыстырады. Бүгінде барлық жүк тасымалы көлік құралдарын пайдалану арқылы жүзеге асырылады. Осының негізінде жалпы логистикалық жүйеде жаңа сала – көліктік логистика пайда болды. Бүгінгі таңда көлік логистикасы-бұл тапсырыс берілген тауарларды белгіленген мерзімде ең қолайлы бағыт бойынша және ең аз шығынмен қажетті нүктеге жеткізу қажет. Логистиканың бұл бағыты үш тармақты қамтиды:

- ең аз қаржы шығындарымен есеп айырысуды жүргізу және өнімді тасымалдау;

- әр түрлі құралдарды пайдалана отырып, тасымалдаудың әрбір кезеңін бақылау;
- жүк иесіне қажетті ақпаратты беру.

Тасымалдау кезінде пайдаланылатын көлік – логистиканың міндетті құрамдас бөлігі, оған осы салаға арналған барлық шығыстардың 50% – ы келеді. Көлік процестің барлық қатысушыларының келісілген іс-қимылдарын талап ететін логистикалық операциялардың әрқайсысына қатысуы тиіс.

Көлік логистикасы саласындағы барлық қызметтер "мерзімінде дәл" ("Just in time"). Яғни, жүктерді нақты белгіленген уақытта, ерте емес және кеш емес уақытта жеткізу қажет. Тек осылай үздіксіз өндірістік процесті ұйымдастыруға және қоймалардың артық тауарлармен және материалдармен толып кетуін болдырмауға болады. Тағы бір принцип бар – «үздіксіз тізбек», ол бойынша көлікті барынша тиімді пайдалану керек, яғни көлік ағындарының қауіпсіздігін қамтамасыз ету, түрлі себептермен тоқтап қалуды болдырмау керек. Мысал ретінде шикізатты өндіріске жеткізуге және нақты пайдаланушыға жеткізу үшін дайын тауарларды алуға келтіруге болады. Мұнда барлық көлік үздіксіз қозғалыста, жоспарланған бос тұрып қалулар жоқ. Тасымалдаушылардың басым бөлігі бір жерде тұруды ұнатпайды. Қарапайым автокөлік жұмыс барысында алуға болатын пайда әкелмейді. Сіздің тауарыңызды жеткізген жүргізуші "бос" қайтарды деген ықтималдықтан неғұрлым көп болса, жеткізу қымбатырақ. Логистикалық тізбектің буындары әртүрлі бағыттар кіретін көліктің бірыңғай жүйесін құрайды. Логистикалық желі бірыңғай үйлесімді механизм болуы тиіс. Тек осы жағдайда ғана жүргізушілер жүкті мерзімінде алады, көлік тоқтап тұрмаған және "бос" көліктің жүрісі жоқ, материалдық ресурстардың жетіспеуіне байланысты өндірістік цикл тоқтатылмайды. Осының арқасында шығындар айтарлықтай төмендейді[3].

Көлік логистикасын оңтайландыру жөніндегі 6 ережелер бар. Олар:

1. Көлік ағынын сауатты бөлу. Сіз көлік ағындарын ұтымды бөлу керек, өйткені осының арқасында көлік құралының қоймада болу уақытын 45% - ға қысқартып, логистикаға жұмсалатын шығындарды 50% - ға азайтуға болады.

2. Егер жүк тасымалына тапсырыс берушілер қызметті белгіленген мерзімде төлемесе немесе берешегі болса, алдын ала төлем жасау жүйесі туралы ойлау қажет. Ең бастысы, төлем қабілеті жоқ клиенттердің кетуіне дайын болу керек. Мобильді қосымша клиенттер базасын бірнеше есе арттыруға мүмкіндік береді.

3. Сарапшылардың пікірінше, ұйымның басым бөлігінің логистикасындағы проблемалардың 70%-ына дейін басқа бизнес-үдерістердің өту қиындығына байланысты туындайды. Мәселен, мәселелердің шамамен 30 % - ы қоймадағы жеткіліксіз ұйымдасқан қызметпен, 30% – ы сату жүйесінің пайдасыздығымен, 20% – ын сатып алу бөлімі мамандарының сапасыз жұмысымен байланысты. Логистикалық аудиттің арқасында көлік логистикасының барлық мәселелерін табысты шешуге болады. Тасымалдаушыдан құжаттаманы мұқият тексеру керек. Жүк тасымалына

құжаттарды дұрыс ресімдеу керек. Қате ресімдеу көбінесе тасымалдаушы кәсіпорын тарапынан шығын өтелмеуіне әкеледі. Негізгі құжаттардың үш түріне назар аудару маңызды, олардың ішінде көлік жүкқұжаты, жол парағы, ілеспе болып табылады.

4. Тасымалдаушы шарт талаптарын бұзған жағдайда өз құқықтарын қорғау.

Егер жүк тасымалына шарт жасасқан кәсіпорын міндеттемелерді орындамаса, оған айыппұл салуға немесе талап қойып, мәселені сот тәртібімен шешуге болады. Ең бастысы – тасымалдаушы шартты бұзған сәттен бастап талап қою мерзімін нақты сақтау және залалды өтеу кезінде сіз қандай сомаға сене алу қажет.

5. Жүк тасымалына шарт жасай отырып қателеспеу қажет. Заңгерлердің

Көлік логистикасы саласында қызмет көрсететін кәсіпорындар мен оларға тапсырыс беретін ұйымдар арасындағы сотта талқылаулардың басым бөлігі шартта елеулі бөлшектердің (мысалы, жүктің саны, салмағы, түрі мен көлемі) болмауына байланысты пайда болады. Көліктік логистиканың бизнес-процестерін оңтайландыру

үшін негізгі құжатта немесе оның қосымшасында шарттың барлық маңызды талаптарын көрсету қажет[2].

Көлік логистикасы келесі міндеттерді шешуге бағытталған:

- көлік-қойма процесінің қызметін келісу;
- қажетті жүкті және көлік түрін анықтау;
- жүк тасымалдаудың жұмыс жүйесін орындау;
- ең тиімді маршрутты әзірлеу.

Осы міндеттерді табысты шешу үшін көлік логистикасының басты ережелерін орындау қажет. Атап айтқанда, тасымалдауды қажет ететін жүк Тапсырыс берушіге тиісті мөлшерде, қатаң белгіленген мерзімде және ең аз шығындармен жеткізілуі тиіс. Логистика үнемі дамып келеді, осыған байланысты көлік өзінің маңызын өзгертеді. Қазіргі заманғы көліктік қызмет көрсету кіріс пен шығынның ең тиімді арақатынасын, сондай-ақ жөнелтетін адамның және тауарды алатын адамның тілектерін есепке алуды білдіреді. Тасымалдауды пайдалану әдісін ескере отырып, көлік логистикасы ішкі және сыртқы болады. Бұл түрлер өзара белгілі бір жолмен байланысты және жалпы көлік жүйесінің бөлігі болып табылады. Осыған байланысты көлік – бұл тасымалдау процесінің ажырамас бөлігі. Көлік логистикасының арқасында тауарларды сақтау мен тасымалдауды ұйымдастыру міндеттері табысты шешілуде. Көлік логистикасы уақыт та, қаржы да үнемдейді. Екінші тиеу-түсіру кезінде ақшаны үнемдеу мақсатында жүкті қоймада сақтайды.

Қорытындылай келе, көлік логистикасы ең аз шығындармен және уақытша шығындармен жүктерді жеткізу үшін оңтайлы маршруттарды таңдауға мүмкіндік береді. Көлік құралдары логистикалық тізбектегі барлық буындарды өзара байланыстырады. Бүгінде барлық жүк тасымалы көлік құралдарын пайдалану арқылы жүзеге асырылады. Осының негізінде жалпы логистикалық жүйеде жаңа сала – көліктік логистика пайда болды. Бүгінгі таңда көлік логистикасы – бұл тапсырыс берілген тауарларды белгіленген мерзімде ең қолайлы бағыт бойынша және ең аз шығынмен қажетті нүктеге жеткізу қажет.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Аникин, Б.А. Логистика / Б.А. Аникин. – М.: Проспект, 2013. – 406 с.
2. Гаджинский, А. М. Логистика: учебник для высших учебных заведений по направлению подготовки "Экономика" / А. М. Гаджинский. – Москва: Дашков 2013. – 420 с.
3. Курочкин, Д. В. Логистика: [транспортная, закупочная, производственная, распределительная, складирования, информационная]: курс лекций / Д. В. Курочкин. – Минск: ФУАинформ, 2012. – 268 с.

Түйін

Берілген мақалада көлік логистикасын оңтайландыру және басқару қарастырылған. Логистикадағы көлік логистикасын оңтайландыру және басқару мақсаттары, міндеттері мен принциптері анықталды. Сондай-ақ, оңтайландыру мен басқару жалпы үдерісіне ерекше назар аударылады.

Резюме

В данной статье рассматривается оптимизация и управление транспортной логистикой. Определены цели, задачи и принципы оптимизации и управления транспортной логистикой в логистике. Также особое внимание уделяется общему процессу оптимизации и управления.

Summary

This article discusses the optimization and management of transport logistics. The goals, objectives and principles of optimization and management of transport logistics in logistics are defined. Also, special attention is paid to the overall process of optimization and management.

Кужукеева К.М. –
магистр экономических наук,
Мамедова Д.А. – студентка 3 курса специальности
Костанайский государственный университет им. А.Байтурсынова

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В КАЗАХСТАНЕ: ТЕКУЩЕЕ ПОЛОЖЕНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Аннотация

В статье рассматривается текущее положение и перспективы развития электронной коммерции в Казахстане, как одного из базовых элементов информационно-сетевой экономики

Ключевые слова: цифровизация, электронная коммерция, информационные технологии, безналичные платежи

Андатпа

Мақалада Қазақстандағы электрондық коммерцияның ақпараттық-желілік экономиканың базалық элементтерінің бірі ретінде ағымдағы жағдайы мен даму перспективалары қарастырылады.

Кілтi сөздер: цифрландыру, электрондық коммерция, ақпараттық технологиялар, қолма-қол ақшасыз төлемдер.

Summary

The article discusses the current situation and prospects for the development of e-commerce in Kazakhstan, as one of the basic elements of an information network economy.

Key words: digitalization, e-commerce, information technology, non-cash payments.

Идея цифровой трансформации охватывает весь мир. В условиях формирования новой экономики роль информационных технологий и Интернета, становится все более существенной. Их развитие и повсеместное использование в последние годы позволило коренным образом изменить сложившиеся веками технологии проведения коммерческих операций. Широкое использование электронного обмена данными при проведении этих операций вместо традиционного бумажного документооборота, положило начало интенсивному развитию такого явления как электронная коммерция.

Одним из первых авторов, рассмотревших теоретические аспекты данного явления, и давший характеристику электронной коммерции, является американский экономист Дэвид Козье. Он рассматривал электронную коммерцию в качестве электронной торговли. Основой электронной коммерции Козье считает структуру традиционной торговли, уточняя, что использование электронных сетей придает ей гибкость.[1]

Электронная коммерция является сферой экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением данных транзакций.

Эволюция и быстрое улучшение информационных технологий гарантирует скорое формирование электронной коммерции.

Рынок электронной коммерции отличается высокой степенью конкуренции, а в Казахстане имеет следующие особенности:

- разные умения пользователей Интернет в зависимости от возраста, занятости, места проживания;
- невысокий степень доверия к интернет - торговле потребителей, которые имеют соответствующий уровень дохода;
- время и размер покупок зависит от уровня развития региона;
- концентрация интернет - торговли в крупных городах;
- различные возможности доставки по регионам, обусловленные состоянием и

развитием транспортной инфраструктуры;

- отсутствие транспортных компаний, оказывающих услуги не только по перевозке, но и хранение, упаковку, брендинг;

- ограниченность информации о деятельности интернет - магазинов, их истории, достижениях, проблемах.[2]

Казахстан объективно считается страной, имеющей значимые виды для становления и процветания дистанционной торговли. Развитие электронной коммерции в Казахстане связано с тем, что в стране гигантскими темпами увеличивается количество интернет-пользователей за счет того, что государство провело интернет даже в самые отдаленные регионы страны. На текущий момент в стране 73% населения имеют доступ в интернет. Из общей численности населения 17,96 млн. человек, у 13 млн. есть доступ в сеть. [6]

В стране ежегодно возрастает численность покупок совершаемых через Интернет. Ежегодно рынок e-commerce в Казахстане растёт на 30%. За 2017 год количество людей заказывающих товары через Интернет, в Казахстане выросло в 1,8 раза. По данным лидера онлайн-торговли Казахстана Satu.kz, в 2017 году на маркетплейсе казахстанцы купили товаров на 20,144 млрд. тенге, а средний чек одной онлайн-покупки вырос на 19% и составил 34 742 тенге.[3]

Объем рынка электронной коммерции в Казахстане с 2015-2017 гг. значительно увеличился. В 2017 году размер рынка e-commerce в Казахстане составил 260 млрд. тенге (порядка \$805 млн.), прирост составил 33,6 млрд. тенге по сравнению с показателями прошлого года. Объем розничной торговли составил 106,9 млрд. тенге, объем оптовой электронной торговли вырос на 28,7% с 67,7 млрд. тенге в 2016 году до 87,2 млрд. тенге в 2017 году, реализация услуг через интернет сократилась на 12,2% и составила 70,3 млрд. тенге, тогда как в 2016 году была равна 80,2 млрд. тенге. (см. Рисунок 1) [7].

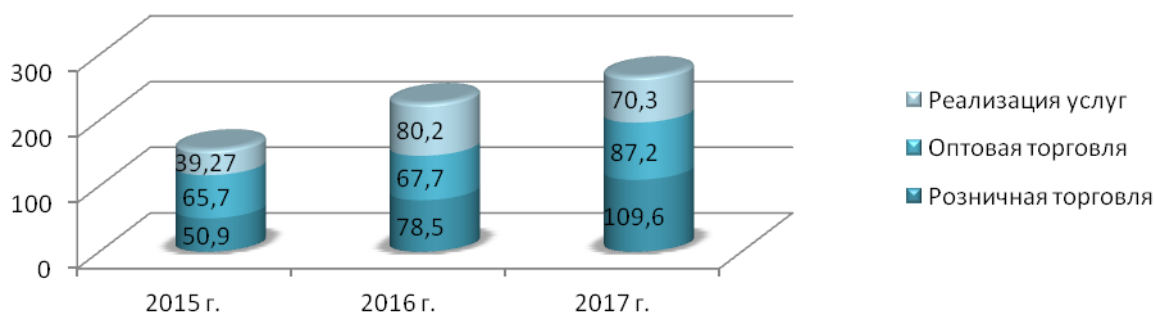


Рисунок 1 – Объем рынка электронной коммерции в РК за 2017 г.

Объем рынка электронной торговли в Казахстане в 2018 году по прогнозам составит около 928 млн. долл. США.

Крупнейшими игроками на рынке в сегменте e-commerce Казахстана являются интернет магазины и торговые площадки, суммарный оборот которых составляет свыше 50% от всего размера рынка e-commerce РК. К таким игрокам относятся: «Air-Astana», «Казахтелеком», «Казахстан Темир Жолы», «Beeline», «K-Cell», «Sulpak», «Планета электроники», «Chokolife.me», «BeSmart.kz», «Ticketon.kz», «MyPay.kz», «OLX.kz», «Satu.kz», «Kaspi.kz», «Wildberries», «Lamoda», «Tickets.kz», «e-government» (государственные услуги). Крупнейшими купонаторами являются «Chokolife.kz», «BeSmart.kz». [4]

На рисунке 2 представлена динамика изменения объема рынка e-commerce Казахстана.

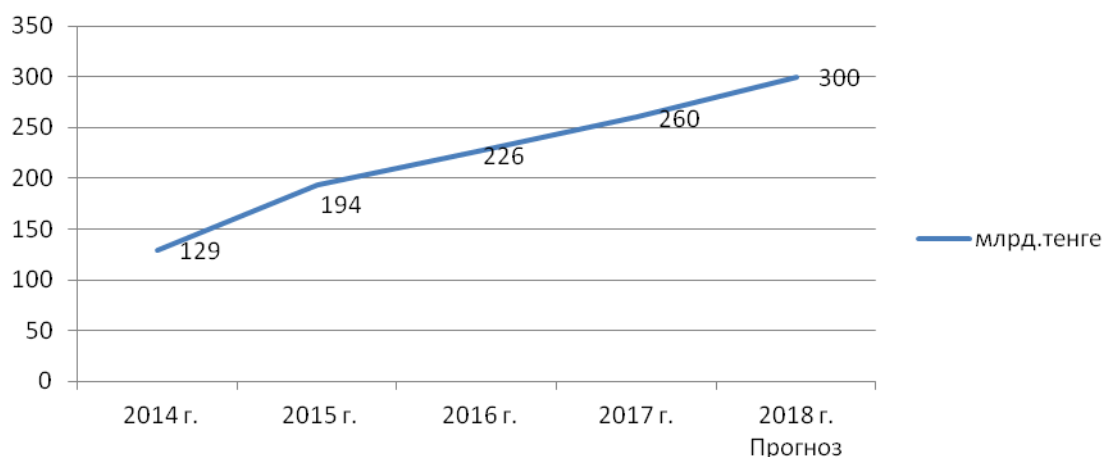


Рисунок 2 – Объем рынка e-commerce Казахстана за 2014-2018 гг.

Как видно из представленного графика, отечественный рынок электронной коммерции развивается быстрыми темпами, ежегодное увеличение в среднем на 30%. Эта тенденция, по оценкам экспертов, будет усиливаться до 2025 года. Необходимо отметить, что главным двигателем роста e-commerce в Казахстане являются опыт США и Китая.

На рисунке 3 представлены категории услуг и товаров, реализуемых через розницу в интернете в Республике Казахстан за 2017 год. [6]

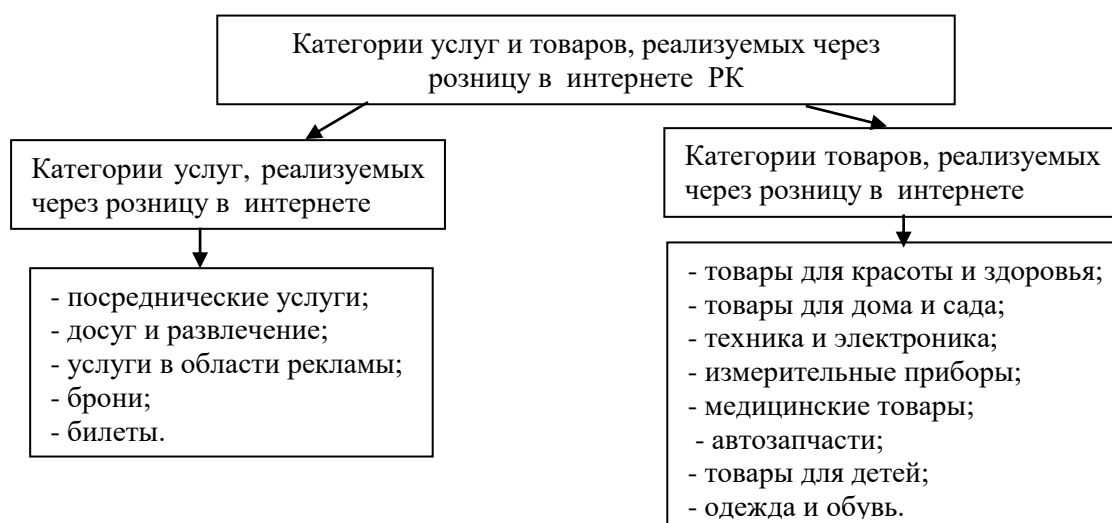


Рисунок 3 – Услуги и товары, реализуемых через розницу в интернете за 2017 г.

Наибольшим спросом среди услуг, реализуемых через розницу в интернете за 2017 год. преобладали продажа билетов, брони, услуги в области рекламы. Наиболее спрашиваемой и покупаемой продукцией через интернет являлись: товары для красоты и здоровья, товары для дома и сада, товары для детей, автозапчасти, медицинские товары.

Согласно статистике, больше всего интернет покупки совершают женщины, что на 8% больше, чем мужчин покупателей. Для поиска различных товаров и покупок в интернете казахстанцы в основном используют смартфоны и около трети покупателей - стационарные компьютеры. В целом, казахстанцы более мобильные, чем покупатели стран СНГ. По данным международных исследований, в Казахстане 70% e-commerce-трафика приходит именно с мобильных устройств, в то время как в Украине это 43%, а в

Беларуси - 35%. [5]

Больше всего покупают в интернете молодые люди в возрасте от 25 до 34 лет. Большинство онлайн покупателей сосредоточены в городе Алматы, что составляет 40%, в столице процент интернет покупателей составляет 20%. В остальных регионах Казахстана процент интернет-покупателей не превышает 5%. (см. Рисунок 4).

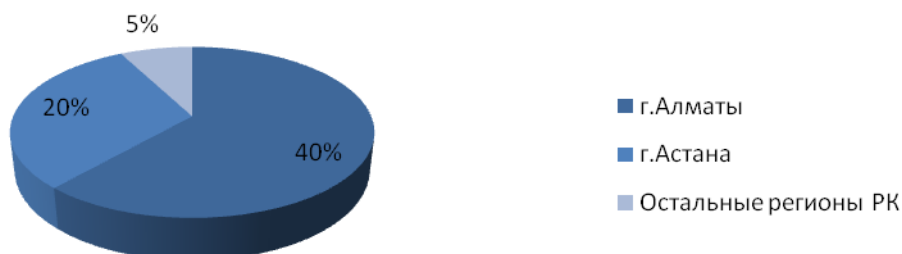


Рисунок 4 – Интернет покупатели по регионам Казахстана

Онлайн-покупателей старшего возраста среди населения Казахстана незначительно. Однако, не смотря на это, первое полугодие 2018 года показало прирост в 35-49% старшей аудитории в возрасте 55-64 года и старше 65 лет. [5]

По оперативным данным, объем рынка электронной торговли за 5 месяцев 2018 года составил 101 млрд. тенге или 2,9 % от общего объема розничного товарооборота, рост в 2 раза. С начала 2018 года зарегистрировано 226 новых субъектов электронной торговли.

На сегодняшний день на рынке работает около 1700 интернет-магазинов, а количество покупателей возросло до 1,5 млн. человек. [2]

Возможности электронной коммерции приносить реальные плоды, в основном зависит от правительственных и финансовых структур. Государство и Национальный банк предпринимают действия для развития электронной торговли в стране.

В целях стимулирования торговли через интернет государство с 1 января 2018 года разработала для предпринимателей налоговые преференции. Предприниматели стали освобождаться от уплаты КПН (для юридических лиц) и ИПН (для индивидуальных предпринимателей). Такие льготы предоставляются тем предпринимателям, которые осуществляют не менее 90% безналичных платежей. В связи с этим, ведется работа по развитию систем наложенного платежа. [2, с.2]

В рамках принятого нового Налогового кодекса определены понятия «интернет-магазин», «интернет-площадка», «электронная торговля товарами».

В соответствии с законодательством АО «Казпочта», являясь организацией, осуществляющей отдельные виды банковских операций, может принимать оплату за товар посредством наложенного платежа, который признается как безналичный расчет за товар. [2]

Для совершенствования логистической инфраструктуры АО «Казпочта» планируется создание e-commerce-центров и фулфилмент-центров в городах Шымкент, Караганда, Актобе. Фулфилмент-центры будут принимать товары, хранить, упаковывать и отправлять потребителю.

Предполагается, что количество обрабатываемых посылок увеличится на 20% с 5,148 млн. до 6 млн., сокращение срока доставки по Казахстану с 15 до 6 дней и до 1 дня по определенным маршрутам экспресс почтой.

Для привлечения более широкого круга участников в электронную торговлю Министерством национальной экономики совместно с Национальным банком и Министерством финансов проработан вопрос применения наложенного платежа

логистическими компаниями. Для этого логистическим компаниям необходимо заключить с банками или организациями, осуществляющими отдельные виды банковских операций, договор в качестве платежных агентов. Одновременно для увеличения доли безналичных платежей предусматривается развитие банковских и небанковских платежных систем.

По данным министерства Республики Казахстан, к 2025 году планируется создание дополнительных 200 тысяч рабочих мест в сфере электронной торговли и в смежных отраслях за счет создания порядка 10 тысяч интернет-магазинов.

В связи с развитием в стране электронной торговли, значительно возрастает спрос на следующие специальности: логистика, продажи и маркетинг, IT поддержка и разработка, консалтинг и развитие. По данным 2018 года в стране уже создано 40 тысяч рабочих мест.

НПП «Атамекен» ведется работа по повышению цифровой грамотности населения и ведется обучение базовым цифровым навыкам через сервисную поддержку ведения бизнеса «Выход бизнеса онлайн».[2]

Специалистами палаты уже предоставлены консультации более 10 тысяч субъектам МСБ, до конца года планируется обучить еще порядка 5 тысяч субъектов МСБ.

Для повышения прав бизнеса в электронной коммерции на базе АО "Казпочта" в Астане был открыт центр электронной коммерции (e-commerce-центры), который оказывает услуги по обучению, сервисному ведению онлайн-торговли и полному циклу создания интернет-магазинов. Подобные центры до конца 2018 года готовятся к открытию в Алматы и Караганде.

В целях полноценного развития электронной торговли ведется работа по обеспечению широкополосного и доступа к интернету в сельских населенных пунктах Республики Казахстан, а также спутниковых технологий.

Для этих целей начата реализация проекта - Строительство волоконно-оптических линий связи в сельских населенных пунктах по схеме государственно-частного партнёрства, что позволит к 2021 году охватить 6 212 сельских населенных пунктов.[2]

Существуют основные направления развития электронной коммерции в Казахстане до 2025 года. На рисунке 5 представлены основные направления развития электронной коммерции в Казахстане до 2025 года.[5]

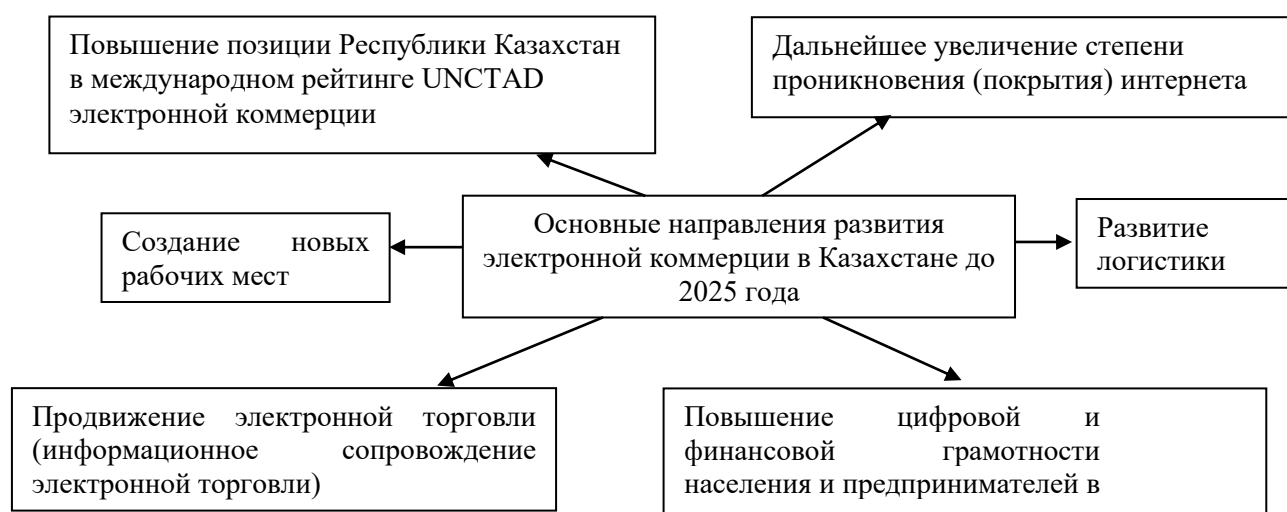


Рисунок 5 – Основные направления развития электронной коммерции в Казахстане до 2025 г.

Росту электронной коммерции в Казахстане способствует:

- рост уровня проникновения интернет;
- повышение доверия людей к покупкам через интернет;
- рост карточных платежей;
- развитие альтернативы картам оплаты;
- развитие логистики и инфраструктуры

Таким образом, быстрые темпы развития информационных компьютерных технологий и увеличение охвата интернетом способствуют развитию новых видов торговли, увеличению товарооборота между странами, созданию новых рабочих мест.

Электронная торговля становится одним из приоритетных направлений развития экономики страны, способствующий развитию безналичных форм расчета, сокращению теневого оборота и имеющий высокий потенциал для интеграции в международную торговлю, а также создаст условия для продвижения отечественных товаров на зарубежный рынок за счет создания специализированных электронных площадок.

Литература:

1. Козье Д. Электронная коммерция. - М.: ИТД «Русская редакция», 1999.
2. Доклад министра национальной экономики Сулейменова Т.М. на заседании Правительства по вопросу развития электронной торговли [Электрон.ресурс]URL: <http://www.zakon.kz/4922446-doklad-ministra-natsionalnoy-ekonomiki.html/>
3. Итоги 2017-го: электронная коммерция в Казахстане [Электрон. ресурс] URL:<https://profit.kz/news/45094/Itogi-2017-go-elektronnaya-kommerciya-v-Kazahstane/>
4. Двадцать пять крупнейших торговых интернет-площадок РК [Электрон. ресурс] URL: https://forbes.kz/leader/25_krupneyshih_torgovyih_internet-ploschadok_1540206970/
5. Электронная коммерция в Казахстане: итоги года и перспективы [Электрон. ресурс] URL:https://forbes.kz/finances/markets/elektronnaya_kommertsiya_v_kazahstane_itogi_goda_i_perspektivy/
6. Проникновение интернета в Центральной Азии: от 19% в Таджикистане до 73% в Казахстане [Электрон. ресурс] URL: <https://digital.report/pronikновение-interneta-v-tsentralnoy-azii-ot-19-v-tadzhikistane-do-73-v-kazahstane/>
7. Казахстанские интернет-магазины заработали более 100 млрд.тенге [Электрон.ресурс] URL: <https://www.lsm.kz/kazahstanskaya-elektronnaya-torgovlya-vyrosla-na-36>

Кулиш Татьяна Владимировна,
доцент кафедры маркетинга
к.э.н., доцент.
Таврический государственный
агротехнологический университет

АЛЬТЕРНАТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ НА РЫНКЕ МОЛОКА И МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ С УЧЕТОМ ФАКТОРОВ МАКРОСРЕДЫ

Решение проблем молочной промышленности с целью обеспечения ее эффективного функционирования для удовлетворения целей производителей, переработчиков, потребителей, повышения уровня конкурентоспособности, как на отечественном, так и на внешнем рынке делают актуальным проведение исследования в данной области. Развитие отраслевого рынка Украины предусматривает исследование влияния факторов, которые обуславливают стабилизацию, и расширение рынков сбыта отечественной продукции в условиях глобализации экономики. Именно исследование

влияния факторов маркетинговой среды на макро- и на микро- уровне должно быть в основе дальнейшей стратегии развития предприятий и прогнозировании их рисков на рынке в условиях углубления евроинтеграции [1].

Вопросам маркетинговых исследований посвящены труды отечественных и зарубежных ученых: А.А. Старостиной, А. С. Бернса, Х. Бойда, Г. Ф. Буша, Р. Вестфула, А.В. Войчак. Исследование рынка молока и молочных продуктов раскрыты в научных трудах ученых: Васильчак С.В., Шубравская А.В., Сокольская Т.В., Тошина Н., Протасова Л.В., Бондаренко В.М., Сидорченко В. Однако, учитывая особенности и тенденции современных изменений в развитии молочной промышленности Украины, вопрос изучения влияния факторов маркетинговой среды на макро- и на микроуровне является предпосылкой эффективного функционирования отрасли и приобретает особую актуальность [2, 3].

Целью исследования является определение альтернатив развития предприятий на рынке молока и молочных продуктов с учетом влияния факторов маркетинговой макросреды на деятельность предприятий.

Предметом исследования является совокупность тенденций, особенностей и направлений влияния факторов макросреды на рынок молока и молочных продуктов.

Объектом исследования является процесс функционирования и развития предприятий на рынке молока и молочной продукции с учетом факторов макросреды.

Для регулирования ситуации на рынке молока и молочных продуктов в Украине было принято ряд законов, регламентирующих производство, реализацию, качество и безопасность молока и молочных продуктов, а именно Законы Украины: «О молоке и молочных продуктах», «Об основных принципах и требованиях к безопасности и качеству пищевых продуктов », «О безопасности и качестве пищевых продуктов и продовольственного сырья», «О государственной поддержке сельского хозяйства Украины» и другие нормативно-правовые акты. Вышеупомянутыми законами гарантируются правовое и организационное обеспечение качества молока и молочных продуктов, государственная поддержка производителей молока, сырья и молочных продуктов. Сейчас государственное регулирование молочной отрасли осуществляется на неудовлетворительном уровне: отсутствует государственная поддержка хозяйств малого и среднего бизнеса, не пересматриваются в сторону увеличения налоговые льготы для сельскохозяйственных предприятий, пытающихся диверсифицировать производство на основе переработки молока [4].

В последние годы производство молока занимает 14-15% в стоимости валовой продукции сельского хозяйства, а молочные продукты - 5-10% - в экспорте сельскохозяйственных и продовольственных товаров. Внутреннее потребление молокопродуктов (в пересчете на молоко) составляет на уровне 10,0-10,4 млн. тонн. В экономической среде возможностями для развития предприятий являются такие факторы, как наличие и уровень товарного дефицита, увеличение розничного товарооборота и доступность ресурсов.

Среди демографических факторов, представляющих угрозу для предприятий, на рынке молока и молочных продуктов главными являются: снижение общего количества населения, высокий уровень смертности и низкий уровень рождаемости. Влияние этих факторов может привести к уменьшению объемов потребления молока. Среди возможностей можно выделить: высокая доля населения в городах в структуре населения, ведь они относятся к основной категории потребителей, увеличение экономически активного населения.

К наиболее существенным социально-культурным факторам на рынке молока и молочной продукции относятся: предпочтения в потреблении молока и молочных продуктов в зависимости от социального класса потребителей; предпочтение приобретения молока и молочных продуктов у населения и на рынке; увеличение людей, которые ведут здоровый образ жизни; привычки потребителя; традиции и культурные

ценности населения.

К природным факторам макросреды относятся: ограниченное количество пастбищ и сенокосов, болезни поголовья КРС, высокая загрязненность окружающей среды, недостаточная кормовая база для поголовья коров. Все эти факторы являются угрозой для рынка и предприятий.

К технико-экологическим факторам маркетинговой среды относят: особые санитарно-гигиенические требования к процессу производства и переработки продукции; требования к качеству и безопасности продукции; условия труда, которые являются опасными для здоровья работников, загрязнение окружающей среды, необходимость специальных транспортных средств для перевозки молока и молочной продукции.

К научно-техническим факторам относятся: наличие новых технологий производства и переработки молока; новые технологии содержания и доения поголовья молочного стада; наличие специализированного оборудования и транспорта по проверке качества молока и его доставки к пунктам переработки; наличие научно разработанных и рекомендованных рационов кормления поголовья молочного стада; наличие высокопроизводительных пород коров.

В результате проведенного маркетингового исследования влияния факторов макросреды на рынок молока и молочных продуктов определили, что наиболее весомыми угрозами для предприятий являются: экономический кризис в стране; присутствие фальсифицированной продукции; сокращение экспорта продукции; снижение платежеспособности населения; нестабильность цен; значительная доля импортной продукции на рынке; высокий уровень конкуренции; высокая себестоимость производства молока в предприятиях и низкая рентабельность отрасли.

Таблица 1. Альтернативы развития предприятий на рынке молока и молочных продуктов

Альтернативы	Слабые стороны	Сильные стороны
1. Территориальное расширение рынков сбыта продукции, поиск новых каналов распределения	Незначительные дополнительные расходы, проведение исследования по выгодным каналам сбыта наличие необходимого специализированного транспорта для перевозки продукции	Новые рынки сбыта, увеличение количества потенциальных потребителей, повышение прибыльности предприятия
2. Внедрение новых способов реализации молока (молокоматы, фирменные магазины)	Дополнительные затраты на приобретение оборудования, аренду помещения, подготовку квалификационного персонала	Увеличение количества потребителей, охват нового сегмента потребителей, высокая цена реализации, что будет способствовать повышению прибыльности предприятий
3. Налаживание системы сбыта продукции с HoReCa	Необходимость специализированного транспорта, расходы на доставку продукции	Надежный, стабильный рынок сбыта, высокие закупочные цены, возможность рекламирования продукции на взаимовыгодных условиях с
4. Расширение ассортимента продукции	Дополнительные расходы, поиск надежных партнеров, при необходимости расходы на доставку	Увеличение количества покупателей и доли предприятия на рынке, повышение прибыльности и конкурентоспособности предприятия
5. Налаживание стабильной системы сбыта продукции в государственных учреждениях	Не высокая цена реализации, расходы на доставку молока и молочных продуктов	Надежный, стабильный рынок сбыта

Наиболее значительные факторы рыночных возможностей: уменьшение импорта молока, инвестиционная привлекательность отрасли, Закон Украины «О молоке и молочных продуктах», Закон Украины «О безопасности и качестве пищевых продуктов», постоянный спрос на молочную продукцию, наличие новых технологий производства и переработки молока.

Основными путями реализации возможностей и минимизации угроз макросреды являются: осуществление финансовой поддержки предприятий через механизм кредитования с минимальными процентными ставками; лизинговых операций для реконструкции и модернизации производства; поиск путей снижения налогов; снижение себестоимости продукции и представление потребителям продукции по доступным ценам соответствующего качества; увеличение объема производства молока на отечественных предприятиях; расширение ассортимента продукции; повышение ее качества; выход на новые рынки сбыта; развитие рекламной кампании перерабатывающих предприятий.

В результате анализа сильных и слабых сторон выявленных альтернатив, определили основные направления реализации стратегии развития предприятия на рынке молока и молочных продуктов:

- территориальное расширение рынков сбыта продукции, поиск новых каналов распределения;
- внедрение новых способов реализации молока и молочных продуктов;
- налаживание системы сбыта молока и молочных продуктов с HoReCa;
- расширение ассортимента продукции;
- налаживание стабильной системы сбыта молока и молочных продуктов в государственных учреждениях.

Таким образом, реализация предложенных альтернатив по развитию предприятий на рынке молока являются целесообразными, что будет способствовать повышению эффективности их деятельности и укрепит конкурентные позиции на рынке.

Список китературы

1. Легеза Д. Г. Влияние маркетинговых факторов на конкурентоспособность предприятий Украины / Д. Г. легеза // Вестник Кыргызского Национального университета им. Ж. Баоасагина / КНУ им. Ж. Баоасагина. - Бишкек, 2015. - № 6. - С. 115-127.
2. Войчак А.В. Маркетинговые исследования. Учебник./ А.В. Войчак, А.В. Федорченко — К. : КНЭУ, 2007. — 408 с.
3. Старостина А.А. Маркетинговые исследования национальных и международных рынков: Учебник / А.О Старостина. - М.: ООО «Лазарит-Полиграф», 2012 - 480 с.
4. Legeza D. Management of competitiveness of dairy enterprises [Текст] / D. Legeza – Сборник научных трудов ТГАТУ (экономические науки). – Мелитополь, 2014. – № 3(27).– С. 5-12.

Аннотация

В статье рассмотрено влияние макро-факторов на рынок молока и молочных продуктов. Выявлены основные факторы, препятствующие развитию предприятий молочной промышленности в Украине. Определены возможности макросреды для развития предприятий на рынке молока и молочных продуктов. Результаты исследований позволили выявить перспективы развития предприятий на рынке молока и молочной продукции.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, рынок молока и молочных продуктов; макросреда; экономические факторы, политические и правовые факторы, альтернативы, развитие.

Summary.

The article discusses the influence of macro-factors on the dairy market. The main factors hindering the development of dairy enterprises in Ukraine are identified. The possibilities of the macro environment for the enterprises development in the dairy market are determined. The research results revealed the prospects for the enterprises development in the dairy market.

Keywords: *marketing research, milk and dairy products market; macro environment; economic factors, political and legal factors, alternatives, development.*

Курмангалиева А.К., доцент, к.э.н.,
Жунусова Д.К., студентка.
КГУ им. А. Байтурсынова

ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ РИСКАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Инвестиционный риск - вероятность отклонения величины фактического инвестиционного дохода от величины ожидаемого. Любая коммерческая организация в своей деятельности должна учитывать возможность появления инвестиционного риска и предусматривать меры по его снижению или недопущению вообще [1].

Основными характеристиками инвестиционных рисков предприятия являются следующие:

- динамизм – риски возрастают с увеличением временного горизонта инвестиций;
- они присущи предприятию (инвестиционному проекту) и неотделимы от него;
- риски имеют свою цену, которая определяется процентной ставкой, выражающей допущенный риск в обмен на соответствующий доход в виде полученного приращения капитала;
- инвестиционные риски являются составными, т.е. состоят из совокупности простых рисков, которая определяется целями инвестирования;
- риски определяют доходность вложений, поскольку влияют на величину денежных потоков, а также на изменение стоимости денежной единицы во времени.

Инвестиционный риск как объект управления является сложным с точки зрения составляющих его возникновения и с позиции осуществления управляющего воздействия. При осуществлении «традиционного» управления любой экономической системой управляющее воздействие приходится непосредственно на объект управления, а при управлении инвестиционным риском воздействие производится на экономическую систему, чаще всего – конкретную подсистему, «порождающую» данный риск, с целью воздействия на риск [2].

В настоящее время в соответствии с рекомендациями ЮНИДО (Организации Объединенных Наций по промышленному развитию) в зарубежной практике применяются следующие показатели оценки эффективности инновационной и инвестиционной деятельности [3]:

- Чистый дисконтированный доход инноваций выражает превышение интегральных результатов над интегральными затратами за соответствующий период. В формуле ЧДД:Т - горизонт расчета, равный номеру шага расчета, на котором производится ликвидация объекта; R_t - результаты, достигнутые на t-ом шаге расчета; Z_t - затраты, осуществляемые на этом шаге; r - норма дисконта.

- Метод расчета чистого приведенного эффекта (NPV - net present value, именуется так же-чистая современная стоимость потока платежей) основан на сопоставлении объема исходных инвестиций (IC) с общей суммой дисконтированных

чистых поступлений (PV), порождаемых этими инвестициями в течении прогнозируемого срока действий инвестиционного проекта. Где P_1, P_2, P_k генерируемые годовые доходы от инвестиций в течении $k=1,2,\dots,n,\dots,N$ лет.

- Внутренняя норма доходности (IRR - internal rate of return) определяет такую норму дисконта, при которой величина приведенных эффектов равна величине приведенных капиталовложений. Под внутренней нормой доходности понимают процентную ставку, при которой чистая современная стоимость потока платежей равна нулю. IRR - находится из вышеуказанной формулы каким - либо итерационным методом.

Рассмотрим анализ инвестиционного проекта предприятия на основе методов анализа рисков. Анализ инвестиционных рисков можно реализовать, как с помощью специальных программных пакетов (project Expert, «Альт-Инвест»), так и программы Excel.

Имитационное моделирование в инвестиционном проектировании используется в условиях неопределённости и риска. Данный метод особенно удобен для практического применения тем, что удачно сочетается с другими экономико-статистическими методами, а также с теорией игр и другими методами исследования операций. Практическое применение имитационного моделирования показывает, что зачастую этот метод даёт более оптимистичные оценки, чем другие методы, например анализ сценариев, что, очевидно обусловлено перебором промежуточных вариантов.

Поэтому перспективными для практического использования являются методы сценарного анализа и имитационного моделирования, которые могут быть дополнены или интегрированы в другие методики.

Экономический эффект от аренды помещений заключается в получении дополнительных доходов от пустующих складов. Для этого решено было дополнительно оснастить склады специальным оборудованием.

В общем же случае для определения ключевых параметров проекта можно использовать анализ чувствительности, в качестве оптимального инструмента для этого рекомендуется применять соответствующий модуль анализа программных пакетов «Project Expert» и «Альт-Инвест», которые обеспечивают возможность быстрого пересчёта по всем факторам. Хотя в большинстве случаев ключевые факторы проекта известны из предыдущего опыта, либо установлены по результатам маркетингового исследования, а анализ чувствительности необходим лишь для количественного определения степени влияния этого фактора.

Риск-анализ данного проекта был выполнен двумя способами:

- имитационное моделирование методом Монте-Карло;
- анализ сценариев.

Моделируя значение NPV в зависимости от ключевых факторов были получены значения NPV по трём опорным вариантам развития событий (оптимистичный, пессимистичный, реалистичный). Методом экспертных оценок были определены также вероятности реализации этих вариантов. Полученные результаты использовались как исходные данные для имитационного моделирования, таблица 1.

Таблица 1- Исходные условия эксперимента, тыс. тенге

	NPV	Вероятность
Минимум	9634	0,05
Вероятное	14790	0,9
Максимум	43163	0,05

На основе исходных данных проведем имитацию используя функцию «Генерация случайных чисел» табличного процессора Excel, (см. Рисунок 1). Для осуществления

имитации используем нормальное распределение, так как практика риск-анализа показала, что именно оно встречается в подавляющем большинстве случаев.

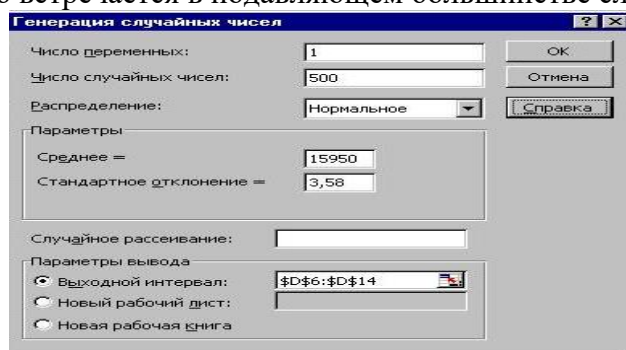


Рисунок 1 - Имитация с использованием генерации случайных чисел

Количество имитаций может быть сколь угодно большим и определяется требуемой точностью анализа. В данном случае ограничимся 500 имитациями, которые занесем в таблицу 2.

Таблица 2 - Результаты показателя чистой приведенной стоимости (прибыли) с использованием имитационного моделирования методом Монте-Карло, тыс. тенге

№ число имитаций	1	2	3	4	5	И т.д. 500 имитаций
NPV	15940,15	15951,42	15947,79	15953,94	15951,61	15953,20

Имитационное моделирование показало следующие результаты:

1. Среднее значение NPV составляет 15950,79 тыс. тенге.
2. Минимальное значение NPV составляет 15940,15 тыс. тенге.
3. Максимальное значение NPV составляет 15962,98 тыс. тенге.
4. Коэффициент вариации NPV равен 12%
5. Число случаев $NPV < 0$ – нет.
6. Вероятность того, что NPV будет меньше нуля равна нулю.
7. Вероятность того, что NPV будет больше максимума также равна нулю.
8. Вероятность того, что NPV будет находится в интервале $[M(E) + s; \max]$ равна 16%.
9. Вероятность того, что NPV будет находится в интервале $[M(E) - s; M(E)]$ равна 34%.

На основе полученных в результате имитации данных, используя стандартные функции MS Excel проводим экономико-статистический анализ, в соответствии с рисунком 2.

Имитационное моделирование		NPV
5	Среднее значение	15950,79
6	Стандартное отклонение	3,58
7	Коэффициент вариации	0,12
8	Минимум	15940,15
9	Максимум	15962,98
10	Число случаев $NPV < 0$	
11	$P(E \leq 0)$	0,00
12	$P(E \leq \text{МИН}(E))$	0,00
13	$P(E > \text{МАКС}(E))$	0,00
14	$P(M(E) + \sigma \leq E \leq \max)$	0,16
15	$P(M(E) - \sigma \leq E \leq M(E))$	0,34

Рисунок 2-Экономико-статистический анализ результатов имитации

Оценим риск данного инвестиционного проекта. Для расчёта цены риска в данном случае используем показатель среднеквадратического отклонения - s , и матожидания – M (NPV). В соответствии с правилом «трёх сигм», значение случайной величины, в данном случае – NPV, с вероятностью близкой 1 находится в интервале $[M-3s; M+3s]$.

В экономическом контексте это правило можно истолковать следующим образом:
-вероятность получить NPV проекта в интервале [15950,79-3,58; 15950,79 +3,58] равна 68%;

-вероятность получить NPV проекта в интервале [15950,79-7,16; 15950,79 +7,16] равна 94%;

-вероятность получить NPV проекта в интервале [15950,79-10,74 ; 15950,79 +10,74] близка к единице, т.е. вероятность того, что значение NPV проекта будет ниже 15940,05 тыс. тенге. (15950,79-10,74) стремится к нулю.

Таким образом, суммарная величина возможных потерь характеризующих данный инвестиционный проект, составляет 10,74 тыс. тенге (что позволяет говорить о высокой степени надёжности проекта).

Иначе говоря, цена риска данного инвестиционного проекта составляет 10,74 тыс. тенге условных потерь, т.е. принятие данного инвестиционного проекта влечёт за собой возможность потерь в размере не более 10,74 тыс. тенге.

Тактическое управление инвестиционными рисками как подсистема инвестиционного менеджмента должно обеспечивать такой чистый денежный поток, который способен сформировать фиксированное финансирование инвестиционного производства и обеспечение достаточных объемов прибыли. Поэтому относительно тактической цели управления инвестиционными рисками целесообразно выделить следующие виды решений:

- своевременное привлечение инвестиционных ресурсов соответствующих по качеству и количеству требованиям проекта;

- рациональное размещение и комбинирование инвестиционных ресурсов» [3].

Целью управления инвестиционным риском является снижение потерь, связанных с данным риском до минимума. Для снижения степени риска применяются различные приемы. Наиболее распространенными являются: диверсификация; приобретение дополнительной информации о выборе и результатах; бюджетирование; страхование; хеджирование;

- приобретение контроля над деятельностью в связанных областях;

- учет и оценка доли использования специфических фондов компании в ее общих фондах и др.

Мы предлагаем использовать диверсификацию для уменьшения инвестиционных рисков. Этот метод представляет собой процесс распределения капитала между различными объектами вложения, которые непосредственно не связаны между собой. Диверсификация позволяет избежать части риска при распределении капитала между разнообразными видами деятельности.

Список использованных источников

1 Беренс В., Хавранек П.М. Руководство по оценке эффективности инвестиций. - М: Интерэксперт, 2005.

2 Алимбаев А. А., Ахметов С. Н., Жунусов К. М. Формирование и развитие информационных систем управления в промышленности Казахстана: концепция комплексного реинжиниринга. – Караганда: ТОО «Арко», 2001.

3 Крылов Э.И., Журавкова И.В. Анализ эффективности инвестиционной и инновационной деятельности предприятия.- М.: Финансы и статистика, 2003.

Аннотация

В статье рассматривается формирование эффективной системы управления инвестиционными рисками на предприятии и внедрение антикризисной системы управления.

Түйін

Бұл мақалада кәсіпорында инвестициялық тәуекелдерді басқарудың тиімді жүйесін қалыптастыру мен дағдарысқа қарсы басқару жүйесін енгізу қарастырылады.

Annotation

The article deals with the formation of an effective system of investment risk management in the enterprise and the introduction of anti-crisis management system.

Понятие и сущность карьеры, ее содержание и типы

В настоящее время карьера занимает всё более важное значение в жизни большого количества людей и организаций. Карьерное продвижение позволяет человеку раскрывать свой интеллектуальный потенциал, более эффективно использовать свои навыки и умения. Кроме того, безусловно, дает возможность удовлетворить более широкий круг материальных потребностей.

Для организаций предоставление возможностей карьерного роста своим сотрудникам также имеет большое значение. Перспектива продвижения по службе является важным мотивирующим фактором для многих работников и в первую очередь для руководителей среднего звена. Наличие такой перспективы заставляет работников более ответственно подходить к поставленным задачам, а руководителей повышать эффективность работы своих подразделений[1].

При этом, продвижение по карьерной лестнице у разных работников происходит с разной скоростью и с применением разных методов. Для некоторых работников продвижение по службе не является одной из главных целей трудовой деятельности. Для других, напротив, построение успешной карьеры является прерогативой. Такие работники используют различные методы для успешного карьерного роста, совокупность которых можно объединить в определенную стратегию, характерную для каждого отдельного индивида.

Карьера – успешное продвижение вперед в той или иной области (общественной, служебной, научной, профессиональной) деятельности.

Выбор карьеры является одним из наиболее важных решений, которое человек принимает в своей жизни, так как достижения человека в той или иной сфере деятельности зависят от соответствия между его личностью и характером его работы, а также от совмещения личных ожиданий в области личной карьеры с возможностями организации.

В широком понимании карьера – профессиональное продвижение, профессиональный рост, этапы восхождения служащего к профессионализму. Результатом карьеры является высокий профессионализм государственного служащего, достижение признанного профессионального статуса. Критерии профессионализма могут меняться в течение трудовой деятельности человека.

В узком понимании карьера – должностное продвижение, достижение определенного социального статуса в профессиональной деятельности, занятие определенной должности. В данном случае карьера – сознательно выбранный и реализуемый служащим путь должностного продвижения, стремление к намеченному статусу (социальному, должностному, квалификационному), что обеспечивает профессиональное и социальное самоутверждение служащего в соответствии с уровнем его квалификации. Сущностной составляющей понятия карьеры является продвижение, то есть движение вперед. В этом отношении карьера – процесс, определяемый как прохождение, последовательность состояний системы.[2]

Такое понимание карьеры ориентирует на соответствующий методологический подход к ее исследованию. В его основе лежит тенденция современной науки изучать события, а не вещи, процессы, а не состояния. Общество и его компоненты рассматриваются, как процессы, а не как статичное состояние, как непрерывный бесконечный поток событий. Человек включен в этот поток и вынужден непрерывно двигаться в нем, приспосабливаться к нему, преодолевать отклоняющиеся его течения,

собственное изменение в этом процессе и изменение его составляющих. Чем стремительнее общее движение, тем опаснее замедление.

Отсюда понимание карьеры, как активного продвижения человека в освоении и совершенствовании способа жизнедеятельности, обеспечивающего его устойчивость в потоке социальной жизни. С этих позиций определяется подход к моделированию карьерного процесса и основы стратегического управления карьерой. Карьера – это процесс движения по пути овладения некими ценностями, благами, признанными в обществе или организации. Таковыми являются:

- должностные ступени, уровни иерархии;
- ступени квалификационной лестницы и связанные с ней разряды, дифференцирующие навыки и знания людей по уровню мастерства;
- статусные ранги, отражающие величину вклада работника в развитие организации (выслуга лет, рациональные предложения и т.д.), его положение в коллективе;
- ступени власти как степени влияния в организации (участие при принятии важных решений, близость к руководству);
- уровни материального вознаграждения, дохода (уровень зарплаты и разнообразие социальных льгот)[3].

Таким образом, карьера – это процесс профессионального роста человека, роста его влияния, авторитета, статуса в среде, выраженный в его продвижении по ступеням иерархии, квалификационной лестницы, вознаграждения, престижа.

Сложность карьеры определяется обусловленностью ее множеством факторов, прежде всего связанных с особенностями личности работника, делающего карьеру, и среды, в которой развивается карьера (далее – карьерная среда), а так же особенностями и уровнем развития общества, в котором действуют человек и организация. Для более полного изучения, понимания и овладения механизмами воздействия на характер карьеры необходимо учитывать как сложные связи образующих элементов, так и сложность и особенности самих этих элементов.

Комплексность карьеры предполагает необходимость рассмотрения ее с различных сторон, использования при ее исследовании различных подходов.

Многоаспектность карьеры выражается в ее наполненности различными составляющими. Карьера комбинирует в себе такие направления деятельности как совершенствование уровня профессионального, личностного, общего культурного развития, мероприятия по самопрезентации, саморекламе, формированию, укреплению и поддержанию необходимых связей, способствующих тому, чтобы реальный внутренний рост был замечен, по праву оценен в среде служащего, и отражен в форме внешнего роста (повышения по службе, оплаты труда). Полноценное развитие карьеры невозможно без содействия карьерной среды, направленных на обеспечение необходимых условий для роста и реализации растущего потенциала личности.

Карьера – динамическое явление, постоянно изменяющийся и развивающийся процесс и рассматривать его надо как последовательность стадий во времени.[4]

Таким образом, по мере развития и появления у человеческого общества такого явления, как «карьера», четко обнаруживаются и прослеживаются следующие исторические тенденции:

- карьера охватывает все более широкую сферу деятельности человека;
- наблюдается тенденция перемещения от наследуемого статуса к статусу, который приобретается;
- расширяются возможности «карьеризма»;
- прослеживается тесная взаимосвязь развития карьеры с развитием и расширением системы потребностей, мотивов и интересов личности.[5]

Таким образом, карьера основывается на системе мотивов человеческой деятельности и согласовывается с интересами общества. Поэтому, рассматривая карьеру

как объект управления, необходимо учитывать тесную взаимосвязь карьеры и мотивации.

Список литературы:

1. Апон, М.Е. Профессиональная карьера как инструмент повышения качества человеческих ресурсов / М. Е. Апон // Проблемы качества человеческих ресурсов системы государственной службы на современном этапе. - СПб. : Изд-во СЗАГС, 2009. - С. 15- 21.

2. [Одегов, Ю. Г.](#) Управление персоналом: Оценка эффективности : Учебное пособие для вузов / [Ю. Г. Одегов](#), [Л. В. Карташова](#), [Рос. экон. акад. им. Г.В. Плеханова \(РЭА\)](#) . – М. : Экзамен, 2004 . – 256 с. - ISBN 5-946921-54-1 .

3. Аширов Д.А., Егоров А.С. Управление карьерой в организации/ Аширов Д.А., Егоров А.С. Москва 2003.- С.46.

4. Лачугина Ю. Н. Карьера сотрудника в организации : методические указания к проведению занятий по дисциплине «Управление персоналом». Ульяновск: УлГТУ, 2010. - 74 с.

5. Поляков В. А. Технология карьеры: практическое руководство М.: Дело Лтд, 2004. - 60 с.

Резюме

Понятие «карьера» возникло с момента появления класса профессиональных менеджеров, который стал формироваться не только из привилегированных слоев общества. Карьера основывается на системе мотивов человеческой деятельности, поэтому, рассматривая карьеру как объект управления, необходимо учитывать тесную взаимосвязь карьеры и мотивации.

Түйін

"Мансап" ұғымы кәсіби менеджерлер класы пайда болған сәттен бастап пайда болды, ол қоғамның артықшылықты топтарынан гана емес, қалыптасқан. Мансап адам қызметінің мотиві жүйесіне негізделеді, сондықтан мансапты басқару объектісі ретінде қарастыра отырып, мансап пен мотивацияның тығыз өзара байланысын ескеру қажет.

Summary

The concept of "career" arose from the moment of the emergence of the class of professional managers, which was formed not only from the privileged strata of society. Career is based on the system of motives of human activity, therefore, considering a career as an object of management, it is necessary to take into account the close relationship of career and motivation.

Д.Б. Кубанова
С.Бәйішев ат. Ақтөбе университеті,
аға оқытушы, магистр
З.Умирханқызы
С.Бәйішев ат. Ақтөбе университеті,
Мемлекеттік және жергілікті басқару
мамандығының 1 курс магистранты

МЕМЛЕКЕТТІ БАСҚАРУ ЖӨНІНДЕГІ ҚЫЗМЕТТІҢ ӘЛЕУМЕТТІК- ЭКОНОМИКАЛЫҚ ТИІМДІЛІК МӘСЕЛЕСІ

Аннотация

Бұл мақалада мемлекеттік басқарудың тиімділік мәселесі қазіргі кездегі ғылым мен тәжірибенің басты назарындағы мәселелердің бірі болғандығы айтылған.

Кілт сөздер: қызмет тиімділігі, қоғам, саясаткер, мемлекет

«Қызмет тиімділігі» түсінігі мемлекеттік басқару теориясында жеткілікті деңгейде қаралмаған және іс жүзінде толыққанды қолданылмаған ұғымдардың біріне жатады. Ал жалпы қоғамның, әрбір басқарушының, басқарылатындардың басқаруға және оның шешімдерін жүзеге асыруға жұмсалған шығындардың қандай нәтиже бергенін білуі қажет. Сондықтан басқару тиімділігі жайлы толық ақпаратқа ие болмай және оны өлшеуге ұмтылыс жасамай басқаруды бақылау мен оны жетілдіру жолдарын анықтау мүмкін емес. Көптеген деректер осындай жағдайдың жетілмеген, жүзеге аспаған мемлекеттік басқарудың басты себебі болып табылатындығын дәлелдейді. Саясаткерлер барлық игіліктерге қол жеткіземіз десе де, көбіне мақсаттар мен жоспарлар орындалмай қалады, күш-жігер орынсыз жұмсалып, маңызды қоғамдық және жеке құндылықтарға қол жетпей жатады. Сондықтан басқару тиімділігінің мәселесі аса маңызды, мемлекеттік басқарудың объективтілігімен тікелей байланысты.

Жалпы тиімділік екі жағдайда: біріншіден, қол жеткен нәтиже мен шыққан шығындар арасындағы айырмашылық «оң» сальдоны, яғни адам еңбегінің әкелген пайдасын көрсеткенде, екіншіден, осы айырмашылық қоғамның, адамдардың нақты қажеттіліктерін қанағаттандыруға қабілетті болған кезде көрініс табады. Кез келген қызметтің нәтижесінде рухани және материалдық өнімнің өсуі болмаса, әлеуметтік жағдай жақсармаса, онда ол қызмет түрі тиімді деп саналмайды. Сонымен бірге өнімнің өсуіне қол жеткізілген, бірақ ол адамдардың мұқтаждықтарына, олардың мәселелерін шешуге қолданылмаған жағдайда да тиімділік жоқ есептеледі.

Әр түрлі мемлекеттік органдар және жергілікті өзін-өзі басқару органдары көптеген объект түрлерін басқарады және олардың әрқайсысының басқару тиімділігі де әрқилы болады. Мысалы, қандай да бір басқарылатын объект белгілі бір өнім өндірген немесе әлеуметтік қызмет көрсеткен кезде туындайтын өндірістік тиімділік. Басқарылатын объектілердің қызметінің нәтижесінде көрініс табатын басқарудың мұндай тиімділігі өндірілген өнім мен оны өндіруге кеткен шығындар арасындағы арақатынасты білдіреді. Ол басқарылатын объект шеңберінде еңбекті ұйымдастырумен байланысты, технологиялық сипатқа ие және нормативтік-құндық шығын көрсеткіштері бойынша өлшенеді.

Нарықтық экономикасы дамыған елдерде өнімді өндіру жеткіліксіз, оны айналым кезеңіне (бөлу және айырбастау) өткізіп, сатып алушыларға сату қажет. Көптеген өндірушілер үшін ұдайы өндірістік кезең сауда - саттық әрекетін жасаумен аяқталады. Осы кезде өнім тұтынушыға жетіп, басқару тиімділігінің екінші түрі - экономикалық тиімділік туындайды. Экономикалық тиімділіктің өндірістік тиімділікке қарағанда көпқырлы және терең мағынасы бар. Ең бастысы ол қоғамдағы қандай да бір өнімге деген қажеттілікті білдіреді, сұраныс пен ұсыныс арақатынасын сипаттайды, өндірушіге

ұдайы өндірістік процестің барлық кезеңдерін анықтап, белгілейді. Өндіруші өндірілген өнім үшін нақты ақысын алады, ал бұл жаңа және ұлғаймалы өндірісті бастауға мүмкіндік беретін шығындалған ресурстарды қайтаруға және табыс табуға жағдай жасайды. Осындай тура және кері байланыс салдарынан экономика өзіне қажетті серпінділікке және өзін-өзі басқаруға ие болады. Нарықтық экономикадағы барлық өндірушілердің негізгі мақсаты экономикалық тиімділікке қол жеткізу және басқару субъектілерінің, оның ішінде мемлекеттік басқару субъектілерінің де күш-қайраты осыған бағытталған. Экономикалық тиімділіктің басқарылатын объектілердегі және басқарушы кіші жүйелердегі басқару тиімділігін талдау мен бағалау үшін маңызы зор. Оның шындыққа жанасуы өндіруші-монополистер, бағаны жасанды түрде котеру, нақты экономикалық процестерге тән тағы басқа құбылыстар орын алатын нарықтық экономиканың оңтайлылығымен байланысты. Сондықтан мемлекет экономикалық іс-әрекеттің ұтымды ережелерін жасап қоймай, басқарудың экономикалық тиімділігін анықтау арқылы олардың орындалуын бақылап отыруы қажет.

Қоғам үшін өндіріс, бөлу және айырбас кезеңдерімен қатар экономикалық, әлеуметтік көрсеткіштері бар тұтығу кезеңінің де маңызы зор. Өнімді алу жеткіліксіз, оны тиісті қажеттіліктерді қанағаттандыру үшін қолдану керек. Өнім кейде сапасыз болуы, істен төз шығуы, үлкен шығындарды қажет етуі мүмкін. Кейде қымбат өнімнің өзі өзіне барабар қажеттілікті қанағаттандыра алмайды. Нәтижелі тұтыну ұғымы өндіріс құралдарын пайдалану деңгейін сипаттайды. Өсім беретін, еңбек өнімділігін арттыратын, ұлттық табысты құрайтын осы нәтижелі тұтыну. Сондықтан тұтыну кезеңінде өнімнің қоғамға, адамдарға қандай пайда әкелетінін білген жөн. Оны біз басқару тиімділігінің үшінші түрі - әлеуметтік тиімділікті қарастыру барысында анықтай аламыз.

Әлеуметтік тиімділік - бұл қоғамның қандай да бір өнімді қолдану немесе нақты жұмыс түрін атқару барысында, сонымен қатар тиісті материалдық, әлеуметтік және рухани құндылықтарды пайдалануда жалпы оң нәтижелерге қол жеткізуі. Егер оны «өндіріс-бөлу-айырбас-тұтыну» жүйесіне қолданатын болсақ, ол тек өндіріс кезеңінде ғана емес, басқа да кезеңдерде орын алып, жүйе үшін ортақ болып, жалпы оның жағдайын сипаттайды.

Әлеуметтік тиімділік Кез келген еңбектің маңыздылығын, ұтымдылығын және тиімділігін көрсетеді. Егер өнімге кеткен шикізаттық, энергетикалық және басқа да материалдық шығындарды «шегеріп тастасақ», онда адамдардың еңбегі және таланты, білімі мен тәжірибесі, біліктілігі мен ар-ұяты толығымен әлеуметтік тиімділікте көрініс табады. Әлеуметтік тиімділіктің көлемі қоғамдық құрылымдар мен реттеуіштердің ұтымдылығын сипаттайды. Егер экономикалық немесе өндірістік тиімділікке табиғатқа және қоғамдық өмірдің басқа жағдайлары мен факторларына (әлеуметтік инфрақұрылымға, адамдардың денсаулығына және т.б.) зиян келтіру есебінен қол жеткізілсе, онда мұндай жағдайларды әлеуметтік тиімділік деп айта алмаймыз. Сонымен қатар тапқан табыстарға сай келмейтін қорларды қолдану арқылы уақытша, қысқа мерзімді қол жеткізген жетістіктер әлеуметтік тиімділікті білдірмейді.

Әлеуметтік тиімділік жоғары сапа мен қазіргі заманғы техникo-технологиялық көрсеткіштерге негізделген. Онда ғылыми-техникалық революцияның жетіктіктері толық көрініс табады.

«Мемлекеттік басқарудың тиімділігінің» түсінігін анықтағаннан кейін тиімділік өлшемдерін қарастырған жөн. Тиімділік өлшемдері басқарудың көрініс табуының белгілерін, қырларын, әр түрлі жақтарын білдіреді. Оларды талдау арқылы басқару деңгейі және сапасы, оның қоғамның қажеттіліктері мен мүдделеріне сәйкес келуі анықталады.

Жүйенің, яғни мемлекеттік басқарудың субъектілері мен басқарушы объектілерінің жиынтығының, атқарған қызметінің нәтижесін көрсететін мемлекеттік басқарудың жалпы әлеуметтік тиімділігінің өлшемдері (критерилері) құрайды. Мұндай өлшемдер бір жағынан, қоғамдық дамудың (жалпыұлттық, аймақтық) қажеттіліктерімен,

мүдделерімен және мақсаттарымен объективті түрде байланысты, ал екінші жағынан, толғағы жеткен қажеттіліктердің, мүдделер және мақсаттардың мемлекеттік басқару арқылы қанағаттандырылатын шамасын көруге және бағалауға мүмкіндік береді. Осылардың негізінде мемлекеттік басқарудың қоғамның серпінділігі мен үйлесімділігін қамтамасыз етуге қаншылықты дайын екендігін анықтауға болады.

Мемлекеттік басқару қоғамдық, ұжымдық және жеке қажеттіліктердің, мүдделер мен мақсаттардың дамуын үнемі және объективті түрде зерттеуі, бағалауы және талдауы, сонымен бірге оларды жүзеге асырудың ұтымды формаларын, ресурстары мен құралдарын табуы қажет. Мемлекеттік басқарудың тиімділігі мен ұтымдылығы тұрғысынан алғанда қажеттіліктер мен олардың негізінде туындайтын мәселелердің қоғамдық ресурстарды ұтымды қолдану арқылы, тұрақты да сенімді түрде дер кезінде және толығымен қанағаттандырылуы және шешілуі өте маңызды.

Басқарудың жалпы әлеуметтік тиімділігінің өлшемдеріне (критерийлеріне) келесілерді жатқызуға болады:

а) өзінің сәйкес түрлері бойынша әлемдік параметрлермен салыстырылатын еңбек өнімділігінің деңгейі;

ә) БҰҰ-ң әдістемесі бойынша есептелетін ұлттық байлықтың қарқыны мен ауқымы;

б) жан басына шаққандағы және әр түрлі категориялардың табыстарына бөлгендегі, сонымен бірге дамыған елдердің стандарттарымен салыстырғандағы адамдардың өмір сүру деңгейі;

в) қоғамдық қатынастардың тәртіптілігі, қауіпсіздігі және сенімділігі, олардың оң нәтижелерге қол жеткізе отырып одан әрі дамуы.

Аталған мемлекеттік басқарудың жалпы әлеуметтік тиімділігінің өлшемдері қоғамдық өмірдің салалары бойынша бөлінеді. Егер қарқынды дамушы елдердің экономикасындағы процестерге көңіл аударатын болсақ, мұнда ең бастысы - еңбек өнімділігінің есуіне, шығарылатын өнімнің сапасының, түрлерінің артуына алып келетін жаңа ғылыми-техникалық жетістіктерге негізделген қоғамдық өндірісті ұлғайту екендігін аңғаруға болады. Әлеуметтік салада әр елде әр түрлі болып келетін қоғамдық қатынастардың заңдылықтары мен нысандарын ескере отырып, әлеуметтік әділеттілік қағидасын жүзеге асыруға ұмтылыс жасалуда. Рухани сферада, зиялы қауым арасында әрбір адам адамгершілік деңгейі, ішкі-сыртқы мәдениеті жоғары болып, еркін, демократиялық қоғамның тұлғасы ретінде қалыптасуы керек деген түсінік орын алуда. Мемлекеттік басқару үшін саяси сферадан туындайтын жалпы әлеуметтік тиімділік өлшемдерінің маңызы зор. Ол басқару нәтижелерін талдау үшін қажет өлшемдер емес, керісінше, қоғамның әлеуметтік, рухани, экономикалық сфераларының тиімді даму керсеткіштеріне басқарудың қандай нысандарын, әдістерін, тәсілдерін қолдану арқылы қол жеткізуге болатынын керсететін өлшем құралдары. Себебі саяси құралдар да басқарудың нәтижелері үшін аса маңызды. Саясат - саясат үшін емес, қоғам үшін қажет.

Мемлекеттік басқарудың тиімділігінің жалпы жүйелік факторлары келесі факторлар тобын анықтайды:

- мемлекеттің стратегиялық мақсаттары, негізгі құндылықтары, қоғамдық жүйенің даму моделдері мен легитимдік тұжырымдамалары (концепциялары);

- саяси бағыт;

- мемлекеттік билік пен басқару жүйесін ұйымдастыру және оның біртұтас организм ретінде қызмет етуі; біртұтас саяси және құқықтық кеңістік;

- мемлекеттік аппараттың жағдайы, оның басымды нысандары, басқарушылық қызмет әдістері мен стилі; кәсіби біліктілік; халықтың билікке сенім арту және мемлекетті басқаруға қатысу деңгейі;

- қоғамның экономикалық, саяси, әлеуметтік тұрақтылығы (немесе тұрақсыздық).

Әрбір саяси жүйеге өзінің құндылықтар жүйесі тән екені белгілі. Құндылықтар -

бұл мемлекеттің жинақталған мақсаттары: олар жалпы мемлекеттік мүдделер мен саяси стратегияның рухани негізін құрайды, мемлекеттік басқару жүйесінің идеологиясы мен тұжырымдамасында көрініс табады. Бұл - мақсатты құндылықтар. Негізгі құндылықтарға қоғамның қолдауына ие болған, мақсаттарға жету құралдарын білдіретін қолданбалы құндылықтар да жатады. Негізгі құндылықтардың белгілі болуы және оларды нормативтік-құқықтық механизмдермен қатар қызмет пен тәртіптің негізгі реттеушілері ретінде қоғамның мойындауы - билік пен басқару институттарының тиімді қызмет атқаруының негізгі шарты болып табылады. Кеңестік мемлекет пен қоғамға белгілі бір кезеңге дейін халықтың мүддесін білдіретін саяси-идеялық және адамгершілік құндылықтар тән болды. Олар тарихтың қиын (елді индустриализациялау, Ұлы Отан соғысы, және т.б.) Кезендерінде қоғамның өз өміршендігі үшін күресі жағдайында қоғамдық-саяси құрылыстың салыстырмалы тиімділігін қамтамасыз етті. Басқарушы партиямен ресми белгіленетін социалистік құндылықтардың дискредитациялануына қарай кеңестік режимнің рухани негізі әлсірей бастады. Бұл оның құлдырауын алдын ала анықтаған еді.

Кеңестік құндылықтарды артқа тастап, жаңа саяси режим батыс еуропалық үлгідегі либералдық-демократиялық құндылықтарды мойындайтын жария етті. Қазақстан Республикасының Конституциясында қоғамның түпкі нормаларын (демократиялық құқықтар мен бостандықтар және т.б.) білдіретін негізгі мемлекеттік құндылықтар заңдастырылған.

Мемлекеттік басқарудың тиімділігінің келесі негізгі факторы билік пен басқару жүйесін ұйымдастыру және оның біртұтас организм ретінде қызмет етуі. Бұл фактор кез келген дамыған мемлекетте анықтаушы рөл атқарады. Мемлекеттік құрылым мен саяси режимнің ұлттық нысандарына қарамастан басқару тиімділігі, біріншіден, мемлекеттік басқару жүйесінің нақты біртұтастығымен және оған қатысушы басқарушы субъектілердің қызмет ету ережелерінің біріңғайлығымен; екіншіден, құқықтық тұрақтылықпен және жоғары құқықтық мәдениетпен; үшіншіден, барлық деңгейдегі мемлекеттік билік пен жергілікті өзін-өзі басқару органдарының іс-әрекеттік қабілеттілігімен қамтамасыз етіледі.

Мемлекеттік аппараттың жағдайы, оның қызмет сапасы, халықтың билік органдарына сенім білдіру деңгейі - мемлекеттік басқарудың тиімділігі мәселесінің шешілуіне тікелей әсер ететін факторлардың маңызды кешенін құрайды. Мемлекеттік аппарат - атқарушы және басқарушы органдардың жиынтығы, ол басқа мемлекеттік органдармен басқару функциясының жүзеге асырылуын қамтамасыз ететін мемлекеттік механизмнің бір бөлігі. Мемлекеттік аппарат - өз өкілеттіктерінің шеңберінде белгілі функциялар мен міндеттер атқару үшін билік құзыретімен және қажетті құралдармен (материалдық) қамтамасыз етілген, мемлекеттік қызметкерлерден тұратын ұтымды ұйым.

Мемлекеттің біртұтастығы мен қоғамның бірлігі - мемлекеттік басқару тиімділігінің нәтижесі, олардың қауіпсіздігін қамтамасыз ету негізі және халықтың әл-ауқатын арттыру шарты. Ал бұдан билік пен басқаруды ұйымдастырудың жалпы жүйелік нысанының түпкі маңызы туындайды.

Пайдаланған әдебиеттер тізімі

1. Гранберг А.Г. Основы региональной экономики – М., 2004
2. Гаврилов А.И. Региональная экономика и управление: Учеб. пособие для вузов.- М., 2002
3. Ұлттық экономиканы мемлекеттік реттеу: Оқу құралы / І.А. Бибатырова., Б.Ж. Кекілов// – Алматы: Қазақ университеті, 2007. – 102 б.
4. Аймақтық экономиканы басқару мәселелері: Оқу құралы / Г.С. Смағұлова// – Алматы: Экономика, 2005. – 92 б.

**Кәкімбекова Ә.Т.,
Университет «Туран»
студентка 1 курса,
специальность «Мировая экономика»
Научный руководитель:
к.э.н., доц. Кренгауз И.Н.**

ПАРАДОКС БЕДНОСТИ

Парадокс бедности является актуальным заключается в том, что являясь активно развивающимся государством, обладающим богатыми природными и трудовыми ресурсами, а также всеми предпосылками для качественного роста, Казахстана все еще сталкивается с проблемой бедности населения. Она в свою очередь оказывает отрицательное влияние на уровень и качество жизни в стране, негативно влияет на образованность и культуру граждан, способствует дегуманизации общества, является одним из тормозящих факторов развития науки, что в целом препятствует развитию и процветанию государства.

Изучением бедности занимались: Н.В. Климова [1], Т.Н. Аксенова [2], Т.М. Алиев [3], Е.Е. Румянцева [4], Л.С. Шаховская [5]. Применяя различные подходы к определению бедности, они пришли к выводу, что бедность - комплексное явление, заключающее в себе социальный, политический и психологический характер. Т.М. Алиев [3, с. 105], Т.Н. Аксенова [2, с. 38] придерживаются позиции, что в современном мире явление бедности становится парадоксальным, и полное ее искоренение невозможно. Однако Е.Е. Румянцева [4, с. 5], Л.С. Шаховская [5, с. 62] считают реальным снижение ее уровня, за счет улучшения качества образования граждан. Ведь именно образование, по их мнению, играет ключевую роль в развитии и становлении государства.

К настоящему времени в мировом сообществе используется большое количество подходов к определению понятия бедности. Различные экономик по-разному трактуют, интерпретируют и анализируют процессы обеднения. Большинство из них рассматривают бедность в узком значении, а именно: с точки зрения материального недостатка. Согласно этому подходу Н.В.Климова [1, с. 1] считает, что бедность - это экономическое положение индивида или социальной группы, при котором они не могут удовлетворить определённый круг минимальных потребностей, необходимых для жизни, сохранения трудоспособности, продолжения рода. Другие определяют бедность в более широком значении. Так, согласно исследованиям Т.Н.Аксеновой [2, с. 38], экономическая бедность - это одновременно макроэкономическая и гуманитарная проблема, давно вышедшая за рамки национальных экономик, это следствие, результат внутренней и внешней экономической конъюнктуры, иногда усугубляемый или сдерживаемый государственной политикой. Несколько иной позиции придерживается казахстанский ученый Т.М. Алиев [3, с. 105]. Он считает, что в нынешних условиях бедность необходимо рассматривать в качестве своеобразного образа и стиля жизни, закрепившегося и традиционно наследуемого в виде конкретных стандартов, принципов поведения, особенностей восприятия и психологии личности. Из вышеизложенного следует вывод, что бедность необходимо рассматривать с точки зрения системного подхода, поскольку природа этого явления включает в себе социальный, политический и психологический характер. Возникает вопрос: в чем заключаются причины столь комплексного явления? Причины и предпосылки появления бедности во все времена были различны. В прошлые века бедность являлась следствием различных бедствий – отсутствие урожая, массовые эпидемии, стихийные природные катастрофы, изменяющиеся условия среды, а также военные действия и плохое управление государством. В античных и феодальных обществах причиной ее зарождения было

социальное расслоение, связанное с появлением неравенства в распределении богатств, а также разделением в зависимости от статуса, принадлежности к высшему или низшему сословию.

На сегодняшний день проблема бедности по-прежнему существует во многих государствах, в том числе и в Республике Казахстан. Казахстанский ученый Т.М. Алиев [3, с. 105] выяснил, что, согласно данным Всемирного банка, абсолютная бедность ниже черты в 1–2 доллара в день в Казахстане сегодня практически отсутствует. Однако это не позволяет нам утверждать, что население не сталкивается с проблемой бедности. В настоящее время парадокс бедности в Казахстане заключается в том, что страна, обладая огромным потенциалом для развития (богатыми природными и мощными трудовыми ресурсами, развитой инфраструктурной базой, близостью с развитыми и интенсивно развивающимися странами) не в силах достичь по величине благосостояния населения уровня развитых стран. Это заставляет задуматься о том, почему бедность в подобных условиях в государстве все же сохраняется. При анализе было выявлено, что на снижение уровня благосостояния в стране непосредственно влияет степень образованности граждан. В нынешнем времени, научные исследования и разработки (НИР) выступают в качестве основной сферы, благодаря которым происходит развитие экономики. Образование и развитие научной сферы становятся целостным упорядоченным процессом, оказывающим непосредственное влияние на уровень благосостояния населения в стране. Так, образование обеспечивает приобретение знаний, умений и навыков, необходимых для работы, роста и развития. Л.С. Шаховская [5, с. 62] считает, что правильно организованный и настроенный механизм воздействия качественного профессионального образования в государстве способствует трудоустройству на рынке труда обученных специалистов, способствующем недопущению роста бедности в Республике Казахстан. Сегодня четверть экономически активного населения Казахстана – это молодежь. Согласно данным статистики, за последние пять лет уровень молодежной безработицы снизился на 1,3% до показателя 4,1%. Параллельно происходило постепенное снижение уровня долгосрочной молодежной безработицы с 3% в 2012 г. до 2,2% в 2016 г. Это положительно характеризует падение доли безработицы, следствием которой в перспективе может стать бедность (см. рис.1).

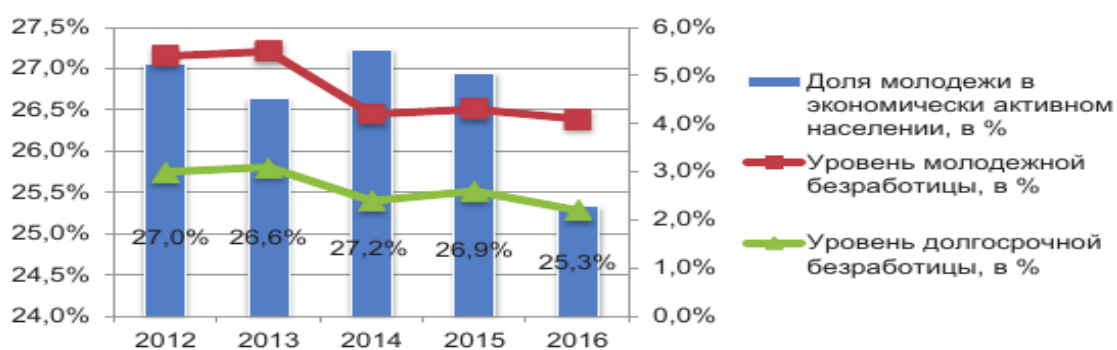


Рис.1 - Основные показатели занятости молодежи за 2012-2016 гг.

Примечание: составлено автором на основе данных [6]

Нами было проведено анкетирование студентов университета Туран, с целью выявления степени заинтересованности обучающихся в их будущей специальности, а также желания быть не только квалифицированными специалистами, но и заниматься научной деятельностью. Было опрошено 100 студентов из разных курсов (см. рис.2).

Исследование показало, что 87% выбрали специальность по собственному желанию, на выбор остальных 13% оказали влияние различные внешние факторы. 95% опрошиваемых видят себя в качестве квалифицированных специалистов в будущем, и лишь 37,4% из них имеют желание заниматься научными исследованиями. Данный

эксперимент подтверждает острую необходимость в улучшении не только системы образования, но и изменении подхода к воспитанию подрастающего поколения, будущих специалистов на рынке труда Республики Казахстан.

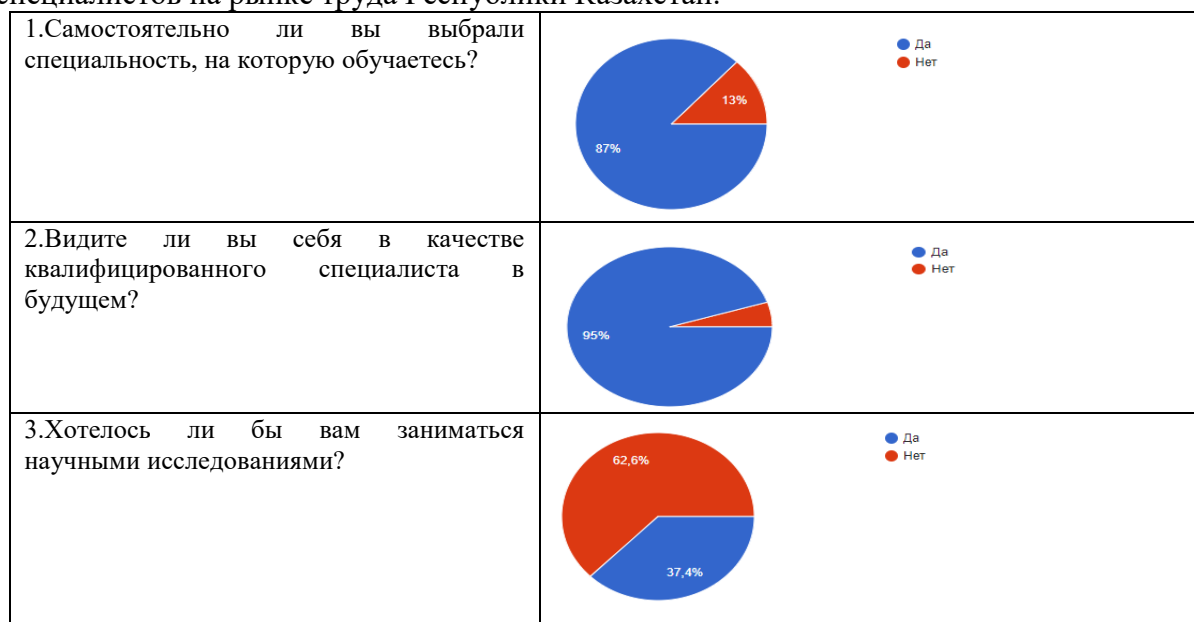


Рис. 2 - Статистика анкетирования студентов университета Туран.

Так, в послании по программе «Рухани жаңғыру» от 12 апреля 2017 года Президент Республики Казахстан Н.А. Назарбаев [7] отмечает: «... культ образования должен быть всеобщим. Технологическая революция ведет к тому, что в ближайшие десятилетия половина существующих профессий исчезнет. В таких условиях успешно жить сможет только высокообразованный человек, который может относительно легко менять профессию именно благодаря высокому уровню образования. Каждый казахстанец должен понимать, что образование - самый фундаментальный фактор успеха в будущем. В системе приоритетов молодежи образование должно стоять первым номером. Если в системе ценностей образованность станет главной ценностью, то нацию ждет успех». Следовательно, в современных условиях в Казахстане следует вести активную политику формирования механизма воздействия качественного профессионального образования на снижение существующего уровня бедности, а также предотвращения его роста в стране. Для этого необходимо: всеобщее внедрение инновационных технологий в процесс обучения; проведение образовательных форумов для молодежи; развитие взаимосвязи индустрии труда и рынка образовательных продуктов и услуг; динамичное создание современных рабочих мест.

Таким образом, бедность – комплексное явление, в современных условиях приобретающее парадоксальный характер. Причиной парадокса бедности в Казахстане является не низкий уровень образованности граждан, а их нежелание участвовать в научной деятельности, что подтверждается результатами анкетирования студентов университета Туран. Основным механизмом борьбы должно стать развитие системы образования, повышение уровня заинтересованности молодежи в научной сфере. Таким образом, научная гипотеза данной статьи подтверждается: чем выше качество образования в стране, тем ниже уровень бедности.

Список использованной литературы:

1. Климова Н.В. Бедность в России и пути ее преодоления/ Н.В. Климова, Т.Э.Лаврентьева //КубГАУ.- 2014.- № 100(06).- С. 1-10.
2. Аксенова Т.Н. Бедность: экономическая природа, концепции, оценка/Т.Н. Аксенова// Научное обозрение. Экономические науки. – 2015. – № 1. – С. 38-39.
3. Алиев Т.М. Бедность в Казахстане/Т.М. Алиев//Российская академия наук.- 2015.- №12.- С. 105-115.

4. Румянцева Е.Е. Стратегия преодоления бедности: монография / Е.Е. Румянцева.- М.-Берлин: Директ-Медиа, 2016.- 444 с.

5. Шаховская Л.С. Образование через всю жизнь как инструмент борьбы с бедностью в РФ/Л.С.Шаховская, К.О.Климкова//Сборник материалов I Всероссийской научно-методической конференции. БУ ЧР ДПО «Чувашский республиканский институт образования» Минобразования Чувашии.- Чебоксары: «Издательский дом «Среда», 2017.-С. 62-68.

6. Комитет по статистике Министерства национальной экономики РК. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.stat.gov.kz>. (дата обращения: 16.11.2016).

7. Статья Главы государства «Взгляд в будущее – модернизация общественного сознания» [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.akorda.kz/ru/events/akorda_news/press_conferences/statya-glavy-gosudarstva-vzglyad-v-budushchee-modernizaciya-obshchestvennogo-soznaniya (дата обращения: 12.04.2017).

Аннотация

В данной статье рассматривается проблема бедности в современном Казахстане, представлены подходы к ее определению, причины парадокса бедности в рамках государства. Проведен анализ результатов анкетирования, подтверждающий факт связи между образованием и явлением бедности. На основании сделанных выводов, предложены пути решения поставленной проблемы.

Аңдатпа

Бұл мақалада қазіргі заманғы Қазақстандағы кедейлік мәселесі талқыланып, оны анықтау тәсілдері, мемлекеттегі кедейлік парадоксының себептері баяндалған. Зерттеудің нәтижелерін талдау, білім беру мен қайыршылық құбылысы арасындағы байланыс фактісін растайынған. Қорытындылар негізінде проблеманы шешу жолдары ұсынылған.

Annotation

This article discusses the problem of poverty in modern Kazakhstan, presents approaches to its definition, the causes of the paradox of poverty within the state. The analysis of the results of the survey, confirming the fact of the relationship between education and the phenomenon of poverty. Based on the findings, suggested ways to solve the problem.

Қанабекова Т.Қ.

магистр специальности «Финансы»,

научный руководитель: к.э.н. Лухманова Г.К.

Жетысуский государственный университет

им. И.Жансугурова, г.Талдықорган

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ БАНКОВ ВТОРОГО УРОВНЯ

Конкурентоспособность предпринимательской структуры рассматривается также как совокупность характеристик самой организации, определяемых уровнем использования ее потенциала, внешних социально-экономических и организационных факторов, позволяющих создавать продукцию, которая по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательна для потребителей [1].

В соответствии от степени возможного влияния на предпринимательские структуры со стороны государства и предпринимателей, факторы обеспечения

конкурентоспособности делятся на три группы: 1) неконтролируемые государством (мегауровень); 2) контролируемые государством, неконтролируемые предпринимательской структурой (макроуровень); 3) контролируемые предпринимательской структурой (микроуровень) [2].

Недостатком данной классификации можно считать отсутствие факторов мезоуровня, связанных с инфраструктурой региона, в котором функционирует компания.

Применительно к банкам в настоящее время нет однозначного определения факторов конкурентоспособности банка.

Так Н.А. Теплякова выделяет рыночные возможности и внутренние возможности банка.

Рыночные возможности банка зависят от направленности развития экономики страны, структуры государства, степени регулирования деятельности коммерческих банков центральным банком, состояния законодательной базы, платежного баланса страны, золотовалютных резервов страны, уровня инфляции, уровня процентных ставок, доходов населения, прироста ВВП, состояния внешних рынков и конкурентов.

Внутренние возможности банка определяются анализом его производственной и финансовой деятельности, перечнем предоставляемых услуг, наличием ресурсной базы, квалифицированных кадров, выбранных стратегических целей, уровнем технической оснащенности банка, развитием маркетинга в банке и др.

Рынок банковских услуг находится под сильным влиянием факторов внешней среды, которая во многом определяет «правила игры» [3]. Доктор экономических наук Радковская Н.П. к факторам внешней среды относит факторы макросреды: экономические, политические, законодательные, социально-демографические, технические и факторы микросреды: рынок, клиентов, конкурентов, посредников, контактные аудитории.

Главным фактором конкурентоспособности банка становится профессиональное управление банковской деятельностью, основанное на знании рынка – клиентов, конкурентов, других факторов внешней среды.

Факторы конкурентоспособности банка – явления внешней среды или процессы банковской деятельности (кредитной, инвестиционной и др.) наличие которых необходимо и достаточно для изменения критериев его конкурентоспособности (надежность, эффективность банка, привлекательность банковских услуг и другие), а, следовательно, и уровня конкурентоспособности банка в целом [4].

Банковская система не может быть полностью изолирована от общих тенденций развития мировой финансовой системы. Сотрудничая с западными банками, выходя на мировые финансовые рынки, необходимо осваивать соответствующие методы работы и инструменты конкурентной борьбы. Это вызывает необходимость выделения факторов мегауровня.

Факторы макроуровня можно разделить на три группы.

Во-первых, немаловажное влияние на конкурентоспособность коммерческих банков в условиях переходной экономики оказывают действия государства. С одной стороны именно действия или бездействия государства в значительной мере напрямую оказались решающими для формирования сложившейся на сегодня негативной ситуации в сфере банковской конкуренции.

Во-вторых, объективной основой конкурентоспособности банков является состояние реального сектора экономики: темпы развития (спада) производства, приватизация и разработка процедуры банкротства, денежный оборот, уровень инфляции, уровень доходов, общее благосостояние страны, уровень культуры и экономических знаний.

В-третьих, конкурентоспособность коммерческих банков зависит от состояния рынка ссудного капитала в целом, рынка инвестиций в частности и денежного обращения.

Внешние факторы макроуровня на современном этапе развития экономики оценивать по следующим критериям: уровень инфляции, уровень монетизации экономики, показатели торгового баланса, показатели ВВП, рефинансирование центрального банка коммерческих банков [4].

В результате влияния этих факторов даже при отсутствии недостатков в деятельности у банка могут возникнуть трудности с ликвидностью и как результат конкурентоспособностью.

Факторы мезоуровня ограничиваются географическими (региональными) границами рынка и определяются региональными нормативными актами, регулирующими инвестиционную деятельность, соотношением банковской и небанковской сфер, потенциальной емкостью рынка банковских услуг данного региона, степенью монополизации данного рынка (интенсивность конкуренции).

Факторы микроуровня определяются деятельностью конкурентов и потребностями клиентов в банковских услугах.

Деятельность конкурентов определяется по количественным (величина уставного капитала, виды лицензий, размеры филиальной сети, перечень основных услуг и т.д.) и качественным параметрам (известность банков, уровень обслуживания, приверженность клиентов, рекламная стратегия).

Основой анализа клиентов является их база данных - отдельно по физическим и юридическим лицам. Формирование такого рода базы данных является началом сегментации рынка, которая дает возможность определить свободные рыночные ниши или, наоборот, перегруженность, избыточность некоторых сегментов.

Внешние факторы конкурентоспособности банка - социально-экономические, политические и организационные отношения мирового, странового, регионального и отраслевого уровней позволяющие банку создать услуги, которые по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательны для клиентов.

Основные внутренние факторы конкурентоспособности коммерческого банка можно разделить на три группы [4].

Первая группа факторов - процессы деятельности коммерческого банка, к которым относятся в первую очередь кредитная и инвестиционная деятельность и другие в зависимости от специализации или универсальности банковской структуры.

Вторая группа - конкурентоспособность банковских услуг, и третья группа - кадровый потенциал банка.

Результаты кредитной, инвестиционной и др. деятельности оказывают существенное влияние на различные критерии конкурентоспособности банка. Два основных обобщенных показателя: 1) финансовая надежность положения банка, т.е. его способность выполнять взятые на себя обязательства, возможность стабильного развития банка в будущем, привлекательность банка для клиентов; 2) эффективность управления банковскими ресурсами, т.е. прибыльность деятельности банка.

Эффективность и конкурентоспособность организации теснейшим образом взаимосвязаны между собой, поскольку эффективность во многом определяет степень конкурентоспособности и наоборот.

Вторая группа раскрывает конкурентоспособность банковских услуг, их ценовые и качественные характеристики.

Третья группа характеризует кадровый потенциал банка, то есть совокупность профессиональных, квалификационных качеств персонала, которые прямо или косвенно влияют на все показатели деятельности банка.

Внутренние группы факторов взаимодействуют друг с другом. Каждая группа факторов имеет различную степень влияния на конкурентоспособность.

Финансовая составляющая конкурентоспособности банка является одним из важнейших факторов. Управление финансами коммерческого банка включает в себя [4]: 1) определение и анализ показателей эффективности управления капиталом банка; 2)

определение стоимости собственных и привлеченных средств банка; 3) определение и анализ показателей, характеризующих процесс управления активами банка; 4) анализ результатов деятельности банка; 5) определение доходности активных операций.

Приведенные направления анализа являются необходимым элементом оценки конкурентоспособности банка, наиболее полно отражающим финансовое состояние организации.

Следующий фактор конкурентоспособности - кадровый потенциал. Качество предоставляемых банковских услуг ассоциируется у большинства клиентов с тем, кто эти услуги предоставляет, то есть с персоналом банка.

Банковский сектор экономики - это сфера, в которой персонал играет большую роль, чем в производстве, так как он относится к индустрии услуг, и требования, предъявляемые банковскому персоналу выше. Это связано с рядом факторов.

Во-первых, спецификой сферы услуг является то, что здесь качество обслуживания неотделимо от качества поставщика услуг.

Во-вторых, значение человеческого фактора в банковском деле не уменьшается даже, несмотря на активное развитие во всем мире банковской автоматизации. Расширение филиальной сети, рост числа и объема банковских операций, которые отличаются сложностью, требуют специальных знаний, высокой квалификации персонала. Рутинный труд, не требующий квалификации исполнителей, максимально автоматизируется.

В-третьих, передовые банковские организации не только постоянно внедряют новые технологии, связанные с автоматизацией ряда традиционных банковских операций, но и осваивают широкий спектр новых продуктов и услуг. Это вызвано обострением борьбы за клиентуру и утверждением нового подхода к клиентам: маркетинг, формирование имиджа банка, реализация потенциала его работников приобретает первостепенное значение для самого существования организации.

Следующий фактор-конкурентоспособность предоставляемых банковских услуг клиентам.

Банковская услуга - это деятельность банка, осуществляемая по поручению и в интересах клиента с целью удовлетворения его потребностей в банковском обслуживании (в кредите, расчетно-кассовом обслуживании, покупке и хранении ценных бумаг, покупке (продаже) валюты [5].

На конкурентоспособность банковских услуг можно влиять через управление двумя факторами ее конкурентоспособности: цены и качества.

В настоящее время на первый план вышло качество предоставляемой банковской услуги. Это связано с рядом обстоятельств.

Во-первых, ограниченность ценовой конкуренции в банковском деле состоит в том, что существует предел процента, ниже которого банк не будет получать прибыль.

Во-вторых, в условиях современной высокоразвитой экономики резко усложнились запросы потребителей. Это открыло простор для неценовой конкуренции - рынок начал благожелательно принимать многочисленные и разнообразные вариации товаров, стало возможным привлекать потребителя повышенным качеством, какими то особыми свойствами услуги.

В-третьих, выяснилось что затраты на повышение качества услуги при правильном подходе обходятся банку дешевле, чем расходы на снижение цены.

В-четвертых, в наше время снижение цен, в большинстве стран ограничено законом. Оно не должно доходить до уровня демпинга. К тому же процентные ставки могут подвергаться государственному воздействию - как прямому, так и косвенному регулированию.

Внутренние факторы, возможно, классифицировать как ценовые и не ценовые.

Основные не ценовые факторы при выборе банка являются: имидж, своевременность проведения расчетов, культура и качество обслуживания квалификация

персонала, удобное расположение, опыт работы на финансовом рынке, рекомендации знакомых, спектр оказываемых услуг.

Для развития банка важен не капитал сам по себе, а инвестиции в инфраструктуру - здания, оборудование, кадры, рекламу. Затраты эти связаны с определенным риском, и ключевые решения по ним зачастую принимает собственник банка.

Как отдельную составляющую конкурентоспособности необходимо выделить административный ресурс: на связях во властных структурах порой держится значительная часть клиентов.

Таким образом, конкурентоспособность банка представляет собой совокупность, с одной стороны, характеристик самого банка (внутренних факторов), а с другой стороны – внешних по отношению к нему факторов.

Исходя из данной классификации факторов конкурентоспособности банка банк не может контролировать все факторы конкурентоспособности, и поэтому активное вмешательство государства в экономические процессы в качестве действующего гаранта прав и обязанностей приобретает все большее значение.

Литература:

1. Светлов Г. В. Основные факторы конкурентоспособности и виды конкурентных преимуществ предпринимательских структур // Российское предпринимательство. - № 5/2008. Электронный ресурс: <https://creativeconomy.ru/lib/2660>

2. Смольянова Е. Л., Малицкая В. Б. К вопросу о классификации факторов и резервов обеспечения конкурентоспособности предприятия // Вестник ТГУ. – 2009. – Вып. 2 (70). – Сс. 336–344.

3. Радковская Н.П. Маркетинг в коммерческих банках: Учебное пособие. – СПб, 2004.- 20 с.

4. Колесов П.Ф. Основные факторы, влияющие на конкурентоспособность банков // Современные научные исследования и инновации. Электронный ресурс: <http://web.snauka.ru/issues/2012/11/18351>

Теплякова Н. А. Банковский маркетинг: ответы на экзаменац. вопр. -Минск: ТетраСистемс,2010.-с.6.

Лебедка Анастасия Андреевна
Студентка 3 курса специальности «Маркетинг»,
Научный руководитель – Коноваленко А.С.,
к.э.н., ст.преподаватель кафедры маркетинга,
Таврический государственный
агротехнологический университет,
г. Мелитополь, Украина

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА МОЛОДЕЖИ

Аннотация

В статье рассматриваются факторы, влияющие на выбор товаров молодежью. Знание этих факторов необходимо специалистам для позиционирования товаров, разработки необходимой рекламной компании и построения коммуникаций с определенным сегментом рынка.

Abstrakt

The article discusses the factors influencing the choice of goods by young people. Knowledge of these factors is necessary for specialists to position products, develop the necessary advertising campaign and build communications with a specific market segment.

Аннотация

мақалада жастардың тауарларды таңдауына әсер ететін факторлар талқыланады. Бұл факторларды білу мамандарға өнімдерді орналастыру, қажетті жарнамалық кампанияны дамыту және белгілі бір нарық сегменті арқылы байланыс жасау үшін қажет.

Развитие современного общества сопряжено с постоянными изменениями, вызванными совокупностью причин. Происходящие изменения прямо или косвенно отражаются на поведении потребителей. К таким изменениям относятся глобализация рынка, динамический рост информационной области, внедрение технических новшеств. Технологический сдвиги оказывают непосредственное влияние на повседневную жизнь современных потребителей, особенно, на покупательское поведение подростков и молодёжи.

Именно молодёжь, чаще всего, выступает новатором в области покупки новых товаров и товарных категорий. В отличие от людей зрелого возраста, молодёжь более открыта к признанию новой товарной марки или бренда. Несмотря на это, именно приверженность к определенной торговой марке, сформированная в молодости, может укорениться и приобрести форму устойчивой привычки или предпочтения потребителя на всю жизнь.

Категория молодёжи считается одним из наиболее привлекательных сегментов на рынке потребительских товаров, в том числе и новинок. Люди данной возрастной категории легко поддаются маркетинговому влиянию. Специалисты по маркетингу сравнивают их с легко поддающимся пластилином, из которого можно «вылепить» все, что необходимо. В молодом возрасте люди находятся на этапе формирования определенного образа жизни, потому им легче всего выработать новые привычки и потребности. На данную категорию покупателей ориентировано большинство предложений в рекламе, в сети продаж.

Маркетологам для осуществления эффективного позиционирования товара, разработки качественной рекламной компании и построения эффективных коммуникаций с определенным сегментом рынка необходимо учитывать ряд социально-психологических факторов, которые наиболее серьезно влияют на процесс принятия решения молодежью о выборе тех или иных товаров.

Учитывая тот факт, что все люди живут в социальном окружении, множество факторов оказывают воздействие на поведение человека. Это могут быть генетические показатели, индивидуальные особенности человека или условия внешней среды. На потребительское поведение молодежи оказывают влияние следующие факторы:

- социальные;
- факторы, присущие конкретной личности;
- факторы культурного влияния;
- психологические факторы [1].

К социальным факторам можно отнести влияние людей, которые окружают человека: семья, друзья, родственники, коллеги, круг общения и т.д. Именно к этим людям молодёжь чаще всего обращается для получения совета, ожидая одобрения, доверяя им, прислушиваясь к мнению либо наоборот, рассматривая примеры, которым он не хочет следовать. Окружение может оказывать влияние в качестве положительного примера или наоборот, формируя желание отделиться от группы и не следовать примеру окружения. Например, при выборе одежды, сомневаясь, молодёжь интересуется мнением близкого человека. Ориентиром о принятии решения молодежью могут служить полученные позитивные или негативные отзывы о каком-то продукте или заведении. После получения такой информации от близкого человека, можно сложить определенное мнение об этом товаре.

К группе факторов, присущих конкретной личности, относят пол,

национальность, возраст, род занятий, вид деятельности, финансовое положение, представление человека о самом себе, этап жизненного цикла семьи. К примеру, молодые люди, не состоящие в браке, чаще покупают полуфабрикаты и готовые продукты питания. Большую часть их покупок составляет еда и одежда. Молодые семьи, не имеющие детей, чаще покупают предметы мебели, сантехнику, малогабаритную бытовую технику. Молодые семьи с маленькими детьми формируют спрос на ассортиментный ряд товаров для детей. На потребительское поведение и на частоту покупок напрямую влияет уровень доходов молодежи.

К факторам культурного влияния относятся культура, субкультура, социальное положение человека. Культура формирует рамки в которых действуют члены общества. Культурные ценности оказывают влияние на цели потребления. Важным аспектом, влияющим на поведение потребителя, является образ жизни человека и род его деятельности. Набирающая популярность среди молодежи тенденция к активному образу жизни стимулирует производителей предлагать данному сегменту рынка товары с натуральным составом, органические продукты питания, способствует развитию спортивных центров. Изменение потребительских предпочтений молодежи приводит к тому, что производители расширяют ассортимент, а и ритейл формирует новые подходы мерчендайзинга. Так, в отделе хлебобулочных изделий для молодежи предложены полезные хлебцы, бездрожжевой хлеб, расширяется ассортимент натуральных соков и минеральной воды, которые постепенно вытесняют сладкие газированные напитки.

Серьезное воздействие на поведение потребителя имеют психологические факторы. По данным анализа классика маркетинга, Филиппа Котлера (2000) в числе таких факторов можно выделить следующие:

- мотивация;
- восприятие;
- обучение;
- убеждения;
- отношения [2].

Каждый человек по-своему воспринимает какой-то объект или товар, его внешний вид, свойства, особенности. Процесс восприятия зависит как от внешних факторов, так и от внутренних убеждений и взглядов человека [3].

Факторы, влияющие на поведение потребителя, поддаются управлению путем использования таких маркетинговых инструментов, как упаковка, дизайн, реклама, цена товара, его качества и ассортимент, сервис и др.

Выводы. Категория молодежи является постоянно развивающимся динамичным сегментом рынка. С одной стороны, данный сегмент является привлекательным для производителей товаров и услуг в связи со своей чувствительности и активным реагированием на применяемые производителями инструменты маркетинга. С другой стороны, сегмент «молодежь» является сложным в связи с быстрыми изменениями покупательских предпочтений, которые происходят под воздействием социокультурных и технологических изменений.

Список литературы:

1. Бондарець Б. Молодь як об'єкт і суб'єкт соціокультурних процесів у сучасному українському суспільстві: аксіологічний аспект / Бондарець Б. Б. // Наукові праці. Соціологія. – 2013. – Вип. 213. – Т. 225. – С. 31–34.
2. Зозулев А.В. Поведение потребителей: Учеб пособие. – К.: Знання, 2004. – С. 237-256.
3. Коваль Л.А. Основні аспекти поведінки споживачів і чинників, що зумовлюють вибір певного типу споживацької поведінки / Л.А. Коваль // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки, 2010, випуск 18 ч. II. – С. 117-122.
4. Коноваленко А.С. Вплив бренду на поведінку споживача / А.С. Коноваленко

// Міжнародна науково-практична конференція «Соціально-економічні проблеми розвитку бізнесу та місцевого самоврядування»: зб. матер. конференц. – Мелітополь: Видавничий будинок Мелітопольської міської друкарні, 2018. – С. 436-439

5. Котлер, Ф. Основы маркетинга. 5-е европейское изд / Ф. Котлер, А. Гари. - М.: Вильямс, 2015. - 752 с.

Г.С.Майкопова
Костанайский государственный
университет им. А.Байтурсынова,
к.э.н., доцент кафедры финансов и банковского дела

Развитие элеваторного хозяйства и особенности его функционирования

Аннотация

В статье рассмотрено развитие элеваторного хозяйства и особенности его функционирования.

Андатпа

Мақалада элеваторлық шаруашылықтың дамуы және оның жұмыс істеу ерекшеліктері сипатталған.

Summary

The article describes the development of the elevator economy and features of its functioning.

Как крупному производителю зерновых ресурсов Костанайской области требуется высокоразвитое складское и элеваторное хозяйство. Необходимость форсированного развития элеваторного хозяйства продиктовано развитием зернового рынка, который дает мощный стимул товарному производству зерна.

Высокая транспортабельность зерна, пригодность его к длительному хранению и улучшению качества зерна в процессе подработки, обуславливает наличие в зерновом подкомплексе элеваторного хозяйства со всей его инфраструктурой.

Зерновая масса это живой организм, находящийся в подвижном состоянии, в процессе хранения за ним необходимо постоянное наблюдение, соблюдать специальные режимы обработки. В зерне происходят биохимические изменения, оно может согреваться с потерей своих потребительских свойств, в результате действия микроорганизмов и вредителей зерно может стать токсичным и непригодным, при неправильном хранении уменьшается и его масса. Качество зерна поступающего на технологические линии и на хранение также напрямую зависит от уровня оснащённости села уборочной техникой. При достаточном количестве уборочной техники можно выбрать благоприятный для уборки урожая период и получить зерно с меньшей влажностью и засоренностью. Многолетний опыт показал, что для надежной сохранности зерна необходимы зернохранилища, общая вместимость которых превышает среднегодовой валовой сбор в 1,5-2 раза [1].

Это позволяет компенсировать колебания урожайности, учесть объемную массу зерна различных культур, вести отдельно обработку и хранение разных по качеству партий зерна, иметь переходящий остаток в объеме 20-30 % потребления. Взаимодействие зернового производства и элеваторного хозяйства, определяется материально-технической базой, обеспечивающей прием, часть послеуборочной доработки, хранение зерна и последующую отгрузку зерна потребителям. В

соответствии с задачами и методикой данной работы для характеристики экономических и организационных основ этих предприятий нами выбраны все их представители, по которым проведены подробные монографические обследования.

В процессе развития элеваторного хозяйства сформировалось несколько видов элеваторов и других хлебоприемных предприятий: глубинные, линейные и терминальные.

Система зернохранилищ, обеспечивающих приемку у производственных подразделений и хозяйств, обеспечивающих доработку, хранение и сбыт зерна, как неотъемлемая часть материально-технической базы зернового хозяйства и зернового рынка представлена тремя крупными звеньями.

Первое звено – механизированные тока предприятий выполняющих функции приема и первичной обработки зерна, поступающего с поля, обеспечивая кратковременное хранение зерна.

Второе звено - зернохранилища, размещенные у производителей зерна, глубинные элеваторы и другие хлебоприемные предприятия, обеспечивающие хранение зерна и доведение его по качеству до определенных кондиций. Зерно в эти хранилища, как правило, поступало из механизированных токов предприятия. Предварительная обработка осуществлялась при помощи передвижной техники или механизированных комплексов. Хранилища в основном состоят из напольных складов и металлических ангаров, иногда оборудованные установками для активного вентилирования зерна.

Третье звено - линейные и терминальные элеваторы и пути сообщения, имеющее оборудование, соответствующую технологию позволяющее зерно доводить до самой высокой классности и доставлять товарное зерно покупателям. Формируют региональные и республиканские переходящие и семенные фонды.

Анализ показывает, что в сельскохозяйственных предприятиях республики имеющиеся емкости (с учетом коэффициента наполняемости 0,75) покрывают 30% потребности в хранении семян и фуражного зерна. В структуре имеющихся у них в хранилище емкостей всего 25% хранилищ обеспечены средствами механизации, для решения проблемы, можно использовать складские емкости элеваторного хозяйства или модернизировать их в хозяйствах.

Размещение предприятий по обработке и хранению зерна по регионам республики в целом соответствует объемам производимого и заготовливаемого зерна.

В настоящее время необходимость укрепления материально-технической базы хлебоприемных и зерноперерабатывающих предприятий возросла во многократно, этому способствовала возросшая зависимость цены зерна от его качества и от выросшего спроса на внешнем рынке. В годы рыночных преобразований, когда неуклонно снижалось производство зерна из-за нестабильной и неблагоприятной макроэкономической ситуации, деинтенсификации зерновой отрасли и неэффективном функционировании организационно-экономического механизма хозяйствования, решение проблемы повышения качества отошло на второстепенный план. Вместе с тем качество зерна, определяя его потребительскую и технологическую ценность, является своеобразным и одновременно важным индикатором развития зернового хозяйства, основой эффективного функционирования зернового подкомплекса республики, одним из базовых показателей повышения конкурентоспособности зерна на международном рынке. Однако почти за 25 лет рыночных реформ эта многоплановая проблема не получила должного решения на хозяйственном, областном и республиканском уровнях, что усугубило и без того достаточно сложную ситуацию с качеством зерна. Располагая уникальными ресурсами зерновых культур, область производит пшеницы первого и второго класса менее трех процентов от общего объема. Хронически крайне мало выращивается и пшеницы третьего класса. В то же время

на пшеницу 4 класса устойчиво приходится 60-70 % от товарного объема, что существенно снижает конкурентоспособность казахстанского зерна на мировом зерновом рынке.

Причины снижения качества зерна разнообразны, однако они, прежде всего, связаны с ухудшением условий хранения зерна, потерей его качественных показателей в послеуборочный период, отсутствием специализированных мероприятий проводимых по подработке, сушке и вентилированию зерна. В связи с этим остро встает вопрос о повышении экономической эффективности хозяйственной деятельности хлебоприемных предприятий. Поскольку элеваторы загружены на 40-60 %, сохраняется высокая стоимость их услуг, в результате значительная часть урожая остается в хозяйствах, основная доля которых самостоятельно не способны вести подработку и хранение зерна. Это приводит к необоснованным потерям, снижению качества зерна и высоким издержкам.

В итоге образуется замкнутый круг: зернопроизводители сокращают объемы реализации зерна через элеваторы из-за дороговизны их услуг, а элеваторы повышают расценки из-за не загруженности своих мощностей и емкостей.

Кроме того, приватизация хлебоприемных предприятий в большинстве случаев резко ухудшило состояние их материально-технической базы, которая в дореформенный период постоянно поддерживалась путем нового строительства и модернизации за счет централизованных государственных капитальных вложений.

В целом емкость зернохранилищ второго звена незначительна и составляет около 10 % от объема всей емкости хранения хлебоприемных предприятий Костанайской области.

Третье звено представлено линейными элеваторами и другими хлебоприемными предприятиями общей емкостью 3323,1 тыс. тонн.

Активизация инвестиционного процесса в рамках разного рода интегрированных формирований, диверсификация их деятельности позволили несколько улучшить хранение и подработку зерна в третьем звене, но, тем не менее, проблема хранения зерна по-прежнему остается актуальной.

Например, самые крупные элеваторы вместимостью более 100 тыс. тонн входят в состав различных интегрированных формирований.

Преимущество интегрированного формирования проявляется в сбыте продукции и материально-техническом снабжении. Наличие в составе холдинга элеваторов позволяет с минимальными затратами довести качество зерна до самых высоких кондиций и, с учетом конъюнктуры рынка и потребности в финансовых ресурсах, регулировать сроки его продажи [2].

Таким образом, наряду с положительными результатами агропромышленная интеграция, связанная с формированием предприятий холдингового типа, характеризуется рядом негативных явлений, устранение которых требует правовых и административных государственных мер на общенациональном и региональном уровнях. И как показывает сложившееся размещение элеваторного хозяйства по Костанайской области, дальнейшее развитие и размещение хлебоприемных предприятий должно соответствовать, прежде всего интересам производителей зерна, что в совокупности благоприятно отразится на функционировании зернового подкомплекса в целом.

Размещение элеваторного хозяйства в области не соответствует зональному объему производства продукции сельского хозяйства. В 2015-2017 гг. емкости хранения зерна распределялись по зонам: в I – 40,1 %, во II – 36,5 %, в III – 23,4 %

Итак, как уже отмечалось несоответствие емкостей зернохранилищ объемам производства зерна с одной стороны, перемещение хранения значительной части объема товарного зерна непосредственно к его производителям с другой стороны, привело к сравнительно устойчивому недоиспользованию производственных

мощностей элеваторов, складывается противоречивая ситуация при дефиците емкостей зернохранилищ, происходит их хроническое недоиспользование.

В перечень основных услуг предоставляемыми элеваторами входит: прием и размещение зерна с автомобильного транспорта; доведение зерна до кондиции путем сушки и очистки, в процессе которых производится снижение влажности, сорности и зерновой примеси до установленных параметров; хранение зерна до его востребования клиентами предприятия; отгрузка зерна автомобильным транспортом и железнодорожным транспортом.

Преимущество агропромышленного формирования проявляется в сбыте продукции и материально-техническом снабжении. Наличие в составе холдинга элеваторов позволяет с минимальными затратами довести качество зерна до самых высоких кондиций и, с учетом конъюнктуры рынка и потребности в финансовых ресурсах, регулировать сроки его продажи. Зерно реализуется отечественным и иностранным потребителям крупными партиями. Однако, предприятия даже при сохранении юридического лица и прежней организационно-правовой формы, лишены возможности взаимодействия с кредитной и налоговой системами; не финансируются из местного, регионального и федерального бюджетов; лишены права выбора каналов реализации своей продукции, а также приобретения товароматериальных ценностей и распределения дохода. [3].

Одной из причин этого является значительный размах по территории области и по годам объемов и количества реализуемого урожая, пока еще сильно зависимых от природных факторов и порой не предсказуемых.

Неравномерность поступления зерна вызывает необходимость значительных объемов его перевозки из районов с дефицитом складской емкости в другие со свободными хранилищами с целью размещения и ускорения сушки и оздоровления зерна.

Повышенные расходы хозяйств на послеуборочную подработку зерна характеризует то, что на ее долю приходится до 43-45% трудовых затрат, расходуемых на уборку зерна. При наличии дорогостоящей техники по подработке зерна и повышенных затратах хозяйств на очистку зерна, оно не доводится до требуемых кондиций и вывозится вместе с кормовыми отходами, сором, влагой, что приводит к ощутимому ущербу для хлебосдатчиков, связанному с разницей сданного и зачтенного зерна, скидками с цены, покупкой более дорогостоящих, чем полученные в хозяйстве зерновых отходов.

Подводя итог, можно отметить, что в современных условиях зерновое хозяйство, как сложная и динамично развивающаяся многофункциональная система, может нормально существовать и развиваться только при эффективной системе сбыта зерна. Непосредственно затрагивая экономические интересы зернопроизводящих хозяйств, областей и в целом республики, система хлебоприемных предприятий предопределяет выгодность производства зерна, надежность хлебофуражного обеспечения страны, ее продовольственную безопасность, оказывает значительное воздействие на эффективность функционирования зернового рынка, внешней торговли зерном.

Литература:

1. Рекомендации по системе ведения сельского хозяйства Костанайской области. - Алма-Ата: Кайнар, 1979
2. Стрелков Е.В. Проблемы формирования и регулирования современного зернового рынка в России. Теория и практика. М.: Хлебформ, 1997
3. Мамыров Н.К., Ихданов Ж. Государственное регулирование экономики в условиях Казахстана (теория, опыт, проблемы). Учебное пособие. А., Экономика, 1998.

Роль развития малого предпринимательства в промышленности

В приоритетных направлениях развития общества, поставленных Президентом страны Н. Назарбаевым в своих Посланиях народу Казахстана, центральное место занимает экономический рост, базирующийся на открытой рыночной экономике и реальной конкуренции с высоким уровнем иностранных инвестиций и внутренних сбережений.

На новом этапе развития Казахстан решает широкий круг задач, связанных с повышением конкурентоспособности национальной экономики. Это, прежде всего, такие как реструктуризация экономики, развитие инфраструктуры и институтов рынка, а также преодоление недостатков, унаследованных от предыдущего этапа: несовершенство отраслевой и технологической структуры; слабая внутренняя интегрированность, недостаточная жизнеспособность производительных сил.

Все это оценки справедливы и в отношении развития предпринимательства. Социально-экономическая роль этого сектора велика как в странах с устоявшейся рыночной экономикой, так и в тех, что только недавно пошли по этому пути.

Зарубежный опыт экономического и социального развития подтверждает, что предпринимательство может стать реальным фактором не только стабилизации, но и роста экономики Казахстана. Малое предпринимательство содействует поддержанию на должном уровне конкуренции, гибкой перестройке производства, ускорению инновационных процессов, формированию социальной направленности рыночных отношений и росту занятости. В связи с этим научный анализ экономических проблем малого бизнеса в Казахстане приобретает особую значимость в условиях реформирования экономики, характеризующейся, в первую очередь структурной перестройкой хозяйства, необходимостью стабилизации воспроизводственных процессов и обеспечения в перспективе устойчивого экономического развития.

Так называемая малая экономика - важный сектор полноценного рынка. Без малого бизнеса невозможно становление цивилизованной рыночной экономики.

Целями создания малых предприятий, или предприятий малого бизнеса, являются:

- активизация структурной перестройки экономики;
- насыщение потребительского рынка товарами;
- преодоление отраслевого и регионального монополизма;
- расширение конкуренции;
- создание материальной основы для трудоустройства работников, высвобождающихся с действующих предприятий;
- укрепление экономической базы местных органов власти;
- развитие сел, небольших городов;
- возрождение художественных промыслов.

Создание новых рабочих мест - это важнейший фактор, который несет в себе развитие малого бизнеса. Фактор, не только обеспечивающий средствами к существованию значительную часть населения, но и способствующий стабилизации обстановки в обществе. Так, более 7 млн. малых фирм США обеспечивают работой более 100 млн. человек.

Другая важная сторона деятельности малых предприятий - это внедрение новых товаров и услуг. Достижения малого бизнеса в этой области затронули производство безопасных бритв, электронных наручных часов, вертолетов,

нержавеющей стали, копировальных аппаратов и многого другого. В США, например, малый бизнес, производит более 60 % всех услуг, половину всей продукции и почти половину всех идей и нововведений.

Помимо того, что малые предприятия внедряют новые товары и обеспечивают рабочие места, они играют важную роль в деятельности крупных корпораций, занимаясь сбытом их продукции, обслуживанием, снабжением. В частности, большие возможности для реализации продукции крупных предприятий через сеть мелких фирм имеет франшиза.

Франшиза, или лицензия, дает возможность использовать торговую марку крупной компании и продавать ее товары или услуги в определенном регионе.

Наконец, многие малые фирмы возникают и существуют потому, что способны удовлетворять особые нужды клиентов. Например, естественно, что для ремонта старинных часов, антикварных изделий и т.п. создаются малые предприятия.

Таким образом, малый бизнес обеспечивает необходимую мобильность в условиях рынка, создает глубокую специализацию и разветвленную кооперацию производства, без чего немыслима его высокая эффективность. [3]

В настоящее время в России существуют серьезные препятствия для развития малого предпринимательства в сфере промышленности. Проблемы малого предпринимательства этого сектора экономики характерны для российского малого бизнеса в целом, при этом некоторые из них приобретают особую актуальность для промышленных предприятий.

Сегодня на развитие малого и среднего бизнеса в промышленности влияют различные факторы, и наличие административных барьеров является важной, но не единственной проблемой для развития бизнеса.

Одним из важнейших факторов является доступ на рынок и состояние конкурентной среды. В частности, вынужденная конкуренция добросовестных местных производителей на региональном рынке с продукцией, произведенной из низкокачественного импортного сырья. Неравноправная конкуренция с сетевыми компаниями. Степень ограничения конкуренции в промышленности достаточно высока, даже по сравнению с сектором торговли.

Следующая проблема - отсутствие необходимой инфраструктуры (кластеры, промышленные парки и т.д.), а также острый недостаток производственных площадей, отвечающих современным требованиям. Абсолютное большинство малых и средних производственных предприятий существуют на старых мощностях, которые изношены и морально устарели, не соответствуют современным требованиям. Возможности по созданию новых современных производств на устаревшей материально-технической базе обанкротившихся предприятий сильно преувеличены. Практически во всех регионах остро ощущается дефицит инженерно-технологической инфраструктуры. Перечисленные факторы наиболее критичны для начинающих и интенсивно и развивающихся производств.

Концепция кластерной политики разработана, но пока это только теория. Не определены важнейшие вопросы особого порядка выделения земли, финансирования строительства промышленных и техно-парков, взаимодействия органов власти различных уровней, управляющей компании и компаний-резидентов. Пилотные проекты в зачаточном состоянии.

Увеличение роста издержек при получении доступа к ресурсам (земля, инфраструктура, энергетика и т.д.). Обострилась проблема технологического присоединения к сетям инженерно-технического обеспечения, т.е. к сетям естественных монополий, в особенности к электросетям.

Отсутствие специальных программ стимулирования развития малого бизнеса в производственной сфере.

Сегодня только 10-15 % производственных предприятий имеют доступ к

различным региональным программам поддержки малого бизнеса. Примерно такой же показатель информированности о программах Минэкономразвития России, стимулирующих регионы.

Отсутствие эффективных финансовых инструментов для развития малого бизнеса. В современной России предпринимателям негде взять деньги для открытия или развития уже существующего дела. Банковское кредитование предпринимательства играет незначительную роль. Предпринимателям предлагается высокая ставка по кредиту, непродуманные механизмы льготного кредитования.

Сложность и нестабильность законодательства о налогах и сборах. Российская налоговая система не стимулирует развитие субъектов малого и среднего предпринимательства, а делает их неконкурентоспособными в сравнении с зарубежными партнерами. Речь идет не только о размерах налоговых ставок, а о принципах и подходах к формированию условий налогообложения. У малых и средних предприятий других стран прибыль, направленная на инвестиции в развитие бизнеса, не облагается налогом. В России хозяйствующие субъекты вынуждены полностью уплачивать налог на прибыль и в той части, которая направляется на капитальные вложения.

Административное регулирование характеризуется сложной системой получения сертификатов и лицензий и высокими издержками на сертификацию продукции для малых компаний.

Отсутствие квалифицированных рабочих ресурсов и отсутствие мотивации к работе.

Низкая компетентность среднего и нижнего управленческого звена региональных администраций. Разрыв между наукой и производством в значительной мере обусловлен отсутствием управленческих кадров соответствующей компетентности и др.

Таким образом, деятельность малых предприятий в промышленности позволяет решать важные экономические задачи: перестройку структуры промышленного производства, насыщение рынка товарами и услугами, ибо именно малые предприятия в промышленности способны оперативно реагировать на изменение потребительского спроса и за короткое время налаживать производство с учетом этого спроса; расширение сферы приложения труда, трудоустройства незанятого населения и работников, высвобождаемых с предприятий и организаций по различным причинам; укрепление экономической базы местных органов власти благодаря поступлениям значительной части прибыли малых предприятий в бюджет; становление нового экономического мышления, развитие предпринимательской инициативы. Все это характеризует высокую социально-экономическую значимость малого предпринимательства в промышленности, поэтому так важны анализ явлений, протекающих в малом предпринимательстве, выявление источников их развития.

Список литературы:

1. Предпринимательство: Учебник /Под ред. М.Г. Лапусты - М.:ИНФРА-М, 2004.
2. Предпринимательство: Учебник для вузов. / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. Г.Б. Поляка, проф. В.А. Швандара. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1999.
3. Общая экономическая теория / У.К.Шеденов, У.С.Байжомартов, Б.И.Комягин, Б.А.Жунусов, Е.Н.Сагиндыков, И.У.Шеденов / под.ред. У.К.Шедоеова. Учебник, - Актобе, изд. «А - Полиграфия», 2004.

Резюме

Зарубежный опыт экономического и социального развития подтверждает, что предпринимательство может стать реальным фактором не только стабилизации, но и роста экономики Казахстана. Малое предпринимательство содействует поддержанию на должном уровне конкуренции, гибкой перестройке производства, ускорению инновационных процессов, формированию социальной направленности рыночных отношений и росту занятости.

Түйін

Экономикалық және әлеуметтік дамудың шетелдік тәжірибесі кәсіпкерлік Қазақстан экономикасын тұрақтандырудың ғана емес, сондай-ақ өсудің нақты факторы бола алатынын растайды. Шағын кәсіпкерлік бәсекелестікті тиісті деңгейде ұстауға, өндірісті икемді қайта құруға, Инновациялық процестерді жеделдетуге, нарықтық қатынастардың әлеуметтік бағыттылығын қалыптастыруға және жұмыспен қамтудың өсуіне ықпал етеді.

Summary

The foreign experience of economic and social development confirms that entrepreneurship can become a real factor not only for stabilization, but also for the growth of the economy of Kazakhstan. Small business contributes to maintaining competition at the proper level, flexible restructuring of production, accelerating innovation processes, shaping the social orientation of market relations and increasing employment.

Михайлова М.С.,

магистрант специальности «Маркетинг».

Шквыря.Н.А.,

к.э.н., доцент кафедры маркетинга

Таврический государственный агротехнологический университет

РЕАЛИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ТОВАРНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Развитие экономики Украины на сегодняшний день характеризуется событиями и тенденциями, среди которых важное место занимает глобализация. Глобальные масштабы приобретают изменения в технике и технологиях, обостряется конкурентная борьба, как на национальном, так и на международном рынке. Для повышения конкурентоспособности предприятия важным является вопрос усиления маркетинговой товарной политики. Решение этой проблемы требует совершенствования товарной политики предприятия и разработка товарной стратегии, которая становится залогом успешной и эффективной деятельности предприятия.

Формирование эффективной маркетинговой товарной стратегии является особенно актуальной для предприятий пищевой промышленности. Рынок достиг насыщенности за счет активного вмешательства европейских производителей и обострение конкуренции, поэтому украинским производителям стоит совершенствовать товарную политику путем разработки товарной стратегии, которая позволит улучшить конкурентные позиции предприятия на рынке.

Объектом исследования является ЧАО «Черниговская макаронная фабрика», которое специализируется на производстве макаронных изделий. С помощью стратегического анализа определили, что для увеличения объемов реализации продукции, повышения конкурентоспособности предприятия и укрепления его имиджа наиболее эффективной будет разработка и внедрении маркетинговой товарной стратегии. Для реализации данной стратегии предлагается производство макаронных изделий из твердых сортов пшеницы для среднеценового сегмента рынка.

Научно обосновано и экономически доказана целесообразность использования сортов твердой пшеницы для приготовления макаронных изделий, несмотря на то, что в нашей стране наибольшим спросом пользуются сорта мягкой пшеницы. Зерно твердой пшеницы и продукты его переработки является источником белка, жизненно важных аминокислот, углеводов, минеральных элементов и витаминов чрезвычайно полезных

для человека. Производство новых макаронных изделий из твердых сортов пшеницы для среднеценового сегмента является актуальным в наше время.

В таблице 1 представлены расчеты себестоимости нового вида продукции для ЧАО «Черниговская макаронная фабрика».

Таблица 1

Динамика полной себестоимости производства новых видов макаронных изделий, тыс.грн.

Статьи затрат	Года			в % 2021г. к 2019г.
	2019	2020	2021	
Электроэнергия	565,5	598,8	665,3	117,65
Сырье	11514553,5	14565238,8	18425027,1	160,02
Затраты на воду	37,0	42,24	52,8	142,86
Упаковка	1440833,3	1656958,3	1905502,1	132,25
Оплата труда с начислениями	2090592,0	2473574,4	2647497,6	126,64
Амортизация	1930,9	1930,9	1930,9	100,00
Ремонт	574,6	580,8	580,8	101,08
Затраты на маркетинг	65000	74000	85000	130,77
Общепроизводственные расходы	12,0	14	17	141,67
Итого расходы	15114098,8	18772938,3	23066273,7	152,61
Итого себестоимость 1 кг. продукции, грн	19,9	21,5	23,0	115,40

В таблице 1 рассчитана себестоимость новых видов макаронных изделий, и ее структура в соответствии со статьями расходов. Наибольший удельный вес в структуре затрат на производство занимают затраты на сырье, заработную плату и упаковку. Затраты на маркетинг для предприятия будут составлять в 2019г. - 65000 тыс.грн., в 2021г. они увеличатся на 30,7%. Предприятия планирует провести баннерную рекламу в интернете, копакинг и рекламу в кулинарных журналах. В 2021. по отношению к 2019г., наблюдается увеличение себестоимости на 15%, причиной этого роста является запланированное повышение объемов производства и реализации продукции.

В таблице 2 представлены расчеты показателей эффективности товарной стратегии ПАТ «Черниговская макаронная фабрика».

Таблица 2

Эффективность реализации товарной стратегии ПАТ «Черниговская макаронная фабрика»

Показатели	Года			Отклонение (+/-)
	2019	2020	2021	
Полная себестоимость продукции, тыс.грн.	15114,1	18772,9	23066,3	7952,2
Выручка от реализации тыс. грн.	20252,9	25531,2	31831,5	11578,6
Валовая прибыль от реализации, тыс. грн	5138,8	6758,3	8765,2	3626,4
в т.ч. на 1кг. продукции, грн.	6,77	7,75	8,74	2,0
Подходный налог, тыс.грн.	924,98	1216,48	1577,73	652,8
Чистая прибыль, тыс.грн	4213,8	5541,8	7187,5	2973,6
Рентабельность производства, %	27,9	29,5	31,2	3,3
Рентабельность продаж %	20,8	21,7	22,6	1,8

Оценивая показатели эффективности товарной стратегии ЧАО «Черниговская макаронная фабрика» можно сделать выводы про ее прибыльность и эффективность. Так, чистая прибыль в 2019г. составит 4213,8тыс.грн. в 2021г. она увеличится на 2973,6тыс.грн.

Таким образом, реализация предложенной стратегии позволит увеличить долю рынка предприятия, усилить его конкурентные позиции на рынке макаронных изделий и

повысить эффективность деятельности.

Литература:

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М.: Экономика, 2009. – 178с.
2. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия : [учебник для вузов] / Г. Ассель. – М. :Инфра-М, 2009. – 804с.
3. Балабанова Л. В. Стратегическое маркетинговое управление конкурентоспособностью предприятий: Учебное пособие / Л. В. Балабанова, В. В. Холод. - Киев: Професионал, 2006. - 363с.
4. Гаврилишин И. М. Производство макарон / И. М. Гаврилишин. - М. : Кондор, 2011. – 30с.
5. Гужвинская Л. Эффективная маркетинговая стратегия. Стратегия как дирижер маркетингового процесса / Л. Гужвинская // Маркетинг и реклама. - 2010. - № 2. - С. 13-15

Аннотация

В статье предложена и обоснована эффективность реализации маркетинговой товарной стратегии рынке макаронных изделий

Annotation

The article suggests and justifies the effectiveness of the marketing strategy of macaroni products the market

*УДК 332.54

**Мирзаев Т.Т.,
Студент 1 курса
Специальность-«Логистика»
Научный руководитель:
к.э.н., доц. Кренгауз И. Н.
Университет «Туран»**

ПРИГОРОДНЫЙ ПАССАЖИРСКИЙ КОМПЛЕКС ЖЕЛЕЗНЫХ ДОРОГ: НЕОБХОДИМОСТЬ РЕФОРМИРОВАНИЯ ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ

Исторически сложилось, что транспорт – системообразующий фактор, который влияет на уровень жизни населения страны, формирует производительные силы, и в тоже время транспортная система развивается только благодаря эффективному становлению всех отраслей страны в комплексе. Значительна роль железнодорожного транспорта в развитии и нашей страны. На начало 2017 г. эксплуатационная длина железнодорожных путей сообщения составляла – 116 тыс. км., в том числе общего пользования – 86 тыс. км., а интенсивность перевозок пассажиров по путям общего пользования составила 1 443 тыс. пассажиро-километров на один километр длины путей. Всего за 2016 г. транспортом общего пользования было перевезено 18 689 млн чел., в том числе железнодорожным – 1 040 млн чел. Если рассматривать перевозки пассажиров по видам сообщения, то в междугороднем и пригородном сообщении железнодорожный транспорт занимает лидирующие позиции. Наибольшая доля от общего числа перевезенных пассажиров в междугороднем сообщении (42,8 %) обеспечена железнодорожным транспортом, автобусные перевозки обеспечили 26,5 % пассажиров, воздушный транспорт – 24,9 %, оставшаяся часть перевозок разделяется между морским и внутренним водным видами транспорта. В пригородном сообщении по железным дорогам перевезено более половины всех пассажиров – 54,7 %, в то время как автобусами – 45,1 %, внутренним водным – 0,2 % [9]. В рамках масштабной реформы

железнодорожного транспорта Российской Федерации (далее – РФ) в 2003 г. создано Открытое акционерное общество «Российские железные дороги» (далее – ОАО «РЖД»), являющееся российской государственной компанией, владельцем инфраструктуры, значительной части подвижного состава и важнейшим оператором российской сети железных дорог. Учредителем и единственным акционером ОАО «РЖД» является РФ. ОАО «РЖД» занимается разными видами деятельности:

- грузовыми перевозками;
- пассажирскими перевозками в дальнем сообщении;
- пассажирскими перевозками в пригородном сообщении;
- строительством объектов инфраструктуры и другое.

Деятельность по перевозке пассажиров в пригородном сообщении выведена из состава ОАО «РЖД» в результате структурного реформирования железнодорожного транспорта РФ. Одно из важнейших решений в реформе железнодорожной сферы – решение о создании пригородных пассажирских компаний (далее – ППК) как акционерных обществ с участием ОАО «РЖД» и администрации соответствующего субъекта РФ [5]. Утверждено оно более двадцати лет назад с определенной целью: обеспечение максимально эффективного функционирования пассажирского транспорта, полного и качественного удовлетворения платежеспособного спроса населения на перевозки с оптимальными издержками [6]. В настоящее время в нашей стране действуют железнодорожные пригородные пассажирские компании, которые обслуживают пассажиров по всем направлениям перевозок. Пригородные пассажирские компании – это механизм организации пригородных перевозок, своего рода административные структуры, в основной своей массе не владеющие материальной базой (за исключением кассового оборудования, используемого для продажи билетов) и арендующие подвижной состав у ОАО «РЖД» [4]. С начала 2011 г. перевозки пассажиров в пригородном сообщении во всех, на тот момент 73, субъектах РФ осуществлялись 26 пригородными пассажирскими компаниями. На конец 2015 г. перевозочную деятельность в пригородном сообщении проводило 25 ППК, учрежденных с участием ОАО «РЖД», органов исполнительной власти регионов, частных инвесторов. Согласно бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах ОАО «РЖД» за 2017 г., по состоянию на 31.12.2017 г., дочерними обществами ОАО «РЖД» являлись 19 пригородных перевозчиков и 7 пригородных перевозчиков являлись зависимыми. Особенность российских пригородных железнодорожных маршрутов – то, что маршрут может быть прибыльным, если на нем достаточно высокий пассажиропоток, и он обслуживается финансово устойчивой пригородной пассажирской компанией. В РФ многие пригородные перевозчики в настоящее время не вполне финансово устойчивы, поэтому в некоторых районах страны происходит ежегодное сокращение пригородных пассажирских железнодорожных перевозок, а в каких-то местах перевозки уже полностью прекращены. Некоторые районы нашей страны нельзя назвать густонаселенными, но это не говорит о том, что люди не хотят пользоваться услугами железнодорожного транспорта. Иногда железнодорожные пути проложены там, где почти нет автодорог, не налажено пассажирское сообщение другими видами транспорта. Отсутствие постоянно высокого пассажиропотока круглый год или сезонно не должно вести к сокращению регулярных пассажирских железнодорожных рейсов. Складывающаяся ситуация противоречит одной из главных задач реструктуризации пассажирского комплекса, заключающейся в формировании конкурентной среды, стимулирующей более эффективное и качественное обслуживание пассажиров [6].

Меры по совершенствованию нормативно-правовой базы, которая регулирует, в том числе, и экономические отношения между всеми участниками процесса перевозки пассажиров, для пригородного железнодорожного комплекса обсуждаются уже довольно долго, в частности, вопросы государственного тарифообразования, обновления подвижного состава, обеспечения условий для привлечения инвестиций в развитие

пассажи́рского комплекса и другие, ведущие к повышению рентабельности пригородных пассажирских компаний, «висят мертвым грузом» уже более десяти лет.

Наконец, в апреле 2018 г. Правительство РФ представило проект федерального закона № 433157-7 «Об организации регулярных пассажирских железнодорожных перевозок и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [1]. Данный законопроект рассмотрен и поддержан субъектами РФ, получены положительные отзывы, по итогам обсуждения Министерству транспорта РФ поручено проработать некоторые вопросы и по состоянию на апрель 2018 г. законопроект дорабатывается [10].

Уже сейчас можно отметить, что основная цель проекта федерального закона – формирование новой модели организации обслуживания населения железнодорожным транспортом в пригородном и дальнем сообщениях, основанной на принципах долгосрочности. По словам экспертов, принятый федеральный закон снимет большее количество существующих противоречий и позволит решить такие вопросы, как например, погашение долгов перед ППК, износ основных фондов при условии, что в этот процесс будут вовлечены все участники пригородных пассажирских перевозок, в том числе и субъекты РФ [11].

Одним из главных вопросов, требующих скорейшего решения, является вопрос с износом основных фондов. Объем перевозок пассажиров пригородными поездами составил 935,6 млн пассажиров, а пассажирооборот – 31,0 млрд пасс.- км. за 2016 г., хотя сегодня на сети железных дорог эксплуатируется всего 9,5 тысяч вагонов пригородных поездов. Согласно оценкам экспертов, через два года дефицит составит 1400 единиц вагонов, а к 2030 г. составит более 4 000 вагонов, это произойдет из-за окончания нормативного срока службы. На конец 2017 г. самые высокие показатели износа парка пригородных поездов были в Забайкальском и Красноярских краях, Ростовской, Саратовской, Кировской, Кемеровских областях. Если в ближайшее время не найти комплексного решения проблемы, то ситуация с пригородным пассажирским комплексом не только в этих районах, но и во многих других, станет удручающей.

Стоит отметить, что вопросы погашения долгов перед пригородными пассажирскими компаниями существуют не первый год, и в некоторых случаях перевозчики в попытках компенсации своих потерь обращаются в суд. Например, согласно заключенному договору в 2014 г. о предоставлении субсидий на возмещение выпадающих доходов от регулируемых тарифов на пассажирские перевозки, АО «Пригородная пассажирская компания «Черноземье», обеспечивающая в Саратовском регионе перевозки, должна была получить плату в несколько десятков миллионов рублей от областного Министерства транспорта и дорожного хозяйства. Но по прошествии нескольких лет пригородный перевозчик так и не получил эту компенсацию, ведь Министерство транспорта и дорожного хозяйства Саратовской области выплатило сумму по тарифу, который, по мнению пригородного перевозчика, значительно ниже экономически обоснованного. Добавим, что это не единичный случай. Таких спорных ситуаций между субъектами РФ и пригородными пассажирскими перевозчиками допускать нельзя, проект федерального закона № 433157-7 должен быть направлен, в том числе, на решение подобных проблем [3].

Основная идея данного законопроекта заключается в проведении конкурсов на право заключения договора об организации регулярного пассажирского сообщения по маршрутам поездов дальнего следования и по пригородным маршрутам. Это подтверждаются принципами организации регулярных пассажирских железнодорожных перевозок согласно 4 статье проекта федерального закона № 433157-7:

- доступность регулярных пассажирских железнодорожных перевозок для населения на маршрутах;
- открытость и прозрачность проведения конкурсов на право заключения организационного договора;

– обеспечение недискриминационного доступа перевозчиков к участию в конкурсе на право заключения организационного договора и другие принципы.

Проект федерального закона № 433157-7 включает 6 глав и 26 статей, которые, возможно, в дальнейшем дополнятся. В настоящий момент документ предусматривает разграничение ответственности в организации пригородных перевозок (за субъектами) и перевозок в дальнем следовании (за РФ), определение порядка взаимодействия между организаторами и всеми участниками рынка регулярных пассажирских железнодорожных перевозок, оптимизацию функции государственного управления организацией регулярных пассажирских железнодорожных перевозок, формируя единые центры ответственности и объединяя в организационных договорах параметры объемов и качества транспортного обслуживания населения, тарифную политику и размеры государственной поддержки [7].

Нельзя не отметить, что в конце 2000-х гг., когда увеличился объем пассажирских перевозок, обострились имеющиеся проблемы в организации деятельности пассажирского комплекса. А ведь еще в 1996 г. на Всероссийском съезде железнодорожников было принято принципиальное решение о необходимости структурной реформы в пассажирском комплексе (о котором говорилось выше). В процессе реструктуризации было определено, что эффект от изменения структуры управления пассажирскими перевозками достигается за счет таких аспектов, как:

- более эффективное внутрипроизводственное управление;
- приведение производственных мощностей инфраструктуры железнодорожного транспорта в соответствие с фактическими объемами пассажирских перевозок;
- переход на договорные формы взаимоотношений пассажирского железнодорожного транспорта с федеральным и местными бюджетами [6].

Получается, что мероприятия реформы, проводимой почти в течение двадцати лет, пока не дали того ожидаемого эффекта [6]. И хотя основная идея сегодняшних предложений не противоречит принципам структурной реформы железнодорожной отрасли, и можно считать упомянутый законопроект логичным ее продолжением, но, на наш взгляд, необходим более тщательный регулярный мониторинг железнодорожного пассажирского комплекса с целью немедленного реагирования на возникающие проблемы и их оперативное разрешение.

На сегодняшний день в железнодорожных пригородных перевозках идет постепенный переход к формированию максимально рыночной системы функционирования, сферу действия и взаимоотношения пригородных перевозчиков рассматривают как современный бизнес, аналогично с деятельностью крупных частных компаний, причем не только транспортной отрасли. Но нельзя забывать о том, что транспорт призван выполнять прежде всего социальную функцию, ведь одна из главных целей железнодорожных пассажирских перевозок – максимальное удовлетворение потребностей населения страны в перевозках.

Результаты действия всех проводимых реформ, в том числе и указанного федерального закона, можно будет оценить только по истечению определенного времени. Важным будет и показатель того, насколько эффективно пригородные пассажирские перевозчики смогут исполнять свои функции; также решение самых острых проблем: обновление подвижного состава в пригородных перевозках, расчета наиболее оптимальных тарифов на проезд в пригородных поездах (не ведущих к убыточной деятельности региональных перевозчиков) и четкое определение сумм компенсаций от министерств субъектов, взаимное определение обязанностей и прав между участниками перевозки пассажиров и многих других вопросов [2].

Список использованной литературы:

1. Об организации регулярных пассажирских железнодорожных перевозок и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: проект федер. закона № 433157-7: (ред. внесен в ГД ФС РФ) // КонсультантПлюс: справ.-

правовая система: офиц. сайт компании. – 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=PRJ&n=170725#07912053697608772> (дата обращения: 28.05.2018).

2. Агафонов, Д. В. Роль инфраструктуры в формировании рынка пригородных пассажирских перевозок на железнодорожном транспорте в РФ / Д. В. Агафонов, О. О. Мозговая // Экономическая политика. – 2015. – Т. 10. – № 6. – С. 194-204.

3. Ковалева, М. Электрички привезли убытки // Коммерсантъ (Саратов). – 2018. – № 68. – 8 с.

4. Плотникова, Д. А. К вопросу о предоставлении отчетности железнодорожных пригородных пассажирских компаний // Реформы в России и проблемы управления – 2016: материалы 31-й Всероссийской научной конференции молодых ученых «Реформы в России и проблемы управления»; Государственный университет управления. – М.: Издательский дом ГУУ, 2016. – С. 265-266.

5. Савчук, В. Б. Проблемы финансирования пригородных пассажирских перевозок в России / В. Б. Савчук, Л. Н. Рузавин // Транспорт РФ. – 2014. – № 4 (53). – С. 8-10.

6. Шатаев, В. Н. Новое в управлении Пассажирским комплексом / В. Н. Шатаев, В. В. Титов, Ю. В. Елизарьев, О. Ф. Мирошниченко // Железнодорожный транспорт. – 2000. – № 2. – С. 31-37.

7. Минтранс подготовил законопроект о новой модели организации пассажирских ж/д перевозок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://news.rambler.ru/other/39508352/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink (дата обращения: 21.04.2018).

8. Официальный сайт ОАО «РЖД» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://annrep.rzd.ru/reports/public/ru?STRUCTURE_ID=4247 (дата обращения: 07.04.2018).

9. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 22.04.2018).

10. Портал Правительства России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sozd.parlament.gov.ru/bill/433157-7> (дата обращения: 19.04.2018).

11. Электричкам – правовые рельсы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://news.rambler.ru/other/38653842-elektrichkam-pravovye-rely/> (дата обращения: 20.04.2018). 81

Аннотация

Рассмотрены вопросы функционирования пригородного пассажирского железнодорожного комплекса. Приведены основные количественные и качественные показатели работы железнодорожного транспорта. Особое внимание уделено проблеме отсутствия регулярного пригородного сообщения в регионах. Кратко проанализированы реформы, проводимые в сфере пассажирского железнодорожного комплекса за последние двадцать лет, в том числе представленный в 2018 г. законопроект о формировании новой модели организации обслуживания населения железнодорожным транспортом в пригородном и дальнем сообщениях. Приведена оценка результатов реформирования. Ключевые слова: железнодорожный транспорт, пассажирские перевозки, пригородное сообщение, пригородная пассажирская компания, реформа пассажирского железнодорожного комплекса.

Митрофанов И.
Студентка 4 курса
Специальность «Логистика»
Научный руководитель:
к.э.н., доц. Кренгауз И. Н.
Университет «Туран»

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ И КАЗАХСТАНА

Для того чтобы оценить конкурентоспособность логистической системы Казахстана на международном рынке, выявить сильные и слабые стороны рассмотрим международные рейтинги, поскольку одним из ключевых направлений исследования функционирования и формирования логистической системы, прежде всего, является анализ передового опыта зарубежных стран, которые в этой сфере достигли наилучших результатов.

На современном этапе развития мировой экономики в качестве базы исследования наибольшего интереса заслуживают логистические модели стран – лидеров рейтинга LPI. На сегодняшний день Индекс LPI (Logistics Performance Index) является самым объективным показателем, который определяет уровень развития транспортно – логистического комплекса страны, учитывая развитие национальной инфраструктуры и таможни, системы международных перевозок и нормативно-правового регулирования логистической деятельности, транспортировку, бесперебойность и своевременность предоставления логистических услуг.

В соответствии с рейтингом LPI в настоящее время самых высоких оценок заслуживают логистические модели стран Евросоюза. Согласно последним данным мировым лидером по оценке общего уровня логистики за первый квартал 2018 г. является Германия (4,20). Из всех элементов LPI Германии наиболее высоко оценивается своевременность и бесперебойность оказания услуг (4,39). Хотя в Бельгии зафиксированы более высокие значения этого показателя – 4,41 балла, занимающей в общем рейтинге LPI 3 место и в Дании – 4,41, находящейся на 8 месте. Следует отметить, что Германия по оценке деятельности таможни, уровня развития инфраструктуры и сопутствующих услуг также стоит на первом месте. При этом в организации транспортно-логистических услуг она уступает Швеции (3,92), Бельгии (3,99) и Австрии (3,88). Второе место в рейтинге LPI занимает Швеция, со значением индекса 4,05 баллов. Бельгия расположилась на третьем месте, ее LPI составляет 4,04 балла. Далее следуют Австрия (4,03), пятерку лидеров замыкает Япония (4,03). США в рейтинге расположились на 14 месте (3,92), а Китай на 26 (3,61) десятку лидеров замыкает логистическая система Японии (3,91). Следует отметить, что Украина в этом году в рейтинге заняла 66 место с показателем 2,83.

Казахстан согласно данному исследованию занял 71-е место (рис. 1) среди 160 стран, поднявшись на 6 позиций относительно 2016 года. При этом наша страна опережает Россию (75), Узбекистан (99), Беларусь (103), Кыргызстан (108), Грузию (119), Туркменистан (126) и Таджикистан (134).

Следует отметить, что на улучшение показателя повлиял ряд факторов, среди которых можно назвать осуществление крупных инфраструктурных проектов, в транспортной отрасли, также значительное сокращение времени при пересечении границ, сокращение документов при реализации внешнеэкономической деятельности, улучшение услуг, предоставляемых субъектами частного предпринимательства на всех видах транспорта и в сфере транспортной логистики.



Рисунок 1 Данные рейтинга LPI
Примечание: Составлено на основе [1]

При этом в настоящий момент самым сильным звеном в логистической системе нашей страны является компетентность в логистике (3,53), возможность отслеживания грузов (2,78), организация перевозок (2,73). При этом деятельность таможи оценивается в 2,66, а инфраструктура в 2,55.

Наибольшее внимания с точки зрения исследования эффективных механизмов формирования национальной логистической модели заслуживают логистические системы стран ЕС.

Европейский Союз в настоящее время представляет весьма развитое интегрированное пространство с интенсивно и стремительно развивающимся сектором логистических услуг [2]. Сегодня логистическая система Европы достаточно снабжена и оснащена объектами транспортно - логистической инфраструктуры. Ускорение темпов ее формирования и развития в основном обеспечивается за счет внедрения в технологические схемы и информационную систему логистики инноваций [3].

Использование в логистике информационных технологий предоставляет возможность решать с минимальными издержками целый комплекс задач.

В сфере товарооборота европейские производители обнаружили значительные резервы ресурсов, компенсирующие затраты на удовлетворение растущего спроса потребителей в условиях рыночной конкуренции. Возместить дополнительные расходы возможно за счет оптимизации планировки складских помещений, оптимизации объемов поставок продукции, рационализации транспортных маршрутов, внедрения новых ресурсосберегающих технологий, в том числе информационных, важной особенностью переоснащения Европейского логистического развития является его высокий уровень интеграции, обеспечивающий, с одной стороны, стандартизацию услуг, а с другой - упрощение таможенных процедур. В ЕС большое количество крупных транспортно-логистических компаний с обширной сетью офисов, складов, терминалов, комплексов по всей Европе и за ее пределами. В первую очередь для оптимизации транспортных процессов и упрощения таможенных процедур была создана глобальная ассоциация, которая распространила свое влияние на весь регион и даже на континент [1].

За рубежом осознание роли логистики в экономическом росте стран и регионов произошло достаточно давно. Это повлияло на формирование и развитие системы внутренних и внешних логистических связей развитых зарубежных стран.

В настоящее время казахстанский рынок транспортно-логистических услуг интенсивно развивается. Но, по мнению экспертов рынка, основными проблемами на сегодняшний день остаются:

- нехватка квалифицированных кадров в логистической отрасли;
- узкий ассортимент предоставляемых логистическими операторами услуг;
- недостаточное наличие инфраструктуры и развитой логистической сети в регионах, связанное с трудностями привлечения инвестиций в данную сферу;
- низкий уровень развития складского хозяйства в регионах;
- высокая изношенность дорожно-эксплуатационной техники;
- износ основных средств в железнодорожной отрасли по причине недостаточного финансирования обновления и развития железнодорожного транспорта;
- низкая ориентированность перевозчика на клиента вследствие дефицита пассажирского подвижного состава, действующих принципов тарифообразования и механизма регулирования, а также невысокого уровня сервиса и отсутствия конкуренции;
- устаревший парк региональных воздушных судов в сфере гражданской авиации;
- недостаточная мощность портовой инфраструктуры, слабая развитость сервисной инфраструктуры, дефицит квалифицированных отечественных специалистов в области водного транспорта.

Как мы видим, проблем немало, многие из них – системного характера. Но уже сейчас многие из них решаются, так как Казахстан стремится реализовывать ряд крупных преимуществ и возможностей в сфере логистики. К таковым можно отнести:

- Транзит. Для Казахстана очень выгодно развивать транзитный потенциал. Географическое положение Республики в центре Евразийского континента создает реальные предпосылки для участия транспортной сети Казахстана в формировании евроазиатских коридоров.

- Таможенный союз. Дополнительной возможностью для развития рынка логистических услуг в Казахстане является создание Таможенного союза (ТС). Развитие ТС подразумевает более тесное сотрудничество в различных экономических секторах, и транспортно-логистическая отрасль не является исключением. Внутрисоюзные границы стали официально открытыми, сухопутная граница с Китаем теперь более доступна для Европы, и новый маршрут по территории стран ТС может стать весомой альтернативой ныне существующему морскому пути. Вступление Казахстана в ТС также повысило конкуренцию на рынке логистики, что положительно влияет на разнообразие и стоимость услуг.

- ВТО. Вступление Казахстана в ВТО увеличит товарооборот с международными рынками, соответственно возрастут объемы грузоперевозок, требующих эффективного обслуживания, что должно привести к дальнейшему развитию логистической отрасли.

Одной из проблем является низкий уровень развития складского хозяйства в регионах.

Технологический процесс казахстанского складского комплекса может и должен быть изменен, что позволит повысить автоматизацию приемки, подбора, упаковки и отгрузки товаров, упростить процесс и сэкономить время и труд работников склада.

В развитии логистики в настоящее время Казахстан от развитых стран значительно отстает. Эксперты считают, что в ближайшие годы рынок высококлассной складской недвижимости Казахстана будет стремительно и интенсивно развиваться. На сегодняшний день это наиболее привлекательная инвестиционная сфера, куда регулярно приходят новые зарубежные и российские игроки, и количество анонсированных крупных проектов постоянно увеличивается.

Идет строительство современного складского комплекса и терминалов, строительство дорожной инфраструктуры; районные власти активно участвуют в создании международных промышленных компаний в конкурсных проектах по созданию специальных экономических зон. Основные тенденции, наблюдаемые на складском рынке класса «А», позволяют сделать вывод о том, что высококлассная складская недвижимость наконец-то стала полноценным сегментом рынка. В будущем следует ожидать роста их количества и качества, а также усиления конкуренции между разработчиками или отдельными проектами.

Сегодня западноевропейские и развитые страны Азии занимают уверенное лидерство в развитии логистики. Но развитые логистические системы не являются идеальной моделью для подражания и копирования, поскольку каждая из них, во-первых, имеет свои недостатки, а во-вторых, ориентирована и направлена на специфику и особенность конкретного региона.

В разных странах развитие и становление логистики и ее инвестиции осуществлялось в зависимости от индивидуальных обстоятельств, с учетом особенностей национальной экономической политики, географии, демографических характеристик, уровня урбанизации и развития конкретных регионов общей инфраструктуры.

Всесторонний анализ основных преимуществ и недостатков существующих систем, реализуемых и действующих в конкретных регионах, с учетом их специфики, будет способствовать развитию собственных подходов к формированию логистической системы Казахстана с акцентом на развитие дипломатических отношений с соседними и зарубежными странами, а также выработке основных направлений ее совершенствования.

Список использованной литературы:

1. Logistics Performance Index. International LPI // World Bank official site // URL: <http://lpi.worldbank.org/international>

2. Шевченко К.И., Шевченко И.В., Пономаренко Л.В. Региональный аспект инвестирования в транспортную отрасль в условиях глобализации // Экономика устойчивого развития.-2012.- № 11.- С. 223-229.

3. Социально-экономическое развитие Республики Казахстан. Январь-февраль 2017 г. Краткий статистический бюллетень. Комитет по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан. Том 1, Астана: 2017. – 141 с.

Аннотация

В статье рассматривается отечественный и зарубежный опыт развития логистической системы.

Ключевые слова: логистическая система, складская логистика.

Аңдатпа

Бұл мақалада логистикалық жүйені дамытудағы отандық және шетелдік тәжірибелер талқыланды.

Түйінді сөздер: логистикалық жүйе, қойма логистикасы.

Abstract

The article deals with domestic and foreign experience in the development of a logistics system.

Key words: logistic system, warehouse logistics.

**Молжигитова Д.К., доктор PhD.,
Камелхан Г, старший преподаватель,
Жанашев Е. И, магистрант.
Казахский национальный аграрный университет**

ВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МОНИТОРИНГА С ПРИМЕНЕНИЕМ ГЕОИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация

В статье сделан анализ экономического земельного мониторинга в Восточно-Казахстанской области. Усовершенствование схемы ведения эколого-экономического мониторинга, предлагается модель стратегического мониторинга, с помощью которой можно будет решить множественный спектр задач этой области.

Ключевые слова: мониторинг, земельные отношения, геоинформационные системы землеустройства, стационарная экологическая площадка.

Введение

Мониторинг земель представляет собой комплекс технологий, включающий анализ состояния и использования земель, прогноз изменения состояния, выработку рекомендаций для управления. Анализ осуществляют по следующим направлениям: состояние и использование земель; изыскание резервов земель; охрана земель

В целом экономический мониторинг – это непрерывный процесс наблюдения и регистрации параметров объекта, в сравнении с заданными критериями. В его совершенствовании главное, на основании анализа небольшого количества характеристик признаков объекта, сделать правильное безошибочное заключение, построить прогноз дальнейшего его развития, при этом сохранить и увеличить информационную базу.

Проблему экономического мониторинга земель рассматривают много отечественных и зарубежных ученых [1].

В Восточно-Казахстанской области основную площадь земель составляют сельскохозяйственные угодья. Распределение земель по категориям показывает преобладание в структуре земельного фонда области земель сельскохозяйственного назначения, на долю которых приходится 84,8 %, а также земель лесного фонда – 2,4 % Эффективное использование земельных ресурсов не может быть достигнуто без постоянно действующей системы контроля и слежения за качественным и количественным состоянием земельного фонда и его использованием, т.е. без ведения мониторинга земель.

Проводимые в настоящее время преобразования в сфере земельно-кадастровых отношений требуют нового взгляда и подхода к информационной базе в системе развития и управления территориями. При этом актуализация последовательного формирования единой эффективной системы сбора, регистрации, хранения, анализа, оценки и описания признаков (параметров) объекта мониторинга для вынесения суждения о состоянии или поведении объекта в целом является одной из приоритетных.

Поэтому именно на этих землях проведение мониторинга необходимо и значимо.

Решение этих задач возможно лишь при условии достоверной информации о состоянии их плодородия, наблюдения, контроля и управления плодородием почвы в процессе сельскохозяйственного использования. Достоверная информация о земельных участках должна содержаться в системе кадастра недвижимости.

Любая деятельность в сфере ведения кадастра объектов недвижимости невозможна без использования информации. При этом наибольшую практическую значимость имеют данные, предоставленные в удобном для многократного

использования систематизированном виде, т.е. в виде информационных ресурсов, таких как базы данных, цифровые карты и атласы, каталоги, справочники, архивные фонды и др[2].

Цель исследования. Рассматривая современную систему мониторинга в сфере земельно-кадастровых отношений, мы объединяем возникающую взаимосвязь между ведением государственного кадастра недвижимости, осуществлением государственного кадастрового учета недвижимого имущества и кадастровой деятельностью и использованием, распоряжением земель, включая количественную и качественную оценку земли. Также распределение ее по земельным собственникам (государство, юридические и гражданские лица), установление правового регулирования (права продажи, наследования, дарения, сдачи в аренду, залога, обмена, использования в качестве взноса), порядка выкупа, образования общей или общей долевой собственности, правил функционирования рынка земли, методов и форм регулирования этих отношений со стороны государства.

На равных правах с Конституцией и Гражданским кодексом земельное законодательство включает в себя большое число специальных норм, представленных Земельным кодексом и рядом других федеральных законов и законодательными актами субъектов РК, принятых ими в пределах своей компетенции. Также некоторые права, связанные с земельными отношениями, регулируются нормами административного, налогового, уголовного права в части установления полномочий государственных и муниципальных органов в соответствующей сфере и ответственности за нарушение земельных прав [5].

В Восточно-Казахстанской области земли загрязняются соединениями меди, цинка, кадмия, свинца, мышьяка. Токсичные отходы размещены на полигонах, не отвечающих санитарно - экологическим требованиям. Аномалии свинца охватывают территорию Шемонаихинского, Глубоковского и Зыряновского районов. Наиболее неблагоприятным является район в треугольнике между городами Усть-Каменогорск, Риддер, Зыряновск.

Разобрав земельные, кадастровые и правовые отношения, мы отводим специфическую и немаловажную роль общей системе мониторинга. Тогда как мониторинговые наблюдения сопряжены с большими трудозатратами на сбор и обработку информации. Например, рассматривая показатели программ развития сельского хозяйства, следует отметить, что прослеживается определенная преемственность использования информации. Вместе с тем отсутствие четкой и обоснованной методологии ограничивает возможность сопоставительного анализа результатов. Надо отметить, что в системе государственного мониторинга только земель сельскохозяйственного назначения насчитывается 80 показателей, из них 29 формируются Минсельхозом Казахстана, в Казреестре – 8, в Казсельхознадзоре – 8, в Казгидромете (метеорологические показатели) – 15. К компетенции Казстата относится формирование 9 показателей, кроме того, 11 показателей формируются Минсельхозом совместно с другими ведомствами (Казстат, Казреестр)[3].

В Восточно-Казахстанской области в 2017 году проведены повторные наблюдения на 4 СЭП и 7 ПСЭП.

На всех площадках, представленных черноземами выщелоченными и черноземами обыкновенными, южными, темно-каштановыми почвами, уменьшилось содержание гумуса.

На территории Опытнопольского сельского округа Глубоковского района СЭП 1 в черноземах выщелоченных мощных слабогумусированных легкоглинистых, используемых под пашню, в период с 1996 по 2017 годы произошло уменьшение гумуса в пахотном слое на 4,7 %, валового фосфора – на 21,0 %, подвижного фосфора – на 13,8 % с 1,59 до 1,37 мг/100г почвы.

В Каменевском сельском округе Шемонаихинского района СЭП 3 на черноземах

обыкновенных слабогумусированных среднесуглинистых с 1996 по 2017 год произошло уменьшение гумуса в горизонте Апах на 21,7% с 4,6 до 3,6%, валового азота на 4,1%, валового фосфора на 18,7%, легкогидролизуемого азота на 35,4%, подвижного фосфора на 62,0% до низкой степени обеспеченности (0,84 мг/100г почвы), подвижного калия на 16,9%.

В Зевакинском сельском округе Шемонаихинского района ПСЭП 7 на богарной пашне, представленного черноземами обыкновенными слабосмытыми среднесуглинистыми, с 1996 по 2017 год в пахотном горизонте произошло уменьшение валового фосфора на 7,6%, легкогидролизуемого азота на 35,4%, подвижного фосфора на 48,4% с 2,77 до 1,43 мг/100г почвы.

В Новошувльбинском сельском округе Бородулихинского района на ПСЭП 10, представленной черноземами южными глубоковскипающими среднемошными легкоглинистыми, с 1996 по 2017 год произошло уменьшение гумуса в горизонте Апах и в слое 0-30 см на 11,8 и 13,0% , валового азота на 13,5 и 14,5%, валового фосфора на 23,5%, подвижного фосфора на 19,4 и 20,5%, подвижного калия на 6,6 и 8,6%.

В Жерновском сельском округе Бородулихинского района СЭП 9 на черноземах южных глубоковскипающих слабогумусированных среднемошных легкоглинистых на богарной пашне с 1996 по 2017 год в пахотном горизонте и в слое 0-30 см произошло уменьшение гумуса на 13,9 и 14,0%, валового азота на 22,1 и 23,1%, валового фосфора на 8,3%. Существенных изменений по подвижным формам фосфора и калия не произошло.

В Ленинском сельском округе Бородулихинского района ПСЭП 11 на богарной пашне, представленного черноземами южными слабосмытыми среднесуглинистыми, с 1996 по 2017 год в пахотном горизонте и в слое 0-30 см произошло уменьшение гумуса на 11,0 и 10,8%, валового азота на 7,5 и 10,5%, валового фосфора на 11,1%, подвижного фосфора на 17,1 и 18,7%, подвижного калия на 4,2 и 6,5%.

Гагаринском сельском округе Уланского района СЭП 5 наблюдения на пашне, представленными темно-каштановыми среднемошными среднесуглинистыми почвами, свидетельствуют об относительной стабильности наблюдаемых почвенных показателей с 1997 по 2017 год, приведших лишь к уменьшению подвижных форм фосфора на 18,7% с 2,78 до 2,26 мг/100г почвы и обменного калия на 2,1,1% с 39,1 до 30,86 мг/100г почвы.

В связи с этим для повышения качества системы мы предлагаем усовершенствовать схему ведения мониторинга, предложив модель стратегического мониторинга, с помощью которой можно будет решить множественный спектр задач этой области.

Материал и методы исследования. Качество системы мониторинга определяется эффективностью ее функционирования и выражается через получение первоначальной информации об объекте, в тоже время она должна быть актуальной, точной, достоверной, полной и своевременной. Эффективность системы снижается за счет недостаточно четко сформулированным целям и поставленным задачам, неправильной систематизации материала, а также алгоритма сбора информации об объекте мониторинга, характеризующего его признаки.

В последние годы качество системы мониторинга в сфере земельно-кадастровых отношений заметно снизилось, что привело к потере информационных данных об объектах и появлению большого количества ошибок и несоответствий в этом направлении. Разными учеными предлагаются пути решения этой проблемы.

Среди предлагаемых мер по организации рационального землепользования авторы работы [8] выделяют обязательность разработки плановых и проектных документов по землеустройству на федеральном, региональном, муниципальном и местных уровнях. На примере схемы землеустройства административного района определены этапы разработки данного документа и их содержание.

Анализ системы мониторинга показал, что совершенствование механизма ведения

системы этой области на сегодняшний день очень актуально. В связи с этим важнейшим становится предложенный нами комплексный подход совершенствования системы мониторинга в сфере земельно-кадастровых отношений, т.е. ведение мониторинга по модели с применением современных передовых технических средств и технологий (геоинформационных систем (ГИС), дистанционного зондирования и т.д.) [1].

Считается, что скрупулезное рассмотрение объекта не всегда обязательно при этом, забывается о том, что созданная полноценная информационная база данных позволит сделать анализ не только об исследуемом объекте, но и создать общую картину с учетом исторических и географических факторов. Конечно, система сама по себе не является панацеей, но предлагаемый нами современный комплексный подход к проведению мероприятий, по какому-либо объекту мониторинга, будет способствовать правильному формированию точной концепции ведения мониторинга.

Результаты исследования и их обсуждение. Представим систему не только состояния земельных ресурсов, но и прочно связанную с ними недвижимость, а также состояние земельного фонда в целом и административных районов, населённых пунктов, землевладений, землепользователей, ландшафтно-экологических комплексов, воздействий негативных процессов, явлений и др., в итоге получим адекватную земельно-кадастровую информацию об исследуемых объектах мониторинга.

Рекомендуемая нами модель не решит всех проблем, но будет содействовать их сокращению. Предлагаемая модель стратегического мониторинга носит характер организационно-технологической схемы для формирования интерактивной информационной базы данных. Основываясь на точных прогнозах, можно безошибочно спланировать работу системы мониторинга, а правильный научно-исследовательский подход к ее данным послужит платформой для ГИС. На рисунке 1 представлена созданная нами модель-схема ведения и организации стратегического мониторинга. Правильная организация мониторинга создаст условия для повышения эффективности использования земли и недвижимости. Своевременного выявления изменений их состояния, выработки рекомендаций о предупреждении и устранении негативных процессов, а информационное обеспечение позволит контролировать использование и охрану земельных ресурсов, а также землеустройство, обеспечивая граждан информацией о состоянии окружающей среды и части состояния земель и недвижимости.

Целью исследования было формирование экспертных баз данных агропромышленного комплекса Восточно-Казахстанской области для решения задач государственного мониторинга пахотных земель и управления сельскохозяйственными земельными ресурсами на региональном и муниципальном уровнях (на территориях районов Восточно-Казахстанской области). Применяя модель-схему организации стратегического мониторинга в процессе выполнения работ, был организован эффективный сбор данных в муниципальных районах Восточно - Казахстанской области, по которым составлены картографические материалы с помощью современных ГИС-технологий.

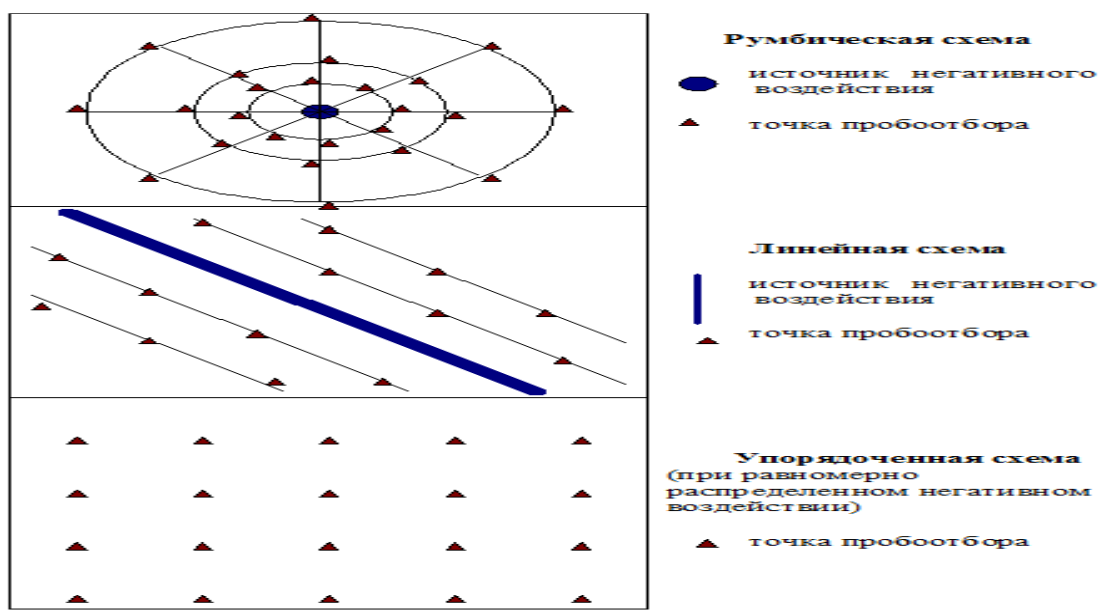


Рис.1. Схемы опробования (пробоотбора) контрольных участков.

В результате исследования и создания базы данных решили ряд задач, связанных с ведением мониторинга земель:

- ведение централизованного учета пахотных земель, их инвентаризация, мониторинг состояния и использования, подготовка аналитической информации;
- возможность регулярного обновления покрытия данными дистанционного зондирования Земли для мониторинга состояния посевов и фактического использования пахотных земель;
- возможность учета земельных участков из состава пахотных земель и земель, используемых или предоставленных для ведения сельского хозяйства в составе земель иных категорий, который производится на основе информации кадастрового учета, наземных наблюдений, данных дистанционного зондирования Земли;
- агрегация информации по производственно-экономическим показателям на различных уровнях, включая уровень субъекта Республики Казахстан, муниципального района/городского округа;
- управление агробиологическим и технологическим потенциалом отрасли растениеводства районов Восточно-Казахстанской области и выбор технико-экономических решений;
- предоставление государственных информационных ресурсов о пахотных землях федеральным органам исполнительной власти, органам исполнительной власти субъектов РК, органам местного самоуправления, сельскохозяйственным товаропроизводителям, а также иным заинтересованным лицам.

Выводы. За счет применения модели стратегического мониторинга, организация работ прошла на высоком технологическом уровне, достигнуты ключевые результаты, избежав множества проблем и ошибок. Организационная модель стратегии может постоянно меняться и корректироваться. Рассматривая представленную модель, не надо забывать, что в нашем случае стратегия – это долгосрочное качественно определенное направление развития организации, касающееся сферы земельно-кадастровых отношений, система взаимоотношений внутри организации и взаимосвязи в окружающей среде, т.е. генеральный план действий, определяющий приоритеты и алгоритм мероприятий для достижения целей.

В заключение хотелось бы сказать, что реализация предложений по совершенствованию системы мониторинга будет способствовать развитию всей

концепции государственного и политического устройства в сфере земельно-кадастровых отношений, а применение ГИС-технологий даст возможность глубокого комплексного мониторинга, объединит различные данные, обеспечит доступность, анализ, наглядность отображений и полноту сведений об интересующих объектах, а благодаря своим возможностям постоянно будет расширять сферы использования. Благодаря этому возрастет производительность и эффективность управления земельно-кадастровыми работами и управления человеческой деятельностью в целом.

Литература

1. Сводный аналитический отчет РК. 2017-2018г.
3. Тихонова, И.О. Основы экологического мониторинга: учеб. пособие./- М.: ФОРУМ, 2015.-237с.
4. Тихонова, И.О. Экологический мониторинг атмосферы: Учебное пособие - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 136 с.
5. Тихонова, И.О. Экологический мониторинг водных объектов: Учебное пособие/Тихонова И. О., Кручинина Н. Е., Десятков А. В. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 152 с.
6. Варламов, А.А. Кадастровая деятельность: учебник. Гр. УМО / А.А. Варламов и др.-М., 2015.-255с.
7. Варламов, А. А. Организация и планирование кадастровой деятельности: учебник. Гр. УМО / А.А. Варламов и др. –М., 2015.-189с.
8. «ҚР жер мониторингін жүргізудің тәртібін бекіту туралы» ҚР Үкіметінің Қаулысы № 1347, 17.09.1997 ж.

Аңдатпа

Мақалада Шығыс Қазақстан облысында жер мониторингін жүргізудің сараптама нәтижелері көрсетілген. Жер мониторингін жүргізудің жетілдірілген сұлбасы келтірілген және осы саланың көптеген мәселесін шешуге арналған мониторингтің стратегиялық моделі ұсынылып отыр.

Кілт сөздер: мониторинг, жер қатынастары, жерге орналастырудың геоақпараттық жүйесі, стационарлық экологиялық алаң.

Abstract

In article analyses of land monitoring are provided in the East Kazakhstan region. Improvement of the scheme of conducting monitoring, is offered model of strategic monitoring by means of which it will be possible to solve a multiple range of problems of this area.

Keywords: monitoring, land relation, land management geographic information systems, stationary ecological platform.

Мусин У. К.,

магистрант специальности 6М050900-Финансы,
Казахский университет экономики, финансов и
международной торговли

Роль малого и среднего бизнеса в экономике государства

Малое предпринимательство — это предпринимательская деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики при определенных установленных законами, государственными органами или другими представительными организациями критериях, конституционирующих сущность этого понятия[1].

По мнению к. э.н. Лановой О. Г. малый бизнес — это, прежде всего — создание новых рабочих мест, оперативный отклик на рыночные изменения спроса и

предложения, пополнение бюджетов. Наконец, развитие малого предпринимательства — это рост числа людей, самостоятельно обеспечивающих достойный уровень жизни для себя и своих семей [2]. Характерными чертами малого предпринимательства является взаимосвязь понятий «выживаемости» и «неустойчивости». Малые предприятия мобильны и быстро заполняют ниши в экономике с более высоким уровнем доходности, чем обеспечивают быстрое насыщение платежеспособного спроса, необходимого для сдвигов в экономике страны. В чертах малого и среднего бизнеса прослеживается тот факт, что они проигрывают по своим конкурентным преимуществам более крупному бизнесу. Так, в настоящее время крупные предприятия, которые опережают по показателям субъектов МСП, чувствуют себя комфортнее и увереннее на рынке. Этому есть логическое объяснение. По мнению Ж. Ж. Ламбена [3], чье мнение разделяет и профессор С. Г. Демченко, устойчивое конкурентное преимущество получают фирмы, осуществляющие «постоянный и систематический анализ потребностей рынка, выводящий на разработку эффективных товаров, предназначенных для конкретных групп покупателей и обладающих особыми свойствами, отличающими их от товаров-конкурентов» [4]. Соглашаясь с данным выводом, добавим, что на вышеперечисленный сбор и анализ информации, требуется выделение дополнительных денежных средств, которые для субъектов МСП не всегда подъемны, особенно в современных условиях, когда особенно остро стоит вопрос о финансовом состоянии малого предпринимательства. Таким образом, крупные предприятия, обладая большей финансовой устойчивостью, обеспечивают себе сильные конкурентные преимущества.

Значение малого бизнеса в экономике очень велико. Без малого и среднего бизнеса рыночная экономика ни функционировать, ни развиваться не в состоянии. Малый и средний бизнес в рыночной экономике - ведущий сектор, определяющий темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта; во всех развитых странах на долю малого бизнеса приходится 60 - 70 процентов ВВП.

Поэтому абсолютное большинство развитых государств всемерно поощряет деятельность малого бизнеса. В мировой экономике функционирует огромное количество малых фирм, компаний и предприятий. Например, в Индии число МП превышает 12 млн., а в Японии 9 млн. Малый бизнес, например, только в США дает почти половину прироста национального продукта и две трети прироста новых рабочих мест.

Малое предпринимательство, оперативно реагируя на изменение конъюнктуры рынка, придает экономике необходимую гибкость. Малые компании способны оперативно реагировать на изменение потребительского спроса и за счет этого обеспечивать необходимое равновесие на потребительском рынке. Малый бизнес вносит существенный вклад в формирование конкурентной среды, что для нашей высоко монополизированной экономики имеет первостепенное значение. Немаловажна роль малого бизнеса в осуществление прорыва по ряду важнейших направлений НТП, прежде всего в области электроники, кибернетики и информатики. Все эти и многие другие свойства малого бизнеса делают его развитие существенным фактором и составной частью реформирования экономики Казахстана.

Функциональное назначение предприятий, их роль в экономике в значительной мере меняются в зависимости от размера предприятия. Крупное и мелкое производства, даже в рамках одной территории и отрасли, как правило, не являются взаимозаменяемыми. Отсутствие одного из них - это незаполненная ячейка экономики, имеющая своим следствием общее снижение эффективности производства. Крупные, средние и малые предприятия дополняют друг друга, создают целостный организм экономики.

Малые предприятия выполняют в капиталистической экономике разнообразные функции. Как правило, они специализируются на изготовлении отдельных узлов и деталей, а крупные предприятия ведут сборку готовых изделий. Иногда малые

предприятия осуществляют промежуточную сборку. Например, фирма "SAAB", являющаяся одной из крупнейших фирм по производству авиационных двигателей имеет около 4500 фирм, которые делают различные детали. Среднее время жизни малых предприятий где-то 6 лет. Но число новых предприятий превышает число закрывшихся. Все малые довольно быстро реагируют на внешние условия и видоизменяют конечную продукцию, следуя за спросом, осваивая новую продукцию. Например, малые предприятия в Японии способны завершить опытное производство в течении недели, в то время как на крупных предприятиях это заняло бы гораздо больше времени. Малые предприятия специализируются и на выпуске конечной продукции, ориентированной в основном на местные рынки сбыта. В основном, это скоропортящиеся продукты: ювелирные изделия, одежда, обувь и так далее.

Каждое государство в зависимости от национальности, производственных градаций, отраслевой культуры экономики устанавливает свои критерии распределения предприятий по их размерам. Например, во Франции очень малыми предприятиями считаются производства с числом занятых до 10 человек, малыми - от 10 до 100, средними от 100 до 500 и крупными свыше 500 человек. Малые и средние предприятия составляют около 99% численности всех предприятий, и на них трудится примерно 67% всех занятых.

Действительно, в большинстве капиталистических государств не менее половины всех занятых работают на мелких и мельчайших предприятиях, а для некоторых стран эта доля значительно выше. Так, в суперсовременной Японии половина всех трудящихся занята только и мельчайших фирмах, а вместе мелкие и мельчайшие предприятия дают работу 1/2 всех занятых японцев. Японии к категории малых и средних предприятий относятся юридически самостоятельные компании с числом занятых до 300 человек или объемом основного капитала до 100 млн. иен в отраслях обрабатывающей промышленности, строительстве, транспорте, связи, в коммунальном хозяйстве; до 100 человек (или до 30 млн. иен капитала) - в оптовой торговле и до 50 человек (или 10 млн. иен капитала) - в розничной торговле и сфере услуг. Мелкие и средние компании составляют более 99% общего их числа, и на них трудится свыше 80% всех занятых[5].

Таким образом, трудно переоценить значимость развития малого бизнеса для нашей страны, где оно способно коренным образом и без существенных капитальных вложений расширить производство многих потребительских товаров и услуг (в первую очередь - для беднейших слоев, составляющих большинство населения) с использованием местных источников сырья, решить проблему занятости, ускорить научно-технический прогресс и составить позитивную альтернативу криминальному бизнесу.

Список литературы:

1. Нурмухаметов А. В. Значение малого и среднего бизнеса в экономике страны [Текст] // Актуальные вопросы экономических наук: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Уфа, июнь 2014 г.). — Уфа: Лето, 2014. — С. 16-19. — URL <https://moluch.ru/conf/econ/archive/95/5778/> (дата обращения: 14.01.2019).
2. Лановая О. Г. Направления кредитования малого предпринимательства в РФ / О. Г. Лановая // Банковские услуги. — 2008. — № 1.
3. Ламбен Ж.-Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок. — Спб: Питер, 2011—720 с. 4.
4. Демченко С. Г., Файзханова А. Л. Маркетинговые подходы к оценке конкурентных преимуществ услуг медицинских учреждений // Вестник экономики, права и социологии. — 2013. — № 3.
5. «Основы предпринимательской деятельности» под редакцией Осипова Ю.М., - М.: Инфра-М,, — 2013. 450 с.

Резюме

Развитие малых и средних предприятий позволяет обеспечить решение как экономических, так и социальных задач, в том числе способствует формированию конкурентной среды, насыщению рынка товарами и услугами, обеспечению занятости, увеличению налоговых поступлений в бюджеты всех уровней.

Түйін

Шағын және орта кәсіпорындарды дамыту экономикалық, сондай-ақ әлеуметтік міндеттерді шешуді қамтамасыз етуге мүмкіндік береді, оның ішінде бәсекелестік ортаны қалыптастыруға, нарықты тауарлармен және қызметтермен толықтыруға, жұмыспен қамтуды қамтамасыз етуге, барлық деңгейдегі бюджеттерге салық түсімдерін ұлғайтуға ықпал етеді.

Summary

The development of small and medium-sized enterprises allows us to provide solutions to both economic and social problems, including the formation of a competitive environment, the saturation of the market with goods and services, employment, and an increase in tax revenues to budgets of all levels.

Муталхан О. Б.,
магистрант специальности 6М050600-Экономика,
Казахский университет экономики, финансов и
международной торговли

Понятие и сущность экономических результатов деятельности предприятия

Основными экономическими результатами финансово-хозяйственной деятельности предприятия являются объем выпущенной и реализованной продукции, валовой доход, прибыль, стоимость имущественного комплекса предприятия. Экономические итоги деятельности компании находятся в зависимости от конкурентоспособности, востребованности его продукта (трудов, услуг), степени рейтинга, деловой активности и официальной репутации. На итоги экономической деятельности компании оказывают большое влияние степени безубыточности, ликвидности, платежеспособности и экономической стабильности. Экономические итоги финансово-хозяйственной работы компании отображают в полном объеме результативность применения его экономического потенциала, который содержит кадровый, промышленный, производственный и финансовый возможности и определяет единые способности, а кроме того определенные разновидности экономической деятельности компании[1].

Объем реализованной продукции безусловно считается главным экономическим итогом финансово-хозяйственной деятельности компании. Это коэффициент консолидированного характера, определяющий единые итоги экономической деятельности компании[2].

Процесс материального производства оканчивается доведением готового продукта до покупателя посредством реализации произведенной продукции (трудов, услуг). Реализация продукции считается одним из ключевых характеристик благополучного окончания процесса изготовления и в то же время предполагает собою завершённую стадию кругооборота средств компании, обладающую колоссальным значением для его нормальной хозяйственной деятельности[3].

Прибыль от реализации продукта (трудов, услуг) считается главным источником дохода финансовых ресурсов и денежных средств[4].

Выручка от реализации продукта (работ, услуг) находится в прямой зависимости от организации менеджмента, маркетинга и ценообразования. Миссии маркетинга

закljučаются в последующем:

- исследование рынка ресурсов с целью обработки и рынков сбыта отделанной продукции;
- помощь продвижению на бирже и осуществление реализации продукции (работ, услуг);
- вовлечение стабильных потребителей посредством их сервиса с применением концепции и бонусов;
- рекламное объявление в местной печати, на радио и телевидении;
- подтверждение степени стоимости;
- моделирование сбалансированности спроса и потребления.

Ценообразование считается значимым процессом установления реальной стоимости выпущенной продукции (работ, услуг).

Основными условиями ценообразования считаются: спрос, предложение, конкурентная борьба. К главным основам ценообразования принято причислять последующее:

- отражение издержек производства, распределения, обмена и потребления;
- соотношение наименьшего уровня цены единому уровню издержек производства;
- отображение в цене высококачественных характеристик продукта.

Рыночная цена отражает окончательный итог общественного производства — прямую реализацию товаров и услуг покупателю, реальное соответствие спроса и предложения.

Свободные (рыночные) стоимости на отечественные товары общенародного пользования создаются отталкиваясь из отпускной стоимости с налогом на добавленную стоимость и трейдерской надбавки.

Свободные (рыночные) стоимости на завезенные из других стран товары общенародного пользования создаются отталкиваясь из отпускной стоимости (в том числе таможенные пошлины, сборы и акцизы) и трейдерской надбавки[5].

Доход считается окончательным итогом работы компании.

Экономические итоги финансово-хозяйственной работы компании также характеризуются распределением и применением прибыли. К главным направлениям распределения доходов относятся налоги, уплачиваемые за счет дохода, купонные (процентные) выплаты согласно долговым ценным бумагам (облигациям, векселям), дивиденды согласно привилегированным и обычным акциям, отчисления и средства предприятия (накопления, формирование фондов производства, потребления, материального стимулирования, социально-культурного формирования и др.).

Значимым экономическим итогом финансово-хозяйственной деятельности компании считается рыночная стоимость его имущественного комплекса. Стоимость компании (имущественного комплекса) считается базисной чертой его экономической обеспеченности. Имущественный комплекс компании содержит всю без исключения собственность, пребывающую на балансе компании в данном периоде.

Рыночная стоимость материального комплекса предприятия находится в зависимости от ряда факторов:

- отраслевая особенность,
- территориальное размещение,
- деловой имидж, торговый бренд,
- стоимость основных фондов,
- стоимость ноу-хау,
- стоимость товарно-материальных запасов и нематериальных активов,
- рыночная прибыль материального комплекса предприятия,
- стоимость аналогичных комплексов,
- высоколиквидность.

Таким образом, в современных условиях сводный (интегрирующий) показатель,

характеризующий финансовый результат деятельности организации - валовая (балансовая) прибыль или убыток. В настоящее время, когда все организации перешли на самофинансирование, анализ финансовых результатов, а именно, прибыли, которая и является основным источником самофинансирования (т.е. финансирования собственных капитальных вложений в развитие производственной и социальной базы организации), позволяет выявить возможности этих организаций.

Прибыль, являясь конечным результатом деятельности предприятия, создает условия для его расширения, развития, самофинансирования и повышения конкурентоспособности предприятия. В зависимости от положения предприятия на рынке, наличия ресурсов, длительности периода основная цель может быть конкретизирована. В долгосрочном периоде это будет достижение максимальной прибыли, в краткосрочном — необходимой прибыли при определенных объемах деятельности, и во все периоды — обеспечение конкурентоспособности предприятия. При этом максимизация прибыли в долгосрочном периоде возможна лишь при поэтапном достижении определенных необходимых размеров прибыли. Обеспечение необходимого объема прибыли в долгосрочном и краткосрочном периодах обусловлено жизненно важными потребностями в развитии предприятия, удовлетворении экономических интересов собственников, обеспечении интересов общества и коллектива.

Список литературы:

1. Балабанов И.Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта. - М.: Финансы и статистика, 2012. - 256 с.
2. Грищенко О.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2015. - 112 с.
3. Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятия: Учеб. пособие. - М.: Финансы и статистика, 2013. - 208 с.
4. Киреева, Н.В. Экономический и финансовый анализ: Учебное пособие / Н.В. Киреева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 350 с.
5. Ковалев В.В., Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. М.: Дашков и К, 2012. - 424 с.

Резюме

Результат - это конечный итог, показатель какой-либо деятельности (работы в какой-либо области). Так как предприятие осуществляет свою деятельность в различных областях, то можно говорить о множественности ее результатов. Степень детализации результатов деятельности определяется аналитиком. Можно выделить результаты производственной, финансовой, инвестиционной, инновационной, коммерческой, снабженческой, управленческой, социальной, технической и технологической, экологической, организационной и другой деятельности.

Түйін

Нәтиже - бұл соңғы қорытынды, қандай да бір қызметтің көрсеткіші (қандай да бір саладағы жұмыс). Кәсіпорын өз қызметін түрлі салаларда жүзеге асыратындықтан, оның нәтижелерінің көптігі туралы айтуға болады. Қызмет нәтижелерін нақтылау дәрежесін талдаушы анықтайды. Өндірістік, қаржылық, инвестициялық, инновациялық, коммерциялық, жабдықтау, басқару, әлеуметтік, техникалық және технологиялық, экологиялық, ұйымдастырушылық және басқа да қызметтің нәтижелерін бөліп көрсетуге болады.

Summary

The result is the final result, an indicator of any activity (work in any area). Since the company carries out its activities in various areas, we can talk about the multiplicity of its results. The degree of detail of the performance is determined by the analyst. We can single out the results of industrial, financial, investment, innovation, commercial, procurement, management, social, technical and technological, environmental, organizational and other activities.

ЛОГИСТИКАЛЫҚ ШЫҒЫНДАРДЫ ОҢТАЙЛАНДЫРУ ӘДІСТЕРІНІҢ БІРІ РЕТІНДЕ ЖЕТКІЗУШІНІ ТАҢДАУ

Қазіргі нарықтық жағдайларда кез келген фирма тұтынушыға және оның ықтимал қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағытталған. Әрбір клиент белгілі бір тауардан немесе жоғары сапа деңгейіндегі қызметтерден күтеді және бұл ұғымға оның қажеттіліктерін толық қанағаттандыратын тұтынушылық қасиеттердің тіркесімін салады. Мұндай маңызды қасиеттердің бірі—баға. Құн сатып алушы қандай да бір тауар немесе қызмет үшін төлейтін соманың ақшалай көрінісі болып табылады. Баға, бірінші кезекте, өзіндік құнынан—тауар өндірісіне кететін шығындардан қалыптасады: шикізат пен материалдар құны, қызметкерлердің жалақысы, үй-жайларды жалға алу, амортизация, технологиялық процестерді орындау, тасымалдау, маркетинг, жарнама шығындары және т.б. осы шығындар дайын өнімді өндіру және тұтынушыға тарату барысында орындалатын түрлі операциялармен және жұмыстармен байланысты. Тауарға немесе қызметке қажеттілік пайда болған сәттен бастап және оны қанағаттандыру сәтіне дейін логистика қағидаттарын қолдану жалпы шығындарды төмендетуге ықпал етеді және кәсіпорынның қызметінің тиімділігі мен бәсекеге қабілеттілігін арттырады.

Логистикалық шығындар шикізат пен материалдарды жеткізушілерден бастап өндірістік кәсіпорын арқылы және түпкі тұтынушыға дейін барлық логистикалық жүйе бойынша материалдық ағындардың қозғалысын басқаруға арналған шығындар жиынтығын білдіреді. Өнеркәсіптің әртүрлі салаларындағы логистикалық шығындар құрылымын талдау олардың ең көп үлесін қорларды басқаруға арналған шығындар (20–40%), көлік шығыстары (15–35%), сондай-ақ әкімшілік—басқару функцияларын жүзеге асыруға байланысты шығыстар (9–14%) алатынын көрсетеді. Бұдан басқа, соңғы жылдары тапсырысты өңдеу, тасымалдау, ақпараттық—компьютерлік қолдау, логистикалық әкімшілік сияқты логистикалық функцияларды жүзеге асыруға шығындардың ұлғаю үрдісі байқалады. Мұндай жағдайда кез келген компания өзінің логистикалық шығындарын оңтайландыруға мүдделі, өйткені олар өзіндік құнға қосылады, ал оның артуы кәсіпорынның пайдасын және оның рентабельділік деңгейін азайтуға тікелей әсер етеді[1].

Кез келген кәсіпорынның экономикалық қызметін бағалау мен талдаудың мақсаты оның өндірістік, экономикалық және қаржылық жай-күйі туралы деректерді жинау және жүйелі зерделеу жолымен оның жұмысының тиімділігін арттыру бойынша ұсынымдар әзірлеу болып табылады. Логистикалық шығындар кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігінің негізгі көрсеткіштерінің бірі болып табылады, сондықтан оларды бақылау мен төмендету жолдарын іздеу тек мынадай есеп және талдау тәртібімен ғана мүмкін болады:

1) оңтайландыру жөніндегі шаралар нақты нәтижелер беретін логистикалық шығындарды жинақтау орталықтарын (функционалдық облыстарды) айқындау;

2) әрбір жинақтау орталығы шеңберінде логистикалық шығындардың ең маңызды пункттерін табу;

3) шығындарды олардың негізгі сипаттамаларына сәйкес жіктеу жолымен жалпы шығындардың диагностикасын жүзеге асыруға міндетті.

Бәсекелестік артықшылыққа қол жеткізу үшін логистикалық шығындарды азайтудың мынадай жолдары бар:

—қосымша құн құрмайтын қызмет түрлерін (рәсімдер, жұмыстар, операциялар)

іздеу және қысқарту мақсатында жеткізу тізбегін талдау және қайта қарау;

–неғұрлым төмен босату және бөлшек сауда бағаларын, сауда үстемелерін белгілеу жөніндегі келісімдерге қол жеткізу үшін жеткізушілермен және сатып алушылармен (келіссөздер жолымен) өзара қарым–қатынасты қайта қарау;

–тікелей және кері ықпалдасу арқылы жалпы шығындарды бақылауды күшейту;

–шикізат пен материалдардың баламалы, арзан алмастырғыштарын іздеу;

–қорларды басқару, сақтау, қоймалау және жеткізу шығындарын азайту үшін логистикалық тізбекте кәсіпорын қызметін жеткізушілермен және тұтынушылармен үйлестіруді жақсарту;

–басқа шығындарды азайту есебінен логистикалық тізбектің бір буынының шығындарының өсуін жабу;

–жұмыстың неғұрлым прогрессивті әдістерін енгізу және іске асыру жолымен қызметкерлердің еңбек өнімділігін арттыру;

–ресурстарды пайдалану және жалпы шығындар деңгейіне әсер ететін факторларды басқару тиімділігін арттыру.

Жеткізушілерді бағалау және таңдау оларға қойылатын талаптарды орындауға қабілетсіз және олармен жұмыс істеу шығындарын арттыратын агенттерді алып тастау үшін қажетті жұмыс істеп тұрған жеткізушілердің базасын оңтайландырудың қажетті құрамдас бөлігі болып табылады.

Нақты өнім берушіден тапсырысты орналастыру туралы шешім қабылдау процесі әр түрлі жағдайларға және кәсіпорынның өзінің стратегиясына байланысты. Негізінен шешім мынадай өлшемдерге негізделеді:

–тапсырысқа (шартқа, келісімшартқа) сәйкес келісілген кесте бойынша мерзімінде жеткізу мүмкіндігі;

–сапа стандарттарына жауап беретін тауарды жеткізу;

–жеткізудің талап етілетін көлемін сақтау;

–келісілген бағаларды сақтау.

Сатып алудың сипаты мен құны өнім берушіні бағалаудың жекелеген өлшемдерінің салмақтық коэффициенттеріне және тиісінше таңдау үшін қажетті ақпараттың сипатына әсер ететін болады. Компанияның қажеттіліктеріне ден қою қабілеті білікті жеткізушіден төмен білікті жеткізушіден ерекшеленеді.

Жеткізушіні таңдаудың бірнеше кең таралған әдістері бар (шығын-коэффициент, үстем сипаттамалар, артықшылық санаттары), алайда көпкритериалды сараланған бағалау әдісі немесе факторларды рейтингтік бағалау таңдаудың ең көп таралған тәсілдерінің бірі деп санауға болады. Алдымен өнім берушіні таңдауға негіз болатын басты өлшемдер қалыптастырылады, одан әрі жабдықтау бөлімінің қызметкерлері немесе тартылған мамандар олардың маңыздылығын белгілейді[2].

Кәсіпорын өз қызметінің ерекшелігі негізінде өзі үшін ең маңызды өлшемдерді бөлуді жүргізеді. Ол үшін өнім берушінің рейтингін анықтауға мүмкіндік беретін арнайы бағалау шкаласын әзірлеу қажет. Жүргізілген талдау нәтижесінде келіссөздер жүргізуге және шарттық қатынастар жасасуға болатын нақты жеткізушілердің тізімі қалыптастырылады. Өнім берушіні түпкілікті таңдау, әдетте, сатып алу бөлімінің басшысы жүзеге асыратындықтан, толық формальды бола алмайды.

Өнім берушіні таңдау критерийлерінің шкаласы:

–өнім сапасы;

–уақтылы жеткізу (авторлар сақтау немесе мерзімдерді сақтамаудың өлшемдерінің негізінде өнім берушілердің рейтингін құруды ұсынады);

–баға (нақты бағаны қалауымен немесе басқа өнім берушілерде ең азмен салыстыру);

–қызмет көрсету (техникалық көмектің сапасы, өнім берушінің қатынасы және көмек туралы сұраныстарды өңдеу уақыты, қызмет көрсетуші персоналдың біліктілігі және т. б.);

–өнімді немесе қызметті әзірлеу, бағаны төмендету бойынша қайталама ұсыныстар;

–техникалық инженерлік және өндірістік қуаты;

–дистрибьюторлық мүмкіндіктерді бағалау (егер өнім беруші дистрибьютор ретінде жұмыс істесе);

–қаржы мен басқаруды егжей-тегжейлі бағалау.

Бұл шкаланы материалдық ресурстарды жеткізушілерді алдын ала іріктеу және одан әрі таңдау үшін шетелдік өнім өндіруші фирмалар кеңінен пайдаланады.

Рейтинг мәндерін есептеу процесі өлшемнің үлес салмағын әрбір өнім беруші үшін оны бағалауға (әдетте он баллдық жүйе қолданылады) көбейту болып табылады. Одан әрі барлық таңдалған өлшемдер бойынша рейтингтің алынған мәндерін қосу жүргізіледі. Алынған соңғы рейтинг ынтымақтастық үшін үздік жеткізушілерді салыстыру және таңдау үшін пайдаланылады. Бірнеше өнім берушілер үшін базалық өлшемдер бойынша бірдей нәтижелер туындаған жағдайда, талдауды қосымша өлшемдер енгізумен қайталау қажет. Алайда, критерийлерді кеңейту әрдайым объективті нәтижелер бермейді, өйткені барлық әлеуетті өнім берушілер рейтингке қажетті ақпаратпен бөлісуге дайын емес.

Бағалау критерийлері	Жеткізушінің атауы		
	Өнім беруші 1	Өнім беруші 2	Өнім беруші 3
Сенімділік	8	7	8
Сапасы	7	8	9
Бағасы	8	7	9
Қызмет көрсету	8	8	7

Кесте 1. Өнім берушіні бағалау критерийлері

3–кезең – өлшемдерге салмақ коэффициентін беру.

4–кезең – өлшемдердің мәндерін қосу және жеткізушілердің түпкілікті бағасын қалыптастыру.

5–кезең – алынған рейтинг нәтижелерін салыстыру және үздік жеткізушіні таңдау.

Қазіргі жағдайда нарық әрбір қаржы–шаруашылық қызмет субъектісіне жеткілікті қатаң талаптар қояды. Кәсіпорынның өзінің ішкі жоспарларын орындай отырып, барынша мүмкін болатын көлемде өнім өндіру қабілеті ғана емес, сондай-ақ осы өнімді сақтау және сату мүмкіндігі де маңызды. Бұл ретте, бәсекелестік күресте нарыққа сапалы өнімді қарсыластарға қарағанда төмен бағамен ұсына алатын адам жеңеді. Белгілі болғандай, өнімнің бағасы тек оны өндіруге ғана емес, сонымен қатар тасымалдауға, қоймалауға, сатуға және т.б. шығындардан құралады. Логистикалық шығындарды азайтып, кәсіпорын өнімнің өзіндік құнын төмендетеді және пайданың өсуін және нарықтағы бәсекелестік позициялардың нығаюын қамтамасыз етеді.

Қаржы–шаруашылық қызметтің әрбір субъектісіне айтарлықтай қатаң жағдай жасайды, ал бәсекелестік кез келген бизнеске есепке алынуы қажет даналықты білдіреді. Соңғы тұтынушы үшін бәсекелестік күрес рынокта тұрақты болып келеді және

компаниялар осы күресте қолда бар барлық құралдар мен ресурстарды пайдаланады. Осындай құралдардың бірі тауар немесе қызмет үшін неғұрлым төмен баға ұсыну мүмкіндігі болып табылады, өйткені бұл кәсіпорынға өз өнімінің үлкен көлемін сатуға және нәтижесінде бәсекелес есептеген пайданы алуға көмектеседі. Бұрын атап өтілгендей, тауардың немесе қызметтің құны оларды өндірудің өзіндік құны негізінде қалыптасады, оның басым бөлігі логистикалық шығындар болып табылады. Табысты даму, бәсекеге қабілеттілікті және барынша мүмкін болатын пайданы арттыру үшін үлкен перспективалар логистикалық шығындарды оңтайландыруда жатыр [3].

Осылайша, өнім берушілермен өзара қарым-қатынасты қайта қарау өнім берушіні таңдау міндеттемесінің екі бағытының бірі болып табылады. Бұл жағдайда фирманың сатып алу бөлімі өзінің босату бағасын төмендетуге келіскен (жеткізу шарттарын қайта қарау, жеткізілетін өнімнің сапасын арттыру және т.б.) және іскерлік қарым-қатынас орнатылған компаниялармен жеткізуге шарт жасасады. Бұл таңдау рәсімін жеңілдетеді, өйткені жабдықтау бөлімінің қарамағында осы компаниялардың қызметі туралы нақты деректер бар. Алайда, жеткізушілердің қалыптасқан базасымен әріптестік қатынастарды қайта қарауға мүмкіндік болмаған жағдайда, кәсіпорын жаңа жеткізушілердің нарығына зерттеу жүргізуі қажет. Бұл жағдайларда жеткізу сапасын жақсартудың тиімді құралы болып табылады, демек, логистикалық шығындарды төмендету ресурстардың жаңа сенімді көздерін қайта қарау және таңдау болып табылады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1 Евстигнеева О. А. Выбор поставщика как один из методов оптимизации логистических затрат // Молодой ученый. – 2018. – №28. – С. 232–6. – URL <https://moluch.ru/archive/214/52031/> (дата обращения: 15.01.2019).

2 Алесинская, Т. В. Основы логистики. Функциональные области логистического управления / Т. В. Алесинская. – Таганрог: ТИИ ЮФУ, 2017. –116с.

3 Афанасенко, И. Д. Экономическая логистика: для магистров и специалистов: учебник для студентов экономических специальностей всех форм обучения / И. Д. Афанасенко. – Санкт–Петербург [и др.]: Питер, 2016. –428 с.

Түйін

Бұл мақалада логистикалық шығындарды оңтайландыру әдістерінің бірі ретінде жеткізушіні таңдау маңызы айқындалған. Қазіргі жағдайда логистикалық шығындарды азайтып, кәсіпорын өнімнің өзіндік құнын төмендетеді және пайданың өсуін және нарықтағы бәсекелестік позициялардың нығайтын қамтамасыз етеді.

Резюме

В данной статье определено значение выбора поставщика как одного из способов оптимизации логистических затрат. В современных условиях, снижая логистические издержки, предприятие снижает себестоимость продукции и обеспечивает рост прибыли и укрепление конкурентных позиций на рынке.

Summery

This article defines the value of supplier selection as one of the ways to optimize logistics costs. In modern conditions, reducing logistics costs, the company reduces the cost of production and ensures profit growth and strengthening of competitive positions in the market.

**Нурмагаметов Н.Г.,
Университет “Туран”
студент 1 курса
специальность “Логистика”,
Научный руководитель:
к.э.н., доц. Кренгауз И. Н.**

РАЗВИТИЕ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ В КАЗАХСТАНЕ

Предприятию при создании каналов распределения готовой продукции приходится решать комплекс вопросов связанных с выбором способа перевозки. А так как 50% всех затрат на логистику связаны именно с транспортными издержками, то соответственно от эффективности решения данных вопросов будет зависеть прибыль компании и её конкурентоспособность.

Вопросы транспортной логистики рассматриваются в работах таких ученых и специалистов, как Л.Б. Миротин [1, с.26-28; 2, с.211; 3, с.200], А.А. Арский [4, с.44-47], А.А. Смехов [5, с.197], Л.С. Федоров [6, с. 36-41], В.А. Шаров [7, с.19-22], В.С. Лукинский [8, с.280]. Эти ученые считают, что без улучшения соответствующей инфраструктуры невозможно, как развитие транзита через территорию Казахстана, так и развитие транспортной логистики. Мы согласны с мнениями ученых, так как при улучшении транспортной инфраструктуры, транспортная логистика не будет стоять на месте и будет динамично развиваться.

Транспортная логистика - это перевозка требуемого количества товара в конкретную точку наилучшим маршрутом за необходимое время и с кратчайшими издержками. Одной из самых известных концепций транспортной логистики является концепция «точно в срок». Почти все современные логистические компании, использующие эту систему, нацелены на краткие элементы логистических циклов. Результат использования транспортной логистической системы-большая вероятность выполнения шести правил логистики: нужный груз, в нужном месте, в нужное время, в необходимом количестве, необходимого качества, с минимальными затратами. Правительства многих стран делают ставку на развитие логистики, которая является основным фактором для стимулирования экономического развития. В передовых критериях логистике отводится главная роль для промышленного становления государства, на пример как все перевозка грузов Казахстане и доставляемые продукты из Казахстана находятся в зависимости от верных логистических схем.

К задачам, решаемым транспортной логистикой, специалисты относят:

- совместное планирование транспортного процесса со складским и производственным;
- определение рационального маршрута доставки груза;
- выбор типа и вида транспортного средства;

Казахстан, находясь на стыке международных коридоров, имеет все предпосылки стать основным логистическим звеном, соединяющим Европу и Азию. Около 70% всех транспортных перевозок в Республике реализовывается по железной дороге. Транспортная логистика обеспечивает доставку грузов различными видами транспорта, чаще всего возникает использование не одним видом транспорт, а нескольких. Со временем, находятся пути к развитию, но с постоянно меняющимся спросом, необходимы новые технологии. Привлечение транзитных грузопотоков через территорию Казахстана требует формирования развитой транспортно- логистической инфраструктуры, ее интеграции в мировую систему. Для этого реализуются инвестиционные проекты по развитию и модернизации инфраструктуры транспортно-логистического комплекса. На сегодняшний день у Казахстана, в силу его географического положения, есть определенные логистические особенности и

преимущества. По территории республики проходит около пяти международных транзитных путей и несколько крупных трубопроводов. Дополнительной возможностью для развития рынка логистических услуг в Казахстане является создание Таможенного союза, в результате которого внутрисоюзные границы стали официально открытыми и сухопутная граница с Китаем теперь стала более доступна для Европы. В целом, современная логистика должна представлять собой интегрированный комплекс, призванный оказать необходимый объем количественных и качественных услуг, обеспечить безопасную перевозку в любые направления, на любые расстояния, для любых товаров и услуг. Кроме того, как и другие инфраструктурные системы, логистическая система должна вводить свою лепту в увеличение конкурентоспособности отечественной продукции, путем уменьшения времени доставки, снижением стоимости, изменение пунктов назначения и т.д. При этом, логистика должна остаться прибыльной, окупаемой с высоким уровнем вложения в собственное развитие. Основной задачей является увеличение качества транспортно-логистических услуг до мирового уровня, доступность глобальных путей сообщения для казахстанского экспорта, повышение транзита через территорию государства, уменьшение транспортной составляющей и повышение конкурентоспособности РК на глобальном рынке в целом. Главная выгода, которым обладают транзитные пути, проходящие через территорию Казахстана, заключается в существенном уменьшении расстояний. При осуществлении сообщения между Европой и Китаем через Казахстан расстояние перевозок уменьшается в два раза по сравнению с морским путем и на тысячу километров по сравнению с транзитом по через Россию. Современные задачи логистики расширились и включают в себя полномасштабных комплекс мер по обеспечению оптимальных транспортных путей сообщения для любого вида перевозки и любого характера груза. Казахстан расположен между Европой и Азией, благодаря чему обладает значительным транзитным потенциалом, предоставляя азиатским странам наземную транспортную связь с Россией и Европой. Развитие транзитного потенциала Казахстана является важнейшим приоритетом экономической политики нашей страны. Географическое положение Казахстана в центре Евразийского континента, между крупнейшими экономически развитыми странами и емким потребляющим Центрально-Азиатским регионом, обуславливает транзитный потенциал республики и создает реальные предпосылки для участия транспортной сети Казахстана в формировании евроазиатских коридоров. Основой развития транспортного комплекса считается высококачественная прогрессивная инфраструктура. В рамках транспортной стратегии реформа железнодорожного транспорта пошла по двум направлениям: с одной стороны, государство поэтапно создает полноценную конкурентную среду, с другой направляет масштабные инвестиции в обновление и модернизацию всей инфраструктуры. Основные проблемы: слабое качество предоставляемых услуг, неразвитость транспортной инфраструктуры, неразвитость складского хозяйства, низкий профессионализм логистических операторов, узкий ассортимент, предоставляемых услуг. В Казахстане реализуется много больших инфраструктурных планов, обеспечивающих короткие сухопутные маршруты из Европы в Китай и назад, а еще в государства Персидского залива. Как считают специалисты, развития Казахстана в качестве большого узлового центра транзитных потоков евразийского материка предполагает интеграцию в сфере транспорта и логистики с другими государствами, прежде всего с Россией, Китаем, Ираном, и республиками Центральной Азии. Тенденции же регионального и глобального развития выдвигают новые требования к Казахстану как транзитному государству, ставя на сегодняшний день более сложные вопросы, связанные не только с количественным ростом транзитного потенциала всех видов транспорта, так как в идеале совокупный транспортно- транзитный потенциал страны должен иметь максимальные возможности для обеспечения потребностей экономики и населения в условиях эффективного, комфортного и безопасного транспорта, следующего по столь же совершенным

автомобильным, железнодорожным и другим линиям, в том числе по транзитным коридорам, выводящим на рынки третьих стран. Учитывая рост объема грузопотоков между крупным производителем Китаем и значительным потребителем Европой в период преодоления последствий мирового кризиса, основной целью транспортной политики Казахстана остается дальнейшее создание евразийского трансконтинентального моста. Располагая комплексом сетей автомобильных и железных дорог воздушными трассами, а также стратегически необходимым портом в Актау на Каспийском море, Казахстан способен реализовать имеющийся государственный транзитный ресурс для обеспечения бесперебойного евразийского транспортного сообщения. В настоящее время в стране проводится функциональная работа по реформированию транспортного комплекса и созданию транспортно-логистической системы республики. Становление транспортной логистики необходимо для интернационального признания Казахстана в качестве эффективного и безопасного маршрута через Центрально-Азиатский регион. В рамках реализации крупных инвестиционных проектов в железнодорожной сфере были построены пути, объединяющие Алматы с Жезказганом и далее, через Бейнеу с Туркменистаном. Конечной целью считается составление прогрессивной транспортной инфраструктуры Казахстана, обеспечение ее интеграции в крупную транспортную систему и осуществление транзитного потенциала государства. В Республике Казахстан проводится системная работа по улучшению качества транспортных услуг. Это прежде всего сокращение транспортного времени, снижение затрат на перевозки, оптимизация тарифов, сохранность грузов и, что немаловажно, подготовка качественного кадрового потенциала, который призван обеспечить нормальное функционирование всей логистической системы.

Развитие транспортной логистики в Казахстане увеличит объем транспортируемого товара, обеспечит сохранность груза при транспортировке и выведет экономику страны на международный уровень. Многие перевозки осуществляются по железной дороге и поэтому, развитие железнодорожного транспорта является первостепенной задачей развития транспортной логистики. Необходимо решить еще большое количество задач, чтобы максимально задействовать транзитный потенциал Казахстана. Целесообразно, используя транзитные пути, проходящие по территории нашей страны, создать такие логистические коридоры, которые соединят Казахстан с Западной Европой и Японией и в итоге ускорится товародвижение, что доказывает справедливость выдвигаемой гипотезы.

Список использованной литературы:

1. Миротин Л.Б. Развитие транспортной логистики в Казахстане. //Логистика.– 2013.-№2.-С.26-28.
2. Миротин Л.Б. Транспортная логистика Текст. // Л.Б. Миротин, Б.П. Безель, Т.О. Сулейманов и др. М.: МГАДИ (ТУ), 2014. - 211 С.
3. Арский А.А. Проблема транспортной логистики // Логистика. – 2014. – №1. – С. 44-47.
4. Смехов А.А. Основы транспортной логистики Текст. // А.А. Смехов. - М.:Транспорт.-2013.-197с.
5. Федоров Л.С. Логистика и транспорт// Железнодорожный транспорт.2015.-№6.- С.36-41
6. Шаров В.А. Логистические подходы к организации перевозки грузов железнодорожным транспортом// Бюллетень транспортной информации. -2013.-№5.- С.19-22
7. Лукинский, В.С. Логистика автомобильного транспорта: концепция, методы, модели Текст. // В.С. Лукинский, В.И. Бережной, Е.В. Бережная. М.: Финансы и статистика, 2014.-280с.

Аннотация

Данная статья посвящена рассмотрению развития транспортной логистики в Казахстане. В нем рассматриваются проблемы, препятствующие развитию транспортной логистики, определяются тенденции в транзитном потенциале Республики Казахстан.

Аңдатпа

Бұл мақала Қазақстандағы көліктік логистиканың дамуын қарастыруға арналған. Ол көліктік логистиканың дамуына кедергі келтіретін проблемаларды қарастырады, Қазақстан Республикасының транзиттік әлеуетіндегі үрдістерді анықтайды.

Annotation

This article is devoted to the consideration of the development of transport logistics in Kazakhstan. It examines the problems hampering the development of transport logistics, identifies trends in the transit potential of the Republic of Kazakhstan.

**Старший преподаватель кафедры
«Экономики и управления»
Нурпеисова Айгерим Керимхановна
Жумахметова Гульмира Шарпаповна**

Теоретические аспекты глобализации и интеграции экономики Республики Казахстан

В настоящее время, в современной экономике международные интеграционные процессы, тесное взаимодействие развитых и развивающихся стран позволяют нам глубже рассматривать экономику развитых стран.

Развитие интеграционных процессов стало закономерным результатом роста международного движения товаров и факторов их производства, что потребовало создания более надежных производственно-сбытовых связей между странами и устранения многочисленных препятствий на пути международной торговли и передвижения факторов производства. Это оказалось возможным сделать только в рамках межгосударственных интеграционных объединений на основе многосторонних политических соглашений.

Интеграция экономике позволяет получать каждому ее участнику дополнительный, так называемый, системный эффект, которого не могут иметь другие страны, ограниченные только взаимной торговлей. С другой стороны, такое стремление государств отражает те качественные изменения, которые произошли в мире и которые создают благоприятные условия для развития интеграционного процесса в различных сферах общественной жизни и, в первую очередь, в экономической.

Во-первых, мир в целом становится все более бесконфликтным с военной точки зрения, глобальное военное противостояние ослаблено. Разработано множество механизмов временного разрешения политических конфликтов и споров между странами. Сейчас ситуация изменилась и данное утверждение является не совсем правильным в случае с Югославией. Но все же межгосударственные отношения становятся все более надежными, доверительными и устойчивыми.

Во-вторых, в мире происходит интенсивное взаимное проникновение капитала различных стран, расширение международной торговли при широкой либерализации внешнеэкономической деятельности.

В-третьих, за последние годы в мире разработаны и успешно применяются достаточно надежные и эффективные механизмы регулирования экономического

сотрудничества между странами. Это таможенные, платежные, валютные, экспортно-импортные и другие нормы и механизмы.

В-четвертых, интенсивное развитие высокой технологии и передовой техники, информатики и т.д. приводит к резкому повышению производительности труда, рынки отдельных стран и даже регионов становятся тесными. Им нужен быстрый непрерывный оборот, что предполагает снятие всех преград на пути их движения, максимальное упрощение процедур, связанных с их перемещением из страны в страну.

В-пятых, изменились масштабы и характер конкуренции на мировых рынках. По мере развития экономик различных стран, углубления разделения труда конкуренция перестает быть межфирменной в рамках отдельной страны, а становится все более межстрановой, многострановой. Конкуренция с экономикой сильной страны вынуждает другие страны объединяться и противостоять ей.

В-шестых, как особенно наглядно показали недавние события, экономика и финансы регионов стали крайне взаимозависимы. Кризис в Юго-Восточной Азии, Японии уже не является делом только государств этого региона, а затрагивает экономическое положение во всем мире.

Международная экономическая интеграция - характерная особенность современного этапа развития мировой экономики. В конце XX в. она стала мощным инструментом ускоренного развития региональных экономик и повышения конкурентоспособности на мировом рынке стран - членов интеграционных группировок. Слово «интеграция» происходит от лат. *integratio* - восполнение или *integer* - целый. Международная экономическая интеграция - это процесс сращения экономик соседних стран в единый хозяйственный комплекс на основе устойчивых экономических связей между их компаниями. Получившая наибольшее распространение региональная экономическая интеграция, возможно, в будущем станет начальной стадией глобальной интеграции, т.е. слияния региональных интеграционных объединений. Так, обсуждается идея создания зоны свободной торговли на базе ЕС и НАФТА.

Изменения, произошедшие на геополитической карте Евразии и прежде всего на той её части, которая в течение семидесяти лет называлась СССР, входят в число наиболее значимых событий в мировой истории XX века. Распаду СССР предшествовали скрытые и явные тенденции, которые привели к смене социально-политической парадигмы. Многие политики и учёные сегодня пытаются объяснить распад СССР исключительно несостоятельностью идеологии, тоталитарным государственным устройством, неэффективностью социалистических форм хозяйствования и т.д., упуская из виду то обстоятельство, что для народов бывшего СССР, одним из решающих аргументов в пользу социально-политических преобразований стало несоответствие официальной «ленинской национальной политики» с её ярко выраженной ориентацией на ассимиляцию национального самосознания народов, поднявшихся, как это ни парадоксально, в условиях тоталитарного режима. Поэтому роль катализатора этого процесса сыграли движения за экономическую, политическую самостоятельность национальных республик и этнокультурное возрождение. Значимость национальных интересов, возросшего самосознания коренных народов бывшего СССР до сих пор недооценивается.

Специфика геополитического пространства СНГ в отличие от других частей Евразии заключается в том, что это пространство в течение длительного времени объединяло народы, находившиеся на различных ступенях развития. Связи возникших на нем государств многообразны и тесны, но источник этих связей один: пребывание в Российской империи и СССР и разные последствия этого пребывания.

Обретение государственной независимости бывшими советскими республиками вовсе не означало, что тем самым рушится их тесная взаимозависимость, которая сложилась за долгие годы совместного существования в рамках единого государства.

В период дезинтеграции СССР, когда идеология социалистического государства

была отвергнута, суровые реалии межнациональных конфликтов потребовали теоретического осмысления. В этих условиях резко возрос интерес к идеям евразийства.

Актуальность евразийства определяется тем, что ныне на передний план выдвинулась проблема интеграции на постсоветском пространстве и недостаточная разработанность проблемы продиктовали выбор темы, цели и задачи исследования. Кроме того, необходимо учитывать и реалии изменяющегося мира. Весь ход истории на рубеже XX - XXI вв. доказал, что исторические судьбы человечества в основе своей едины, что развитие идёт и будет идти по пути всё усиливающейся интеграции мирового сообщества. Как подчеркивал Н.А. Назарбаев, нынешние реалии, географическое положение Казахстана, полиэтнический состав его населения диктуют необходимость многополюсной ориентации на Запад и Восток. Основные интеграционные тенденции на Евразийском континенте и в мире в целом подтверждают, что без объединения экономических потенциалов страны СНГ могут оказаться вытесненными на периферию мировой экономики⁴.

Казахстан всегда являлся сторонником интеграции в рамках СНГ, вплоть до делегирования части своих суверенных прав будущему союзу независимых и равноправных государств. Однако одной из причин дезинтеграции СНГ является то, что постсоветские государства, получив независимость и суверенитет, все еще не идентифицировали себя в сообществе, как полноправные участники международных экономических отношений.

При написании данной статьи были использованы труды Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева, а также разнообразные по характеру теоретические источники и научная литература.

Со второй половины XX века вследствие быстрого экономического развития ведущих индустриальных стран и усовершенствования средств международного транспорта и коммуникаций произошло бурное развитие международной торговли товарами и услугами. Международная торговля стала все более дополняться различными формами международного движения факторов производства (капитала, рабочей силы и технологий), в результате которого за границу стали перемещаться уже не только готовый товар, но и факторы его производства.

Интеграция (от лат. integer - целый) - объединение экономических субъектов, углубление их взаимодействия, развитие связей между ними. Экономическая интеграция имеет место как на уровне национальных хозяйств целых стран, так и между предприятиями, фирмами, компаниями, корпорациями. Экономическая интеграция проявляется как в расширении и углублении производственно-технологических связей, совместном использовании ресурсов, объединении капиталов, так и в создании друг другу благоприятных условий осуществления экономической деятельности, снятия взаимных барьеров".

Многочисленные интеграционные объединения, возникающие и развивающиеся в современной международной экономике, ставят перед собой в принципе схожие цели.

- Использование преимуществ экономики масштаба. Обеспечить расширение размеров рынка, сокращение транзакционных издержек и извлечения других преимуществ на основе теории экономики масштаба. Это, в свою очередь, позволит привлечь прямые иностранные инвестиции, которые с большей охотой приходят на рынки значительных размеров, на которых имеет смысл создавать самостоятельные производства, удовлетворяющие их потребности. Цели увеличения региональных масштабов особенно четко выражены у интеграционных группировок Центральной Америки и Африки.

⁴ Назарбаев Н.А. Проект. О Формировании Евразийского Союза государств //Евразийское пространство: интеграционный потенциал и его реализация. - А., 1994.

- Создание благоприятной внешнеполитической среды. Важнейшей целью большинства интеграционных объединений является укрепление взаимопонимания и сотрудничества участвующих стран в политической, военной, социальной, культурной и других неэкономических областях. Для стран, расположенных географически близко друг от друга и имеющих схожие проблемы в области развития, наличие добрых отношений с соседями, подкрепленных взаимными экономическими обязательствами, является важнейшим политическим приоритетом. Страны Юго-Восточной Азии и Ближнего Востока, создавая интеграционные объединения, ясно ставили перед собой именно эту цель.

Список использованной литературы

1. Назарбаев Н.А. Казахстан 2030. Процветание, безопасность и улучшение благосостояния всех казахстанцев. Послание Президента страны народу Казахстана // Казахстанская правда. - 2000. - 13 октября.
2. Выступление Президента Н. А. Назарбаева на 47-й сессии Генеральной Ассамблеи ООН (10.1992) // Дипломатический курьер 1992. - №4. - С.112.
Назарбаев Н.А. На пороге XXI века. - Алматы: Онер. 1996. 228с

Аннотация

В данной статье рассмотрены основные вопросы аспектов глобализации, интеграции и развитие интеграционных процессов в нашей Республике.

Annotation

This article discusses the main issues of aspects of globalization, integration and development of integration processes in our Republic.

Түйін

Бұл мақалада біздің республикамыздағы жаһандану, интеграция және интеграциялық процестерді дамыту аспектілерінің негізгі мәселелері талқыланды.

Нурпеисова Айгерим Керимхановна
старший преподаватель
Университета иностранных языков и
деловой карьеры

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫМ КАПИТАЛОМ (СРЕДСТВАМИ)

Чистый оборотный капитал придает большую финансовую независимость предприятию в условиях замедления оборачиваемости оборотных активов (например, при задержке погашения дебиторской задолженности или трудностях со сбытом продукции), обеспечению или потерь оборотных активов (в результате падения цен на готовую продукцию, банкротства дебитора).

На финансовом положении предприятия отрицательно сказывается как недостаток, так и излишек чистого оборотного капитала. Недостаток этих средств может привести предприятие к банкротству, поскольку свидетельствует о его неспособности своевременно погасить краткосрочные обязательства. Недостаток может быть вызван убытками в хозяйственной деятельности, ростом безнадёжной дебиторской задолженности, приобретением дорогостоящих объектов основных средств без предварительного накопления денежных средств на эти цели, выплатой дивидендов при отсутствии соответствующей прибыли, финансовой неподвижностью к погашению долгосрочных обязательств предприятия.

Значительное превышение чистого оборотного капитала над оптимальной

потребностью днем свидетельствует об неэффективном использовании ресурсов. Примерами являются: выпуск акции или получения кредитов сверхреальных потребностей для хозяйственной деятельности, накопление оборотных средств вследствие продажи основных активов или амортизационных отчисления без соответствующей замены их новыми объектами, нерациональное использование прибыли от хозяйственной деятельности.

Оборотные активы должны в любой момент времени находится в каждой стадии кругооборота. Кругооборот обозначен на рисунке 1.

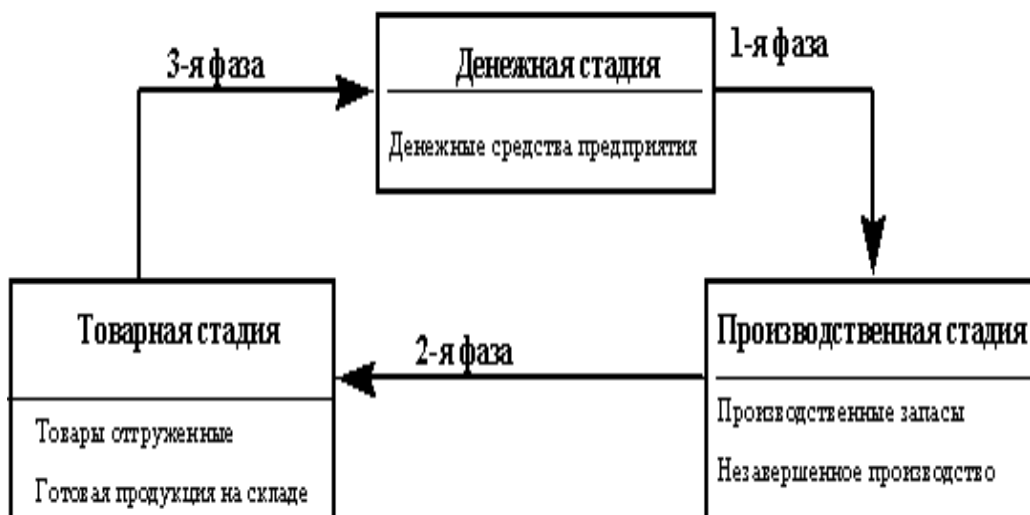


Рисунок. 2 - Схема кругооборота ОС

Источник: рисунок составлен автором в процессе написания дипломной работы

Оборотные средства включают следующие основные элементы (рис. 3).



Рисуну

к 3. - Состав и размещение оборотных средств

Источник: рисунок составлен автором в процессе написания дипломной работы

В зарубежных источниках оборотные средства трактуются по другому.

Оборотные средства (синонимы: оборотный капитал, мобильные активы, текущие активы) — это средства, совершающие оборот (... деньги ® средства ® деньги...) в течение года или одного производственного цикла; состоят из двух частей: постоянного и переменного оборотного капитала.

Постоянный оборотный капитал (синоним: системная часть текущих активов) — та часть текущих активов, потребность в которых относительно постоянна в течение всего операционного цикла.

Переменный оборотный капитал (синоним: варьирующая часть текущих активов) — та часть, текущих активов, потребность в которых возникает лишь в пиковые моменты операционного цикла.

Текущие обязательства (синоним: краткосрочная кредиторская задолженность, краткосрочные пассивы) — задолженность, период погашения которой не превышает одного года.

Чистый оборотный капитал (синоним: собственные оборотные средства, функционирующий капитал) — показатель, характеризующий соотношение между текущими активами и обязательствами и численно равный разнице между ними. Величина чистого оборотного капитала в значительной степени определяется составом и величиной оборотных средств. Многие компании испытывают проблемы с чистым оборотным капиталом, ибо его недостаток может привести к ликвидации компании. Уровень чистого оборотного капитала тесно связан как с риском, так и с рентабельностью деятельности компании.

В зависимости от соотношения активов и пассивов выделяют четыре вида стратегии финансирования текущих активов: идеальную, консервативную, агрессивную и компромиссную. В реальной жизни следовать какой-либо из стратегий в чистом виде практически невозможно. При выработке оптимальной политики управления запасами принимается во внимание следующие: уровень запасов, при котором делается заказ; минимально допустимый уровень запасов (страховой запас); оптимальная партия заказа.

Для оптимального управления запасами необходимо: оценить общую потребность в сырье на планируемый период; периодически уточнять оптимальную партию заказа и момент заказа сырья; периодически уточнять и сопоставлять затраты по заказу сырья и затраты по хранению; регулярно контролировать условия хранения запасов; иметь хорошую систему учета.

Для анализа запасов используются показатели оборачиваемости и жестко детерминированные факторные модели. Оптимальное управление незавершенным производством подразумевает учет следующих факторов: размер незавершенного производства зависит от специфики и объемов производства; в условиях стабильного повторяющегося производственного процесса для оценки незавершенного производства можно использовать стандартные показатели оборачиваемости; себестоимость незавершенного производства состоит из трех компонентов: а) прямые затраты сырья и материалов; б) затраты живого труда; в) часть накладных расходов.

Оптимальное управление готовой продукцией подразумевает учет следующих факторов: готовая продукция возрастает по мере завершения производственного цикла; возможность ажиотажного спроса; сезонные колебания; залежалые и неходовые товары.

Вложение средств в инвентарь всегда связано с риском двух видов: изменение цен; моральное и физическое устаревание.

Система поставки "точно в срок" (just in time) может быть эффективной, если: имеется хорошая система информационного обеспечения; поставщики располагают хорошими системами контроля качества и поставки; имеется отлаженная система управления запасами в компании.

Эффективная система взаимоотношения с покупателями подразумевает: качественный отбор клиентов, которым можно предоставлять кредит; определение оптимальных кредитных условий; четкую процедуру предъявления претензий; контроль

за тем, как клиенты исполняют условия договоров.

Эффективная система администрирования подразумевает:

- регулярный мониторинг дебиторов по видам продукции, объему задолженности, срокам погашения и др.;
- минимизацию временных интервалов между моментами завершения работ, отгрузки продукции, предъявления платежных документов; · направление платежных документов по надлежащим адресам;
- аккуратное рассмотрение запросов клиентов об условиях оплаты;
- четкую процедуру оплаты счетов и получения платежей.

Золотое правило управления кредиторской задолженностью состоит в максимально возможном увеличении срока погашения задолженности без ущерба для сложившихся деловых отношений. Значительность денежных средств и их эквивалентов определяется тремя причинами: рутинность (необходимость денежного обеспечения текущих операций), предосторожность (необходимость погашения непредвиденных платежей), спекулятивность (возможность участия в непредвиденном выгодном проекте).

Эффективное управление денежными средствами тесно взаимосвязано с системой взаимоотношений с банками. Финансовый цикл, характеризующий время, в течение которого денежные средства отвлечены из оборота, является важной характеристикой финансового менеджмента. Анализ движения денежных средств позволяет определить сальдо денежного потока в результате текущей, инвестиционной, финансовой деятельности и прочих операций. Прогнозирование денежного потока связано с оценкой основных факторов: объема реализации, доли выручки за наличный расчет, величины дебиторской и кредиторской задолженности, величины денежных расходов и др. Для улучшения функционирования предприятия ТОО «АЗМК» рекомендуется принять следующие меры.

По результатам анализа должна быть выработана генеральная финансовая стратегия и составлен бизнес-план финансового оздоровления предприятия с целью недопущения банкротства и вывода его из «опасной зоны» путем комплексного использования внутренних и внешних резервов.

К внешним источникам привлечения средств в оборот предприятия относят факторинг, лизинг, привлечение кредитов под доходные проекты, выпуск новых облигаций.

Список использованной литературы

1. Балабанов И.Т. Прогнозирование и контроль капиталовложений. М.: Экономика, 2003
2. Валютный портфель. Под ред. Платоновой Е.Д., Рубина Ю.Б., М.: 2004.
3. Глушков Г.А., Ириков В.А. и др. Технология и опыт вывода предприятия из критического и банкротного состояния в конкурентоспособное. Методика. Годовой опыт АО «Чкаловский текстиль». М.: Школа менеджмента МФТИ, Российско-Британская школа бизнеса, Консалтинговая фирма «Роэл-Консалтинг», 2004.

Аннотация

В данной статье рассмотрены вопросы глобализации перспективных направлений системы управления оборотными средствами.

Аннотация

Бұл мақалада айналым капиталын басқарудың келешегі бар бағытының жаһандану мәселесі қарастырылады

Annotation

This article discusses the issues of globalization of the promising direction of the working capital management system.

Экономическая сущность и формы предпринимательской деятельности в сельском хозяйстве.

Понятие о предпринимателе (entrepreneur) как о хозяйствующем субъекте, берущем на себя риск, связанный с организацией нового предприятия или с коммерческим внедрением новой идеи, нового продукта или нового вида услуг, предлагаемых обществу, впервые появилось в книге французского экономиста XVIII века Ришара Кантиллона "Общий очерк о природе коммерции"

Все творцы экономической теории так или иначе признавали важность предпринимательской деятельности в функционировании экономики. Еще Жан Батист Сэй замечал, что предприниматель перемещает экономические ресурсы из области низкой производительности и доходов в область более высокой производительности и прибыльности. Однако никто не приписывал предпринимателю особой самостоятельной роли одного из движущих факторов экономического развития. Теоретики научно-технического прогресса (Кристофер Фримен) и менеджмента (Петер Друкер) однозначно признают, что первым исследователем, предложившим последовательную теорию предпринимательства, явился австрийский ученый Йозеф Шумпетер. Но по ряду объективных причин его пионерские работы не находили адекватного развития вплоть до последней четверти нашего столетия.

Юридическое признание собственности в Казахстане вызвало к жизни активную предпринимательскую деятельность.

За словами "предпринимательство" и "предприниматель" стоит, предприятие - сложный организм, представляющий собой производственно-хозяйственную систему, задача которой производить продукцию, работы и услуги. Деятельность предприятия как субъекта рыночных отношений протекает в условиях жесткой конкуренции между товаропроизводителями. Именно конкурентная рыночная среда создает наиболее благоприятные условия экономического развития как отдельного предприятия, так и общества в целом, является движущей силой социального и экономического прогресса. Рыночная среда заставляет предприятие работать в режиме рентабельности, если оно хочет остаться на экономическом поле. Режим рентабельности предполагает, что целью функционирования и главным результатом деятельности предприятия в рыночных условиях является прибыль. Нужно производить только те товары и услуги, которые удовлетворяют насущные потребности.

Работа в рыночной экономике выдвигает перед многочисленной армией предпринимателей и менеджеров требование высокой компетентности в осуществлении бизнеса. Как подготовить и начать свое дело, каков механизм функционирования предприятий и фирм, в чем суть и движущая сила конкуренции, как построить взаимоотношения предпринимателя с хозяйствующими партнерами, в чем состоит ответственность предпринимателя и многие другие вопросы нашли отражение в данной курсовой работе.

Знание этих проблем, рациональных методов их решения необходимо как начинающим, так и работающим предпринимателям, руководителям предприятий и экономических служб, студентам, слушателям школ бизнеса, всем, кто проявляет интерес к современной экономической деятельности.

Предпринимательство - инициативная хозяйственная деятельность, совершаемая с риском, за счет собственных, заемных и других средств и имущества в целях получения для всех участников этой деятельности взаимовыгодных результатов и дохода.

В современных условиях предпринимательство немислимо без новаторства,

творческого поиска, стимулируемых конкурентной борьбой. Выстоять сможет такое предприятие, которое обеспечивает высокое качество и постоянное обновление своей продукции.

Главное содержание предпринимательства в сфере производства заключается в нахождении и формировании спроса на продукты (выполненную работу, оказанные услуги) и удовлетворении его путем изготовления (создания) и продажи продуктов (выполненных работ, оказанных услуг) в качестве товара.

Отличительной особенностью предпринимательской деятельности от других некоммерческих структур является получение прибыли как разницы между доходами и затратами. Получив в свое распоряжение заимствованную собственность, предприниматель организывает выпуск новой продукции, налаживает эффективные коммерческие связи, пускает в оборот свой и чужой капитал, извлекая из этого прибыль для себя. Таким образом, предприниматель является активным агентом на рынке, формирующим и развивающим производство, устанавливающим рыночные связи. Предпринимателями могут стать только деловые люди, ищущие что-то новое, имеющие инновационный тип мышления. Им не обязательно лично заниматься всеми проблемами предприятия, они могут делегировать другим лицам выполнение отдельных задач.

Предпринимательство можно рассматривать как процесс, состоящий из четырех четко выраженных стадий:

- поиск и оценка новой идеи;
- составление бизнес-плана;
- поиск необходимых ресурсов;
- управление созданным предприятием.

Эти стадии образуют логическую последовательность и между собой взаимосвязаны. У предпринимателя возникают идеи, как правило, в результате постоянного поиска, ради которого иногда даже создаются специальные механизмы. Например, опрос населения в целях поиска неудовлетворенных потребностей и возможности их удовлетворения путем создания нового продукта или же подробные наблюдения, обследования, которые нередко наводят на новые мысли. Возникающие факторы вызывают новые идеи. Их необходимо тщательно проанализировать на перспективность, то есть на непосредственную и потенциальную ценность идеи. Такой анализ является важным моментом всего предпринимательского процесса и позволяет сделать вывод: "стоит ли игра свеч".

Следовательно, на первом этапе оценка новой идеи предполагает выяснение факторов, вызвавших ее потребность к жизни, а также оценку продолжительности периода, в течение которого новый продукт предположительно будет пользоваться спросом; оценку актуальной и потенциальной ценности идеи; оценку риска и прогноз возможных доходов и прочих выгод от будущего предприятия; оценку того, насколько новая идея соответствует интересам и личным качествам предпринимателя; оценку преимуществ новой продукции по сравнению с продукцией конкурентов.

Второй этап предпринимательского процесса - самый сложный его компонент, который требует определенного опыта у предпринимателей. К нему относят методологию составления бизнес-плана, включающего сегмент рынка, его размер и основные характеристики; план маркетинга; план производства; финансовый план и финансовое обеспечение. Хорошо составленный бизнес-план является не только средством воплощения идеи в результаты, но и документом для более точной оценки необходимых ресурсов и правильного выбора стратегии управления вновь созданным предприятием.

На третьем этапе процесса предпринимательства идет поиск необходимых ресурсов. Здесь самое главное точно оценить, что для этого потребуется; отличить первостепенное от второстепенного; не занижить потребности и не упустить из виду какой-то существенной статьи расходов. Кроме того, надо оценить отрицательные

последствия, связанные с недостаточным количеством того или иного вида ресурсов; своевременно привлечь необходимые ресурсы при минимальной потере контроля над деятельностью предприятия.

Управление созданным предприятием - это четвертый этап предпринимательского процесса. Он состоит из выработки определенного стиля руководства, создания организационной структуры, выявления ключевых факторов успеха, а также нахождения слабых мест и их преодоления с помощью созданной для этого системы контроля.

Предпринимательство еще рассматривают как хозяйственную предприимчивость, которая отрицает самоуспокоенность, застой, самодовольство, расточительство. Предприниматель ищет и находит пути развития и повышения эффективности производства, улучшения качества работы, увеличения прибыльности предприятия независимо от того, является ли он владельцем данного предприятия или наемным служащим.

Необходимо отличать предпринимательство от менеджмента, а предпринимателя от менеджера. Предприниматель самостоятельно действует на свой страх и риск и под свою ответственность. Менеджером может быть наемный работник, который организует реализацию задач, поставленных предпринимателем. В данном случае он несет меньшую имущественную ответственность за свои действия, чем владелец предприятия.

Список использованной литературы

1. Балгинова, Куралай Максатовна. Организационно-экономические основы повышения эффективности производства зерна (на материалах Актыобинской области). 08.00.05- Экономика и управление народным хозяйством [Текст] : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук / К. М. Балгинова. - Алматы, 2005. - 26 с

2. Айтышев, Сергей Молдагалиевич. Повышение эффективности технологических процессов переработки растительных материалов. 05.18.12-процессы и аппараты пищевых производств [Текст] : автореф. дис. на соиск. учен. степ. д-ра техн. наук / С. М. Айтышев. - Алматы, 2006. - 38 с

Аннотация

В данной статье рассмотрены основные вопросы предпринимательской деятельности в сельском хозяйстве, в том числе глубоко рассматривается роль экономики и формы предпринимательства.

Түйін

Бұл мақалада ауыл шаруашылығындағы кәсіпкерлік қызметтің негізгі мәселелері, оның ішінде экономика мен кәсіпкерлік нысандарының рөлі талқыланады.

Annotation

This article discusses the main issues of entrepreneurial activity in agriculture, including the role of the economy and forms of entrepreneurship.

**Старший преподаватель кафедры
«Экономики и управления»
Нурпеисова Айгерим Керимхановна**

Пути совершенствования механизма привлечения инвестиций в экономику РК

Привлечение иностранного капитала и повышение эффективности его использования требуют совершенствования организационного, экономического и правового механизма в целях обеспечения согласованности национальных интересов

нашей страны и интересов иностранных инвесторов, создания общих благоприятных условий инвестиционной деятельности и преференциального режима для преимущественного развития приоритетных сфер экономики. Доработка действующего механизма должна идти в направлении повышения его гибкости и самонастройки в зависимости от изменяющейся хозяйственной обстановки. Немаловажное значение приобретает повышение гарантий по защите прав иностранных инвесторов и упорядочение бюрократических процедур, тормозящих процесс привлечения и использования иностранных инвестиций.

Одной из форм привлечения иностранного капитала в экономику Казахстана остаются внешние кредиты.

При заключении кредитных соглашений, так же как и при реализации намечаемых инвестиционных проектов, возможно возникновение дефолта, то есть проблем с погашением внешней задолженности. Причиной дефолтов является отсутствие или несовершенство механизма движения инвестиционных проектов, обслуживаемых за счет иностранных кредитных линий на всех этапах: заключение контракта, принятие решения по проекту на уровне региона, вышестоящей организации и правительства, освоение кредита и погашение задолженности по нему. Отсутствие опыта в международном бизнесе у предприятий и организаций зачастую приводит к заключению невыгодных, а порой и дискриминационных для заемщика контрактов, реализация которых может ущемлять интересы как конкретных предприятий и организаций, так и регионов или республики в целом.

Потребность Казахстана в иностранных инвестициях на современном этапе определяется дефицитом собственных (казахстанских) источников накопления.

В Казахстане имеются огромные потенциальные возможности, способные привлечь значительные иностранные инвестиции в экономику страны. В их числе, как отмечалось на форуме "Казахстанский инвестиционный саммит", богатейшие запасы полезных ископаемых, огромные сельскохозяйственные угодья, образованное население, большой экспортный и транзитный потенциал, крупные рынки сбыта по периметру границ, политическая стабильность страны. Чтобы вышеперечисленные черты Казахстана по привлечению иностранных инвестиций начали максимально действовать, необходимо устранение совокупности неблагоприятных факторов, тормозящих социально-экономические преобразования в стране. К ним относятся: сокращение производства, бюрократические препоны, финансовые риски, недостатки в налоговом законодательстве, недостаточно развитое правовое регулирование в сфере страхования, залогов и т.д.

К настоящему времени Казахстан достиг определенных успехов по привлечению иностранных инвестиций и по данным Европейского Банка Реконструкции и Развития занимает первое место среди стран СНГ по совокупному притоку инвестиций на душу населения (165 долл. США). Причем нашей республике удалось опередить и другие страны бывшего социалистического лагеря, такие как: Болгария, Хорватия, Польша, Румыния, Литва, Македония. Однако реальные потенциалы страны значительно превышают достигнутый уровень. Здесь необходимо также понять весьма ограниченные возможности инвестирования со стороны развитых государств и международных экономических организаций ввиду определенных причин и широкий список желающих получить эти инвестиции. Поэтому улучшение благоприятного инвестиционного климата для увеличения объема иностранных инвестиций весьма актуально.

Для возрождения производственной деятельности, модернизации производственной инфраструктуры и реформирования финансового сектора необходима значительная финансовая и техническая помощь. До конца нынешнего тысячелетия объем привлекаемых иностранных инвестиций, по наш взгляд, необходимо увеличить в 4-5 раз. Именно достижение такого объема инъекций позволит Казахстану выйти из затянувшегося экономического кризиса и максимально использовать имеющиеся

вышеперечисленные благоприятные возможности. Это также позволит республике преодолеть изоляцию от мирового сообщества путем формирования открытой рыночной экономики, де политизации внешнеэкономических связей и их развития — основе критериев хозяйственной целесообразности.

Важным источником получения иностранных инвестиций являются страны ближнего зарубежья. Дальнейшее развитие интеграционного сотрудничества стран СНГ предполагает объединение материальных и финансовых средств для ускорения экономического развития. Весь поток иностранного капитала условно можно разделить на три части:

- официальная помощь развитию;
- прямые иностранные инвестиции;
- экспортные кредиты.

Из них наиболее эффективной формой привлечения иностранного капитала выступают прямые иностранные инвестиции, о чем свидетельствует опыт мирового развития. Прямые иностранные инвестиции не несут соответствующих долговых обязательств со стороны правительства.

Ключевым фактором, определяющим возможность стабилизации и последующего экономического роста, является высокая инвестиционная активность. Осуществляемые в Казахстане экономические реформы существенно изменили правовое, финансово-экономическое и социальное положение основного звена народного хозяйства - предприятия (организации), его статус в системе хозяйственного и гражданского оборота. Вместо преобладавших ранее во всех отраслях экономики предприятий (организаций), основанных на государственной собственности, возникли и функционируют миллионы предприятий (организаций), базирующихся на частной, смешанной, акционерной собственности. Все это повлияло на изменение механизма управления и организации инвестиционной деятельности как основы экономического роста, на повышение конкурентоспособности организаций и экономики в целом.

Формирование и становление рыночной экономики в Республике Казахстан непосредственно связано с развитием иностранной деятельности, ее либерализацией во всех направлениях и сферах народного хозяйства, это в значительной степени обусловлено и резким сокращением централизованных, государственных инвестиций. Предоставление равных прав и возможностей в осуществлении инвестиционной деятельности независимо от форм собственности юридическим лицам и гражданам, включая иностранного капитала, должно привести к активизации инвестиционной деятельности в стране, к расширениям круга инвесторов.

Одновременно с развитием рыночных отношений в практике хозяйственной деятельности предприятий всех форм собственности широкое распространение получили финансовые инвестиции. Появляется все больше акционерных обществ; государство, банки, предприятия все чаще используют долговые ценные бумаги как способ привлечения свободных денежных капиталов. Развивается рынок производных ценных бумаг - фьючерсных контрактов, вкладных.

В эту трудную эпоху перемен Казахстану необходимо определить какую стратегию выбрать для своего развития. В настоящее время необходимо определить нужно ли привлекать инвестиции и если да, то на каких условиях.

На мой взгляд, для того, чтобы привлечь потенциальных инвесторов на казахстанский рынок необходимо в первую очередь снизить налоги, т.к. в настоящее время в Казахстане слишком высокая совокупная норма налогообложения. Также я считаю, что необходимо ввести стимулирующие льготы именно на инвестирования в сфере обрабатывающей промышленности, т.к. в настоящее время основная масса инвестиций приходится на добывающую отрасль, в связи с чем происходит «разбазаривание» национальных природных ресурсов и «выкачивание» денег из экономики страны.

Иностранный капитал – один из важнейших источников инвестирования экономики. Он способствует развитию экономики, преодолению научно-технического отставания, дает начало созданию рыночных, экономических институтов и рыночной инфраструктуры.

Это является одной из главных причин, почему необходимо совершенствовать и развивать правовое регулирование инвестиционной деятельности.

С изменениями на политической арене перед Республикой Казахстан встает вопрос о выборе такой инвестиционной политики, которая была бы максимально адаптирована к состоянию производства и экономики, определения ее стратегии и реализации.

Необходимо привлекать крупный, коммерческий жизнеспособный иностранный капитал, что позволит нам быстрее адаптироваться к развитым экономическим отношениям, укрепить элементы права собственности, обеспечить появление внутренних конкурентов.

В качестве главных условий привлечения иностранного капитала можно указать следующие:

- создание стабильной и развитой нормативно-правовой базы для деятельности инвесторов на территории Казахстана;
- стабильности налоговой системы;
- укрепление институтов собственности;
- формирование системы страхования и залоговых форм для иностранных инвестиций;
- создание информационных и консультативных систем, обеспечивающих принятие инвестиционных решений;
- развитие инвестиционного сотрудничества с международными банками и финансовыми организациями.
- Казахстану необходимо создать на первых порах привлечения иностранных инвестиций особо льготные для них условия

В связи с этим необходимо разработать такую программу привлечения инвестиций, которая обеспечила бы не только создание благоприятного инвестиционного климата, но и строгий контроль за использованием этих средств, отбор таких объектов, которые имеют первостепенное значение для экономики Казахстана, а также определение целесообразности осуществления инвестиционных проектов.

При привлечении иностранных инвестиций нужно учитывать, каковы реальные потребности народного хозяйства, промышленности в финансировании, новом оборудовании и технологии, а также интересы иностранных партнеров.

Важное значение в становлении независимого Казахстана имеет структурная перестройка экономики. Смысл структурной перестройки заключается в создании и расширении имеющихся производств по выпуску конечной продукции. Это позволит республике достичь значительных выгод. Во-первых, сократится необходимость в вывозе дешевого сырья и полуфабрикатов. Во-вторых, значительно уменьшится импорт готовой продукции (особенно из сельскохозяйственного сырья), что позволит сэкономить так необходимые средства. В-третьих, создадутся дополнительные рабочие места, что снимет социальную напряженность, сложившуюся в Казахстане из-за высокого уровня безработицы. К сожалению, объем иностранных прямых инвестиций в данную сферу не превышает 50 млн. долларов, что составляет менее 3% от общего объема прямых иностранных инвестиций. Поэтому привлечение иностранных инвестиций в производства, выпускающие конечную продукцию из сырья казахстанского происхождения, на современном этапе имеет также первостепенное значение.

Инвестиции - это основа экономического развития любой страны. Реализация

политики Казахстана по привлечению иностранных инвестиций позволит нашей республике преодолеть сложившиеся экономические трудности, ускорить внедрение достижений научно-технического прогресса, повысить производительность труда, освоить высокие и трудосберегающие технологии, осуществить технологическое обновление экономики.

Список использованной литературы

1. Закон Республики Казахстан “Об иностранных инвестициях” декабрь.1994год, (изменения и дополнения от 15.10. 95г., от 02.06. 97. г.,11.07.097.г.,016.07.097.г).
2. Закон Республики Казахстан “О валютном регулировании и валютном контроле”, Казахстанская правда, 1995.
3. Закон Республики Казахстан от 27 декабря 1994 г. «Об иностранных инвестициях» (с изменениями и дополнениями, внесенными в Закон Республики Казахстан 16 июля 1997 г.)// «Гражданское Законодательство Республики Казахстан – толкование и комментирование». Вып. – 5.: Алматы, «Баспа», 1998 г. С.101-119
4. Назарбаев Н.А. Стратегия становления и развития Казахстана как суверенного государства. Казахстанская правда,1995.
5. Назарбаев Н.А. Казахстан-2030. Процветание, безопасность и улучшение благосостояния всех казахстанцев. Послание Президента страны народу Казахстана. - Алматы: «Білім», 1998. - 96 с.

Аннотация

В данной статье рассмотрены вопросы методы совершенствования механизма привлечения инвестиций в экономику Республики Казахстан.

Annotation

This article discusses the issues of improving the mechanism for attracting investment in the economy of the Republic of Kazakhstan.

Түйін

Осы мақалада Қазақстан Республикасының экономикасына инвестиция тарту механизмін жетілдіру мәселелері талқыланды.

Олексенко Роман Иванович

д.ф.н. профессор

**Таврический государственный
агротехнологический университет (Украина)**

Афанасьева Людмила Васильевна

к.ф.н. доцент

**Мелитопольский государственный
педагогический университет
имени Богдана Хмельницкого (Украина)**

ЭКОНОМИКО – ПРАВОВОЙ МЕХАНИЗМ РЕАЛИЗАЦИИ НОВОЙ МОДЕЛИ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ УКРАИНЫ

В условиях социально-экономической трансформации в Украине и социокультурных изменений необходимо изменить само представление о культурной политике. В этой связи возникает проблема поиска приемлемой для современных условий культурной политики, которая могла бы повлиять в целом на социокультурную ситуацию, динамику культурных процессов, способствуя духовному и нравственному обогащению как отдельной личности, так и всего общества [7].

Конечно же, принципиально важным, является «чтобы культурная политика не отрывалась от основных направлений общей социальной политики государства, работала

как одна из ее подсистем. С этой точки зрения основная цель культурной политики - трансформация норм и стандартов социальной адекватности людей в образы и образцы их социальной престижности, то есть пропаганда норм социальной адекватности как наиболее престижных форм социального бытия, как кратчайшего и наиболее надежного пути к социальным благам и высокого общественного статуса.

В свою очередь, проблемное поле сферы культуры украинского общества имеет большие проблемы. В круг проблем входят и слабое состояние ее материально-технической базы, и недостаточное количество современного оборудования в музеях, библиотеках, театрах, учебных заведениях страны (систем обеспечения охраны и пожарной безопасности музейных и библиотечных хранилищ, театрального сценического оборудования, музыкальных инструментов пр.), и неудовлетворительное состояние сохранности, и отсутствие достоверной системы государственного учета недвижимых памятников; достопримечательностей истории и культуры и музейных экспонатов, и неэффективная система материального мотивирования работников культурной отрасли негативно сказывается на кадровом обеспечении сферы культуры [3].

Как отмечает Т. Богатырева, «цена реформ оказалась слишком велика, привела к отчужденности многих людей от богатства национальной культуры, закрыла социально-экономические возможности духовного воспроизводства различных субъектов и объектов деятельности, привела к потере ряда позиций в управлении культурной жизнью страны» [4].

Формируемая в настоящее время модель культурной политики в Украине коррелирует с рядом общих черт развития всей социальной сферы. Важнейшим качеством новой парадигмы является то, что она носит общественно-государственный характер и отличается наличием новых субъектов и объектов, участвующих в регулировании культурных процессов. [5].

Безусловно, государство по-прежнему остается важнейшим субъектом и объектом культурной политики, которым принадлежит право законодательного регулирования культурной жизни.[11] Не случайно, культурная политика государства в законодательстве о культуре определена как совокупность принципов и норм, которыми руководствуется государство в своей деятельности по сохранению, развитию и распространению культуры. А сама деятельность государства в области культуры основана на создании условий для развития национальных культур Украины, обеспечении доступности для граждан культурной деятельности, культурных ценностей и благ, предоставление свободы и самостоятельности для всех субъектов и объектов культурной деятельности, сохранения памятников; достопримечательностей истории и культуры [9, с.168].

Вместе с тем в модели культурной политики Украины происходит смещение акцентов на создание условий для саморазвития культуры и культурных потребностей. В первую очередь, предусматривается включение в культурную деятельность независимых субъектов и объектов культуры, которые вступают между собой как в отношения партнерства, так и конкуренции.

В период демократических преобразований государственные функции в культурной политике постепенно разделяются и выполняются общественным и коммерческим секторами, организациями и неформальными группами. Именно они начинают принимать все большее участие в культурной деятельности.

В настоящее время в условиях недостатка ресурсов большую актуальность приобретает проблема объединения усилий всего общества для поиска необходимых средств в сфере культуры. Задача государства заключается в согласовании интересов различных субъектов и объектов культурной деятельности, укреплении института социального партнерства, создание условий для дальнейшего взаимодействия. В связи с этим, при Министерстве культуры и массовых коммуникаций Украины были созданы

Координационный совет, который объединяет руководителей сферы культуры регионов, и Экспертный совет по государственной политике. [5]

В сложной новой социально-экономической ситуации необходимо дальнейшее совершенствование законодательно-правового поля в области осуществления культурной деятельности, включая проведение политики налогового протекционизма со стороны государства, обновления организационно-управленческих форм деятельности организаций и учреждений культуры, дополнения их социально значимыми проектами, стимулирования развития негосударственного некоммерческого сектора и государственно-частного партнерства.

В новой модели культурной политики особую роль начинают играть новые технологии, которые способствуют более четкой формулировке целей культурной деятельности, достижения в ней баланса целесообразности и эффективности, обоснование привлеченных ресурсов (кадровых, информационных, материально-технических, финансовых и др.), Преодоление затратного метода финансирования культуры, повышение качества услуг в культурной сфере стимулируют креативность в поиске новых решений [8].

Для того, чтобы обеспечить активное участие широких слоев населения в культурной жизни, следует всячески учитывать местную культурную специфику, культурные предпочтения граждан и сообществ, соединяя усилия различных субъектов и объектов культурной политики, что, безусловно, способствует развитию многообразия культуры, культурного плюрализма.

Государство, привлекая бизнес в сферу культуры, рассчитывает на его участие в важных социокультурных процессах. Это позволило добиться сокращения нерыночных, неконкурентных элементов функционирования субъектов и объектов культурной политики, обеспечить формирование новых моделей управления и способов привлечения частных инвестиций и, как следствие, повысить эффективность социокультурных институтов, объем и качество культурных услуг для населения. [5]

Привлечение некоммерческого сектора в ходе реализации социокультурного процесса важно в силу обладания им специфическими чертами хозяйствования, способствует объединению рыночных и нерыночных механизмов, в том числе ориентированность на дифференцированный спрос, адресность при предоставлении услуг, гибкость управления и т.д. Выстраивание партнерских отношений государства с бизнесом и некоммерческим сектором соответствует принципам демократического гражданского общества, в условиях которого одной из важнейших задач государства, наряду с проведением собственной культурной политики, становится согласование интересов различных субъектов и объектов культурной деятельности.

Новые тенденции в культурной политике Украины, безусловно, не отменяют важных функций государства в социокультурной сфере жизни страны.[1] Это предполагает, что эффективное функционирование сферы культуры в современных условиях возможно только при взаимодействии различных общественных, коммерческих и государственных структур, принимающих непосредственное участие в реализации стратегических целей культурной политики. По сути, новая модель развития культурной сферы - это предпосылка активизации внутренних сил культуры, возможностей ее саморазвития, а также стимулирование эффективного использования ресурсов с учетом приоритетов культурной политики, наиболее полного удовлетворения культурных потребностей людей.

Общегосударственная концепция культурной политики Украины пока только вырабатывается. Законодательно-нормативная база сферы культуры находится в процессе формирования. Многоканальное финансирование культуры, современный менеджмент в организациях и учреждениях культуры, необходимое информационное обеспечение деятельности сферы культуры функционируют еще не в полной мере [6]. Как показывают социологические исследования, существует устойчивая тенденция к

увеличению социального расслоения населения по уровню и возможностям потребления культурных услуг. Организационно-управленческие структуры часто используют возможности включения организаций и учреждений сферы культуры в рыночные отношения. Проблемными остаются предметы ведения между региональным центром и органами местного самоуправления. Процесс децентрализации в сфере культуры, связан с передачей полномочий и ответственности на региональный и муниципальный уровень, проходит с определенными трудностями [10, с. 1-7].

Тем не менее, в Украине уже осуществляется процесс интенсивного формирования культурной политики. Ведется законотворческая работа, происходит осмысление проблем развития сферы культуры, реализуются важные практические меры по сохранению уникального культурного многообразия страны.[2] Организации и учреждения культуры постепенно начинают овладевать новыми управленческими технологиями, способами хозяйствования в условиях социально-экономических преобразований.

Таким образом, использование потенциала культуры в общественном развитии, реализации эффективных концептуальных моделей современной культурной политики Украины актуализируют потребность в новых подходах к управлению сферой культуры, в действенных эффективных механизмах, позволяющих решать проблемы социокультурной сферы в условиях демократического преобразования экономики.

Литература:

1. Афанасьева Л. Интеркультурность как успешная модель развития поликультурного городского сообщества / Л. В. Афанасьева, Р.І. Олексенко // Mokslas ir praktika: aktualijos ir perspektyvos. – 2018. – С. 6-13.
2. Афанасьева Л. Активні інтеркультурні практики як індикатор взаємодії культурних груп і спільнот поліетнічного міста / Л. В. Афанасьева, Р.І. Олексенко // Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії – 2018.- Вип. 18. – С. 40 - 47.
3. Богатырева Т. Г. Современная культура и общественное развитие. - М.: Изд-во РАГС, 2001. - 170 с.
4. Богатырева Т. Г. Потребление культуры: направления современной культурной политики // Вопросы культурологии. - 2005. - № 8-9-10.
5. Булавина Д. М. Проектная деятельность в сфере культуры как механизм реализации культурной политики // ДМ Булавина: автореферат дисс. канд. культурологи. – 2007. – Т. 24.
6. Воробець С. Й. Створення автоматизованих інформаційних систем на засадах процесного підходу / С. Й. Воробець, В. П. Кічор, А. В. Симак // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку: збірник наукових праць; [відп. ред. О. Є. Кузьмін]. – Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2012. – с. 408–413.
7. Духовне виробництво, його роль в економічному розвитку [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://referat-ok.com.ua/kulturologiya-ta-mistectvo/derzhavna-kulturna-politika-u-perehidnii-period-rozvitku-ukrajinskogo-suspilstva>
8. Закон України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки» // Верховна Рада України.– [Електронний ресурс] – Режим доступу:<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/537-16>.
9. Закон України «Про культуру» // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2011, № 24, ст. 168 .– [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2778-17>
10. Минаева Г. М. Управління проектною діяльністю органів місцевого самоврядування для зміцнення інфраструктури території / Г. М. Минаева // Теорія та

практика державного управління: Наук. фах. видання. – Вип. 3 (34). – 2011. – с. 1–7.

11. Олексенко Р. І. Правове і соціально-економічне підґрунтя ринкової економіки / Р. І. Олексенко // Гілея: науковий вісник. - 2014. - Вип. 80. - С. 266-270.

**Омарбекова Ардак Диханбаевна, PhD.,
Рахманбердиева Акбаян., магистрант,
Ахметкеримова Гульнур., докторант PhD,
Жаркынбек Берик, магистрант
Казахский Национальный Аграрный Университет**

Экономическая исследование земель для обеспечения постоянного землепользования

Аннотация

Аграрная направленность Республики Казахстан требует совершенствования использования земельных ресурсов, как основного средства производства. Земля, как основа экосистемы, орудие труда и предмет производства, объект права собственности является базисом устойчивого развития, условием социального прогресса и благосостояния человека. Внедрение сбалансированного землепользования, является крайне необходимой проблемой.

На государственном уровне за годы независимости так и не решен вопрос повышения ценности земельных ресурсов, их рационального использования. На основе анализа позиций отечественных и зарубежных ученых по оценке состояния землепользования установлено, что экономический подход в землепользовании является преобладающим, а социальный и экологический выступают, соответственно, на втором и третьем местах. Для того, чтобы изменить такое положение, возникает потребность в разработке инновационных подходов к определению и оценке интенсификации использования земель, проведению обязательного учета и кадастра существующих земельных угодий и определения границ [1].

Ключевые слова: земельный фонд, земельные ресурсы, оценка земель.

По данным баланса земель на 1 ноября 2015 года территория Республики Казахстан составляет 272,5 млн. га, из которых Российской Федерацией под космодром Байконур и военные полигоны используется 11 317,3 тыс. га, одновременно на территории Республики Узбекистан предоставлено Республике Казахстан под санаторий «Чимган» 0,9 тыс. га. В результате используемый земельный фонд Республикой Казахстан составляет 261 173,8 тыс. га.

Ежегодно в результате земельных преобразований, в республике происходит постоянное перераспределение состава земельного фонда. Основные изменения произошли за период проведения земельной реформы, когда в республике из земель сельскохозяйственного назначения было выведено в земли запаса, населенных пунктов и лесного фонда порядка 55% земель данной категории.

Анализ данных земельного учета показывает, что в распределении площадей по категориям земель ежегодно происходят различные изменения, о чем свидетельствует информация, о структуре земельного фонда за 2015 год, приведенная в таблице 1 и на рисунке 1.

Таблица 1

Динамика земельного фонда по категориям земель за 1991-2015 г.г.

Наименование категорий земель	тыс. га			Изменения (+, -)	
	1991 г.	2014 г.	2015 г.	2015 г. к 1991 г.	2015 г. к 2014 г.
1. Земли сельскохозяйственного назначения	218 375,8	98580,2	100835,4	-117 540,4	+225 5,2
2. Земли населенных пунктов	3 747,2	23804,8	23751,5	+20 004,3	-53,3
в том числе:					
городов и поселков	2 053,5	2254,9	2265,7	+212,2	+10,8
сельских населенных пунктов	1 693,7	21549,9	21485,8	+19 792,1	-64,1
3. Земли промышленности, транспорта, связи, для нужд космической деятельности, обороны, национальной безопасности и иного несельскохозяйственного назначения	18 796,8	2778,7	2826,0	-15 970,8	+47,3
4. Земли особо охраняемых природных территорий, земли оздоровительного, рекреационного и историко-культурного назначения	775,1	6634,3	6613,4	+5 838,3	-20,9
5. Земли лесного фонда	10 179,2	22850,6	22899,6	+12 720,4	+49,0
6. Земли водного фонда	819,9	4120,9	4124,2	+3 304,3	+3,3
7. Земли запаса					- 2280, 6
Итого земель	18 952,3	102404,3	100123,7	+81 171,4	6
в том числе земли, используемые на территории других государств	271 646,3	261173,8	261173,8	-10 472,5	-
Земли, используемые другими государствами	149,8	0,9	0,9	-148,9	-
Территория республики	993,7	11 317,3	11317,3	+10 323,6	-
	272 490,2	272 490,2	272 490,2	-	-

В структуре земельного фонда страны преобладают земли запаса- 100,1 млн. га (38,3 %) и земли сельскохозяйственного назначения – 100,8 млн. га (38,6 %). По состоянию на 1 ноября 2015 года в этих категориях сосредоточено 76,9 % земельного фонда, во всех остальных категориях – 23,1 %.

Произошедшие изменения в площадях категорий земель объясняются переводом земель из одной категории в другую – в связи с предоставлением земельных участков для различных целей и уточнением их площадей в результате проводимых инвентаризаций и уточнения земель.

Исторически сложившееся административно-территориальное устройство республики и неоднородные природно-климатические условия определяют в различной степени сочетания и структуру земельного фонда по категориям земель в регионах страны.

Распределение земельного фонда по категориям земель в разрезе областей приведено в таблице 2.

Земли сельскохозяйственного назначения

Земли сельскохозяйственного назначения имеют особый правовой режим и подлежат охране, направленной на ограничение изъятия этих земель, сохранение и повышение их плодородия. Площадь земель данной категории в структуре земельного фонда составляет 100,8 млн. га или 38,6 % используемых земель. Их удельный вес в

земельном фонде областей колеблется от 70-75% (Северо-Казахстанская, Акмолинская области) до 10-20% (Кызылординская, Атырауская области). Это, в основном, связано с различием в природно-климатических условиях и наличием обширных площадей пустынных и полупустынных пастбищных угодий.

Динамика площади земель сельскохозяйственного назначения по областям приведена в таблице 3, а по республике в целом – на рисунке 2.

Таблица 2

Динамика площади земель сельскохозяйственного назначения по областям за 1991-2015 г.г.

млн. га

Наименование областей	1991 г.	2005 г.	2014г.	2015 г.	Изменения (+, -)	
					2015 г. к 1991 г.	2015г. к 2014 г.
Акмолинская	13,6	9,1	10,5	10,6	-3,0	+0,1
Актюбинская	23,0	7,1	9,9	9,8	-13,2	-0,1
Алматинская	15,9	6,8	8,4	8,6	-7,3	+0,2
Атырауская	8,9	2,4	2,3	2,4	-6,5	+0,1
В-Казахстанская	22,2	6,0	10,4	10,3	-11,9	-0,1
Жамбылская	11,5	4,6	4,3	4,4	-7,1	+0,1
З-Казахстанская	12,9	3,6	5,5	5,8	-7,1	+0,3
Карагандинская	28,4	9,5	13,3	14,2	-14,2	+0,9
Кызылординская	18,9	3,1	2,5	2,4	-16,5	-0,1
Костанайская	18,1	8,2	10,6	10,6	-7,5	-
Мангистауская	13,9	8,4	5,1	5,3	-8,6	+0,2
Павлодарская	10,6	3,2	4,6	5,2	-5,4	+0,6
С-Казахстанская	9,0	5,8	7,2	7,2	-1,8	-
Ю-Казахстанская	11,5	4,4	4,0	4,0	-7,5	-
г. Алматы	-	-	-	-	-	-
г. Астана	-	-	-	-	-	-
Всего	218,4	82,2	98,6	100,8	-117,6	+2,2

За период реформирования сельскохозяйственных предприятий в 1991-2005 годы площадь земель сельскохозяйственного назначения по республике сократилась на 136,2 млн. га, но в последующем площадь земель этой категории ежегодно возрастала и общее ее увеличение с 2005 по 2015 год составило 18,6 млн. га.

В последние годы земли сельскохозяйственного назначения по всем областям увеличиваются за счет освоения земель запаса, в текущем году их общая площадь по республике увеличилась на 2,2 млн. га. Основное увеличение произошло в Кызылординской - на 0,9 млн. га и Павлодарской - на 0,6 млн. га областях.

В категории земель сельскохозяйственного назначения находятся наиболее ценные в сельскохозяйственном отношении земли республики: 97,4 % пашни, в том числе 91,1 % - орошаемой, 56,2 % - многолетних насаждений, 51,7 % - залежи, 42,4 % - сенокосов, из них 33,6 % - улучшенных и 52,0 % - лиманного орошения (табл. 4).

Динамика площади земель
сельскохозяйственного назначения

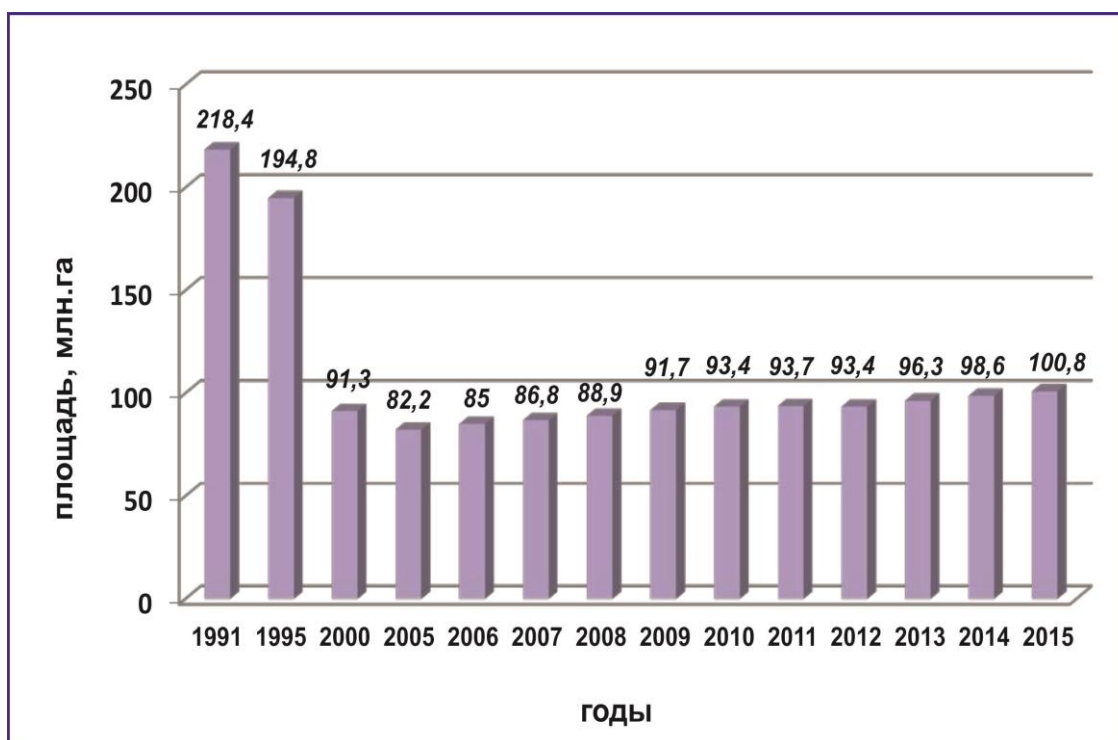


Таблица 3

Удельный вес земель сельскохозяйственного назначения
в структуре сельскохозяйственных угодий республики
на 1 ноября 2015 года
тыс. га

Наименование угодий	Площадь, всего *	Из них на землях сельхозназначения	%
Сельскохозяйственные угодья	214 838,5	97 312,0	45,3
из них:			
Пашня, всего	24 934,8	24 292,8	97,4
в том числе орошаемая	1 597,9	1 455,1	91,1
Многолетние насаждения	151,2	85,0	56,2
Залежь	4 798,4	2 481,6	51,7
Сенокосы, всего	4 902,0	2 077,8	42,4
в том числе:			
улучшенные	44,0	14,8	33,6
лиманного орошения	729,6	379,1	52,0
Пастбища, всего	179 984,3	68 362,5	38,0
в том числе:			
улучшенные	5 953,0	4 065,0	68,3
обводненные	104 078,0	42 707,2	41,0
Огороды и служебные наделы	67,8	12,3	18,1
Несельскохозяйственные угодья	46 335,3	3 523,4	7,6
Итого	261 173,8	100 835,4	38,6

Примечание. * По строке «Итого земель», без земель, используемых другими государствами.

В структуре угодий земель сельскохозяйственного назначения сельскохозяйственные угодья составляют 96,5 %, в том числе: пашня – 24,1 %,

многолетние насаждения – 0,1 %, залежь – 2,5 %, сенокосы – 2,1 %, пастбища – 67,8 %.

Распределение земель сельскохозяйственного назначения по видам угодий в разрезе областей приведено в таблице 5.

Таблица 4

Состав земельных угодий сельскохозяйственного назначения
в разрезе областей на 1 ноября 2015 года

Наименование областей	Общая площадь	Всего сельхозугодий	Пашня	Многолетние насаждения	Залежь	Сенокосы	Пастбища	тыс. га
								Огороды и служебные надель
Акмолинская	10564,9	10547,8	5615,6	5,2	442,2	153,3	4331,5	-
Актюбинская	9767,3	9626,5	538,4	1,0	447,0	168,7	8470,7	0,7
Алматинская	8632,2	8442,5	1037,7	20,4	60,4	209,6	7114,0	0,4
Атырауская	2371,9	2170,4	4,9	0,5	4,0	51,7	2109,3	-
В-Казахстанская	10342,1	10195,4	1429,5	2,3	46,6	455,5	8261,2	0,3
Жамбылская	4445,4	4304,8	761,0	3,3	-	82,1	3458,4	-
З-Казахстанская	5753,5	5704,7	537,9	1,7	455,5	352,2	4355,9	1,5
Карагандинская	14238,3	13820,1	1100,8	1,9	303,2	224,8	12189,4	-
Кызылординская	2439,1	1946,8	156,6	0,5	42,4	40,8	1697,7	8,8
Костанайская	10586,7	10431,2	6022,3	9,4	3,8	112,0	4283,7	-
Мангистауская	5289,2	4249,0	0,4	0,2	0,1	-	4248,1	0,2
Павлодарская	5154,1	4994,1	1392,7	1,7	492,7	140,2	2966,7	0,1
С-Казахстанская	7228,5	6986,8	4815,9	2,7	72,5	16,3	2079,1	0,3
Ю-Казахстанская	4000,4	3871,1	875,4	27,2	110,8	69,0	2788,7	-
г. Алматы	9,1	9,1	1,9	6,0	-	-	1,2	-
г. Астана	12,7	11,7	1,8	1,0	0,4	1,6	6,9	-
Всего	100835,4	97312,0	24292,8	85,0	2481,6	2077,8	68362,5	12,3

Основные площади пашни в составе земель сельскохозяйственного назначения числятся в зерновых регионах - в Костанайской (6,0 млн. га), Акмолинской (5,6 млн. га) и Северо-Казахстанской (4,8 млн. га) областях. В регионах, расположенных в пустынной и полупустынной зонах, сосредоточены наиболее крупные массивы пастбищных угодий, а именно в Карагандинской (12,2 млн. га), Восточно-Казахстанской (8,3 млн. га), Актюбинской (8,5 млн. га) и Алматинской (7,1 млн. га) областях.

Наибольшие площади залежи по учетным данным числятся в Акмолинской (442,2 тыс. га), Западно-Казахстанской (455,5 тыс. га), Павлодарской (492,7 тыс. га), Актюбинской (447,0 тыс. га) и Карагандинской (303,2 тыс. га) областях.

Более 50% сенокосов числятся в четырех областях: Восточно-Казахстанской – 455,5 тыс. га, Западно-Казахстанской – 352,2 тыс. га, Карагандинской – 224,8 тыс. га и Алматинской – 209,6 тыс. га.

Удельный вес земель сельскохозяйственного назначения по республике составляет 38,6 %, варьируя по областям в диапазоне от 73,7 % - Северо-Казахстанская, 72,2 % - Акмолинская области, до 10,1 % - Кызылординская, 21,3% - Атырауская области.

Для обеспечения устойчивого развития необходимо формирование такого права собственности на землю, за помощью которого четко определяется правомочность субъектов землепользования, устанавливается полномочия по владению, пользованию и распоряжению землей. В отношении земельной собственности полностью должны воплощаться экологические и экономические составляющие землепользования,

социальные связи и процессы. Обеспечение такого принципа будет способствовать устойчивому развитию общества.

Выводы. Земельные ресурсы играют важную роль в развитии производительных сил любой страны. Вопросы рационального использования земельных ресурсов должно стать приоритетным направлением государственной политики. В контексте устойчивого развития наиболее важным является комплексное исследование объективных природных свойств и субъективных социально-экономических особенностей использования земель.

Главными векторами развития сельскохозяйственной отрасли будут:

1) модернизация отрасли на основе применения инновационных технологий и перехода от мелкотоварного к средне- и крупнотоварному производству, позволяющему создать конкурентоспособное, высокомеханизированное производство;

2) диверсификация отрасли путем экономического стимулирования хозяйств на развитие животноводства, кормопроизводства, выращивание крупяных и масличных культур, отхода от зерновой моноспециализации;

3) стимулирование укрупнения хозяйств путем экономических рычагов поддержки вертикальной и горизонтальной кооперации сельхозтоваропроизводителей.

Список литературы:

1. Земельный кодекс Республики Казахстан № 442-2 от 20 июня 2003 года.
2. Подольский Л.И. Землеустройство: общественно-экономическая теория. Алматы, 2000. С. 186.
3. Подольский Л.И., Икранбеков А.З. Теоретические основы системы управления земельными ресурсами. - //Вестник сельскохозяйственной науки Казахстана, 1996, №6. - с.17-23.
4. Сейфуллин Ж.Т. Земельный кадастр: Управление земельными ресурсами Казахстана в рыночных условиях. - Алматы: КазНИИЭОАПК, 2001.
5. Государственный национальный доклад «О состоянии и использовании земель Республики Казахстан на 1 ноября 2015 года».

Аңдатпа

Қазақстан Республикасының аграрлық бағдары өндірістің негізгі құралы ретінде жер ресурстарын пайдалануды жақсартуды талап етеді. Экожүйенің негізі, еңбек құралы және өндіріс нысаны ретінде жер, меншік құқығының объектісі тұрақты дамудың негізі, әлеуметтік прогрестің және адамның әл-ауқатының шарты болып табылады. Жерді теңгерімді пайдалануды енгізу өте маңызды мәселе.

Мемлекеттік деңгейде тәуелсіздік жылдарында жер ресурстарының құндылығын арттыру және оларды ұтымды пайдалану мәселесі шешілмеген. Отандық және шетелдік ғалымдардың жердің жай-күйін бағалаудағы ұстанымдарын талдау негізінде жерді пайдаланудағы экономикалық тәсіл басымдыққа ие, екінші және үшінші орындарда әлеуметтік және экологиялық көзқарастар сәйкесінше анықталды. Осы жағдайды өзгерту үшін жерді пайдалануды күшейтуді анықтауға және бағалауға, қолданыстағы жерге міндетті тіркеу мен кадастр жүргізуге және шекараларды анықтауға қатысты инновациялық тәсілдерді әзірлеу қажеттілігі туындайды.

Кілт сөздер: жер қоры, жер ресурстары, жерді бағалау.

Abstract

The agrarian orientation of the Republic of Kazakhstan requires the improvement of the use of land resources as the main means of production. The land as the basis of an ecosystem, an instrument of labor and an object of production, an object of property rights is the basis of sustainable development, a condition for social progress and human well-being. The introduction of a balanced land use is a very necessary problem.

At the state level, over the years of independence, the issue of increasing the value of land resources and their rational use has not been resolved. Based on the analysis of the positions of domestic and foreign scientists in assessing the state of land use, it has been

established that the economic approach in land use is predominant, while the social and environmental approaches are in second and third places, respectively. In order to change this situation, there is a need to develop innovative approaches to defining and assessing the intensification of land use, conducting mandatory accounting and cadastre of existing land and determining the boundaries.

Key words: *land fund, land resources, land valuation.*

**Омарбекова Ардак Диханбаевна, PhD., Рахманбердиева Акбаян.,
магистрант, Ахметкеримова Гульнур., докторант PhD,
Жаркынбек Берик, магистрант
Казахский Национальный Аграрный Университет**

Анализ использования земель сельскохозяйственного назначения в Республике Казахстан для обеспечения постоянного землепользования

Аннотация

Аграрная направленность Республики Казахстан требует совершенствования использования земельных ресурсов, как основного средства производства. Земля, как основа экосистемы, орудие труда и предмет производства, объект права собственности является базисом устойчивого развития, условием социального прогресса и благосостояния человека. Внедрение сбалансированного землепользования, является крайне необходимой проблемой.

На государственном уровне за годы независимости так и не решен вопрос повышения ценности земельных ресурсов, их рационального использования. На основе анализа позиций отечественных и зарубежных ученых по оценке состояния землепользования установлено, что экономический подход в землепользовании является преобладающим, а социальный и экологический выступают, соответственно, на втором и третьем местах. Для того, чтобы изменить такое положение, возникает потребность в разработке инновационных подходов к определению и оценке интенсификации использования земель, проведению обязательного учета и кадастра существующих земельных угодий и определения границ [1].

Ключевые слова: *земельный фонд, земельные ресурсы, оценка земель.*

По данным баланса земель на 1 ноября 2015 года территория Республики Казахстан составляет 272,5 млн. га, из которых Российской Федерацией под космодром Байконур и военные полигоны используется 11 317,3 тыс. га, одновременно на территории Республики Узбекистан предоставлено Республике Казахстан под санаторий «Чимган» 0,9 тыс. га. В результате используемый земельный фонд Республикой Казахстан составляет 261 173,8 тыс. га.

Ежегодно в результате земельных преобразований, в республике происходит постоянное перераспределение состава земельного фонда. Основные изменения произошли за период проведения земельной реформы, когда в республике из земель сельскохозяйственного назначения было выведено в земли запаса, населенных пунктов и лесного фонда порядка 55% земель данной категории.

Анализ данных земельного учета показывает, что в распределении площадей по категориям земель ежегодно происходят различные изменения, о чем свидетельствует информация, о структуре земельного фонда за 2015 год, приведенная в таблице 1 и на рисунке 1.

Таблица 1

Динамика земельного фонда по категориям земель за 1991-2015 г.г.

Наименование категорий земель	тыс. га			Изменения (+, -)	
	1991 г.	2014 г.	2015 г.	2015 г. к 1991 г.	2015 г. к 2014 г.
1. Земли сельскохозяйственного назначения	218 375,8	98580,2	100835,4	-117 540,4	+225 5,2
2. Земли населенных пунктов	3 747,2	23804,8	23751,5	+20 004,3	-53,3
в том числе:					
городов и поселков	2 053,5	2254,9	2265,7	+212,2	+10,8
сельских населенных пунктов	1 693,7	21549,9	21485,8	+19 792,1	-64,1
3. Земли промышленности, транспорта, связи, для нужд космической деятельности, обороны, национальной безопасности и иного несельскохозяйственного назначения	18 796,8	2778,7	2826,0	-15 970,8	+47,3
4. Земли особо охраняемых природных территорий, земли оздоровительного, рекреационного и историко-культурного назначения	775,1	6634,3	6613,4	+5 838,3	-20,9
5. Земли лесного фонда	10 179,2	22850,6	22899,6	+12 720,4	+49,0
6. Земли водного фонда	819,9	4120,9	4124,2	+3 304,3	+3,3
7. Земли запаса					- 2280, 6
Итого земель	18 952,3	102404,3	100123,7	+81 171,4	6
в том числе земли, используемые на территории других государств	271 646,3	261173,8	261173,8	-10 472,5	-
Земли, используемые другими государствами	149,8	0,9	0,9	-148,9	-
Территория республики	993,7	11 317,3	11317,3	+10 323,6	-
	272 490,2	272 490,2	272 490,2	-	-

В структуре земельного фонда страны преобладают земли запаса- 100,1 млн. га (38,3 %) и земли сельскохозяйственного назначения – 100,8 млн. га (38,6 %). По состоянию на 1 ноября 2015 года в этих категориях сосредоточено 76,9 % земельного фонда, во всех остальных категориях – 23,1 %.

Произошедшие изменения в площадях категорий земель объясняются переводом земель из одной категории в другую – в связи с предоставлением земельных участков для различных целей и уточнением их площадей в результате проводимых инвентаризаций и уточнения земель.

Исторически сложившееся административно-территориальное устройство республики и неоднородные природно-климатические условия определяют в различной степени сочетания и структуру земельного фонда по категориям земель в регионах страны.

Распределение земельного фонда по категориям земель в разрезе областей приведено в таблице 2.

Земли сельскохозяйственного назначения

Земли сельскохозяйственного назначения имеют особый правовой режим и подлежат охране, направленной на ограничение изъятия этих земель, сохранение и повышение их плодородия. Площадь земель данной категории в структуре земельного фонда составляет 100,8 млн. га или 38,6 % используемых земель. Их удельный вес в

земельном фонде областей колеблется от 70-75% (Северо-Казахстанская, Акмолинская области) до 10-20% (Кызылординская, Атырауская области). Это, в основном, связано с различием в природно-климатических условиях и наличием обширных площадей пустынных и полупустынных пастбищных угодий.

Динамика площади земель сельскохозяйственного назначения по областям приведена в таблице 3, а по республике в целом – на рисунке 2.

Таблица 2

Динамика площади земель сельскохозяйственного назначения по областям за 1991-2015 г.г.

Наименование областей	1991 г.	2005 г.	2014г.	2015 г.	Изменения (+, -)	
					2015 г. к 1991 г.	2015г. к 2014 г.
Акмолинская	13,6	9,1	10,5	10,6	-3,0	+0,1
Актюбинская	23,0	7,1	9,9	9,8	-13,2	-0,1
Алматинская	15,9	6,8	8,4	8,6	-7,3	+0,2
Атырауская	8,9	2,4	2,3	2,4	-6,5	+0,1
В-Казахстанская	22,2	6,0	10,4	10,3	-11,9	-0,1
Жамбылская	11,5	4,6	4,3	4,4	-7,1	+0,1
З-Казахстанская	12,9	3,6	5,5	5,8	-7,1	+0,3
Карагандинская	28,4	9,5	13,3	14,2	-14,2	+0,9
Кызылординская	18,9	3,1	2,5	2,4	-16,5	-0,1
Костанайская	18,1	8,2	10,6	10,6	-7,5	-
Мангистауская	13,9	8,4	5,1	5,3	-8,6	+0,2
Павлодарская	10,6	3,2	4,6	5,2	-5,4	+0,6
С-Казахстанская	9,0	5,8	7,2	7,2	-1,8	-
Ю-Казахстанская	11,5	4,4	4,0	4,0	-7,5	-
г. Алматы	-	-	-	-	-	-
г. Астана	-	-	-	-	-	-
Всего	218,4	82,2	98,6	100,8	-117,6	+2,2

млн. га

За период реформирования сельскохозяйственных предприятий в 1991-2005 годы площадь земель сельскохозяйственного назначения по республике сократилась на 136,2 млн. га, но в последующем площадь земель этой категории ежегодно возрастала и общее ее увеличение с 2005 по 2015 год составило 18,6 млн. га.

В последние годы земли сельскохозяйственного назначения по всем областям увеличиваются за счет освоения земель запаса, в текущем году их общая площадь по республике увеличилась на 2,2 млн. га. Основное увеличение произошло в Кызылординской - на 0,9 млн. га и Павлодарской - на 0,6 млн. га областях.

В категории земель сельскохозяйственного назначения находятся наиболее ценные в сельскохозяйственном отношении земли республики: 97,4 % пашни, в том числе 91,1 % - орошаемой, 56,2 % - многолетних насаждений, 51,7 % - залежи, 42,4 % - сенокосов, из них 33,6 % - улучшенных и 52,0 % - лиманного орошения (табл. 4).

Динамика площади земель
сельскохозяйственного назначения

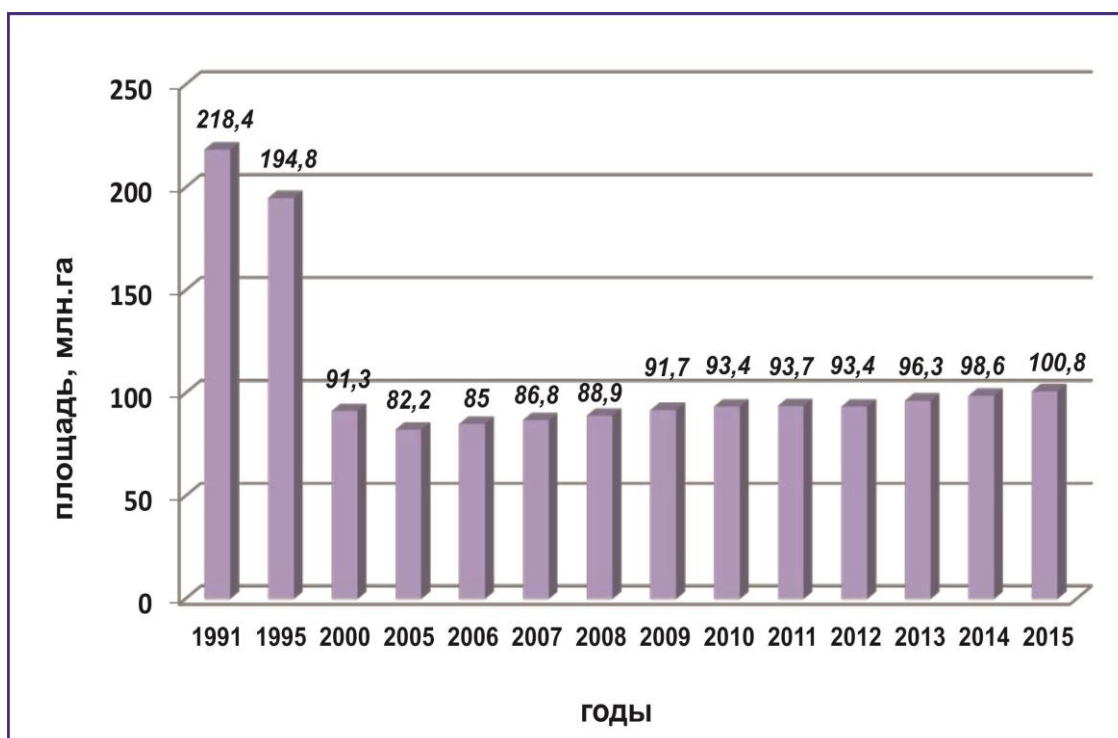


Таблица 3

Удельный вес земель сельскохозяйственного назначения
в структуре сельскохозяйственных угодий республики
на 1 ноября 2015 года

тыс. га

Наименование угодий	Площадь, всего *	Из них на землях сельхозназначения	%
Сельскохозяйственные угодья	214 838,5	97 312,0	45,3
из них:			
Пашня, всего	24 934,8	24 292,8	97,4
в том числе орошаемая	1 597,9	1 455,1	91,1
Многолетние насаждения	151,2	85,0	56,2
Залежь	4 798,4	2 481,6	51,7
Сенокосы, всего	4 902,0	2 077,8	42,4
в том числе:			
улучшенные	44,0	14,8	33,6
лиманного орошения	729,6	379,1	52,0
Пастбища, всего	179 984,3	68 362,5	38,0
в том числе:			
улучшенные	5 953,0	4 065,0	68,3
обводненные	104 078,0	42 707,2	41,0
Огороды и служебные наделы	67,8	12,3	18,1
Несельскохозяйственные угодья	46 335,3	3 523,4	7,6
Итого	261 173,8	100 835,4	38,6

Примечание. * По строке «Итого земель», без земель, используемых другими государствами.

В структуре угодий земель сельскохозяйственного назначения сельскохозяйственные угодья составляют 96,5 %, в том числе: пашня – 24,1 %,

многолетние насаждения – 0,1 %, залежь – 2,5 %, сенокосы – 2,1 %, пастбища – 67,8 %.

Распределение земель сельскохозяйственного назначения по видам угодий в разрезе областей приведено в таблице 5.

Таблица 4

Состав земельных угодий сельскохозяйственного назначения
в разрезе областей на 1 ноября 2015 года

Наименование областей	Общая площадь	Всего сельхоз-угодий	Пашня	Много-летние насаждения	Залежь	Сенокосы	Пастбища	тыс. га
								Огороды и служеб. надель
Акмолинская	10564,9	10547,8	5615,6	5,2	442,2	153,3	4331,5	-
Актюбинская	9767,3	9626,5	538,4	1,0	447,0	168,7	8470,7	0,7
Алматинская	8632,2	8442,5	1037,7	20,4	60,4	209,6	7114,0	0,4
Атырауская	2371,9	2170,4	4,9	0,5	4,0	51,7	2109,3	-
В-Казахстанская	10342,1	10195,4	1429,5	2,3	46,6	455,5	8261,2	0,3
Жамбылская	4445,4	4304,8	761,0	3,3	-	82,1	3458,4	-
З-Казахстанская	5753,5	5704,7	537,9	1,7	455,5	352,2	4355,9	1,5
Карагандинская	14238,3	13820,1	1100,8	1,9	303,2	224,8	12189,4	-
Кызылординская	2439,1	1946,8	156,6	0,5	42,4	40,8	1697,7	8,8
Костанайская	10586,7	10431,2	6022,3	9,4	3,8	112,0	4283,7	-
Мангистауская	5289,2	4249,0	0,4	0,2	0,1	-	4248,1	0,2
Павлодарская	5154,1	4994,1	1392,7	1,7	492,7	140,2	2966,7	0,1
С-Казахстанская	7228,5	6986,8	4815,9	2,7	72,5	16,3	2079,1	0,3
Ю-Казахстанская	4000,4	3871,1	875,4	27,2	110,8	69,0	2788,7	-
г. Алматы	9,1	9,1	1,9	6,0	-	-	1,2	-
г. Астана	12,7	11,7	1,8	1,0	0,4	1,6	6,9	-
Всего	100835,4	97312,0	24292,8	85,0	2481,6	2077,8	68362,5	12,3

Основные площади пашни в составе земель сельскохозяйственного назначения числятся в зерновых регионах - в Костанайской (6,0 млн. га), Акмолинской (5,6 млн. га) и Северо-Казахстанской (4,8 млн. га) областях. В регионах, расположенных в пустынной и полупустынной зонах, сосредоточены наиболее крупные массивы пастбищных угодий, а именно в Карагандинской (12,2 млн. га), Восточно-Казахстанской (8,3 млн. га), Актюбинской (8,5 млн. га) и Алматинской (7,1 млн. га) областях.

Наибольшие площади залежи по учетным данным числятся в Акмолинской (442,2 тыс. га), Западно-Казахстанской (455,5 тыс. га), Павлодарской (492,7 тыс. га), Актюбинской (447,0 тыс. га) и Карагандинской (303,2 тыс. га) областях.

Более 50% сенокосов числятся в четырех областях: Восточно-Казахстанской – 455,5 тыс. га, Западно-Казахстанской – 352,2 тыс. га, Карагандинской – 224,8 тыс. га и Алматинской – 209,6 тыс. га.

Удельный вес земель сельскохозяйственного назначения по республике составляет 38,6 %, варьируя по областям в диапазоне от 73,7 % - Северо-Казахстанская, 72,2 % - Акмолинская области, до 10,1 % - Кызылординская, 21,3% - Атырауская области.

Для обеспечения устойчивого развития необходимо формирование такого права собственности на землю, за помощью которого четко определяется правомочность субъектов землепользования, устанавливается полномочия по владению, пользованию и распоряжению землей. В отношении земельной собственности полностью должны воплощаться экологические и экономические составляющие землепользования,

социальные связи и процессы. Обеспечение такого принципа будет способствовать устойчивому развитию общества.

Выводы. Земельные ресурсы играют важную роль в развитии производительных сил любой страны. Вопросы рационального использования земельных ресурсов должно стать приоритетным направлением государственной политики. В контексте устойчивого развития наиболее важным является комплексное исследование объективных природных свойств и субъективных социально-экономических особенностей использования земель.

Главными векторами развития сельскохозяйственной отрасли будут:

1) модернизация отрасли на основе применения инновационных технологий и перехода от мелкотоварного к средне- и крупнотоварному производству, позволяющему создать конкурентоспособное, высокотехнологизированное производство;

2) диверсификация отрасли путем экономического стимулирования хозяйств на развитие животноводства, кормопроизводства, выращивание крупяных и масличных культур, отхода от зерновой моноспециализации;

3) стимулирование укрупнения хозяйств путем экономических рычагов поддержки вертикальной и горизонтальной кооперации сельхозтоваропроизводителей.

Список литературы:

- 1 Земельный кодекс Республики Казахстан № 442-2 от 20 июня 2003 года.
- 2 Подольский Л.И. Землеустройство: общественно-экономическая теория. Алматы, 2000. С. 186.
- 3 Подольский Л.И., Икранбеков А.З. Теоретические основы системы управления земельными ресурсами. - //Вестник сельскохозяйственной науки Казахстана, 1996, №6. - с.17-23.
- 4 Сейфуллин Ж.Т. Земельный кадастр: Управление земельными ресурсами Казахстана в рыночных условиях. - Алматы: КазНИИЭОАПК, 2001.
- 5 Государственный национальный доклад «О состоянии и использовании земель Республики Казахстан на 1 ноября 2015 года».

Аңдатпа

Қазақстан Республикасының аграрлық бағдары өндірістің негізгі құралы ретінде жер ресурстарын пайдалануды жақсартуды талап етеді. Экожүйенің негізі, еңбек құралы және өндіріс нысаны ретінде жер, меншік құқығының объектісі тұрақты дамудың негізі, әлеуметтік прогрестің және адамның әл-ауқатының шарты болып табылады. Жерді теңгерімді пайдалануды енгізу өте маңызды мәселе.

Мемлекеттік деңгейде тәуелсіздік жылдарында жер ресурстарының құндылығын арттыру және оларды ұтымды пайдалану мәселесі шешілмеген. Отандық және шетелдік ғалымдардың жердің жай-күйін бағалаудағы ұстанымдарын талдау негізінде жерді пайдаланудағы экономикалық тәсіл басымдыққа ие, екінші және үшінші орындарда әлеуметтік және экологиялық көзқарастар сәйкесінше анықталды. Осы жағдайды өзгерту үшін жерді пайдалануды күшейтуді анықтауға және бағалауға, қолданыстағы жерге міндетті тіркеу мен кадастр жүргізуге және шекараларды анықтауға қатысты инновациялық тәсілдерді әзірлеу қажеттілігі туындайды.

Кілт сөздер: жер қоры, жер ресурстары, жерді бағалау.

Abstract

The agrarian orientation of the Republic of Kazakhstan requires the improvement of the use of land resources as the main means of production. The land as the basis of an ecosystem, an instrument of labor and an object of production, an object of property rights is the basis of sustainable development, a condition for social progress and human well-being. The introduction of a balanced land use is a very necessary problem.

At the state level, over the years of independence, the issue of increasing the value of land resources and their rational use has not been resolved. Based on the analysis of the positions of domestic and foreign scientists in assessing the state of land use, it has been

established that the economic approach in land use is predominant, while the social and environmental approaches are in second and third places, respectively. In order to change this situation, there is a need to develop innovative approaches to defining and assessing the intensification of land use, conducting mandatory accounting and cadastre of existing land and determining the boundaries.

Key words: *land fund, land resources, land valuation.*

Г.Д.Омирова
«Тұран» Университетінің студенті
Ғылыми жетекші:
Асанова Т.А

ҚАЗАҚСТАНДА ТЕМІРЖОЛ ВОКЗАЛЫНЫҢ ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЫ МЕН ДАМУЫ

Күрделі көп салалы шаруашылық түрі деп темір жол көлігін атауға болады. Темір жол вокзалы — темір жол инфрақұрылымының элементі, жылжымайтын мүліктің кешенді объектісі, яғни вокзал кешені мен темір жол станциясының (жолаушылар аялдама пунктiнiң) бөлігі, тұтынушылар мен пайдаланушыларға қызмет көрсетуге, қызметтік персоналды орналастыруға және поездар қозғалысын басқаруға арналған үй-жайлардан тұратын ғимараттар мен құрылыстар кешені.

Теміржол көлігі біздің елдегі көліктің негізгі түрі болып табылады. Бұл жолаушылар мен жүктердің ең қолжетімді, сенімді қозғалыс түрі. Теміржол вокзалдары қызмет көрсету сапасын қамтамасыз етуде маңызды рөл атқарады. Олардың ең басты артықшылығы-қалалардың орталығында орналасқан және ыңғайлы инфрақұрылымы. Бірақ біздің уақытымызда бұл жеткіліксіз болды, өйткені теміржол имиджі оған тәуелді болатын маңызды аспект қызмет көрсету мен көрсетілетін қызметтердің сапасы болып табылады [1].

Петропавл вокзалында Мәскеу уақыты жұмыс істейді пойызға кешікпеу үшін алдын ала жолаушылар уақытын өздері қадағалап отыруы керек.

Алматы вокзалында негізгі мәселе ретінде поездардың уақытылы жүрмеуін айтуға болады. Маусымдық негізде қыс мезгілінде бұл өте қиын. Тағы айта кететін жай поездар келген уақытта жолаушыларды отырғызу процесі. Бұл процесте жолаушылар өздерінің вагондарына уақытылы отыру үшін үлкен қарбалыс басталады. Жолаушылар үлкен көлемдегі жүктерімен жүгіруіне тура келеді.

Электронды билет жүйесіне келер болсақ, жолаушылар онлайн түрде билет сатып алады, бірақ бұл шығарған билетті барлық дерлік поездарда қабылдамайды. Сатып алынған билетті алдын ала 2 сағат уақыт бұрын келіп ауыстыру қажет.

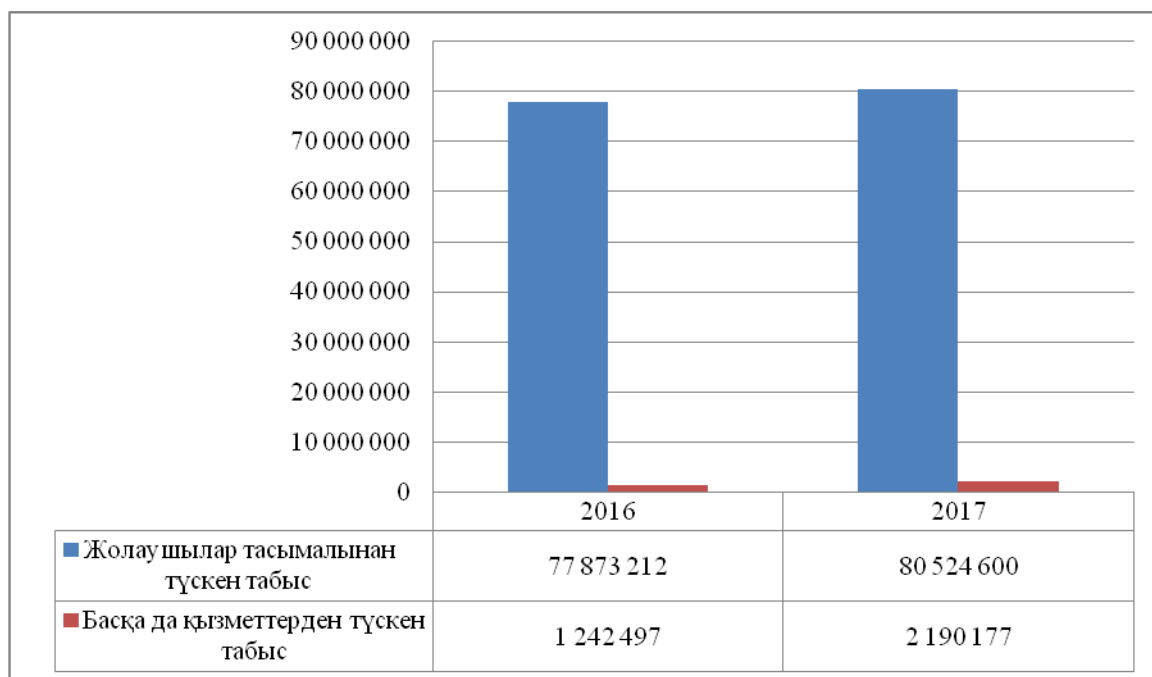
Қазақстандағы кез-келген теміржол вокзалындағы негізгі мәселе тамақтану орындары. Бұл жоғары дәрежедегі баға, жолаушылар вокзал ішінде емес тыс жерден тамақтанғанды жөн көреді.

Қазақстандағы темір жол вокзалындағы негізгі мәселелер:

1. Жүк және жолаушылар тасымалдарында (автомобиль, авиациялық көлік тарапынан) бәсекелестікті артуы;
2. Поездардың уақыт бойынша сәйкестігі;
3. Темір жол тасымалдарына тарифтерді мемлекеттік реттеу;
4. Поездарға билеттердің жетіспеушілігі;
5. Жолаушыларды отырғызу – түсіру;
6. Тамақтану орындары;
7. Электронды билет жүйесі [2].

Бүгінгі таңда «Жолаушылар тасымалы» акционерлік қоғамында «Қазақстан темір жолы» ҰК» АҚ, Қазақстан Республикасы Көлік және коммуникация министрлігінің, «Самұрық-Қазына» ұлттық әл-ауқат қорының қолдауымен жолаушылар тасымалының тиімділігін арттыру және сапасын жақсарту бойынша ауқымды жұмыстар атқарылуда. Жолаушылар вагондарының паркі жаңартылып, жүрдек жолаушылар қозғалысы даму үстінде, сервистік қызмет көрсету ісіне бірқатар инновациялық жобалар енгізіліп, жолаушылар шаруашылығындағы жүйелік проблемаларды шешу бойынша жұмыстар қолға алынуда.

Төменде «Жолаушылар тасымалы» акционерлік қоғамының 2016-2017 жылғы қаржылық есебі көрсетілген.



Сурет 1. «Жолаушылар тасымалы» АҚ-ның 2016-2017 жылғы қаржылық есебі (мың.тг)

Жоғарыдағы суретте көрсетілгендей, 2017 жылғы жолаушылар тасымалынан түскен табыс көлемі 2016 жылмен салыстырғанда 3,3 %- ға өскен. Ал басқа да қызметтерден түсуен табыс көлемі салыстырмалы түрде 43,3%- ға өскен .

Теміржол вокзалдары бұл вокзал орналасқан қаланың дәрежесін көрсетеді. Сыртқы келбеті, қызмет көрсету жүйесімен жолаушылардың есінде қалады. Теміржол вокзалдарын дамыту мақсаттары:

- тұтынушылардың әртүрлі санаттарының, оның ішінде мүмкіндіктері шектеулі қажеттіліктерін ескере отырып, ұсынылатын қызметтердің кең номенклатурасын кепілді қамтамасыз ету негізінде тұтынушылар мен пайдаланушыларға қызмет көрсету сапасының әлемдік стандарттарына сәйкес келуі;

- теміржол вокзалдарының тұрақты жоғары техникалық және технологиялық сенімділігіне, жолаушылар тасымалы клиенттеріне қызмет көрсетудің технологиялық процесі үзілмеген жағдайда олардың қызметінің рентабельділігінің және экономикалық тиімділігінің барынша ықтимал деңгейіне қол жеткізу есебінен вокзал кешендерінің тұрақты жұмыс істеуін қамтамасыз ету;

- еліміздің көлік қауіпсіздігі туралы заңнамасының талаптарына сәйкес теміржол вокзалдарының тұтынушылары, пайдаланушылары және қызметшілерінің кешенді қауіпсіздігін қамтамасыз ету;

- көлік инфрақұрылымының бір бөлігі ретінде теміржол вокзалдары желісін

кешенді дамыту негізінде еліміздің теміржол көлігінің бәсекеге қабілеттілігін арттыру;

— теміржол вокзалдарының коммерциялық және инвестициялық-қала құрылысы әлеуетін арттыру, олардың құрамына кіретін мүлікті пайдаланудың барынша экономикалық тиімділігіне қол жеткізу [3].

Қалалардың дамуына қарай қала өмірінде вокзалдар маңызының және олар орындайтын функциялар санының тұрақты өсуі байқалады. Вокзалдар эволюциясы бірқатар техникалық, әлеуметтік және экономикалық факторлардың әсерінен қалыптасты. Қазіргі заманғы әлемдегі вокзал кешенінің басты міндеттері: қала инфрақұрылымын жетілдіру, көлік қолжетімділігін жақсарту, көлік пен қала ортасының арасындағы қақтығысты қысқарту, қала халқының өмір сүру сапасын арттыру болып табылады. Вокзалдың басты функцияларының бірі-жолаушылар ағынын басқару.

Жапон елінде ең жүктелген вокзалдарда ауадағы оттегі саны бақыланады және уақтылы реттеледі. Темекі шегушілерге басқа жолаушылардан бөлінген жеке алаңдар арналған. Әдетте бұл шыны немесе пластикалық бокстар. Жапондық «Smart Station Vision» жүйесі. Компания үнемі форсайт өткізетін болашақ вокзал жобасын әзірлейді, ол жолаушының өзінің орналасқан жері туралы ақпаратты және қозғалыс үшін қажетті кез келген басқа да ақпаратты темір жол шегінде болған уақытта алу мүмкіндігін болжайды.

Ұлыбритания. Бұл елде теміржолдар әрдайым жолаушылардан бөлінген. Платформалар жолаушылар вагонға поездың персоналының немесе басқа да құрылғылардың көмегінсіз бір орташа көлемді қадаммен түсуі мүмкін болатындай есеппен құрастырылды, бұл сондай-ақ адамдарды отырғызуға және түсіруге мүмкіндік береді. Жолдардың қиылысуы үшін көбінесе жер асты өтпелері көзделеді.

Вокзалдар дамуының қазіргі заманғы әлемдік концепциясы олардың қоршаған ортаға кірігуі және онымен достық қарым-қатынас болды. Бұл тұжырымдаманы жүзеге асыру энергияны үнемді пайдалану, жаңартылатын және жаңа энергия көздері, сондай-ақ вокзалда энергияны пайдалануды басқару арқылы жүзеге асырылады.

Әлемдік тәжірибеде жолаушыдан жол жүру үшін төлем жинаудың үш схемасы бар: поездарға отырғызғанға дейін, отырғыздан кейін бірден және аралас. Тікелей поездда төлеу әдісі сирек қолданылады, өйткені бұл Станциялар арасындағы және алыс қашықтықтағы шағын қашықтықтағы маршрут бойынша жүретін үлкен жүктемелі поездарда мағынасы жоқ, өйткені мұндай сапарлар алдын ала жоспарланып отыр. Жапон елінде ұялы телефондарды пайдаланудың өсуіне жауап ретінде «Mobile Suica» сервисі әзірленді. 2006 жылдың қаңтар айынан бастап бұл қызмет қысқа қашықтыққа билет, маусымдық билеттер мен қала маңы бағытындағы пойыздарға билеттер үшін жұмыс істей бастады. Бұл қызметті одан әрі дамытудың мақсаты — жолаушылардың вокзалға кірмей-ақ билеттерді сатып алу мүмкіндігі. Ұялы телефонда сақталатын билетпен немесе ІС-картамен жолаушы вокзалға кірмей, турникеттер арқылы өте алады. Болашақта С-карталарды пайдалану мен ыңғайлылығын арттыру болжанып отыр, өйткені олардың құны төмен, миниатюралар, портативті, ал оларды өңдеуге арналған құралдар қол жетімді.

Қорытындылай келе, теміржол вокзалдары тасымалдау процесінің ажырамас бөлігі болып табылады. Теміржол вокзалдарын дұрыс ұйымдастыру темір жолдардың үстіндегі аумақтарды ұтымды пайдалану, көлік тұрақтарын және кірме жолдарды ұйымдастыру — осы барлық бағыттарда жақсарту инвесторлар үшін тартымды кеңістік құруға алып келеді [4].

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Логистика: Учебник / Под ред. Б.А. Аникина. - М.: Инфра-М, 2006
2. Қазақстанның ақпараттық порталы ZAKON.KZ <https://www.zakon.kz>
- 3.«Жолаушылар тасымалы» АҚ-ның электрондық ресми сайты <http://www.temirzholy.kz>
4. «Кодекс» АҚ-ның электрондық ресми сайты <http://docs.cntd.ru>

Түйін

Мақалада, теміржол көлік жүйесінің қызметі қарастырылды. Қазақстандағы теміржол вокзалдарының негізгі мәселелері мен оны шешу жолдары анықталды. Әлемдік тәжірибеде теміржол вокзалдарында жақсартылған технологияларды қолдануда жеткен жетістіктеріне негізгі назар бөлінген.

Резюме

В статье рассматривается функционирование железнодорожной транспортной системы. Определены основные проблемы железнодорожных вокзалов Казахстана и пути их решения. В мировой практике особое внимание уделено достижениям, достигнутым в использовании улучшенных технологий на железнодорожных вокзалах.

Summary

The article deals with the functioning of the railway transport system. The main problems of railway stations of Kazakhstan and ways of their decision are defined. In world practice, special attention is paid to the achievements made in the use of improved technologies at railway stations.

**Павлинов Р.О.,
Университет «Туран»
студент 1 курса
специальность «Мировая экономика»
Научный руководитель:
к.э.н., доц. Кренгауз И.Н**

ИНФРАСТРУКТУРА ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ

Развитие экономики сопровождается бурным ростом рынка логистических услуг. В данный момент изменения в экономике Казахстана неизбежны, и прежде всего, необходимы срочная модернизация транспортно - логистической инфраструктуры, что способствует росту товарооборота. Требуется активно развивать комплексные транспортные узлы и транспортные коридоры. Совершенно очевидно, что без совершенствования транспортной инфраструктуры об экономическом росте не может быть и речи. Поэтому, одной из первостепенных задач государства является создание предпосылок для дальнейшего развития инфраструктуры транспортной логистики.

Теоретические основы инфраструктуры транспортной логистики, рассматриваются в работах: В.В. Можарова [1], М.У. Рахимбердинова [2], Е.Н. Артамонова [3], Е.М. Беригбаев [4], В.Г. Ларионов [5]. Авторы считают, что главными проблемами логистики является плохое техническое состояние дорог и обслуживание автомобильного транспорта. В.В. Можарова [1, с. 90], М.У. Рахимбердинова [2, с. 14], Е.Н. Артамонова [3, с. 200] полагают, что повышение эффективности можно добиться при помощи современных интеллектуальных систем, ведения статистики и упорядочивания организационной работы. Е.М. Беригбаев [4, с. 18], В.Г. Ларионов [5, с. 115], А.С. Бурнасов. [6, с. 95], пришли к выводу, что инфраструктура транспортной логистики требует серьезной модернизации и улучшения обслуживания. А.Я.Ландсман [7, с. 146], А.А. Казим [8, с. 10] считают, что для более эффективной реализации инфраструктуры транспортной логистики, Казахстану необходимо принять зарубежный опыт.

Развитие цивилизации характеризуется стремлением людей к коммуникации и контакту, поэтому возможности передвижения и транспортировки оказываются для развития человечества решающими. Перемещение товаров происходит за счет транспортной функции, она является необходимой связующей частью. Её развитие

обычно соответствует уровню развития остальных функций территории. Это правило действует в любом масштабе — от маленькой деревни до больших регионов. Транспортная инфраструктура имеет характер как связующий разные области, так и разделяющий. Инфраструктура транспортной логистики – неотъемлемая ее часть, которая позволяет увеличить рентабельность, скорость и безопасность грузоперевозок, а так же облегчить работу водителей. К инфраструктуре транспортной логистики относятся такие объекты как: автозаправочные станции, которые чаще всего представляют собой комплекс услуг, включая обеспечение дальнобойщиков топливом в зависимости от сезона, терминалы сотовой связи. Эстакады, оснащенные необходимым оборудованием для проверки автомобиля. Станции технического обслуживания, готовые предоставить первую необходимую техническую помощь и дальнейший полный ремонт автомобиля. Специализированные кемпинги, предоставляющие ночлег для отдыха водителей. Терминалы обслуживающие платную дорогу, а так же БИО туалеты. В свою очередь каждый грузовой автомобиль оснащён рацией, что позволяет осведомлять других дальнобойщиков о возникших проблемах. Каждый объект имеет свой специализированный дорожный знак, который размещается вдоль дороги за 100 и 50 метров. Для обеспечения безопасности на пути следования ведется патрулирование территории сотрудниками дорожно-постовой службой. В свою очередь, обильное обеспечение дорог камерами, которые фиксируют нарушителей скоростного режима, позволяет уменьшить количество дорожно-транспортных происшествий. Сеть автомобильных дорог Казахстана обеспечивает транзитный пропуск автотранспорта по трем основным направлениям: Россия, страны Европы, Балтии; Китай, Япония, страны Юго-Восточной Азии; Республики Центральной Азии и Закавказья, Иран, Турция. Строительство и дальнейшее развитие автомагистралей, наряду с реконструкцией и строительством мостов, а также открытием центров обслуживания и мест отдыха вдоль автострад, являются привлекательными идеями для инвестиционных проектов. Улучшение инфраструктуры транспортной логистики содействует увеличению мобильности рабочей силы и росту конкурентоспособности на рынке труда, сокращение нерациональных как финансовых, так и временных потерь. Особое значение в перспективе у государства имеет обустройство инфраструктурой основных транспортных коридоров. Поэтому развитие транспортной инфраструктуры выделяется правительством как одна из приоритетных задач. Ежегодные инвестиции в этот сектор составляют 320 млн. долларов США, однако общая стоимость запланированных проектов превышает 2,5 млрд. долларов США. Программа включает предложения по развитию системы коммуникаций, транспортной обслуживанию и оборудования, а также строительство новых государственных обетов.

Практически все звенья транспортной инфраструктуры Казахстана находятся в глубоком кризисе. На сегодняшний день в Республике Казахстан имеются следующие проблемы, связанные с качеством состояния индустрии, недостаточной квалификацией работников, угрозой безопасности водителей, низкокачественным топливом, и с недостатком обслуживающих транспорт объектов. Проблемы понижают эффективность эксплуатации транспорта Казахстана, по сравнению с другими более прогрессивными государствами, что впоследствии влечёт за собой снижение скорости и безопасности грузоперевозок. В связи с большим количеством малоквалифицированных кадров, непрофессиональным составлением планов с допуском большого количества ошибок по перевозке грузов, потенциальные зарубежные клиенты, отказываются от логистических услуг Казахстана. В настоящее время на территории Республики имеется большое количество устаревших эстакад, на которых невозможно произвести полноценную проверку автомобильного транспорта. Практически отсутствуют станции технического обслуживания, предназначенные для грузовых автомобилей. Это вынуждает водителей устранять технические неполадки в полевых условиях, что в зимнее время опасно. Так же в зимнюю пору жизнь водителей ставит под угрозу низкокачественное дизельное

топливо, которое замерзает при минусовой температуре. Немаловажной проблемой является рэкет. Водителей заставляют незаконно оплачивать за движение по дороге. В случае отказа следует физическая расправа с водителем и нанесение материального ущерба автомобилю. Это заставляет водителей приобретать незаконные средства самообороны. Из-за отсутствия охраняемых паркингов, водители отказываются от услуг специализированных мест для ночлега, и остаются в автомобиле.

В данный момент перед государством стоит важная задача по поиску путей для решения сложившихся проблем. Большая часть специалистов и аналитиков склонна к мнению, что Республике Казахстан необходимо привлекать как можно больше зарубежных и частных инвестиций в инфраструктуру транспортной логистики, что позволит начать реконструкцию старых эстакад, кемпингов и автозаправочных станций, модернизировать существующие и построить новые объекты по обслуживанию логистического транспорта.

Так же, применяя зарубежный опыт, необходимо учитывать, что большинство рабочих Республики Казахстан, имеют низкую квалификацию и не адаптированы под современные технологии. Исходя из этого, помимо привлечения зарубежных инвестиций, нашей стране необходимо обучить молодых и перспективных специалистов, работающих в данной отрасли. Устаревшая транспортная инфраструктура, не отвечающая потребностям современного экономического развития, не только снижает эффективность перевозок, но и создаёт угрозу для жизни водителей. Быстро реконструировать инфраструктурный комплекс невозможно, поскольку отдельные элементы довольно дорогостоящи и требуют больших финансовых вложений.

Мы пришли к выводу, что инфраструктура транспортной логистики является важнейшей частью совершенствования логистических услуг, развитие которых позволит увеличить скорость, безопасность и рентабельность перевозок в стране, а также даст толчок дальнейшему развитию международной торговли.

Список использованной литературы:

1. Можарова В.В. Транспорт в Казахстане: современная ситуация, проблемы и перспективы развития. / Можарова В.В., Игнатенко Е.В., Жумангалиева А.А. // Алматы: 2012. – С.90
2. Рахимбердинова М.У. Анализ состояния и предложения по развитию автотранспортной инфраструктуры в регионе / Рахимбердинова М.У. // Вестник КазНУ. - №.3(103). – С.197-201
3. Артамонова Е.Н. О проблемах транспортной логистики / Артамонова Е.Н., Беспечная А.А. // Вестник научных конференций. – 2016. – №.7-2. – С.17-18.
4. Бергибаев Е.М. Мировые тенденции развития транспортной логистики в условиях социальной модернизации. / Бергибаев Е.М. // Статистика, учёт и аудит. – 2016. - №.1563-2415. – С.113 - 120
5. Ларионов В.Г. Проблемы инфраструктуры транспорта в России в свете современной промышленной логистики / Ларионов В.Г. // Креативная экономика. – 2013. – №.24(246). – С.145-152
6. Бурнасоев А.С. Логистическая инфраструктура на пространстве России, Казахстана и центральной Азии как фактор конкурентоспособности / Бурнасоев А.С. // Центр научных и образовательных проектов. – 2015. - №.5(41). – С94-112.
7. Ландсман А.Я. Сервисная инфраструктура транспортной логистики / Ландсман А.Я. – транспортное дело Казахстана. – 2012. – №.2072-8689. – С.145-146
8. Казим А.А. Факторы роста и угрозы развития современной транспортной логистической инфраструктуры. / Казим А.А., Димченко А.О. // Фонд поддержки образования и науки в Ростовской области. – 2013. - № 10(41). – С.7-16.

Аннотация

В статье рассмотрена инфраструктура транспортной логистики Республики

Казахстан. Был проведен анализ нынешнего технического состояния инфраструктуры. Найдены ряд технических проблем и сделан вывод по их решению.

Аңдатпа

Мақала Қазақстан Республикасының көліктік логистика инфрақұрылымын қарастырады. Инфрақұрылымның ағымдағы техникалық жағдайын талдау жүргізілді. Бірқатар техникалық проблемалар анықталды және оларды шешу туралы қорытынды жасалды.

Annotation

The article considers the infrastructure of transport logistics of the Republic of Kazakhstan. An analysis of the current technical condition of the infrastructure was carried out. A number of technical problems were found and a conclusion was made on their solution.

Помазкина Татьяна Владимировна
бакалавр , производственный менеджмент
Леута Ирина Анатольевна
доцент каф. ЭХЛК, СибГУ им.Решетнева,
Россия, г.Красноярск

РАЗВИТИЕ МИРОВОГО И РОССИЙСКОГО РЫНКА ТОПЛИВНОЙ ДРЕВЕСИНЫ, ДРЕВЕСНОГО УГЛЯ, ПЕЛЛЕТ

Одной из старейших форм хозяйствования является деятельность по заготовке и переработке древесины. Россия традиционно была представлена на рынках, связанных с деревообработкой. Больше половины заготавливаемого леса Россия экспортирует в такие страны как Китай, Япония, страны Европы и страны Ближнего Востока. Однако отходы производства не остаются на территории предприятия, в то время как готовая продукция поступает зарубежным и внутренним покупателям.

Безусловно, что масштабная деятельность по заготовке и переработке леса приводит к колоссальным объемам отходов производства, как на территории России, так и в других странах. Объем отходов в данной сфере зачастую может превосходить объемы готовой продукции. К числу отходов деревообрабатывающей промышленности относятся горбыли, ветви, рейки, обрезки, пни, вершины, стружки, опилки, древесная пыль, кора.

Все вышеперечисленные отходы могут быть переработаны экологически чистым путем, с последующим получением прибыли от реализации результатов переработки. Стоимость оборудования для переработки отходов деревообрабатывающей промышленности и деревообрабатывающего предприятия, в частности, относительно не высока. Более того, существуют пути удешевления данного оборудования – самостоятельно изготовление, что позволяет наладить переработку отходов на производстве, экономя на их транспортировке. Одним из видов переработки подобного рода отходов является производство биотоплива: древесного угля, топливных блоков (брикетов) и топливных гранул (пеллет).

Древесный уголь используется как бытовое экологически чистое топливо. Сырьем для производства данного вида биотоплива являются кусковые обрезки древесины, опилки и стружки.

Плюсы древесного угля: готовое экологически чистое топливо, при горении не образует дым или пламя, высокая теплоотдача, неспособность к самовозгоранию.

Еще одним возможным способом переработки древесных отходов деревообрабатывающих предприятий является производство топливных брикетов. Топливные брикеты значительно калорийнее обычных дров. Более того, время их горения достигает 12 часов [1]. Учитывая рост загородного строительства, спрос на

данный вид продукции переработки древесных отходов высок, тогда как предложение находится ниже уровня спроса. Это создает возможность для диверсификации производства деревообрабатывающих предприятий так, как производство топливных брикетов налаживается непосредственно на предприятии, минимизируя затраты на транспортировку. Сырьем для производства топливных брикетов является щепа, опилки и стружка.

Одним из направлений переработки отходов деревообрабатывающей промышленности является производство топливных гранул. Это гранулы цилиндрической формы, изготовленные из опилок, стружки и щепы. Размер гранул: 10–30 мм в длину и 6–10 мм в диаметре [1]. Теплотворная способность гранул сравнима с аналогичным показателем угля и составляет 4300 ккал/ч, но себестоимость гранул ниже себестоимости угля. Учитывая преимущества топливных гранул, в регионах проводятся многочисленные эксперименты по использованию гранул вместо угля в котельных. В ходе данных экспериментов топливные гранулы зарекомендовали себя, как топливо более экономически выгодное для использования в котельных, нежели уголь.

Таким образом, существуют три пути переработки отходов деревообрабатывающего производства, направленных на создания биотоплива. Все упомянутые пути переработки отходов несут не только экологическую выгоду, но и экономическую. Перерабатывая древесные отходы и реализуя полученную продукцию на рынках местного, федерального значения или же экспортируя ее, деревообрабатывающие предприятия получают дополнительный доход с потенциалом роста. Так как спрос на подобный вид топлива постоянно увеличивается, то это способствует развитию нового направления экономического развития регионов.

Наибольшее значение предприятия производство топливной древесины представляет для Африки, где топливная древесина составила 90% производства круглого леса. Топливная древесина была также относительно важной в Азиатско-Тихоокеанском регионе, где она составила 63% производства круглого леса. Использование топливной древесины в Латинской Америке и Карибском бассейне было близко к среднему глобальному показателю 54% всего производства круглого леса, в то время как топливная древесина в Европе и Северной Америке составила только 20% и 8% соответственно всего производства круглого леса. Эти соотношения сильно не изменились в большинстве регионов за этот период. В противовес тенденциям, касающимся топливной древесины и древесного угля, производство и торговля древесными пеллетами продолжают расти. Производство пеллет выросло с 26 млн тонн до 28 млн тонн. Почти все производство было сосредоточено в Европе и Северной Америке. Региональная дистрибуция производства следующая: Европа – 16,3 млн тонн (58%); Северная Америка – 9,3 млн тонн (33%); Азиатско-Тихоокеанский регион – 2,1 млн тонн (8%); и Латинская Америка и Карибский бассейн, и Африка – каждый по 0,2 млн тонн в совокупности (1%). В динамике растут объемы экспорта и чистой торговли между регионами. Пятью крупнейшими производителями пеллет в мире на сегодняшний день являются США (7,4 млн тонн), Германия (2,0 млн тонн), Канада (1,9 млн тонн), Швеция (1,7 млн тонн) и Латвия (1,6 млн тонн). В совокупности, их производство составляет 52% общего глобального производства. Три из пяти крупнейших производителей пеллет (США, Канада и Латвия) являются также крупнейшими экспортёрами, к которым присоединился Вьетнам (обогнавший Россию и Португалию), и Россия. В совокупности, эти пять стран экспортировали 9 млн тонн (61% глобального экспорта).

Таким образом, предприятия, занимающиеся переработкой отходов, оставшихся после деревообработки, решают сразу несколько задач: освобождают площадь на производстве, которая может быть использована для других нужд; получают дополнительную прибыль, реализуя древесный уголь; способствуют улучшению ситуации, связанной с переработкой отходов в регионе, стране.

Следовательно, рынки растут в глобальном масштабе, а также существуют резервы для создания новых производств, которые занимаются решением данной проблем.

Список источников

1. Вареса В. Справочник потребителя биотоплива [Текст] / Изд. -во Таллиннского технического ун-та, 2005. - 183 с.
2. Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций. Состояние лесов мира. Пути к достижению устойчивого развития с учетом значения лесов. Рим, 2018 год
3. Шегельман И. Р. Место биоэнергетики в топливно-энергетическом балансе лесопромышленного региона [Текст] / И. Р. Шегельман, П. О. Щукин, М. Н. Морозов // Наука и бизнес: пути развития. - 2011. - № 6. - С. 151-154.
4. Шегельман И.Р. Подготовка и переработка древесного сырья для получения щепы энергетического назначения (биотоплива) [Текст] / И. Р. Шегельман, А. В. Кузнецов, П. В. Будник, В. Н. Баклагин, В. И. Скрыпник // Ученые записки ПетрГУ. 2015. № 8(113). С. 79-82.
5. Юридическая фирма. Интернет и право. [Электронный ресурс] / Правовая информация – Антон Серго, 1998-2018. Режим доступа: <http://internet-law.ru/gosts/>

Аннотация

В данной статье рассмотрены пути создания безотходного производства в лесопромышленном комплексе. Выявлена и обоснована необходимость создания безотходного производства с экономической и экологической точки зрения. На основе выявленной необходимости были предложены пути создания безотходного производства в лесопромышленном комплексе: производство древесного угля, топливных пеллет и блоков. Также был описан процесс производства данной продукции и выгоды, которые получают лесоперерабатывающие предприятия, налаживающие подобное производство.

Summary

This article discusses ways to create waste-free production in the timber industry complex. The necessity of creating waste-free production from an economic and environmental point of view is identified and substantiated. On the basis of the identified need, ways of creating waste-free production in the timber industry complex were proposed: the production of charcoal, fuel pellets and blocks. It also described the process of production of these products and the benefits that receive wood processing enterprises, establishing such production.

Андатпа

Бұл мақалада орман өнеркәсібі кешенінде қалдықсыз өндіріс құру жолдары қарастырылған. Экономикалық және экологиялық тұрғыдан қалдықсыз өндіріс құру қажеттілігі анықталып, негізделген. Анықталған қажеттілік негізінде орман өнеркәсібі кешенінде қалдықсыз өндіріс құру жолдары ұсынылды: ағаш көмірі, отын пеллеті және блоктар. Сондай-ақ осы өнімді өндіру процесі және осындай өндірісті жолға қоятын орман өңдеу кәсіпорындары алатын пайда сипатталды.

ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КАЗАХСТАНЕ

В послании Президент РК Н. Назарбаев от 17 января 2014 года «Казахстанский путь – 2050: Единая цель, единые интересы, единое будущее» был представлен некий план вхождения Казахстана в число тридцати развитых стран мира. Так же были определены основные приоритетные направления: дальнейшее развитие инновационной индустриализации, агропромышленного комплекса, создание наукоёмкой экономики, развитие транспорта, энергетики. В связи с чем было отмечено ключевое звено, которое определено работой государства нацеленной на создание максимально благоприятных условий для развития казахстанского малого и среднего бизнеса.

«Развитие малого и среднего бизнеса – вот главный инструмент индустриальной и социальной модернизации Казахстана в XXI веке. Чем больше доля малого и среднего бизнеса в нашей экономике – тем более устойчивым будет развитие Казахстана» [1].

На 1 января 2018 года численность действующих субъектов МСП по сравнению с 2017 годом уменьшилось на 4,6 %. В котором, 68,7 % — это часть индивидуальных предпринимателей, 16 % — составило юридические лица малого бизнеса, 15,1 % — крестьянских или фермерских хозяйств, что же касается юридических лиц среднего бизнеса, доля составила — 0,2 %. [2, с.1]

Существует целый ряд проблем, препятствующих качественному развитию сектора и повышению его роли в экономике Республики:

-21 % составляют — банковское финансирование и 9.2 % — недостаточность нефинансовой государственной поддержки. Не секрет, что банки Казахстана переносят ряд проблем с фондированием. Ведь на мировом рынке оно является дорогостоящим и после нескольких девальваций это стало невыгодным для наших кредитных организаций. В итоге это приводит к тому, что на рынке кредиты являются дорогими, в особенности для МСБ. Но экономике нужно развитие, бизнесу — увеличение, банкам стабильность работы. Поэтому государственное финансирование по льготным процентам является очень большой поддержкой для помощи многим казахстанским предприятиям, чтобы они не только существовали на рынке, но и активно росли. План такого финансирования достаточно прост: государство выделяет средства, а банки распределяют их. В конце же эти деньги кредитуются предпринимателям по льготным ценам. На сегодняшний день, банки активно идут в сегмент малого и среднего бизнеса. Все потому, что они видят хорошие перспективы, несмотря на определённые риски. В годы кризиса, кредиторы отказывались от подобного, так как контролировать нестабильный малый и средний бизнес, казалось невозможным. Но опять-таки, мировой опыт показал обратное. Осталось лишь выбрать правильную политику, подобрать систему, по которой и будут работать кредиторы и МСБ.

-9,5 % — коррупция. Несмотря на обилие законодательных документов, которые разработаны в интересах предпринимателей, коррупция (взяточничество, бюрократические барьеры, нечеткое исполнение законов) не позволяет этим документам работать в полную силу.

- 8%- низкая роль малого предпринимательства в решении вопросов занятости. Доля экономически активного населения, занятого в малом бизнесе, составляет менее 20%.

- 7%- высокая доля теневой деятельности субъектов малого и среднего бизнеса. По разным оценкам, она составляет от 20 до 25% реального оборота субъектов МСБ.

Если рассматривать другие проблемы развития малого и среднего бизнеса, то это: 15 % — снижение спроса, 12 % — стагнация/ падение в крупных регионах, 9 % —

снижение государственного заказа, 9 % — макроэкономическая стагнация, 6,3 % — неразвитость инфраструктуры, 6 % — избыточный государственный контроль и 3 % — кадры [2, с.1–2]

Разработкой проблем, связанных с развитием предпринимательства занимаются ученые и специалисты, как в Казахстане, так и за рубежом. Большой вклад в это направление науки внесли такие зарубежные ученые, как Т. Саати [3], Р. Акофф [4], И. Шумпетер [5], Друкер П. [6], Казахстанские ученые М.Б. Кенжегузин, С.С. Сатубалдин и др.

По результатам исследований как зарубежных, так и отечественных ученых можно сделать вывод о том, что предпринимательская деятельность имеет рисковый характер. По мнению ученых, успехов в предпринимательской деятельности могут достигнуть предприниматели, обладающие необходимыми знаниями, умеющие предвидеть риск.

Для достижения успехов в предпринимательстве необходимо, чтобы в каждой отрасли экономики работали специалисты, знающие, деятельные, умеющие преодолевать сопротивление окружающей среды.

Развитие малого предпринимательства законодательно признано приоритетной сферой государственной политики РК.

МСБ решает острые экономические и социальные задачи, участвует в производстве широкого спектра товаров и услуг, создании новых рынков, способствует увеличению общеэкономической активности, выступая в качестве субподрядчика, поставщика крупных предприятий.

В рамках развития казахстанского предпринимательства был создан специальный государственный фонд «Даму» в 1997 году, целью которого является оказание финансовой и консультативной помощи предпринимательству [7]. В 2011 году создана специальная программа «Дорожная карта бизнеса-2020», согласно которой осуществляется сервисная поддержка субъектам малого предпринимательства.

В 2013 году создана Национальная палата предпринимателей Республики Казахстан (НПП) с целью формирования благоприятных условий для развития предпринимательства на основе эффективного партнёрства бизнеса и власти. Согласно программе «Дорожная карта бизнеса - 2020» Казахстан к 2020 году должен войти в число 50-ти стран с самым благоприятным бизнес-климатом. Так, в докладе Всемирного банка «Ведение бизнеса 2010: Проведение реформ в трудные времена» Казахстан занял 63-е место среди 183 стран, охваченных исследованием.

В принципе казахстанский МСБ движется в русле глобальных тенденций, однако его доля в экономике пока разительно отличается от мировых критериев. По показателям социально-экономической эффективности предпринимательского сектора Казахстан уступает не только развитым странам, но и ряду развивающихся стран.

Несмотря на ежегодное увеличение рабочих мест, создаваемых субъектами МСП, в данном секторе занята лишь пятая часть работоспособного населения. Ежегодный рост выпуска продукции МСП в реальном выражении составляет лишь 2-3% на фоне общего роста ВВП более 7%.

В то же время около 40% трудоспособного населения или около 3 млн. чел. казахстанская статистика относит к категории самозанятого населения.

По данным ряда опросов, примерно половина казахстанских предпринимателей МСБ «балансируют на грани выживания» [8].

Однако потенциал сектора МСП в содействии диверсификации экономики страны остается нераскрытым – в Казахстане малый и средний бизнес в основном сосредоточен в секторе торговли (41%) и в сельском хозяйстве (15%).

Подводя итоги можно отметить: для того, чтобы оказать действенную помощь МСБ необходимо создание в Казахстане государственного органа - Министерства малого и среднего бизнеса. Для исключения коррупционной составляющей при

распределении средств для МСБ учет, хранение денежных средств, предназначенных для МСБ, проведение платежей должен осуществлять специальный банк, созданный при Министерстве МСБ или банк-кастодиан. Региональные центры Министерства не должны участвовать в освоении денежных средств, выделенных для МСБ региона. Для улучшения ситуации с доступностью финансовых ресурсов для МСБ, необходимо разработать специальные программы кредитования для предпринимателей, предусмотреть гарантии государства по эффективным проектам.

Список литературы

1. Послание Президента РК народу Казахстана «Казахстанский путь – 2050: Единая цель, единые интересы, единое будущее» – Астана, 17.01.2014 г. // <http://www.akorda.kz>
2. Тлешева Р. Н. Современное состояние малого и среднего бизнеса в Республике Казахстан // Молодой ученый. — 2018. — №43. — С. 277-282. — URL <https://moluch.ru/archive/229/53271/> (дата обращения: 16.01.2019).
4. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий. – М.: Радио и связь, 1993.
5. Акофф Р. (Ackoff R) «Искусство решения проблем». – М: Мир, 1982.
6. Шумпéтер И. (Schumpeter). Теория экономического развития. М., 1982.
7. Друкер, Питер, Ф. Задачи менеджмента в XXI веке. Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. – 272 с. 80
8. Гуревич Л. Казахстанский предприниматель: самооценка собственной истории, предназначения и перспектив. // Сайт Центра бизнесинформации, социологических и маркетинговых исследований BISAM Central Asia // <http://www.bisam.kz/research/reports/msb.html>

Аннотация

В статье рассматривается сущность малого и среднего предпринимательства, роль МСБ в развитии экономики зарубежных стран, а также роль и значение малого и среднего бизнеса на сегодняшний день в национальной экономике Республики Казахстан. Освещены основные проблемы и тенденции развития малого и среднего предпринимательства в РК. Изложены рекомендации по совершенствованию предпринимательской деятельности в Казахстане.

Ключевые слова: *малый и средний бизнес, адресная поддержка предпринимательства, занятость населения, основные проблемы предпринимательства, средний класс.*

Аннотация

Мақалада шағын және орта бизнестің мәні, шет елдердің экономикасын дамытудағы ШОК рөлі, сондай-ақ Қазақстан Республикасының ұлттық экономикасында шағын және орта бизнестің рөлі мен маңызы қарастырылады. Қазақстан Республикасында шағын және орта бизнестің негізгі проблемалары мен даму тенденциялары айқындалды. Қазақстанда кәсіпкерлік қызметті жетілдіру бойынша ұсынымдарды белгілеу.

Түйінді сөздер: *шағын және орта бизнес, кәсіпкерлікті мақсатты қолдау, халықты жұмыспен қамту, кәсіпкерліктің негізгі мәселелері, орта тап.*

Abstract

The article examines the essence of small and medium enterprises, the role of SMEs in the development of the economy of foreign countries, as well as the role and importance of small and medium businesses in the national economy of the Republic of Kazakhstan today. The main problems and development trends of small and medium-sized businesses in the Republic of Kazakhstan are highlighted. Set out recommendations for the improvement of entrepreneurial activity in Kazakhstan

Key words: *small and medium business, targeted support for entrepreneurship, employment of the population, main problems of entrepreneurship, middle class.*

Погорелов Илья Зиновьевич
Сибирский институт бизнеса, управления и психологии (СИБУП), г.
Красноярск Российская Федерация,
профессор, к.э.н., доцент

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРАКТИКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕХАНИЗМА ГЧП В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация.

Рассмотрен опыт использования механизма ГЧП в регионах Казахстана и Российской Федерации. Определены основные проблемы в правоприменении законодательства в сфере ГЧП(МЧП) в российских регионах. Сформулированы предложения по изменению российской концепции ГЧП(МЧП), существующих нормативных актов с целью повышения эффективности механизма ГЧП(МЧП).

Annotation.

The experience of using the PPP mechanism in the regions of Kazakhstan and the Russian Federation is considered. The main problems in the enforcement of legislation in the field of PPP (MPP) in the Russian regions are identified. Formulated proposals to change the Russian concept of PPP (MPP), the existing regulations in order to increase the effectiveness of the PPP mechanism (MPP)

Аннотация.

Қазақстан мен Ресей Федерациясындағы МЖӘ тетігін қолдану тәжірибесі қарастырылады. Ресей аймақтарындағы МЖӘ саласындағы заңнаманы қолданудың негізгі проблемалары анықталды. МЖӘ тетігін (МРР) тиімділігін арттыру мақсатында Ресейлік МЖӘ тұжырымдамасын, қолданыстағы ережелерді өзгерту туралы ұсыныстарды қалыптастырды.

В Казахстане рассматривают государственно-частное партнерство (ГЧП) как форму сотрудничества между государственным партнером и частным партнером. В Российской Федерации параллельно с ГЧП существует понятие муниципально-частного партнерства, где в качестве публичного партнера выступает исполнительный орган муниципального образования.

Основной инструмент ГЧП, используемый в Казахстане - концессионный договор, контрактная форма ГЧП, сутью которой является передача по договору объектов государственной собственности во временное владение и пользование частному партнеру в целях улучшения и его эффективной эксплуатации. Концессия предусматривает также передачу прав на строительство новых объектов государству с предоставлением концессионеру прав владения, пользования для последующей эксплуатации, а также с предоставлением государственной поддержки либо без таковой. Концессия используется для создания и реконструкции объектов инфраструктуры, как существующих, так и только планируемых быть отстроенными и введенными в эксплуатацию.

В Казахстане участниками ГЧП признаются не только частный бизнес и местный или центральный исполнительный орган, но и орган отраслевой, комиссия по концессиям, казахстанский центр ГЧП и Министерство экономического развития и торговли Республики Казахстан. Таким образом, ГЧП-проект в стране проходит несколько стадий, начиная от экономической экспертизы и заканчивая мониторингом и оценкой их реализации различными органами исполнительной власти.

ГЧП как разновидность помощи государства бизнесу появилось в Казахстане сравнительно недавно – после выхода Постановления Правительства страны «О создании специализированной организации по вопросам концессии» от 17 июля 2008

года, когда было образовано акционерное общество «Казахстанский центр государственно-частного партнерства».

Планируется, что уже к 2020 году в стране удастся реализовать ГЧП-проекты, суммарной стоимостью до 20% от объема инвестиций с участием государства.

Использование механизма ГЧП в настоящее время получает широкое распространение в Казахстане и осуществляется во всех отраслях экономики, за исключением объектов, перечень которых определяется Правительством Республики Казахстан. Развитие ГЧП в Республике Казахстан в ЖКХ и сфере жилищного строительства, а также создание специального центра ГЧП в секторе ЖКХ неразрывно связано с реализацией программы модернизации жилищно-коммунального хозяйства РК на 2011-2020 годы, а также программы «Ак булак» на 2011-2020 годы.

Отношение государственного партнера и частного партнера регулируется с законами «О государственно-частном партнерстве» от 31 октября 2015 года, «О концессиях» от 7 июля 2006 года и соответствующими подзаконными актами. В законодательную базу Республики Казахстан вносятся изменения с целью совершенствования процесса реализации ГЧП-проектов.

Механизм ГЧП активно используется и в регионах Республики Казахстан. Координаторами выступают региональные центры, созданные в форме акционерных обществ, которые часто выступают с предложениями по его изменению. Так, по мнению директора АО «Региональный центр ГЧП Карагандинской области» Мукарама Смагулова, следует внести в национальный механизм ГЧП ряд изменений, в частности, расширить продуктовую линейку контрактов ГЧП. Он предлагает разделить конкурс по выбору концессионера на два этапа: определение предквалификации потенциальных концессионеров и сравнение предложенных технических и ценовых предложений по проекту. Он считает, что ГЧП-проекты, инициированные частным сектором, следует реализовывать без проведения конкурса. Кроме того, целесообразно исключить требования о наличии собственного капитала у частного партнера и ввести дополнительный вид государственной поддержки - так называемую «плату за доступность», создать региональные организации по вопросам ГЧП и разрешить выпуск облигаций областными исполнительными органами власти.

Интересно отметить, что значительная часть подобных мер уже реализована в Российской Федерации, целесообразность реализации других находится в стадии обсуждения. На наш взгляд, заслуживает изучения практика создания в Республике Казахстан региональных центров в форме акционерных обществ. В Российской Федерации в дополнение к, созданным согласно требованиям 224-ФЗ [1] уполномоченным органам по ГЧП(МЧП), не помешало бы внедрить региональные центры в единой форме акционерных обществ.

Анализ российской правоприменительной практики показывает, на наш взгляд, необходимость, как корректировки федеральных, так и разработки региональных актов. Это связано с определенными недостатками используемой в России концепции ГЧП (МЧП), так как она, оставляет за рамками нормативного регулирования, как ряд органов государственной власти, экспертных организаций, так и институтов территориального самоуправления населения.

Так, например, действующая редакция 115-ФЗ [2] не позволяет законодательным собраниям субъектов федерации в полной мере контролировать эффективность заключенных правительством субъекта и администрациями муниципальных образований концессионных соглашений. Для устранения этого недостатка в 2018 году в Новосибирской области был принят региональный закон о государственной собственности, введение в законную силу которого, по мнению его разработчиков позволил депутатам Законодательного собрания области установить действенный контроль за эффективностью заключенных концессионных соглашений и расходованием средств.

Спикер Законодательного собрания Новосибирской области А. Шинкив полагает, что ряд проблем с реализацией ГЧП-проектов из-за отсутствия полномочий Законодательное собрание было вынуждено обращаться в суд для внесения изменений в уже заключенные соглашения. что затягивает сроки решения возникающих проблем, выделение бюджетного финансирования. На наш взгляд очевидно, что следовало бы предусмотреть согласование содержание концессионного соглашения с Законодательным собранием еще до его заключения. Однако, по мнению прокуратуры Новосибирской области, пока согласование концессионного соглашения до момента его подписания противоречит действующему законодательству. Проверки, проведенные в 2017-2018 гг. Генеральной прокуратурой Российской Федерации условий реализации концессионных соглашений показали, что во многих случаях 100% финансирования выступают федеральный и региональные бюджеты, что напрямую противоречит требованиям 115-ФЗ.

По нашему мнению, Законодательному собранию Красноярского края следовало бы выступить с законодательной инициативой по изменению 224-ФЗ, 115-ФЗ, ряда подзаконных актов, а также самой национальной концепции ГЧП(МЧП). Ранее мы предлагали внести существенные изменения в эту концепцию [в частности, 4,5].

В дополнении к ранее высказанным предложениям считаем целесообразным внести в число публичных партнеров наряду с государственными органами исполнительной власти и органы законодательной власти субъекта федерации и муниципального образования, на территории которого будет реализован ГЧП(МЧП)-проект, концессионное соглашение.

Другой проблемой, которая требует законодательного решения, является создание координирующего органа для реализации комплексных МЧП-проектов типа создания Агломерации. Как показывает анализ, для реализации этого проекта мало желания глав муниципальных образований, а необходима координирующая роль субъекта федерации, очевидно, уполномоченного органа по ГЧП на территории края, однако этот функционал в настоящее время не прописан в нормативном акте, регламентирующем деятельность такого уполномоченного органа. Кроме того, в штате большинства муниципальных образований недостаточно квалифицированных специалистов, способных самостоятельно разработать, а, в дальнейшем сопровождать комплексные МЧП-проекты.

На наш взгляд, необходимо внесение в концепцию ГЧП(МЧП) в качестве самостоятельных участников ГЧП (МЧП) экспертных организаций и институты территориального самоуправления, примером которых на протяжении ряда лет выступали органы территориального общественного самоуправления (ТОС) в Академгородке г. Новосибирска. В городе Красноярске еще в 1998 году были приняты решение о создании ТОС и разработано соответствующее положение [3]. На наш взгляд, очевидна необходимость обновить эти документы: должны быть прописаны как полномочия, так и меры ответственности за конечный результат, а активное участие этих организаций необходимо предусмотреть с момента рассмотрения инициативы по ГЧП(МЧП) до оценки результатов реализации ГЧП(МЧП)-проекта.

По нашему мнению, введение этих новаций позволит в определенной степени повысить эффективность механизма ГЧП(МЧП) в регионах Российской Федерации, реализовывать крупные межмуниципальные МЧП-проекты. Кроме того, заслуживает тщательного анализа опыт Республики Казахстан, как в области нормативного регулирования механизма ГЧП, так и их правоприменения.

Литературные источники

1. Федеральный закон от 13.07.2015 г. 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»
2. Федеральный закон от 21.07.2005 115-ФЗ «О концессионных соглашениях (с изменениями и дополнениями)»

3. Решение Красноярского городского совета от 22.09.1988 г. №14-132 «О территориальном общественном самоуправлении в г. Красноярске.
4. Владимирова О.Н., Погорелов И.З. Государственно-частное партнерств как механизм инновационного развития региона Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета им. академика М.Ф. Решетнева. 2010. № 4 (30). С. 206-209.
5. Владимирова О.Н., Погорелов И.З. Подход к формированию российской концепции государственно-частного партнерства с учетом региональной специфики. Вестник алтайской науки. 2014. № 4 (22). С. 5-7.

Примбетова С.Ч.

**М.Өтемісов атындағы Батыс-Қазақстан мемлекеттік университетінің
«Экономика және менеджмент» кафедрасының доценті, э.ғ.к.
Саныбаев А.К.**

**М.Өтемісов атындағы Батыс-Қазақстан мемлекеттік университетінің
«Экономика және менеджмент» кафедрасының магистранты**

АУЫЛДЫҚ ЖЕРЛЕРДЕ КӘСІПКЕРЛІКТІ ЖАНДАНДЫРУ -ҚАЗАҚСТАН ЭКОНОМИКАСЫНЫҢ МАҢЫЗДЫ СТРАТЕГИЯЛЫҚ БАҒЫТТАРЫНЫҢ БІРІ

Ауылдық жерлерде кәсіпкерлікті дамыту аграрлық экономиканың ғана емес, біздің еліміздің нақты экономикасының маңызды стратегиялық бағыттарының бірі болып табылады. Ауылдық кәсіпкерлікті дамытуға, шағын және орта бизнестің салалары мен қызмет аясын кеңейтуге қолайлы жағдайлар жасауға бағытталған бірқатар шаралар жүзеге асырылуда. Бұл әсіресе қазіргі әлемдік экономикадағы ауытқулар жағдайында аса маңызды. Сондықтан, ауылдық жерлерде шағын және орта кәсіпкерліктің дамуы еліміздің Президенті Н.Ә.Назарбаев жариялаған Жаңа Экономикалық саясатта көрсетілген біздің еліміздің инфрақұрылымды дамыту жоспарының жеті негізгі бағыттарының бірі болып табылады.

Мемлекет басшысының 2018 жылғы 5 қазандағы «Қазақстандықтардың әл-ауқатының өсуі: табыс пен тұрмыс сапасын арттыру» атты Қазақстан халқына Жолдауын іске асыру жөніндегі шаралар туралы 2018 жылғы 11 қазандағы №633 қаулысында «Қазақстан Республикасының агроөнеркәсіптік кешенін дамытудың 2017 - 2021 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы» шеңберінде елге: үздік басқару тәжірибесін пайдалануға және икемді әрі ыңғайлы стандарттарды енгізуге; беделді шетел мамандарын тартуға; ауылдық кәсіпкерлерді бизнес жүргізудің жаңа дағдыларына жаппай оқыту жүйесін жолға қоюға; әлемнің жетекші аграрлық жоғары оқу орындарымен әріптестікті дамытуға; агроөнеркәсіптік кешенді қолдау үшін 3 жыл бойы жыл сайын қосымша кемінде 100 миллиард теңге бөлуге бағытталған қазіргі заманғы агротехнологияларды кеңінен тарту жөніндегі шараларды іске асыру қарастырылған [1].

Алайда, ауылдық жерлерде негізгі өндірістен басқа, яғни ауылдың маманданған ауылшаруашылығының нақты саласынан өзге салалық және инженерлік инфрақұрылымның дамымауы ауылға біршама қиыншылықтар тудыруда. Біріншіден, ауылда кәсіпкерлік жұмысты дамыту мақсатында кәсіпкерлікке қатысты жобаны жүзеге асыру үшін ең алдымен жем-шөп базасын құрып, оны ветеринарлық қызметпен және мамандармен қамтамасыз ету басты мәселеге айналуда. Қазір мұндай жұмыстардың барлығы кәсіпкерлердің өздерінің мойнында. Екінші мәселе – ауыл шаруашылығы тауар өндірушілерінің шашыраңқы орналасуы және кәсіпорындардың ұсақ тауар өндіруі. Яғни, тауарларды дайындайтын және өңдейтін инфрақұрылымның болмауы өңдеу саласының дамуына кедергі келтіреді. Үшінші мәселе – жергілікті кәсіпкерлердің аграрлық салаға

қатысты инновациялық технологияларды енгізуге байланысты тәжірибесінің аздығы [2]. Мысалы, ауылдық жерлердегі егістік алқаптарының өте аздаған пайызында ғана тамшылатып суару әдісі қолданылатындығын атауға болады. Тағы бір маңызды мәселе – мемлекет тарапынан ауыл шаруашылығы саласын қолдауға бағытталған бағдарламалардың аудандарда жүзеге асу барысы төмен. Яғни, шағын кәсіп иелері мұндай бағдарламаларды тиімді пайдалануды білмейді.

Сонымен қатар, тіркелген, бірақ жұмыс істемейтін ауылшаруашылық құрылымдары көптеген ауылдарда әлі де бар. Еліміздегі ауылшаруашылық жерлерін түгендеу нәтижелері бойынша пайдаланылмайтын егістік жерлердің көп көлемі анықталған. Орта және шағын шаруашылықтар көбінесе мемлекет ұсынған мүмкіндіктерді пайдаланбайды және субсидияларды алмайды. Кейбір адамдар табысты қаржы бағдарламалары туралы білмейтін болса, басқаларының меншігіндегі шаруашылықтар белгіленген стандарттар мен ережелерге сәйкес келмейді, сондықтан олар мемлекеттік бағдарламаларға қатыса алмайды.

Өсімдік шаруашылығындағы мәселелерді қарастыратын болсақ, өкінішке орай, техниканы жаңарту, жаңа технологияларды енгізу сияқты жүргізіліп жатқан жұмыстарға қарамастан көптеген ауыл шаруашылығы мақсатындағы жерлер әлі де тиімсіз пайдаланылуда. Көптеген егіс алқаптарында әлі де жаппай репродукциялы тұқымдар себілуде, тұқымды жаңарту жұмыстары толық жүргізілмеуде [3].

Ауыл шаруашылығындағы ұсақ тауарлы шаруашылықтардың шағын өндірісі және олардың өндірістерінің бәсекеге қабілетсіздігі аграрлық сектордағы кәсіпкерліктің одан әрі дамуына ықпал етпейді. Ал бұл, өз кезегінде, кәсіпкерлікке қатысты басқа да проблемаларды туындатады: қажетті кепілдік базаның, тұрақсыз қаржылық жағдайдың туындауы, несие ресурстарының қолжетімсіздігі және мемлекеттік қолдаудың субсидия түрінде болмауы, индустриялық-инновациялық технологияларды енгізудің мүмкіндігінің төмендігі. Және мал шаруашылығы өнімдерін өндіру мен сатумен айналысатын белсенді кәсіпкерлік субъектілері субсидия алмайды. Ет пен сүт өндіретін ірі аграрлық шаруашылықтар ғана субсидия алу мүмкіндігіне ие [4]. Бұл диспропорция, бірінші кезекте, көптеген ауыл шаруашылығы өнімін өндірушілер мен қалыптасқан инфрақұрылымдардың белгіленген стандарттарға және ережелерге сәйкес келмейтіндігімен байланысты. Сонымен бірге қаржы институттарының және олардың аумақтық бөлімшелерінің ауылдық жерлердегі кәсіпкерлікті дамыту үшін қаржылай көмек беруге толық қатыспайтыны белгілі. Бұл мүмкіндіктерді пайдаланудағы жалпы проблема тек қажетті кәсіпкерлік базаның жоқтығы ғана емес, кәсіпкерлердің өздері ғана емес, сондай-ақ қолданылып жүрген бағдарламалары мен қаржыландыру шарттары туралы жергілікті атқарушы органдардың да хабардар болмауы.

Әлі күнге дейін ауылдарда қосалқы шаруашылықтардың әлеуеті толық іске қосылмаған. Бүгінде олар: еттің - 53%, сүттің - 72%, жұмыртқаның - 76%, жүннің - 51%, картоптың - 77%, көкөністің - 76% ғана өндіреді. Шағын немесе ұсақ кәсіпорындардың едәуір үлес салмағына қарамастан, олардың өзекті мәселелеріне аз назар аударылады. Сондықтан олардың проблемаларын шешуді қарастыруымыз керек: жем-шөппен және жайылымдық жерлермен қамтамасыз ету, мал дәрігерлік қызмет көрсету, мал тұқымын асылдандыру, мал мен өнімді өткізу және т.б. [4].

Мал шаруашылығының барлық салаларының одан әрі дамуы аймақтағы қауіпсіз ветеринарлық-санитарлық жағдайды қалыптастыру мен қолдауда бірқалыпты жұмыс істеуге мүмкіндік бермейді.

Облыстың агроөнеркәсіптік кешенінің түрлі салаларында қолда бар қорлар мен мүмкіндіктерді, сондай-ақ шешілмеген проблемаларды ескере отырып, бүгінгі күні ауылдық жерлерде кәсіпкерлік қызметті одан әрі дамыту және осы негізде бүкіл агроөнеркәсіптік кешенді дамыту бойынша шараларды бірлесіп айқындау қажет. Дамытудың негізгі бағыттары – азық-түлік өнеркәсібін қарқындату және ауыл

шаруашылығы өнімдерін кешенді қайта өңдеуді заманауи технологияларды қолдана отырып жетілдіру.

Ауыл шаруашылығы өнеркәсібін дамыту мемлекеттік тетіктерді жетілдіріп, мемлекеттік қолдау көлемін арттыруға орасан зор мүмкіндіктер береді, сондықтан қазіргі уақытта ауыл шаруашылығына бөлінген тиімсіз субсидияларды қысқарту жұмыстары іске асырылуда. Субсидияларды қысқарту есебінен босайтын қаражат несиелері мен лизинг бойынша сыйақы мөлшерлемесін, сондай-ақ, бірінші кезекте фермерлерді техникалық және технологиялық қайта жарақтандыруға арналған инвестициялық субсидияларды азайту үшін пайдаланылатын болады.

Еліміздегі ішкі нарықты қорғау және сыртқы нарықты кеңейту бойынша шараларды қайта қарастыруымыз керек. Қазіргі уақытта ветеринариялық және фитосанитарлық талаптарды үйлестіру, техникалық реттеу саласындағы заңнаманы үйлестіру, ДСҰ-ға, ЕАЭО-ға интеграциялауға және көршілес елдердің нарықтарына жүйелі жұмыс жүргізілуде.

Елімізде ет және сүтті ірі қара мал, құс, суармалы жерлерді дамыту бойынша ұзақ мерзімді салалық бағдарламалар іске асырылуда. Аймақтар бойынша, салалық бағдарламалардың шаралары мен көрсеткіштері аймақтық бағдарламаларда көрініс табады. Агроөнеркәсіп кешенінде ірі инвестициялық жобаларды іске асыру басталды. Ұлтаралық компанияларды экспорттық нарықтармен Қазақстанның агроөнеркәсіп кешеніне тарту олардың капиталға ғана емес, сондай-ақ жаңа өндіріс пен технологияларды инвестициялауына, жаңа басқару тәсілдерін енгізуге және танымал әлемдік брендтердің белгісімен ауыл шаруашылығы өнімдерін экспорттауға мүмкіндік береді.

Ауылдық жерлерде өндірістік қуаттарды орналастыру картасы ауыл шаруашылығын дамытуға қатысты маркетингтік зерттеу жүргізудің алғышарты болуы тиіс. Облыстарда сауда-логистикалық орталық құру мәселесі қарастырылуда. Сауда-логистикалық орталық құру идеясы әрбір облыстың барлық аудандарында егін және мал шаруашылығы бойынша кемінде екі дайындау бекеттерін ұйымдастыруды мақсат етеді. Мұндай орталық құру өңірлерде тауарларды әзірлейтін және өңдейтін инфрақұрылымның болмауына қатысты туындайтын мәселені шешуге көмектеседі. Сондай-ақ, көтерме-бөлшек ауыл шаруашылығы нарықтарын құру мәселесін шешу қажет. Аймақтарда, барлық аудандарда жергілікті фермерлерге тауарларын сатуға және сақтауға жеңілдікпен орын беру арқылы ауыл шаруашылығы тауарларын жеткізу тізбегін қалыптастыру керек. Осылайша тауар өндірушілердің тауарларының өтімділігі жоғарылап, тұрғындарды арзан өнімдермен қамтамасыз етуге мүмкіндік туады. Жергілікті кәсіпкерлердің тәжірибе алмасуына жағдай жасау үшін олардың ауыл шаруашылығы саласында ірі экспорттаушы елдерге жұмыс сапарын ұйымдастыру қажет.

Агроөнеркәсіптік кешенді дамыту үшін ауылдық жерлердегі кәсіпкерлердің мемлекеттік бағдарламалардың әлеуетін барынша қолдануына жағдай жасау мақсатында барлық аудандарда «Кәсіпкерлікті қолдау орталықтары» тарапынан біршама жұмыстар орындалуы керек. Тағы бір жетілдіретін мәселе – кәсібін жаңа бастаған ауыл кәсіпкерлеріне әдістемелік құралдар, типтік үлгідегі бизнес-жоспарлар дайындалып, кәсіпкерлікті дамыту орталықтары арқылы ауылдық жерлердегі жобаларды қолдау жұмыстарын жандандыру керек.

Қазақстан халқының 43 пайызы ауылдық жерлерде тұрады. Сондықтан, ауылдың әл-ауқатын көтеру арқылы біз Қазақстан өңірлерінің әлеуметтік экономикалық ахуалын жақсартамыз. Кәсіпкерлер – елдің тірегі. Ауылдық жерлерде шағын және орта бизнес дамыса, кәсіпкерлік өркендесе, елде экономикалық даму да, тұрақтылық та болары сөзсіз.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. «Қазақстандықтардың әл-ауқатының өсуі: табыс пен тұрмыс сапасын арттыру»

атты Қазақстан халқына Жолдауын іске асыру жөніндегі шаралар туралы 2018 жылғы 11 қазандағы № 633 қаулысы

2. Тимошенко М.А. Развитие предпринимательства на селе как фактор социально-экономического развития сельских территорий. Экономика и экономические науки. №16.-2016. С.202- 206.

3. <http://altai.kz/18726-promoting-rural-business-east-kazakhstan.html>

4. Кәсіпкерлік көзі – ауылда . <http://ibirzha.kz/>

Түйін

Мақалада ауылдық жерлерде кәсіпкерлікті дамыту аграрлық экономиканың гана емес, біздің еліміздің нақты экономикасының маңызды стратегиялық бағыттарының бірі ретінде зерделенген. Ауылдық жерлерде салалық және инженерлік инфрақұрылымның дамымауы мен ауылдық кәсіпкерлікті дамыту мәселелері, оны шешу жолдары өзекжарды мәселелер аясында көтерілген. Ауылдық жерлерде шағын және орта бизнес дамыту арқылы кәсіпкерлікті өркендету елдегі экономикалық даму мен тұрақтылықты қамтамасыз ететіні қарастырылған.

Аннотация

В статье развитие предпринимательства в сельской местности рассматривается не только как развитие аграрной экономики, но и как одно из важнейших стратегических направлений экономики нашей страны. Проблемы развития промышленной и инженерной инфраструктуры в сельской местности и развитие сельского предпринимательства, пути ее решения также рассмотрены в контексте актуальных проблем. Развитие малого и среднего бизнеса в сельской местности является приоритетным для обеспечения экономического развития и стабильности в стране.

Abstract

In the article the development of entrepreneurship in rural areas is considered not only as the development of the agricultural economy, but also as one of the most important strategic directions of our country's economy. Problems of development of the industrial and engineering infrastructure in rural areas and the development of rural entrepreneurship, its solutions are also discussed in the context of actual problems. The development of small and medium business in rural areas is a priority to ensure economic development and stability in the country.

Примбетова С.Ч.

**М.Өтемісов атындағы Батыс-Қазақстан мемлекеттік университетінің
«Экономика және менеджмент» кафедрасының доценті, э.ғ.к.**

Смағзамов Р.Х.

**М.Өтемісов атындағы Батыс-Қазақстан мемлекеттік университетінің
«Экономика және менеджмент» кафедрасының магистранты**

ҚАЗАҚСТАННЫҢ ЖАҢАРУ ЖАҒДАЙЫНДА ӘЛЕУМЕТТІК САЯСАТТЫ ДАМУ ТҰРАҚТЫ МӘСЕЛЕСІ

Тәуелсіздік алған жылдар ішінде Қазақстанда серпінді экономикалық өсуге негізделген әлеуметтік дамудың тиімді жеке моделі қалыптасты. Білім беру, денсаулық сақтау, еңбек қатынастары мен әлеуметтік қорғау жүйелері ұдайы жетілдіріліп, жұмыспен қамту ынталандырылуда, мәдениет, ақпарат және спорт салалары табысты дамып келеді. Тұрақты экономикалық өсу қамтамасыз етілуде және қазақстандықтардың әл-ауқаты артуда. Соңғы әлемдік экономикалық дағдарыс көптеген дамыған елдерді мемлекеттердің әлеуметтік саясатты іске асырудағы рөлін қайта ойластыруға бағыттады.

Бүгінде Еуропа мен Азияның бірқатар елдері өздерінің «әлеуметтік даму модельдерін» жетілдіру жолдарын іздестіруде. Тәжірбиеде бұл мемлекеттердің әлеуметтік саясатының әртүрлі көлемінде көрініс береді. Кеңейтілген әлеуметтік саясат әлеуметтік бағдарламалардың қолжетерлігін, әлеуметтік төлемдердің жан-жақтылығын мемлекеттің қайта үлестірілген қызметінің жалпы қамтитын сипатын білдіреді.

Сондықтан да Қазақстанның жаңару жағдайында әлеуметтік саясатты дамыту мәселелері елдегі әлеуметтік-экономикалық бағыттағы стратегиялық мақсаттарын жүзеге асырумен айқындалады. Әлеуметтік саясат – бұл түпкі мүдделерді және белгіленген халық топтарының ұзақ мерзімді мүдделері мен қоғам мақсаттарын қанағаттандыруға мүмкіндік беретін қоғамдық өнімді құру мен бөлу бойынша әлеуметтік топтар мен қауымдастықтар арасындағы қатынастармен байланысты мемлекеттің немесе (және) қоғамдық институттардың іс-әрекеті. Әлеуметтік саясаттың негізгі мақсаты – еңбекке жарамды азаматтарға өзінің еңбегімен ауқаттылығын сақтап қалу үшін жағдай жасау және еңбекке жарамсыздарға кепілденген әлеуметтік қорғау мен қолдау көрсету жолымен қоғамдық-саяси жүйенің серпінді дамуын қамтамасыз ету. Сонымен қатар, аймақтағы әлеуметтік саясатты дамыту мәселелері заманауи жаңа әдістер мен басқарудың жаңа тұжырымдамаларын қалыптастыруды талап етеді.

Елбасы әлеуметтік жаңғыруға бағытталған бес бастаманы белгіледі [1]. Олардың қатарында баспана алудың жаңа мүмкіндіктері, жалақысы төмен жұмысшылардың салық жүктемесін азайту, жоғары білім алудың қолжетімділігі мен сапасын арттыру, шағын несие беруді көбейту, елді газбен қамтамасыз ету мәселелері бар.

–Бірінші бастама әр отбасын жеке баспанамен қамтамасыз ету мақсатына бағытталып отыр. Соңғы жылдары халықтың баспана алу мүмкіндіктерін кеңейту үшін көп жұмыстар жасалды. Қазір елімізде тұрғындардың 14 пайызы баспанаға мұқтаж екен. Осы мәселені шешу үшін тұрғын үй ипотекасының қолжетімділігін арттыру көзделіп отыр. Сондықтан Елбасы «7-20-25» бағдарламасын ұсынды. Яғни несие өсімінің мөлшерлемесі қазіргідей 14-15 пайыз емес, жылына 7 пайыздан аспайтын болады. Сондай-ақ, бастапқы жарна баспана құнының 30-50 пайыз мөлшерінде емес, 20 пайыз мөлшерінде ғана талап етіледі. Ал ай сайынғы төлемді азайту үшін несие мерзімі 25 жылға ұзартылады. Бұл бағдарлама арқылы баспаналы болудың мүмкіндігі артып қана қоймайды, тұрғын үй құрылысына да серпін беріледі. Құрылыстың қарқындауымен бірге, әрине, халыққа жаңа жұмыс орындары да ұсынылатын болады.

–Екінші бастама – жалақысы төмен еңбеккерлердің еңбекақысын көбейту үшін олардың салық жүктемесін азайту. Бұл 2019 жылдың 1 қаңтарынан бастап қолға алынды. Жалақысы төмен еңбеккерлерге 1 пайыз ғана салық салынады. Бұл – ай сайын ең төменгі есептік көрсеткіштің 25 еселенген көлемінен аз жалақы алатын азаматтарға қаралған жеңілдік.

–Ал үшінші бастама жоғары білім алудың қолжетімділігі мен білім сапасын арттыруға бағытталып отыр. Осы оқу жылынан бастап жоғары білім алу үшін бөлінетін мемлекеттік гранттар саны 74 мыңға жеткізілмек. Оның басым бөлігі техникалық және ауыл шаруашылығына қажетті мамандықтарға бөлінетін болады. Сонымен бірге, осы мамандықтар бойынша білім сапасын арттыру мақсатында, жоғары оқу орындарының материалдық-техникалық базасын нығайтуға да ерекше көңіл бөлінеді.

–Төртінші бастама – жаппай кәсіпкерлікті дамыту мақсатында шағын несие беруді көбейту. 2018 жылы шағын несиелердің жалпы сомасы 62 миллиард теңгеге жеткізілген.

–Бесінші бастама – ел тұрғындарын көгілдір отынмен қамтамасыз етуді жалғастыру. Деректер тәуелсіздік жылдарында Қазақстанда газ өндіру жылына 8 миллиард текше метрден 52 миллиардтық межеге дейін көтерілгенін айғақтайды. Елбасы бұл көрсеткіштің әлі де өсе түсетінін атап көрсетті.

Қазір ел тұрғындарының 50 пайызы газбен қамтылған болса, олардың арасында батыс облыстардың үлесі басым. Негізінен, газ тартылған 9 облыс бар. Ал орталық және

солтүстік өңірлер әлі де газсыз отыр. Енді, Елбасы бастамасы бойынша, Қараөзек – Жезқазған – Қарағанды – Теміртау – Астана бағытында магистральді газ құбырын салу жобасы қолға алынады. Бұл 2,7 миллион адамға көгілдір отын игілігін пайдалануға мүмкіндік бермек.

Жалпы алғанда Президенттің бес әлеуметтік бастамасының қай-қайсысы да халықтың жағдайын жақсартуға бағытталған және барлық Қазақстандықтардың көкейіндегі көкейкесті мәселе болатын. Мемлекет басшысының Қазақстанымыздың көркейіп, дами беруіне бастайтын игі бастамаларының шешімін тауып, еліміздің әлеуметтік-экономикалық дамуына айтарлықтай үлес қосатыны сөзсіз [2].

Сонымен қатар, Мемлекет басшысының 2018 жылғы 5 қазандағы «Қазақстандықтардың әл-ауқатының өсуі: табыс пен тұрмыс сапасын арттыру атты Қазақстан халқына Жолдауын іске асыру жөніндегі шаралар туралы» Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2018 жылғы 11 қазандағы № 633 қаулысына сай:

– халық табысының өсуі қарастырылып, Заңнамаға 2019 жылғы 1 қаңтардан бастап ең төменгі жалақы мөлшерін 1,5 есе өсіруге (42 500 теңге мөлшерінде); ең төменгі жалақыны ең төменгі күнкөріс шамасына байланыстыруды болдырмауға бағытталған өзгерістер мен толықтырулар енгізілді;

– өмір сапасын арттыру бағытына сай 5 жыл ішінде білім, ғылым және денсаулық сақтауға шығыстарды 2024 жылға қарай ЖІӨ-ден 10%-ға дейін жеткізуді көздейтін білім және ғылымды дамытудың, денсаулық сақтауды дамытудың мемлекеттік бағдарламаларына өзгерістер енгізу қарастырылған;

– өмір сүруге жайлы орта қалыптастыру;

– азаматтардың қажеттілігіне бағдарланған мемлекеттік аппарат жұмысын жақсартуды жүзеге асыру қарастырылған [3].

Аталған басымдылықтардың барлығы Қазақстанның жаңару жағдайындағы әлеуметтік саясатты дамыту мәселелерін жүзеге асырумен тығыз байланысты. Еліміздің азаматтары үшін өмір сүрудің жоғары стандарттарын жасай отырып, әлемнің тиімді дамыған елдерінің қатарына қосылуымыз тиіс. Өмір сүруге жайлы орта қалыптастыру арқылы халықтың әлеуметтік-экономикалық жағдайын жақсартып, өмір сүру деңгейін барыша жоғарылату арқылы еліміздің экономикалық дамуын арттыруға мүмкіндіктер баршылық.

Мемлекетіміздің әлеуметтік саясатындағы негізгі нысан – адам. Адамдардың өмірі мен қызметіне байланыстының барлығы әлеуметтік сала – білім беру, денсаулық сақтау, әлеуметтік қамсыздандыру, еңбек заңдары жүйесін құрайды. Яғни, халықтың әлеуметтік әл-ауқатына көңіл бөлу мемлекетіміздің басты назарында. Ал, экономикалық және әлеуметтік жаңару ел мен халықтың мүддесін көздейді, экономикалық тұрақтылықты қамтамасыз етеді. Бұл тұрғыда әлеуметтік саясатты жаңартып, жаңғыртып отыру арқылы дамытудың маңызы өте зор. Себебі, олардың барлығы да бір-бірімен тығыз қарым-қатынаста және барлық азаматтардың қажеттілігіне бағдарланған мемлекеттік аппарат жұмысын жетілдірумен байланысты.

Халықты жұмыспен қамту, еліміздегі жұмыссыздық деңгейін төмендету бойынша да мемлекет бірқатар іс-шараларды жүзеге асыруда. Еліміз бойынша бейресми жұмыспен қамтылған халық тобын көлеңкеден шығару бойынша шаралар жоспары бекітілген. 2018-2019 жылдарды қамтитын Жол картасында өзін жұмыспен қамтыған азаматтарды міндетті әлеуметтік-медициналық сақтандыру жүйесіне жұмылдыру да қарастырылған. Себебі еңбек шартынсыз жұмыс істеп жатқан адамдар әлеуметтік-медициналық сақтандыру және зейнетақымен қамту жүйелеріне, Нәтижелі жұмыспен қамту және жаппай кәсіпкерлікті дамыту бағдарламасына қатысу сынды маңызды мәселелерден тыс қалуда. Тиісінше, кірістері айқындалмағандықтан, ел қазынасына салық та төлемейді [4].

Сондай-ақ, 2017 жылдың соңынан бері елімізде еңбек нарығындағы «Электронды еңбек биржасы» бірыңғай ақпараттық базасы іске қосылды. Бүгінге дейін www.enbek.kz

мекен-жайы арқылы өтуге болатын аталған электронды биржа порталында жұмыс берушілер, жұмыспен қамту және жекелеген орталықтар тарапынан 31 мыңнан астам бос жұмыс орындары мен 6.8 мыңнан астам түйіндемелер орналастырылған. Қазірдің өзінде электронды еңбек биржасының серіктестері республика бойынша жүзеге асырылып Қазақстанның барлық облыстарынан 27 жеке агенттік және market.kz пен zarplata.kz интернет-сайттары арқылы жүргізіліп отыр. Қабылданған шаралар халықты жұмыспен және жаңа сипаттағы қызметтермен қамтамасыз етуге кең мүмкіндік беруде [5].

Электрондық еңбек биржасы арқылы жұмыс берушілердің бос жұмыс орындарын тіркеу үшін жан-жақты тәртіп енгізілген, яғни бос жұмыс орындарын халықты жұмыспен қамту орталықтарына міндетті түрде бармай-ақ ұсынуға болады. Жұмыс беруші өзінің бос жұмыс орны туралы ақпаратты Электрондық еңбек биржасындағы жеке кабинеті арқылы бере алады. Бұл халықты жұмыспен қамту орталықтарына жұмыс берушілердің бос жұмыс орындары туралы мәліметті ұсыну туралы міндетті заңнама қағидаттарының іске асырылуын жеңілдетеді. Электрондық еңбек биржасына тіркелу үшін портал қызметін толық пайдалану мақсатында электрондық мекен-жайды, орналастырылатын мәліметтердің дұрыстығын бекіту және растау үшін электрондық цифрлық қолтаңбаны көрсету жеткілікті. Халықты жұмыспен қамту орталықтары жұмыс берушілермен өзара қызметтері белсенді және нақты байланысқа өтеді. Тәжірибеде жұмыс берушілердің талаптарына бағытталған әрекеттер жүзеге асырылатын болады. Жұмыс берушілердің талаптарына сай келетін жұмыс іздеуші HR-қызметтердегі секілді біліктіліктері бойынша іріктеледі. Мемлекет басшысының Жолдауында бос жұмыс орындарын қамту үшін үйлестірудің айқын саясатын әзірлеу міндеті қойылып, бұл экономиканы цифрландыруға бастамақ.

Осылайша, әлемді экономикалық дағдарыс жайлаған күрделі кезеңде елімізде халықтың әл-ауқатын көтеруге бағытталған үлкен бастамалардың қолға алынуы, ең алдымен, қоғамдағы тұрақтылықтың, халықтың жұдырықтай жұмылған бірлігінің арқасында ғана жүзеге асырылып, орындалады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

- 1.Қазақстан Президенті Нұрсұлтан Назарбаевтың «Президенттің бес әлеуметтік бастамасы» атты халыққа үндеуі. 5 наурыз 2018ж. <http://www.akorda.kz/kz>.
- 2.Бес әлеуметтік бастама - өркениетке бастайтын қадамдар. <https://egemen.kz/article/169224-bes-aleumettik-bastama-oerkenietke-bastaytyn-qadamdar>
- 3.«Қазақстандықтардың әл-ауқатының өсуі: табыс пен тұрмыс сапасын арттыру атты Қазақстан халқына Жолдауын іске асыру жөніндегі шаралар туралы» Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2018 жылғы 11 қазандағы № 633 қаулысы
- 4.Әлеуметтік саясат: жаңару мен жаһандану. <http://kz/main>.
- 5.www.enbek.kz

Түйін

Мақалада Қазақстанның жаңару жағдайында әлеуметтік саясатты дамыту мәселелері қарастырылып отыр. Әлеуметтік саясатты дамыту мәселелері еліміздің әлеуметтік-экономикалық бағыттағы басымдылықтарын жүзеге асырумен айқындалатыны атап өтілген. Қазақстандағы әлеуметтік жаңғыруға бағытталған бес бастама әлеуметтік саясатты жан жақты бағытта ілгерілетуге байланысты екендігі қаралған.

Аннотация.

В статье рассматриваются проблемы развития социальной политики в регионах Казахстана в условиях модернизации. Отмечено что проблемы развития социальной политики взаимосвязаны с осуществлением приоритетных направлений социально-экономического характера. Указано что реализация пяти инициатив, направленных на социальную модернизацию зависят от всестороннего продвижения социальной политики.

Abstract.

The article discusses the development of social policy in the regions of Kazakhstan in the conditions of modernization. Noted that the problems of social policy is interconnected with the implementation of the priority direction of socio-economic nature. Indicated that the implementation of five initiatives aimed at social modernization depends on all-round development of social policy.

Ракасей Анжела Васильевна
бакалавр, производственный менеджмент
Леуга Ирина Анатольевна,
доцент каф. ЭХЛК, СибГУ им.Решетнева
Россия, Красноярск край, г. Красноярск

КОНЬЮНКТУРА МИРОВОГО РЫНКА ПИЛОМАТЕРИАЛОВ

подавляющая часть пиломатериалов производится из хвойных пород, древесина которых наиболее соответствует требованиям основной сферы потребления - строительства. Во всем мире хвойные пиломатериалы составляют около 70% производства, лиственных пород - более 30%. Лиственные пиломатериалы лучше подходят для отделочных работ и производства мебели, хотя во многих развивающихся странах они выступают в качестве строительного материала из-за дефицита или отсутствия хвойных пород [1].

К пиломатериалам относятся: рейки, балки, доски, дранку, брусья и т. д., толщиной более 5 мм, а также включают в себя пиломатериалы, строганные, нестроганные, рифленые, тесаные, с полукруглой калевкой и т. д., за исключением древесных настилочных материалов.

Общее глобальное производство пиломатериалов составляет в общей сложности 468 млн. м³, что на 3,2 % выше, чем в предыдущем году (453 млн. м³). Что является следствием роста производства в Азиатско-Тихоокеанском регионе, Европе и Северной Америке. Производство в Африке, Латинской Америке и Карибском бассейне, напротив, осталось незначительным.

Глобальная торговля пиломатериалами составила 144 млн. м³ (соответствует 31% производства). Наибольший рост торговли приходится на Северную Америку, Азиатско-Тихоокеанский регион и Европу. Чистый объем торговли между пятью регионами неуклонно растет в последние годы.

Африка и Азиатско-Тихоокеанский регион, два основных региона, являющиеся чистыми импортерами пиломатериалов, где объемы чистого импорта составили 7 млн. м³ и 46 млн. м³ соответственно. Европа и Северная Америка являются основными экспортирующими регионами с объемами чистого экспорта в 46 млн. м³ и 9 млн. м³ [2].

Основными предпосылками для развития международной торговли пиломатериалами являются концентрация ресурсов высококачественного распиливаемого сырья в небольшом числе стран и значительно более высокая транспортабельность этих продуктов по сравнению с необработанной древесиной.

На страновом уровне пятью крупнейшими производителями пиломатериалов являются США, Китай, Канада, Россия и Германия. Вместе эти пять стран в 2016 году произвели более половины – 56%, или 264 млн.м³ всех мировых пиломатериалов.

Так как пиломатериалы подразделяются на пиломатериалы хвойных пород и пиломатериалы лиственных пород, то рассмотрим торговлю для каждого вида по отдельности.

Производство и международная торговля хвойными пиломатериалами

развивается в условиях традиционно сложившихся товарных потоков. Ведущими экспортерами являются страны европейского и североамериканского регионов. Лидирующими страновыми рынками, которые в настоящее время определяют развитие конъюнктуры мирового рынка пиломатериалов, являются США, Китай, и Евро союз. Мировой спрос на пиломатериалы, так же, как и на необработанную древесину, определяет Китай, который является крупнейшим в мире импортером данного товара. Европейский экспорт пиломатериалов хвойных пород увеличился на 3,8 % , до 49,5 млн. м³. Это увеличение было обусловлено ростом внутрирегионального экспорта в Европе [2].

Наблюдается сокращение экспорта пиломатериалов хвойных пород в страны Северной Африки и Ближнего Востока, которое компенсировано высоким спросом в Азии. Экспорт в Китай увеличился на 37%, до 2,1 млн м³ , при этом большая часть прироста этого показателя приходилась на Финляндию и Швецию. Несмотря на феноменальный рост экспорта в Китай, Египет и Япония остаются крупнейшим зарубежным рынками сбыта для европейских экспортеров. В 2016 году европейский экспорт пиломатериалов хвойных пород в Японию увеличился на 15%, до 2,7 млн м³.

Что же касается рынка США, то он является ведущим в мире рынком по объемам производства и потребления. Состояние американского рынка в течение 2016-2017 гг. оценивалось как исключительно благоприятное – росли объемы производства, экспорта, а также импорта пиломатериалов. Последний осуществлялся главным образом из соседней Канады. Так, в 2017 г. производство хвойных пиломатериалов в США по сравнению с 2016 г. выросло на 4,8%, потребление – на 8%, объемы экспорта и импорта выросли соответственно на 9% и 23%. Уровень цен на пиломатериалы на внутреннем рынке США в рассматриваемый период был самым высоким за последние 12 лет. Повышательной тенденции развития конъюнктуры американского рынка способствовали такие факторы, как высокие темпы роста экономики в целом, и в частности, высокие темпы развития жилищного строительства, как вновь начатого, так и сектора реноваций.

Рынок хвойных пород пиломатериалов растет, что нельзя сказать о рынке лиственных пород пиломатериалов. После пяти лет непрерывного роста видимое потребление пиломатериалов лиственных пород в Европе сократилось в 2016 году на 1,2%, до 35,4 млн. м³ [3].

Что же касается России, то тут мы видим, что важными экспортными рынками являются также рынки стран СНГ – Узбекистана, Таджикистана и Азербайджана, куда поставляется около трети всех объемов российского экспорта пиломатериалов. Однако следует отметить, что темпы роста объемов российского экспорта в страны СНГ в настоящее время ниже, чем в страны дальнего зарубежья. Так, в 2017 г. объемы экспорта хвойных пиломатериалов из России в страны СНГ выросли в количественном выражении по сравнению с аналогичным периодом прошлого года только на 5%, в то время как рост экспорта в страны дальнего зарубежья составил около 12%. В среднесрочной перспективе существенные изменения в структуре российского экспорта пиломатериалов в страны СНГ маловероятны, в долгосрочной перспективе возможен рост объемов экспорта продукции с более высокой степенью обработки. Оценивая общие перспективы развития российского экспорта хвойных пиломатериалов в ближайшие годы, к важным факторам следует отнести состояние рынков отдельных стран – импортеров российских пиломатериалов. В структуре российского экспорта могут отмечаться определенные изменения, связанные с развитием спроса в странах-импортерах, прежде всего, в Китае и Египте, а также с торговой политикой Китая в отношении импорта пиломатериалов из России. Возможен рост объемов экспортных поставок в Европу.

То, мы видим, что производство пиломатериалов в России с каждым годом набирает свои обороты и по прогнозам в соответствии с инновационным сценарием

производство пиломатериалов к 2030 году увеличится на 41,5 млн. м³, или в 2,7 раза, и составит 66,2 млн. м³. В структуре экспорта планируется увеличить долю пиломатериалов с регулируемой влажностью, согласно заказам клиентов, а также долю деревянных строительных материалов.

Данные темпы роста продиктованы прогнозом роста жилищного, гражданского и промышленного строительства в России [4].

Библиографические ссылки

1. Кривоченко, Л.В. Актуальные проблемы развития мирового рынка пиломатериалов // Л.В. Кривоченко // Внешнеторговая деятельность. - №5. - 2015.
2. Глобальная лесная продукция факты и цифры 2016 г.
3. Состояние лесов мира // Пути к достижению устойчивого развития с учетом значения лесов. - 2018. - Рим. С. 3-5.
4. Обзор рынка лесных товаров 2016-2017 гг. ООН.
5. Прогноз развития лесного сектора Российской Федерации до 2030 года.

Аннотация

В статье анализируется современное состояние мирового рынка пиломатериалов. Автор обозначает позиции России как мирового экспортера лесоматериалов и дает оценку перспективам развития российского экспорта пиломатериалов.

Summary

The article analyzes the current state of the global sawn timber market. The author denotes the position of Russia as a world exporter of timber and assesses the prospects for the development of Russian sawnwood exports.

Андатпа

Мақалада ағаш материалдарының әлемдік нарығының қазіргі жағдайы талданады. Автор Ресейдің ағаш материалдарының әлемдік экспорттаушысы ретіндегі ұстанымын білдіреді және ресейлік ағаш материалдары экспортының даму перспективаларына баға береді.

Романько Е.Б., к.э.н., доцент

Токсамбаева А.Б., м.э.н., ст. преподаватель

Карагандинский государственный университет им. Е.А. Букетова

РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА И ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ

Аннотация

В статье рассмотрены подходы к определению современного менеджмента, а также вопросы, связанные с развитием инновационных методов управления. Показана роль менеджмента в управлении, названы задачи современного менеджмента. Авторами рассмотрены проблемы в современном менеджменте и пути их решения.

Андатпа

Мақалада қазіргі заманғы менеджментті анықтау тәсілдері, сондай-ақ инновациялық менеджмент әдістерін дамыту мәселелері талқыланды. Басқарудағы менеджменттің рөлі көрсетіліп, қазіргі заманғы менеджменттің міндеттері аталды. Авторлар заманауи басқару проблемаларын және оларды шешу жолдарын қарастырды.

Summary

The article discusses approaches to the definition of modern management, also issues related to the development of innovative management methods. The role of management in

management is shown, the tasks of modern management are named. The authors considered problems in modern management and ways to solve them.

Менеджмент является координатором функционирования предприятия, основополагающим механизмом эффективности и результативности деятельности, но в условиях инновационного развития общества и экономики в менеджменте существует ряд проблем, с которыми сталкиваются менеджеры в рамках реализации своей профессиональной деятельности.

Современный менеджер должен владеть не только фундаментальными основами менеджмента, но и уметь адаптироваться и рационально реализовывать управление в современной экономике, быстро приспосабливаясь к инновационным изменениям. Так, например, применение новой модели менеджмента в деятельности открывает новые возможности для деятельности не только самих менеджеров, но и для работы персонала в целом (таблица 1).

Таблица 1
Переход к новой модели менеджмента в условиях инновационного развития

Классическая модель	Новая модель
Управление активами	Управление способностями
Фокус на цифры	Фокус на создание ценности
Иерархическая, линейная	Горизонтальная, сетевая, системная
Независимые функции	Взаимосвязанные функции
Застывшая	Адаптирующая
Командуй и контролируй	Делегирование полномочий
Рационализм и анализ	Интуиция и системный анализ
Избегание риска, обвинение за неудачи	Принятие риска, поощрение революционных идей и креативности

В зависимости от особенностей личности, социальной среды, его целей, внутренних мотивов и ценностей менеджер может способствовать прогрессивному развитию организации или наоборот снижать ее эффективность и даже приводить организацию к краху. Доктор экономических наук, профессор Санкт-Петербургского государственного университета Маленков Ю.А. считает, что менеджер нужен организациям в первую очередь для достижения высоких конечных результатов на его участке общего управленческого труда. Профессионализм работы менеджера, даже если он использует в процессе управления новейшие технологии и средства управления без достижения осязаемых конечных результатов полностью обесценивается.

Процессный подход к функциям управления не учитывает высоких рисков, присущих современной экономике. Глобальная информатизация общества превращает даже обычных менеджеров в критические факторы всей организации.

В современных организациях чисто функциональный подход к описанию деятельности менеджеров занимает главное место. Перед менеджерами ставят производственные задачи и определяют выполняемые ими функции. Но среди них, как показывают обследования ряда организаций, практически полностью отсутствуют функции поиска новых путей решения задач (инновационный компонент) и развитие личностей работника и внутренней культуры.

В таблице 2 отражены основные проблемы внедрения системы менеджмента и способы их решения.

Таблица 2

Основные проблемы внедрения системы менеджмента и способы их решения

Проблемы	Способы решения
Значительные затраты трудовых и временных ресурсов, нехватка квалифицированных специалистов	Привлечение консультантов со стороны (например при внедрении процессного управления компанией)
Отсутствие заинтересованности персонала во внедрении нововведений	Поддержка проекта акционерами и топ-менеджментом компании; Внутреннее обучение сотрудников; Вовлечение ключевых сотрудников в проект; Мотивация персонала.

Практическое воплощение новых принципов управления весьма сложно и требует радикального пересмотра всей философии бизнеса, изменения психологии работающих (в первую очередь менеджеров), повышение квалификации и роста личностного потенциала. Все большее количество компаний пытаются отойти от прежних командно-иерархических отношений в своих организациях и усилить позиции путем лучшего использования и создания условий для развития сильных сторон персонала. Одновременно меняются подходы к формированию стратегии развития и ее целей, к построению структуры производства и управления, к процессу разработки и принятия управленческих решений, к работе с персоналом и к оценке эффективности работы организации, ее подразделений и работающих в ней людей.

Так, с позиций современного менеджмента для компаний сегодня важно научиться работать одновременно в двух измерениях – в системе глобальной мировой экономики и политической разобщенности. Границы современного менеджмента больше не совпадают с государственными границами. [2]

Одной из наиболее сильных тенденций развития современного менеджмента является усиление процесса наделения властью сотрудников, их вовлечение в процедуру принятия решений. Традиционная модель, когда менеджер контролирует людей, в условиях высокотурбулентной внешней среды перестала быть эффективной. У сотрудников растет потребность в доверии, общении, в связи с чем возрастает значение личных контактов персонала, позволяющее понять, чего ждать друг от друга. Самым ценным активом любой компании XXI века становятся работники умственного труда и их производительность. Самой большой и быстрорастущей группой персонала в категории работников умственного труда становятся «новые служащие», которые занимаются не только интеллектуальным трудом, но и физическим, гармонично сочетая их. [3]

Друкер сформулировал основные принципы современного менеджмента:

1. Содержание менеджмента в целом аналогично в разных странах, но методы его различны. Национальный менеджмент должен учитывать свои собственные традиции, культуру, историю.

2. В центре внимания менеджмента находится человек, который должен направлять свои усилия на повышение эффективности своей деятельности с целью достижения эффективности работы всего предприятия.

3. Задачей менеджмента является направление действий всех работников на выполнение общих целей предприятия.

4. Задачей менеджмента является постоянное развитие способностей, потребностей всех работников предприятия и возможностей их удовлетворения.

5. Каждый работник должен нести ответственность за порученную ему работу. Связь между работниками осуществляется посредством коммуникаций.

6. В конечном счете? деятельность предприятия оценивается большим количеством разнообразных способов и средств управления.

7. Оценка и результаты деятельности предприятия находят свое выражение не внутри предприятия, а вне его.

Таким образом, менеджмент – это самостоятельный вид профессионально осуществляемой деятельности, направленной на достижение в рыночных условиях, намеченных целей путем рационального использования материальных, финансовых и трудовых ресурсов организации с применением научных принципов, функций и методов эффективного управления предприятием.

Использованная литература

1. Друкер. Энциклопедия менеджмента. 2004. С. 21-22.
2. www.kazedu.kz.referat/178666/1
3. www.bestreferat.ru/referat_229884.html

Савельева Алена Александровна
бакалавр, производственный менеджмент
Леута Ирина Анатольевна
доцент каф. ЭХЛК, СибГУ им.Решетнева,
Красноярск, Россия

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА БУМАГИ И КАРТОНА

С каждым годом человечество все больше и больше ставит акцент на информационные технологии. В связи с этим, казалось бы, люди должны отказаться от такого материала как бумага или сократить его потребление и использование. Но на сегодняшний день производство бумаги и картона не теряет своей производственной позиции, поэтому актуальность выбранной ними темы является, бесспорно, интересной и важной.

Бумага и картон это продукт технологической переработки древесины. Товарная бумага и картон включает бумагу для полиграфии, а именно газетную, печатную и писчую бумагу, оберточную и упаковочную бумагу, бытовую и гигиеническую бумагу[3].

Хотелось бы отметить, что различия между бумагой и картоном является условным, обычно картоном считается толстый и тяжелый материал. Для разных странах действуют свои принципы разделения на бумагу и картон. Например, советский ГОСТ говорит, что бумагой считается материал с массой 1 м² до 250 г, а картоном — с массой более 250 г, в настоящее время используют другие границы по плотности (150 г/м², 200 г/м²) или толщине и количеству слоев.

На мировом рынке производства бумаги и картона нами были выявлены предприятия-лидеры. Американская компания International Paper имеет 250 заводов во всем мире и выпускает 12,9 млн. тонн в год бумаги и упаковки. По данным на 2016 год оборот данной компании составляет около 22 млрд. долларов США.

Второй по величине является финско-шведский концерн Stora Enso, имеющий 35 заводов. Годовой оборот в 2017 г. составил 13,5 млрд. евро. Мощности производства: 11,7 млн. тонн в год.

Третье место занимает финская компания UPM, имеющая производства в 14 странах, мощностью: 10,2 млн. тонн в год, и годового оборот на 2017 год 2,57 млрд. евро.

Далее следуют фирмы с более низкими показателями:

– Южная Африка - фирма Sappi (Годовой оборот на 2009 год - 5.369 долл. миллионов, производственная мощность - 9,4 млн. тонн в год);

– Швеция - SCA (производственная мощность 9,2 млн. тонн в год, годового оборот на 2016 год – 3,3 млн. евро в год);

– Япония - Oji Paper (производственная мощность - 8,6 млн. тонн в год).

Производство бумаги и картона в России в 2017 году, по данным Росстата, составило более 8,55 млн тонн.

Отметим, что до 2016 года производственные мощности только наращивали обороты, в виду большого спроса на продукцию. На сегодняшний день производства ведут себя по разному: одни увеличивают или уменьшают производственные мощности, другие не меняют объемы.

Потребление картона и бумаги в Европе составило в 2017 году 101 млн тонн. Динамика изменений в потреблении с 2016 по 2018 год была следующая потребления:

- газетной бумаги упало на 5,5%;
- полиграфических сортов - на 2,4%;
- технических и потребительских сортов увеличилось на 2,5%;
- тарного картона - на 2,4%;
- упаковочного картона - на 0,8%. [1]

На динамику потребления картона и бумаги в большей степени влияют технологические факторы. На потребление бумаги в сфере информационной полиграфии повлияло развитие интернета, а в упаковочной полиграфии хорошими темпами прирастала и продолжает расти гибкая упаковка.

Говоря о международной торговле, следует учесть тот факт, что четверть всей произведенной бумаги и картона в мире экспортируется, и составил 108 млн. тонн.

Согласно производству развития производство бумаги и картона в России к 2030 году должно возрасти примерно в 3,3 раза и достичь 25,5 млн т., что позволит уменьшить отставание России от развитых лесопромышленных стран. Причем увеличение потребления бумаги и картона на внутреннем рынке, бесспорно, окажет влияние на объемы экспорта и импорта этой продукции, это позволит уменьшить зависимость потребностей внутреннего рынка от импорта. Прежде всего это относится к высококачественным видам бумаги и картона для полиграфии, упаковке пищевой продукции и изделиям санитарно-гигиенического назначения.

Внутреннее потребление бумаги и картона возрастет до 20 млн т, что позволит увеличить среднелетнее потребление данной продукции в 3 раза: с 46,8 кг в 2010 году до 141 кг в 2030 году [2].

Говоря об увеличении производства, стоит принимать во внимание и тот факт, что в 2016 году глобальный сектор целлюлозы, бумаги и картона страдал от избытка мощностей и низких цен на большинство сортов данной продукции. Бумагу по низким ценам экспортировали страны Азии, что стало негативно влиять на спрос упаковочного сорта бумаги, бумагу высокого качества из дорогих сортов древесины. Спрос на бумагу для печати и письма продолжал падать, что было предсказуемо, потому что наблюдалась повсеместное внедрение электронных средств передачи информации и связи. Но рационализация производственных мощностей в сегменте картона позволила компаниям повысить эффективность и производительность и тем самым улучшить финансовые показатели деятельности своих организаций.

На 2017- 2018 годы картина складывается совершенно другим образом. На мировом рынке стоимость целлюлозы в среднем увеличилась на 45-55%. В Европе стоимость лиственной белой целлюлозы достигла 960 долл. США за тонну, а в Китае – превысила отметку в 865 долл. США. Стоимость хвойной целлюлозы на 2017 год в Европе составила более 940 долл. США [4].

Также изменилась стоимость и упаковочных материалов, что привело к ожидаемой реакции внешнего рынка на изменившуюся экономическую ситуацию. Поэтому крупные производители, не захотели считаться с убытком и стали переориентировать свои производственные мощности на иные виды продукции, что позволило в среднем по рынку увеличить цену на выпускаемую продукцию.

Подводя итог всему вышесказанному, можно сделать вывод, что производство

бумаги и картона в мировом масштабе будет увеличиваться, но за счет оптимизации эффективности производства, тем самым удешевляя готовую продукцию, а введение новых информационных технологий заставит производителей находить новые технологии производства, совершенствовать процесс производства и реализации готовой продукции.

Список источников

1 Ежегодный обзор рынка лесных товаров, 2016–2017 годы // Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций. 2017. 171 с. ;

2 Прогноз развития лесного сектора Российской Федерации до 2030 года // Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций. 2012. 168 с.;

3 Российский рынок лесоматериалов: новые реалии и перспективы // РосБизнесКонсалтинг. 2008. 132 с.;

4 Савельев М.С. Перспективы международной специализации России в сфере лесопромышленного комплекса // Всероссийская Академия Внешней Торговли Министерства экономического развития РФ. 2009. 128 с.

Аннотация

С внедрением информационных технологий стало явно проявляться падение спроса на бумагу и картон, что привело к закрытию предприятий, увеличению цены продукции или переходу предприятий на производство другой продукции. В данной статье представлены особенности развития рынка данной продукции в мировом и российском масштабе.

Summary

With the introduction of information technology has become apparent drop in demand for paper and cardboard, which led to the closure of enterprises, increase the price of products or the transition of enterprises to the production of other products. This article presents the features of the development of the wound of this product on a global and Russian scale.

Андатпа

Ақпараттық технологияларды енгізумен қағаз бен қатырма қағазға сұраныстың төмендеуі айқын көрініс тапты, бұл кәсіпорындардың жабылуына, өнім бағасының өсуіне немесе кәсіпорындардың басқа өнім өндірісіне көшуіне әкелді. Бұл мақалада әлемдік және ресейлік ауқымдағы осы өнімнің ранкасының даму ерекшеліктері берілген.

**Сатыбалдина Айдана Амангалиевна
(1 курс магистранты)**

**Академик Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университеті
Ғылыми жетекші – э.ғ.к., доцент Акыбаева Г.С.**

МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТТІҢ ТӘСІЛДЕРІ МЕН ҚҰРАЛДАРЫ

Фирманы басқаруда маркетинг менеджментті, яғни маркетинг принциптері бойынша басқаруды қолдана білу өте маңызды. Өкінішке орай, көптеген отандық кәсіпорындар фирманы басқаруда маркетингтік басқаруды қолданудың маңызын жеткілікті деңгейде түсінбейді, олар басқаруда «жабық есік-терезе» саясатын ұстанады, нарықта болып жатқан өзгерістерді, тұтынушылар арасындағы, бәсекелестер арасындағы болып жатқан өзгерістерді зерттемейді, сезбейді. Сондықтан нарықтық жағдайда бәсекелестерінен ұтылып, нарықтан кетуге мәжбүр болады.

Президент Н. Назарбаев өзінің Жолдауларының бірінде Қазақстан әлемдегі бәсекеге қабілетті отыз елдің қатарына кіру қажеттігін атады. Осы мәселені және

«Қазақстан-2050» Стратегиясында қойылған мақсаттарға жету үшін қазіргі бизнес философиясы – маркетингтің әдістері мен қағидаларын, сонымен қатар принциптерін шығармашылық тұрғыда пайдалануды талап етеді. Өйткені Қазақстанның әлеуметтік-экономикалық жағдайларына және кәсіпорынның күнделікті жұмысына бейімделген маркетингтің құралдары мен тәсілдерін жетік қолдану, оның шетелдік тәжірибесін жете білу бәсекеге қабілеттілікті арттыруға үлкен ықпалын тигізеді. Маркетингті игеру және оны ұйым басқару жүйесімен бірігуі нарықтық экономиканың даму деңгейін көрсетеді.

Сондықтан қазіргі нарықтық экономика жағдайында маркетинг менеджмент ұғымы кез келген кәсіпорын үшін өте маңызды болуы тиіс. Фирманы басқаруда маркетинг ұстанымдарын қолдана отырып басқару нарықта бәсекелік күресті жеңіп, үлкен жетістіктерге жетудің негізгі шарты болып табылады [3].

Жалпы кез келген фирманы басқаруда маркетинг негізінде басқару керек. Бұл заманның талабы. Маркетингтік басқару (маркетинг менеджмент) дегеніміз ол жақында ғана қалыптасқан ғылым мен бизнес өнері, яғни фирма өзінің тұтынушыларының талғамын ескере отырып, оларды өзіне тарту, сақтап қалу, дамыту дегенді білдіреді. Ол үшін фирма тұтынушыларға құндылығы жоғары игіліктерді зерттеп біледі, оны өндіру, ұсыну және жылжыту арқылы оларды өзіне тартады, сол арқылы рыноктағы бәсекелік күресті жеңіп шығады, нарықта нәтижелі, ұзақ мерзім өмір сүре алады. [1, 316.]

Маркетинг басқару үрдісі ретінде, тауарды сату өнері ретінде де қоғамда үлкен рөл атқарады, өйткені қажеттіліктер өзгерісі мәңгі болса, сату өзгерісі де мәңгі болады, сондықтан оларды басқару керек. Демек, маркетингтің мақсаты – тұтынушылардың қажеттерін өте жоғары деңгейде танып білу, соның нәтижесінде оларға аса қажет тауарды сату. Маркетинг әрекетінің қорытындысы: сатып алуға дайын тұтынушыны әзірлеу, ол үшін соған сәйкес тауарлар мен қызметтерді өндіру. Осы маркетингтің екінші бөлімі маркетингтік басқаруды қажет етеді. Демек, менеджменттің жаңа бағытын қалыптастырады, ал ол бағыт жаңа ғылымды – маркетингтік басқаруды өмірге алып келді.

Менеджменттің әйгілі маманы Питер Друкердің ұйғарымы бойынша: «Бизнес мақсатының тек бір ғана дұрыс анықтамасы бар, ол – тұтынушыны жасау. Фирманың болашақ бизнесі мен оның табыстылығы үшін, фирма өз өнімі туралы не ойлайтыны басты мәселе емес, керісінше, бизнестің мәнін анықтап, түпкілікті, ұзақ мерзімді оның құндылығын білу – фирманың табысқа жету жолын айқындайды». [1, 316.]

Маркетинг менеджмент – жаңа ғылым түрі. Ол 1999 жылдан бастап қолданыла бастады. Бірінші рет маркетинг менеджментті сол жылы Royal Bank of Canada компаниясы өзінің іс-әрекетін қайта ұйымдастыру кезінде қолданды. Қайта ұйымдастыру барысында компания тұтынушылар сегментіне терең зерттеу жүргізіп, бірнеше жаңа табысты өнімдер мен қызметтерді ұсынды. Нәтижесінде, кейінгі 3 жылда компания табысы 1млрд долларға өсті.

Маркетинг менеджмент тұтынушыларды зерттеп, тауар құндылығын жоғарылату арқылы тұтынушыларды өзіне тарту, бәсекелестерден тұтынушыларын сақтап қалу, сол арқылы рыноктағы өз үлесін жоғалтпау іс-әрекеттерін қамтиды. Сол себепті компания іс-әрекетінде маркетингтік басқаруды қолдану өте маңызды әрекет болып табылады. Ал маркетинг менеджментті қолданбаған фирма бәсекелік ортада жеңіске жете алмайды, бәсекелестерден ұтылады, нарықтан кетуге мәжбүр болады.

Маркетинг менеджментті енгізу нәтижесінде компаниялар көптеген өзгерістерге кездесті. Осы өзгерістер маркетинг менеджменттің мәнін, түсінігін, белгілерін, функцияларын, фирмада оны енгізу бағыттарын анықтайды. Соған байланысты нарық субъектілері өз философиясын, тұжырымдамаларын, басқару маркетинг құралдарын қайта қарастыруда. ХХІ ғасырда маркетинг менеджментті көптеген компаниялар жүзеге асыру үшін келесі өзгерістерді енгізуді талап етіп отыр. Осы өзгерістерді жүзеге асыра алатын компаниялар ғана маркетинг менеджментті қолдана отырып, ойдағыдай сәттілікке жете алады. Солардың маңыздылары келесілер [1, 54-56 б.]:

1. Маркетинг бөлімі фирманың барлық ұйым маркетингіне айналынуында. Hewlett Packard компаниясының басшысы Д. Паккард: «Маркетинг өте маңызды болғандықтан оны тек маркетинг бөлімінің ғана қарауында қалдыру дұрыс емес» - деген. Қазір компанияларда маркетингмен қатар, сауда персоналы және қызмет көрсету бөлімі қызметкерлері де тұтынушыларға әсер ете алатындай жұмысты атқаруы қажет. Ұйымдағы басты үдерістерді басқаруда компанияның маркетингтік қызметтерін барлық бөлімдер атқара бастайды. Олар жаңа тауарларды шығару, тұтынушыларды өзіңе тарту, тапсырыстар бойынша міндеттерді орындау сияқты қалыптасқан негізгі маркетинг, бизнес үрдістерге ерекше көңіл бөлінеді. Демек, компанияның барлық бөлімдері маркетингпен айналысады, яғни басқарушылық жұмысын маркетинг принциптері негізінде жүргізеді.

2. Тауар бірлігі бойынша ұйымнан тұтынушылар сегменті бойынша ұйымға ауысу. Кейбір компаниялар тауарларды шығаруда менеджерлер мен олардың бөлімшелері басқаратын тауарлық бағыттан, тұтынушылар сегменті басқаратын бағытқа толығымен ауысуда. 1999 жылдың аяғында мұндай қайта ұйымдастыруды Royal Bank of Canada компаниясы бастады. Осыған дейін Royal Bank іс-әрекетін өз өнімдері мен қызмет көрсететін территориясы бойынша құрған болса, кейін тұтынушылар сегментіне терең зерттеу жүргізіп, бірнеше жаңа табысты өнімдер мен қызметтерді, яғни жылжымайтын мүлік үшін несиелерді ұсынды. Нәтижесінде, кейінгі 3 жылда банк табысы 1 млрд. долларға, ал акциясының бағасы 100%-ға өсті.

3. Тауарлар мен қызметтерді тек өндіруден гөрі сатып алуға қарай ауысу. Көптеген компаниялар материалдық активтерден гөрі сауда таңбасын иемденгенді қалайды. Қызметтің жекелеген түрлері мердігер ұйымдарға беріледі. Олар аутсорсингке көшіп, өздері негізгі, маңыздылығы жоғары іс-әрекеттермен айналысады.

4. Көптеген жабдықтаушылармен жұмыс істегеннен гөрі олардың бірнешеуімен серіктестік құру. Компания негізгі жабдықтаушылар және дистрибьюторлармен серіктестікті дамытуға ұмтылуда. Мұндай компаниялар делдалдарға аралық тұтынушы ретінде емес соңғы тұтынушыға құндылықтарды ұсынушы серіктес ретінде қарайды. Осы көзқарас делдалдар жұмысын маркетинг менеджмент тұрғысынан басқаруға әкеледі, ал өндіруші іс-әрекеті табысты болады, өйткені құндылығы жағынан деңгейі жоғары тауарлар өндіріліп, сатылады.

5. Ескі нарықтық позицияны сақтаудан гөрі жаңаларды іздеуге қарай ауысу. Қарқынды бәсекелестік өсу нарығында компания маркетингтік бағдарламалар жүргізу, жаңа тауарлар мен қызметтерді шығару, тұтынушылармен байланысты үзбеу және олардың қажеттіліктеріне қадағалау жүргізе отырып алға жылжуы қажет. Компаниялар қалыптасқан потенциалға ғана сүйенбей, үнемі жаңа артықшылықтарды іздеп отыруы қажет.

6. Маркетинг менеджментті қолдану арқылы материалдық активтерден материалдық емес активтер басымдылығына қарай ұмтылу. Компаниялардың нарықтық құнының көп бөлігі сауда таңбалары, клиенттер, персонал, дистрибьютор және жабдықтаушылармен іскерлік байланыс, сол тәрізді интеллектуалды капитал сияқты материалдық емес активтер үлесіне тиеді.

7. Жарнама арқылы қолдауға ие брендингтен жоғары нәтижелер және біріктірілген коммуникация көмегімен болатын брендингке ұмтылу. Бүгінгі күні компаниялар жарнаманы, жеке сатуды немесе басқа коммуникация түрін жеке қолданғаннан гөрі брендинг құралдарының барлық кешенін қолдануды тиімді деп есептейді. Міне, бұл да маркетинг менеджменттің даму нәтижесі.

8. Тұтынушыларды дүкендер мен сауда персоналы арқылы тартудан он-лайндық саудаға қарай ауысу. Тұтынушылар тауардың келбетін көру, олардың техникалық сипатын зерттеп білу, бірнеше он-лайн делдалдарының бағаларын салыстыру, тапсырыс жасауды компьютер көмегімен жүзеге асыра алады. Интернетте іскерлік мақсаттағы тауарлар мен қызметтер сауда айналымы өсіп келеді. Жеке саудада да электрондық

құралдар арқылы екі жақ бір-бірін нақты уақытта өз мониторларыннан көре алуға көп мүмкіншіліктер туындады.

9. Барлық тауарларды сатудан нақты бір мақсатты нарықтар үшін ең үздік жабдықтаушыға айналу. Мақсатты маркетингке мамандандырылған журналдар, телеарналар, Интернет-форумдардың пайда болуы әсерін тигізеді. Сонымен қатар, компаниялар ақпараттық жүйелерге шығындарды төмендету әдісі мен бәсекелестік артықшылық ретінде көп қаржы жұмсайды. Сол арқылы компаниялар жекелеген тұтынушылардың сатып алулары, демографиялық сипаттамалары бойынша талғамдары мен пайдалылығы туралы ақпараттар жинайды.

10. Пайдалы трансакцияларға шоғырланғаннан гөрі өмір бойы табысты болатын сатып алушыларға шоғырлану. Әдетте компания үшін әрбір жеке трансакцияның рентабелділігі маңызды болып табылады. Қазіргі уақытта фирмалар өздерінің ең пайдалы сатып алушылары, тауарлары, арналарына басты назар аударады. Тауарларды дайындау және баға белгілеу, сатып алушымен өмір бойы әріптестік қарым-қатынаста болу, сол арқылы ең жоғары пайда табуға негізделіп жасалады.

11. Нарық үлесін жаулаудан «сатып алушы үлесін» жаулауға ұмтылу. «Сатып алушы үлесін» дамыту нақты сатып алушыларға кеңейтілген тауар ассортиментін ұсыну арқылы жүзеге асырылады. Сол арқылы компаниялар өз қызметкерлерін сатуды жоғарылатудың жаңа әдістеріне үйретеді.

12. Локальдіден глокальдіге: ғаламдық және жергілікті іс-әрекетпен бір уақытта айналысуға ұмтылу. Фирмалар орталықтандыру және орталықтандырмауды қатар араластыра қолдана отырып жергілікті жағдайларға бейімделу мен ғаламдық стандарттау арасындағы тепе-теңдікке қол жеткізеді. Олардың мақсаты ішкі кәсіпкерлікті жергілікті деңгейде ынталандыра отырып қажет ғаламдық принциптер мен стандарттарды сақтау болып табылады.

13. Қаржылық көрсеткіштерден маркетингтік бағалауларға ауысу. Көптеген компания менеджерлері қызметін оның қаржылық нәтижелері бойынша ғана емес, сонымен қатар маркетингтік жағдайы: нарықтағы үлесі, сатып алушыларын жоғалтуы, олардың қанағаттануы, тауарлардың сапасы және басқа да сипаттамалары негізінде бағалайды. Олар маркетингтік индикаторлар өзгерісі бойынша қаржылық көрсеткіштер өзгерісін болжауға болатындығын түсінеді.

14. Акционерлерден мүдделі тұлғаларға ауысу. Топ-менеджерлер бизнес бойынша серіктестер мен барлық сатып алушылардың жағдайларын жақсартудың маңыздылығын түсініп отыр. Олар басқару стратегиясы мен тактикасын әзірлеуде барлық мүдделі тұлғалардың мүдделерінің сақталуын қамтамасыз етуге тырысады.

Сонымен қатар, осы және басқа өзгерістер маркетинг менеджментті енгізу нәтижесінде фирма мақсаттарын шешудің негізі болады. Бұл өзгерістер маркетингтік басқарудың сәттілігінің бірден-бір шарты. Фирмадағы маркетингтік басқарудың сәтті болуы келесі іс-шараларға байланысты және солар арқылы жүзеге асырылады [1, 57-59б.]: маркетингтік стратегия мен маркетингтік жоспарды әзірлеу; нарық туралы білімді, тәжірибелерді кеңейту; тұтынушылармен қарым-қатынастарды жақсарту; күшті сауда таңбасын қалыптастыру; нарықтық ұсыныстарды қалыптастыру; нарықта құндылықтарды қалыптастыру; құндылықтарды нарықта жылжыту; нарықтағы ұзақ мерзімді фирма өсімін қамсыздандыру.

Осы барлық іс-әрекеттермен қатар компания өз маркетингтік жоспарын қалыптастырып, оның жүзеге асуын қадағалап отыруы қажет. Маркетингтік жоспардың дұрыс орындалуы фирманың рыноктағы болашағына үлкен әсер етеді.

Сонымен бүгінгі таңда қалыптасқан экономикалық жағдайларда кәсіпорындар алдында тұрған жаңа мәселелерді дұрыс шешу маркетинг принциптері мен әдістерін қолдану арқылы жүзеге асады. Қазіргі кезде жүріп жатқан басқару жүйесінің қайта құрылуы және өндірушілер мен тұтынушылар арасындағы өндірістік-экономикалық байланыстарының өзгеруі салдарынан өндіруші алдында тұрған өзекті мәселелерді

пайымды шешу маркетингі басқару ұстанымдары мен әдістерін қолдану арқылы жүзеге асырылады. Осы тұрғыда маркетинг өндіруші көзқарасындағы тиімді шығын мен пайда кезінде сұранысты табу, болжау және оны қанағаттандыруға байланысты тұтынушыға негізделген тауар өндіру және басқару жүйесі ретінде сипатталады. Отандық кәсіпорындарда маркетингтік басқару әлі кең тарала қойған жоқ. Бірақ соңғы уақыттағы нарығы дамыған елдердегі кәсіпорындарда маркетинг бөлімі ұйымдастырылуда. Кәсіпорынды басқаруда маркетинг ұстанымдары бойынша басқару кәсіпкерлік, коммерциялық және тағы да басқа шаруашылық іс-әрекеттерде өте жақсы жетістіктерге жетудің тиімді құралы болып табылады [2, 89 б.].

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Котлер Ф., Келлер К.Л. «Маркетинг Менеджмент», 12-е изд. – СПб.: Питер, 2012. – 816 с.
2. Нысанбаев С.Н., Садыханова Г.А. Маркетинг негіздері: Оқулық. – Алматы, 2010.
3. <http://www.group-global.org/sites/default/files/publications/>

Саутова Н.

**студентка 3 курса по специальности экономика.
Научный руководитель: Шиганбаева Н.Б.**

Проблемы малого и среднего бизнеса в Республике Казахстан

На сегодняшний день Казахстан признан более чем 120 государствами, почти со всеми установлены дипломатические отношения. Казахстан вступила в июле 1992 г. в Международный валютный фонд и во Всемирный банк, Казахстан участвует в деятельности ОБСЕ, ООН, ЮНЕСКО и др. Становлению современного Казахстана способствовало интенсивной развитие сферы малого и среднего предпринимательства, которое является базой экономической и социально-экономической стабильности общества и по оценкам различных аналитических агентств должно занимать в экономике страны не менее 40-50%, так, например, в Великобритании доля среднего и малого бизнеса в экономике объединенного королевства занимает не менее 64%, в Германии – 58%, а в Голландии – около 51,5% .

К сожалению, приходится признать тот факт, что доля малого и среднего бизнеса в экономике РК пока не достигла желаемых показателей, однако, процесс этот достаточно динамичен, руководство страны всемерно способствует интенсификации данных процессов, в том числе путем организации консалтинговых, консультационных услуг на безвозмездной основе, путем финансирования, софинансирования и субсидирования некоторых проектов по развитию малого и среднего бизнеса, в особенности связанных с развитием приоритетных направлений экономики страны и пр. В последнее время предпринимательство Казахстана характеризовалось неустойчивой динамикой роста числа предприятий и занятых в них работников. Отраслевая и региональная структура нерациональны. Усиливается криминализация бизнеса. Попытки управления становлением предпринимательства часто носят эпизодический и ненаучный характер. Не отработана денежная система защиты предпринимателя и его собственности от посягательств. Ряд проблем, связанных с развитием предпринимательства в целом, в стране решен. Существует концепция по разрешительной системе. Созданы программа индустриально-инновационного развития, отраслевые программы. Ряд других программ, связанных с такими важными вопросами, как финансирование на льготных условиях реальных секторов экономики, оператором которых является фонд «Даму»: с оказанием бесплатных консультационных услуг,

операторами которых являются общественные организации, консалтинговые компании найдено правильное решение – курс экономики страны на повышение производительности труда, то есть процесс в целом неплохой. Однако, сегодня существует проблема, связанная с влиянием финансово-промышленных групп на законодательство. Закон играет в пользу крупных лобби, а представителей малого и среднего бизнеса – руководителей общественных объединений, которые более десяти лет профессионально этим занимаются, в Парламенте Республики Казахстан - нет. Мнение малого бизнеса в рабочих группах практически не учитывается.

Причины этого не только в ограниченности финансовых средств, выделяемых на поддержку предпринимательской деятельности, слабом развитии рыночной инфраструктуры, но и в том, что вовремя не была выработана последовательная государственная стратегия поддержки предпринимательства. Не были выявлены отраслевые, региональные приоритеты. Предпринимательство не было определено как «полнос интенсивного роста», на который следовало бы воздействовать, чтобы вызвать бурный подъем экономики. Кроме того, отсутствовала обратная связь с предпринимательскими структурами. Не проводился мониторинг происходящих процессов, их идентификация и системный анализ. Не была налажена адекватная статистика. Налицо просчеты как стратегического, так и тактического характера. Также проблемой малого предпринимательства является не правильное управление бизнесом, принятия решений, кадровая политика. Любой вид предпринимательства требует довольно гибкого управления и постоянного поиска новых решений, технологий и рынков сбыта. Одной из основных проблем, с которыми сталкивается владелец небольшого предприятия, является совершенствование малого бизнеса на всех этапах его развития. Одним из главных недостатков многих малых предприятий является отсутствие четкого планирования финансовых показателей. Совершенствование малого бизнеса также должно затрагивать кадровую политику. Если на первоначальном этапе развития предприятия можно нанять работников, рассказав о вашем бизнесе знакомым, то в процессе расширения малого бизнеса необходимо обратиться в кадровое агентство или разместить объявления в сети Интернет о поиске «рабочей силы». Одним из важнейших этапов совершенствования малого бизнеса является распределение полномочий. Владелец малого предприятия физически не может решать все проблемы, которые возникают при управлении предприятием [3]. Единственным правильным направлением развития предприятия является постоянное совершенствование малого бизнеса и применение новых технологий, как при производстве продукции, или предоставлении услуг, так и при управлении предприятием.

В Казахстане за год число работающих малых компаний в стране выросло на 12 тысяч, из них почти 5 тысяч относятся к оптовой торговле и ритейлу, а также научной и технической деятельности. Так, по итогам июня количество малых активных предприятий в РК достигло 147 тысяч - это на 2,1% больше, чем в мае, и сразу на 8,9% - чем год назад.

Самый серьезный годовой рост зафиксирован в Астане - сразу на 47,1%, до 23,9 тысячи компаний - это уже 16,3% от РК, против 12% годом ранее. Также концентраторы бизнес-активности малых компаний - Алматы (22,4% от РК, 32,9 тысячи, +5,7% год-к-году) и Карагандинская область (7,1% от РК, 10,4 тысячи - практически столько же, сколько и в июне 2017).

Малые активные компании. Июнь 2018 | ед.



Среди сфер деятельности наибольшее количество малых активных предприятий сконцентрировано в сфере торговли (35,1 тысячи), образования (14,7 тысячи) и строительства (13,7 тысячи).

Наибольший рост по количеству компаний зафиксирован в сфере торговли (сразу на 3,6 тысячи за год), а также профессиональной, научной и технической деятельности (плюс 1,1 тысячи за год, до 10,9 тысячи компаний).

	2018/06	2017/06	Рост за год
Казахстан	147 023	134 997	8,9%
Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов	35 076	31 464	11,5%
Образование	14 737	13 872	6,2%
Строительство	13 695	13 519	1,3%
Профессиональная, научная и техническая деятельность	10 859	9 753	11,3%
Промышленность	9 351	8 824	6,0%
Обрабатывающая промышленность	7 178	6 827	5,1%
Горнодобывающая промышленность и разработка карьеров	930	849	9,5%
Водоснабжение; канализационная система, контроль над сбором и распределением отходов	858	822	4,4%
Электроснабжение, подача газа, пара и воздушное кондиционир.	385	326	18,1%
Операции с недвижимым имуществом	9 053	8 427	7,4%
Госуправление и оборона; обязательное социальное обеспечение	8 628	8 604	0,3%
Деятельность в области администр. и вспомогательного обслуживания	7 240	6 250	15,8%
Сельское, лесное и рыбное хозяйство	6 390	5 916	8,0%
Транспорт и складирование	5 605	5 095	10,0%
Информация и связь	3 831	3 266	17,3%
Финансовая и страховая деятельность	3 768	3 644	3,4%
Здравоохранение и социальные услуги	2 938	2 721	8,0%
Искусство, развлечения и отдых	2 592	2 374	9,2%
Услуги по проживанию и питанию	2 317	1 962	18,1%
Деятельность домашних хозяйств, нанимающих домашнюю прислугу и производящих товары и услуги для собственного потребления	1	-	-
Предоставление прочих видов услуг	10 942	9 306	17,6%

Число стартапов (новых малых компаний) выросло сразу на 2,6% за месяц и на 23,6% - за год, до 46 тысяч.

Наибольшее количество новых малых предприятий находится в финансовом центре, Алматы - сразу 14,2 тысячи, +17,2% за год.



Среди отраслей наибольшее число новых малых компаний (сразу 34,9%) также приходится на сферу торговли. Также заметный приток малого бизнеса - в строительстве (11,1% от РК) и научно-технической деятельности (4,9%).

Малые новые компании. Июнь 2018 | ед.

	2018/06	2017/06	Рост за год
Казахстан	46 035	37 257	23,6%
Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов	16 049	10 195	57,4%
Строительство	5 131	4 594	11,7%
Профессиональная, научная и техническая деятельность	2 238	2 217	0,9%
Сельское, лесное и рыбное хозяйство	2 196	2 348	-6,5%
Промышленность	2 477	2 315	7,0%
Обрабатывающая промышленность	1 608	1 525	5,4%
Горнодобывающая промышленность и разработка карьеров	453	417	8,6%
Водоснабжение; канализационная система, контроль над сбором и распределением отходов	216	204	5,9%
Электроснабжение, подача газа, пара и воздушное кондиционир.	200	169	18,3%
Образование	1 590	1 236	28,6%
Деятельность в области администр. и вспомогательного обслуживания	1 545	1 456	6,1%
Транспорт и складирование	1 485	1 254	18,4%
Информация и связь	1 413	1 281	10,3%
Услуги по проживанию и питанию	1 061	837	26,8%
Финансовая и страховая деятельность	845	821	2,9%
Искусство, развлечения и отдых	831	726	14,5%
Операции с недвижимым имуществом	813	807	0,7%
Здравоохранение и социальные услуги	632	508	24,4%
Госуправление и оборона; обязательное социальное обеспечение	58	38	52,6%
Деятельность домашних хозяйств, нанимающих домашнюю прислугу и производящих товары и услуги для собственного потребления	1	-	-
Предоставление прочих видов услуг	7 671	6 624	15,8%

Список использованных источников:

1. liter.kz URL: https://liter.kz/mobile/ru/articles/show/36738-perehod_na_latinicu_shag_v_budushee (дата обращения: 17.03.18).
2. sputniknews.kz URL: <https://ru.sputniknews.kz/society/20180220/4668066/kazahstan-alfavit-latinica.html> (дата обращения: 17.03.18).
3. sputniknews.kz URL: <https://ru.sputniknews.kz/society/20171031/3634571/zatraty-na-vnedrenie-latinicy-ozvuchili-v-astane.html> (дата обращения: 17.03.18).
4. zakon.kz URL: <https://www.zakon.kz/4883237-perehod-na-latinitsu-eto-odna-iz-osnov.html> (дата обращения: 17.03.18).

Сайфулина Э.Д.

Студентка 1 курса, Специальность «Логистика»

Научный руководитель:

к.э.н., доц. Кренгауз И.Н.

Университет «Туран»

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЛОГИСТИКЕ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ

Внедрение новых технологий в логистику товародвижения важно, потому что автоматизация способствует повышению производительности труда, увеличению прибыли, возможности получения дополнительных преимуществ перед конкурентами, за счет снижения издержек, ускорения времени выполнения заказов и повышения управляемости бизнесом в целом.

Основой данной статьи послужили работы российских специалистов по проблемам маркетинга и логистики. При рассмотрении теоретических вопросов автор опирался на работы таких российских ученых в области логистического товародвижения, логистики и маркетинга, как Д.В. Стаханов[1], М.П. Гордон [2], М.П. Гордон[3], А.Г. Некрасов[4], В.К. Калугин[5], Ф.Г. Панкратов[6], В.В. Борисова[7], Д.Т. Новиков[8], А.В. Юрасов[9], Н.В. Афанасьева[10]. Все они считают, что товародвижение это физическое перемещение и передача собственности на товар от производителя к потребителю, а под товародвижением понимают комплексную деятельность, состоящую из совокупностей операций, связанных с физическим перемещением товаров от изготовителя до потребителя с учетом пространства и времени. Эти авторы практически идентично раскрывают смысл товародвижения, определяют его функциональный характер и утверждают, что введение новых инновационных технологий станет важным этапом в развитии товародвижения. Я согласна с мнениями специалистов, поскольку данные определения позволяют оценить роль товародвижения, а так же думаю, что применение автоматизированных систем управления является важным фактором повышения эффективного функционирования современных логистических систем.

Товародвижение - это материально вещественный процесс перемещения во времени и пространстве готовых к потреблению продуктов труда, которые обладают определёнными физическими свойствами. Поэтому основной информацией о товародвижении являются сведения о количестве перемещённых товаров, которое измеряется натуральными и стоимостными показателями. Концепция товародвижения были основана в 1960-1970 гг. Изначально данное направление рассматривалось как одна из функций маркетинга. Такого подхода придерживались К. Ланкастер и Л. Фельдман. Позже, вопросы товародвижения обрели собственное толкование. Значительный вклад в создание теории товародвижения внесли П. Дракер, Б.

МкКоммон, Р. Ливитт. Классическое определение товародвижения, которого придерживаются большинство современных ученых было сформулировано Ф.Котером. Процесс товародвижения состоит из определения целей товародвижения, обработки системы заказов, создания складских помещений, распределения и регулирования запасов, выбора способа транспортировки, оценки и контроля системы товародвижения. Функцией системы товародвижения является преобразование продукта в товар, т. е. обеспечение продажи произведенного тем, кто его будет потреблять. Таким образом, система товародвижения как подфункция сбыта и продаж охватывает значительную сферу деятельности предприятия, начиная со склада готовой продукции и кончая местом продажи произведенных товаров[1]. Задачи товародвижения связаны с функционированием, которые направлены на сбыт произведенной продукции силами своей сбытовой сети и обеспечение рационального сотрудничества со всеми возможными посредниками. Тактические задачи должны определяться стратегическими задачами, но при этом отражать все требования, которые потребитель предъявляет к каналам распределения. Основными элементами комплекса товародвижения являются: транспортировка (46%), складирование (26%), поддержание товарно-материальных запасов (10%), получение и отгрузка товаров (6%), упаковка (5%), административные расходы (4%) и обработка заказов (3%). В целях ускорения процесса товародвижения, сокращения времени предоставления услуг в торговой деятельности и для повышения качества обслуживания населения выдвигаются задачи механизации и автоматизации труда в торговле, особенно в розничной. Применение техники дает возможность доводить продукты питания до потребителя в более короткий срок, с сохранением питательных свойств и вкусовых качеств[2]. Механизация и автоматизация труда в розничной торговле имеет большое социально-экономическое значение в связи с сокращением трудоемких работ и низкоквалифицированного труда. Повышение уровня механизации ведет к облегчению труда торговых работников, снижению издержек обращения, ускорению оборачиваемости денежных средств, сокращению товарных потерь, уменьшению времени простоя автотранспорта, повышению коэффициента использования торговых и складских помещений магазинов, совершенствованию качества обслуживания покупателей и сокращению их времени, затрачиваемого на приобретение товаров. Для доставки и подготовки товаров к продаже стало использоваться более производительное, многофункциональное фасовочное, упаковочное и этикетировочное оборудование, электронные контрольно-кассовые машины, отличающиеся быстротой и четкостью выполнения расчетно-кассовых операций, позволяющие повысить скорость и качество расчетов с покупателями. Благодаря увеличению выпуска товаров в потребительской упаковке создались благоприятные предпосылки для внедрения тары-оборудования. Это дает возможность максимально автоматизировать погрузочно-разгрузочные функции, снижение времени простоя автотранспорта, уменьшить количество технологических операций. В настоящее время система товародвижения городов имеет ряд существенных недостатков: слабо развито взаимодействие между различными субъектами этой системы, нет единого механизма координации управления материальными потоками, отсутствует полная и достоверная информация о региональном балансе ввоза и вывоза товаров, их движении и запасах; не обеспечена необходимая сопряженность транспортных, складских и торговых мощностей; низок технический уровень инфраструктуры, и, как следствие, затраты на товародвижение не рациональны, сохраняется многозвенность системы товародвижения, и не создана инфраструктура межрегиональной торговли[3].

Будущее логистики – это внедрение инноваций и новых технологий, повышение их эффективности. Для сравнения эффективности системы товародвижения развивающихся стран, таких как Казахстан, Туркменистан и др. с уровнем наиболее развитых странах – как Германии, по лучшей транспортной инфраструктуре, Швеции, по наиболее точному слежению за доставкой, Сингапура, по самой быстрой таможне, и

Люксембурга, по доставке «точно в срок», по версии WORLD BANK 2017г. Развитие информационных технологий создало благоприятные условия для значительного повышения эффективности товародвижения. Возрастающее использование компьютерной техники, считывающих кассовых устройств, унифицированных товарных кодов, электронного обмена данными и систем электронных платежей позволило многим компаниям создать передовые системы обработки заказов, управления запасами, а также системы разработки маршрутов и расписаний транспортных перевозок [4].

Существует множество инновационных методов и технологий в системе товародвижения. Рассмотрим наиболее признанные из них: системы RFID, SCM, Microsoft Navision, KANBAN, WMS и LiteBox, а так же несколько технологий, таких как упаковочная машина E-Jivaro и автоматизированные системы загрузки/выгрузки (АСЗ).

Технология RFID существует в США, России, в крупных азиатских портах и ряде европейских стран, она схожа по функциям со штрих-кодом, но обладает существенными отличиями в использовании и позволяет использовать более сложные, криптографически защищённые протоколы. Её преимуществом являются индивидуальные радиочастотные метки, которые помогают отслеживать продвижение товара от поставщика товара до потребителя, позволяют вести контроль товара по срокам годности, что является чрезвычайно важным как для магазина, так и для покупателя. Маркировка товаров работниками магазина осуществляется самостоятельно, каждому товару присваивается код, хранящийся в базе данных магазина. Основное отличие между российским и западным опытом внедрения RFID является то, что в России гораздо слабее развита культура оценки рисков и убытков. В данной стране с помощью RFID автоматизированы некоторые производства в пищевой промышленности: производство жевательных резинок Wrigley, где с помощью RFID-меток на производстве отслеживается маршрут перевозки сырья и корма для животных, фирмы «Марс» (Pedigree, Whiskas, Kitekat, Chappi), где производится слежение за упаковкой при производстве и на складе готовой продукции. В России RFID технологии появились около десяти лет назад и применяются в основном на складах. Немецкий производитель подъемно-погрузочного оборудования Jungheinrich внедрил технологию RFID в систему складской навигации. На одном из заводов Toyota, радиочастотная идентификация помогает контролировать заполненность трейлеров при погрузке. Аналогичные технологии внедрены на предприятиях Chevrolet и в крупных азиатских портах. Метки наносят на крупнотоннажные контейнеры, а погрузочную технику оснащают считывателями. Это позволило повысить товарооборот, так как пропала необходимость пересчитывать и сверять большие объемы товара вручную. При такой системе отслеживания снижается количество ошибок, произошедших по вине человека [5].

Существует так же система управления цепями поставок - SCM, которая предназначена для автоматизации и управления всеми этапами снабжения предприятия и для контроля всего товародвижения на предприятии. Система SCM позволяет значительно лучше удовлетворить спрос на продукцию компании и значительно снизить затраты на логистику и закупки. SCM охватывает весь цикл закупки сырья, производства и распространения товара. Исследователи, как правило, выделяют шесть основных областей, на которых сосредоточено управление цепями поставок: производство, поставки, месторасположение, запасы, транспортировка и информация. По оценкам консалтинговой компании Deloitte & Touche за 2013 год, эффект от SCM подчас измеряется 75%-ным увеличением оборачиваемости запасов, расходы на логистику могут быть снижены на 40-50%, а время планирования сведено к минутам вместо затрачиваемых прежде дней. Заметно повышается прозрачность запасов и грузопотоков.

SCM-решения создают оптимальные планы использования существующих технологических линий, подробно расписывающие, что, когда и в какой последовательности надо изготавливать с учетом ограничений мощностей, сырья и

материалов, размеров партий и необходимости переналадки оборудования на выпуск нового продукта. Это помогает добиться высокого удовлетворения спроса при минимальных затратах. По данным AMR Research и Forrester Research за 2016, с внедрением SCM компании получают такие конкурентные преимущества, как уменьшение стоимости и времени обработки заказа (на 20-40%), сокращение закупочных издержек (на 5-15%), сокращение времени выхода на рынок (на 15-30%), уменьшение складских запасов (на 20-40%), сокращение производственных затрат (на 5-15%), увеличение прибыли на 5-15% [6].

В товародвижении действует система Microsoft Navision, она является наиболее оптимальной для решения существующих проблем во многих развивающихся странах. В рамках проекта автоматизированы процессы товародвижения в офисе и на складах компаний. В трех магазинах сети будет внедрено тиражируемое решение на базе Microsoft Navision, которое в дальнейшем предполагается внедрять во все магазины заказчика. В ходе проекта планируется автоматизировать такие функции, как закупка товара в соответствии с ассортиментным планом, управление платежами, ценообразованием, распределением товара по точкам продаж, управление продажами и складом [7].

Для совершенствования процесса товародвижения большое значение имеет рациональное размещение предприятий, производящих товары, изыскание дополнительных ресурсов в местах потребления, вовлечение их в товарооборот. Важным направлением рационализации является продвижение товаров не более чем через одно складское звено. В системе потребительской кооперации такую функцию в зависимости от конкретных условий могут взять на себя межрайбазы, универсальные базы, базы райпотребсоюзов и райпо [8].

Оптимизация движения товара позволяет решить ряд проблем, связанных с работой склада. Так, при внедрении системы WMS удается избежать перенасыщения складского помещения товарами. Программа определяет очередность выполнения заданий по загрузке/выгрузке товаров, исходя из их срочности. Приемка, отбор и размещение товаров проходят в максимально короткий срок. И главное, благодаря грамотному управлению товародвижением на складе, в программе содержатся самые точные данные о состоянии складского помещения. Товары сложного ассортимента, требующие подсортировки преобразования производственного ассортимента в торговый, в одном из этих звеньев проходят все необходимые операции [9].

Для автоматизации торговли используют облачную систему LiteBox. Она представляет собой управление товароучетом и кассовыми аппаратами. Преимуществами облачной кассы LiteBox являются: небольшая стоимость приложения, доступ из любого места, где есть выход в интернет мониторинг работы магазина и продаж в режиме онлайн, синхронизация остатков и номенклатуры оффлайн и онлайн магазина, касса плюс товароучетная система, обмен LiteBox с другими учетными системами, поддерживаемость программы с любого девайса и др. Существуют так же и недостатки у данной системы: сложный для неподготовленного пользователя интерфейс, отсутствие справочника по определенным товарам [8].

Система KANBAN разработана Корпорацией «Toyota Motors» (что в переводе с японского означает «карта»). Средством передачи информации в системе является специальная карточка «kanban» в пластиковом конверте. Распространены два вида карточек; отбора и производственного заказа. В карточке отбора указывается количество деталей (компонентов, полуфабрикатов), которая должна быть взята на предшествующем участке обработки (сборки), тогда как в карточке производственного заказа - количество деталей, которое должно быть изготовлено (собрано) на предшествующей производственной площадке. Практическое использование системы KANBAN, а затем ее модифицированных версий позволяет значительно улучшить качество выпускаемой продукции, сократить логистический цикл, существенно повысить

тем самым обращиваемость оборотного капитала фирм: снизить себестоимость производства: практически исключить страховые запасы. Анализ мирового опыта применения системы KANBAN многими известными машиностроительными фирмами показывает, что она дает возможность уменьшить производственные запасы на 50%. товарных - на 8% при значительном ускорении обращиваемости оборотных средств и повышении качества. Несмотря на определенные различия приведенных выше микрологистических систем, определяющим звеном во всех этих системах есть спрос, а следовательно, и сбыт продукции [6].

В 2015 году французская компания «Savoie» выпустила первую полностью автоматизированную упаковочную машину, которая сама регулирует высоту коробок в зависимости от их наполняемости. Применение данной технологии имеет ряд преимуществ, которые до появления E-Jivago нельзя было достичь с помощью всего одной машины. Во-первых, технология позволяет минимизировать затраты на упаковку и транспортировку. Так, по данным британской компании «HallmarkCards» внедрение всего двух пилотных машин позволило сократить транспортные расходы минимум на 25%. Также компания дополнительно сэкономила благодаря высокой производительности машины (14 коробок в минуту) при обработке в среднем 4000 коробок ежедневно и сокращению высоты каждой из них на несколько сантиметров, что в перспективе дало хорошие результаты. Во-вторых, E-Jivago позволяет оптимизировать транспортный объем при перевозке, благодаря чему значительно сокращается количество выхлопов CO₂. Во-вторых, способствовало установлению более благоприятной экологической ситуации. В-третьих, это снижение трудозатрат, что позволит оптимизировать работу сотрудников. И в виде приятного дополнения - это улучшение имиджа компании, благодаря современной упаковке [8].

К сожалению, в России до сих пор сохранилось скептическое отношение к автоматизации складов, и потому они работают по устаревшим методам. На самом деле уже существует достаточно широкий выбор автоматизированных систем, значительно упрощающих работу склада и повышающих его эффективность. Причем выбрать можно, как из отечественных систем, так и из зарубежных. Рассмотрим пример АЗС, разработанной совместно Европейско-российским центром инжиниринговых компетенций (ЕвроЦИК) и Московской высшей школой инжиниринга. Главным преимуществом АЗС является сокращение времени на загрузку/разгрузку автотранспорта. Следует отметить и повышение коэффициента использования полезного объема склада, т. к. АЗС работает с четырехуровневым буферным складом, в котором компактно хранятся готовые к отгрузке слоты. Например, стандартное время загрузки фуры составляет 60 минут, при помощи АЗС время сокращается в среднем до 8 минут. Применение АЗС обеспечивает: увеличение прибыли за счет повышения обращиваемости товаров и роста коэффициента полезного объема как основного, так и буферного склада для скомплектованной продукции (буферный склад позволяет одновременно сформировать в 4 раза больше заказов); увеличение гибкости работы склада за счет повышения пиковой производительности и применения буферного хранения скомплектованной продукции; увеличение эффективности использования автотранспорта за счет улучшенной организации его маршрутов и снижения времени простоя на погрузке/разгрузке; – равномерную занятость рабочего персонала склада; возможность еще на этапе планирования увеличить территорию склада за счет уменьшения площадей для стоянок автотранспорта, что, в свою очередь, обеспечит рост прибыли. В результате компании, внедрившие данное решение, получают современный высокопроизводительный склад, а капитальные затраты на установку АЗС покрываются за счет снижения операционных затрат в начале второго года работы системы [10].

Таким образом, логистика – это наука, которая требует постоянного развития и совершенствования. Поэтому инновационные технологии – необходимое условие для эффективного функционирования современных логистических систем. А использование

автоматизированных систем в логистике будет способствовать повышению эффективности управления объектами, оптимизации работы международной системы товародвижения.

Список использованной литературы:

1. Стаханов Д.В. Формирование логистических систем товародвижения / Д.В.Стаханов // Современные проблемы маркетинга и логистики. -Ростов-на-Дону: РГСУ, 2017. –С. 128-136
2. Гордон М.П. Логистика товародвижения. / М.П.Гордон, С.Б.Карнаухов //Научный журнал КубГАУ. -2012. –С.5-12
3. Гордон М.П. Важное звено товаропотока // Интегрированная логистика. – 2014. -№2. -С.16-23
4. Некрасов А.Г. Логистика: современные тенденции развития // Информационное общество. -2018. - №1. –С. 39-44
5. Калугин В.К. Логистика торгового предприятия: формирование и управление стратегией развития. -СПб.: СПбГУЭФ, 2014. – С. 185-191
6. Панкратов Ф.Г. Пути совершенствования товародвижения / Ф.Г.Панкратов // Вестник Ростовского государственного экономического университета. – 2013. -№6. –С. 32-33
7. Борисова В.В. Логистический менеджмент в межрегиональном товарообмене / В.В.Борисова // Теория и практика общественного развития. – 2013. –С. 208-211
8. Новиков Д.Т. Логистические системы: их значение и эффективность / Д.Т.Новиков // Экономические науки. -2016. -№2 (23). –С. 41-43
9. Юрасов А.В. Совершенствование управления процессами товародвижения в системе маркетинговой деятельности [Электронный ресурс]. -Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/sovershenstvovanie-upravleniya-protsessami-tovarodvizheniya-v-sisteme-marketingovoi-deyateln.> (дата обращения: 30 марта 2013)
10. Афанасьева Н.В. Качество логистического обеспечения процесса товародвижения в регионе [Электронный ресурс]. -Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/kachestvo-logisticheskogo-obespecheniya-protsessatovarodvizheniya-v-regione.> (дата обращения: 19 сентября 2016)

Аннотация

В статье приводятся определение товародвижения, его функции и задачи, раскрываются основные направления автоматизации логистики товародвижения.

Annotation

The article provides a definition of product distribution, its functions and tasks, reveals the main directions of automation of logistics of product distribution.

Аннотация

Мақалада өнімнің таралуы, оның функциялары мен міндеттері анықталады, өнімнің логистикасын автоматтандырудың негізгі бағыттары айқындалады.

Кәсіпорынның маркетингтік ортасы

Кәсіпорынның маркетингтік ортасы – кәсіпорыннан тысқары жерлерде әрекет етуші, мақсатты клиенттермен ынтымақтастық қатынастар орнату және оны ұстап тұрудағы маркетинг қызметіне басшылық жасаудың мүмкіндіктеріне ықпал етуші белсенді субъектілер мен күштердің жиынтығы.

Қай тауардың болмасын бәсекелік қабілеті оның тұтынушы қызығушылығына ие және осы сұранысты қанағаттандыратын көрсеткіштерінің жиынтығымен анықталады, ал белгіленген шектен шығатын басқа көрсеткіштер бағалауда есепке алынбауы тиіс, яғни өндірушіге әсер ететін көрсеткіштерге тұтынушы мән бере қоймайды.

Осылайша тұтынушыны өнімнің жобаланып, өндіріліп, тасымалданып, нарыққа түсуіне дейінгі жағдайлар қызықтырмайды, ал қызығушылық тудыратыны, өнімнің тұтынушылық құрамы. Мысалға, егер басқа барлық сипаттамаларды сақтай отырып, өндірушінің өндірістегі материал сыйымдылықты, еңбек сыйымдылықты төмендетуіне қол жеткізсе, онда бұл өнімді өткізу деңгейі жоғарылайды, бірақ тұтынушы қызығушылығы, өндірістік шығындарды және материалдық шығындарды төмендетумен байланысты өнім бағасы төмендемесе еш өзгеріссіз болады [1].

Өнімді өткізуді бағалауда талданып отырған және бәсекелес өнімнің параметрлерін сатып алушының талаптарының деңгейімен салыстырып, алынған көрсеткіштерді салыстыру керек.

Маркетингтік тұрғыдан алғанда қолдану саласында ғана емес сондай-ақ конструктивті және технологиялық ерекшеліктеріне байланысты тек бір текті өнімдерді салыстыруға болады (1-сурет).



Сурет 1 – Өнімді өткізудің микроорта факторлары

1-суретке сәйкес, маркетингтік қызметтегі өнімді өткізу микро және макро орталардан құрылады. Микроорта – клиенттерге қызмет көрсетуі бойынша кәсіпорынның өзіне және оның мүмкіндіктеріне тікелей қатынасы бар күштермен, яғни жабдықтаушылармен, маркетингтік делдалдармен, клиенттермен және байланыстағы аудиториялармен ұсынылған. Кәсіпорынның табысы көбінесе оның делдалдарының, бәсекелестерінің және түрлі байланыстағы аудиториялардың әрекеттеріне қатысты болады. Кәсіпорынның микроорта шеңберінде әрекет етуші күштер келесі сурет түрінде

көрсетілген. Маркетингтің микроортасы – кәсіпорын қызметіне тікелей қатысты болатын маркетингтік күштер. Маркетинг қызметінің жетекшілері маркетингтік жоспарларды жасау кезінде кәсіпорынның өз ішіндегі басқа топтарды ескеруі қажет. Мысалға: жоғары басшылық, қаржы, өндіріс, маркетинг, бухгалтерия бөлімі, т.б.

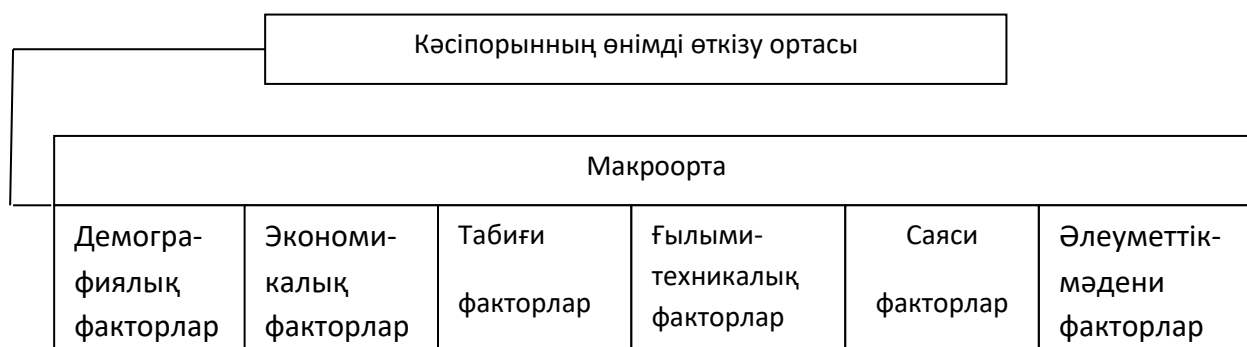
Тұтынушылар арасында тауарлардың қозғалуына, өткізуіне және бөлінуіне компанияларға көмектесуші ұйымдар – маркетингтік делдалдар көмектеседі. Тиімді сауда делдалдарын таңдай білу компания тауарын өткізуде өте маңызды. Осы тұтынушылардың өнімді пайдалану дәрежесіне қарай кәсіпорын бәсеке қабілеттілікке қол жеткізеді. Кез-келген кәсіпорын көптеген бәсекелестермен бетпе-бет келеді [2].

Осы микроорта факторларының ішінде ерекше орынды тұтынушыларға беруге болады. Себебі тұтынушы осы кәсіпорынның бәсекеге қабілетті болуына көмектесетін басты фактор. Оларды зерттеу арқылы кәсіпорын олардың қажеттіліктері мен қалауын, тауарлар мен сату көлеміне деген сұранысты біле отырып, олардың көңілінен шығатын тауарларды өндіруге бар күштерін салады. Тұтынушылардың елеулі өзгерістері байқалған жағдайда, кәсіпорындағы маркетингтік бағдарламаға толықтырулар мен түзетулер енгізілуі қажет.

Бәсекелестерді анықтаудың ең жақсы тәсілі – тұтынушылардың тауарларды сатып алу туралы шешімді қалай қабылдайтындығын зерттеу керек. Бәсекеге жетудің тағы бір тәсілі – тиімді жабдықтаушыларды таңдай білу.

Жабдықтаушылар – кәсіпорынды тауарлар өндіру мен қызмет көрсету үшін қажетті материалдық ресурстармен қамтамасыз ететін кәсіпорындар мен ұйымдар. Осылайша кәсіпорынның мақсатына және бәсеке қабілетті болуына қол жеткізу үшін оның қабілетіне байланыс аудиториялары ықпалын тигізеді.

Макроортаны сипаттайтын факторлар келесі 2-суретте келтірілген.



Сурет 2 – Өнімді өткізудің макроорта факторлары

Суреттегі түсініктерге қысқаша тоқталатын болсақ, алғашқысы демографиялық фактор, яғни халықтың саны, орналасу тығыздығы тұрғысынан зерттейтін ғылым. Бұл ортаның зерттелуі бүкіл дүние жүзі біртұтас әлемдік нарыққа айнала бастауымен түсіндіріледі. Маркетингпен айналысатын маман үшін демографиялық орта үлкен қызығушылық тудырады, өйткені нарықтың өзі адамдардан тұрады. Нарықтың үнемі өзгеріп отыратын жағдайына бейімделу мақсатында өнімді өткізудің макроорта факторларын әрдайым бақылап отыруы қажет. Бұл факторлардың ішінде кәсіпорын жағдайына әсер ететін ең маңыздысы – экономикалық фактор болып табылады. Сондай-ақ өнеркәсіптің қоршаған табиғи ортаға зиян келтіруіне байланысты қоғамда көптеген алаңдатушылық туғызуда, яғни табиғи ортаға тигізетін өз үлестерін бақылап отырғаны жөн. Маркетинг қызметін атқарушы кәсіпорын жетекшілері қоршаған ортаға қоршаған ортаға зиян келтірмеуді ескеруі және бұл мемлекеттің бақылауында болуы тиіс.

Маркетингтік шешімдер қабылдауда саяси жағдайлардың әсері күшті. Бұл орта бірінші кезекте кәсіпкерлік қызметті реттеу жөніндегі заңдылықтардан қалыптасады. Кәсіпорын өнімді өткізу қызметінің дамуына әлеуметтік-мәдени факторлар да әсер етеді.

Маркетинг мамандары өнімді өткізу мүмкіншіліктерді анықтау үшін әлеуметтік-мәдени ортадағы тенденциялар өзгерістерін алдын-ала болжауға тиіс. Бұл орта ең алдымен нормалар жүйесі, қоғамда орын алған ережелер мен құндылықтар, адамдар арасындағы қарым-қатынас маңызды мәнге ие болады [3].

Осылайша кәсіпорын әлемдік нарықта өз орнын табу үшін, кәсіпорын ішкі және сыртқы орта факторларын ескеруі қажет. Яғни, кәсіпорынның нарықтағы қызметі оның стратегиясы мен тактикасын, формалары мен әдістерін анықтайтын әр түрлі макро және микроорта факторларының әсерінен қалыптасады.

Литература

1. Дмитриева Н. В., Габинская О. С. Маркетинг. Учебное пособие. РИОР, 2019 г. – 234с.
2. Маркетинг-менеджмент. Учебное пособие / Под ред. С. Абдильдина, М.Успановой. – Алматы, 2016. – 287с.
3. Очковская М.С., Рыбалко М.А. Маркетинг. Новые тенденции и перспективы. Учебное пособие. М.: Проспект, 2018 г. – 176с.

**Сейтхамзина Г.Ж. ,
к.э.н., профессор, зав.кафедрой «ЭиМ»
Кызырова С. магистрант
Алматинской академии экономики и статистики, г. Алматы**

Применение маркетинга в управлении услугами учреждения образования

Рыночная система хозяйствования не изменяет подходы к содержанию понятия "образование". Оно как глобальная закономерность общественного развития по-прежнему отражает связь субъективной потребности человека в получении знаний и объективной потребности общества в их накоплении и использовании. Однако система отношений по поводу получения образования здесь может быть представлена в понятиях маркетинга [1].

Образовательная услуга специфична по своей природе. Во-первых, как и любая услуга, образовательная услуга нематериальна, не осязаема до момента ее приобретения. Услугу приходится приобретать, веря "на слово". Чтобы убедить клиента сделать это, производители услуг стараются формализовать наиболее значимые для покупателя параметры услуг и представить их по возможности наглядно. В образовании этим целям служат: учебные планы и программы; информация о методах, формах и условиях оказания услуг; сертификаты, лицензии, дипломы.

Во-вторых, услуги неотделимы от субъектов (конкретных работников), оказывающих их. Любая замена преподавателя, тьютора может изменить процесс и результат оказания образовательной услуги, а, следовательно, изменить и спрос.

В-третьих, услуги непостоянны по качеству. Это связано с их неотделимостью от субъектов-исполнителей (результат услуги зависит даже от эмоционального состояния преподавателя), а также зависит от состояния и изменчивости "исходного материала" - обучающегося.

В-четвертых, услуги несохраняемы. Это означает, что образовательные услуги нельзя заготовить в полном объеме заранее в ожидании спроса. Зафиксировать учебную информацию на материальных носителях можно, снизив тем самым влияние этого фактора. Но для образовательных услуг действует другая сторона несохраняемости: научно-технический прогресс порождает ситуацию, когда знания специалиста устаревают одновременно с вручением ему диплома об окончании вуза. Для стран с переходной экономикой, в условиях информационной депривации, по целому ряду наук

характерна даже более парадоксальная ситуация: знания устаревают не после, а до их усвоения. Это делает весьма актуальным и дальнейшее сопровождение образовательной услуги уже в процессе трудовой деятельности выпускников и задает требование непрерывности образования.

Рынок услуг в области высшего образования имеет свои особенности, к которым относятся:

1) Длительный характер услуг. Получение первого высшего образования по различным специальностям может занимать от 4 до 6 лет.

2) Лицензирование услуг. Государство выступает в роли арбитра на рынке образовательных услуг, выдавая лицензии на право ведения образовательной деятельности и устанавливая государственный аккредитационный статус учебного заведения, по которому ВУЗ имеет право выдавать дипломы государственного образца.

3) Конкурсный характер образования. Большинство вузов предоставляют образование на конкурсной основе, то есть потребителю, желающему воспользоваться услугами вуза, таковые будут оказаны, только если он обладает определенными знаниями, умениями и навыками, наличие которых осуществляется при помощи тестов, экзаменов или собеседований. Особенно наглядно этот признак проявляется в государственных вузах, но значительная часть частных также применяет такую технологию.

4) Потребителями образовательных услуг обычно выступают молодые люди в возрасте от 17 до 25 лет. Многие авторы справедливо обращают внимание на то, что маркетинг имеет первостепенное значение для развития сферы образовательных услуг, но нередко предлагаемые рекомендации применимы к любому виду услуг, в них не учитываются специфические особенности поведения основной целевой группы – молодежи [1].

Рассматривая потребности потребителей как основу деятельности, маркетинг не только предоставляет необходимые инструменты, но и формирует своеобразную философию организации, которая, в частности, выражается в выборе определенной стратегии деятельности вуза на рынке [2].

Массовое производство в образовании означает, что, чем больше студентов вуз привлечет, тем меньше будут затраты на одного студента. Однако этот стратегический путь развития ограничен имеющимися ресурсами. Вуз не может привлечь больше студентов на свои программы, чем это позволяет сделать имеющиеся в вузе учебные помещения и преподавательские кадры. Привлечение дополнительных ресурсов под силу лишь крупному вузу.

Выбор, осуществляемый вузом при разработке стратегии своего развития, состоит, строго говоря, не в предпочтении одного из указанных подходов, а в их сбалансированном использовании.

Достижение стратегических целей, обеспечивающих рост и совершенствование любой организации, имеет три основных источника: люди, системы и организационные процедуры. В своем стратегическом планировании вуз должен учитывать те ресурсы, в том числе и организационные структуры, которые обеспечат ему долгосрочный рост и совершенствование в условиях стремительного прироста новых знаний и информации. Взаимосвязь долгосрочных и краткосрочных аспектов развития вуза переводят его корпоративное видение и миссию в конкретные действия, способные объединить в единую систему всех участников процесса предоставления образовательных услуг.

Таким образом, маркетинг в условиях рынка помогает образовательным учреждениям привлекать достаточное количество ресурсов, обращать эти ресурсы в соответствующие программы, сервис и идеи и эффективно распределять их в различные сегменты рынка.

Важным моментом при разработке стратегии является то, что ситуация на рынке образовательных услуг существенно отличается от промышленных компаний, поскольку

сфера образования представлена большей частью некоммерческими организациями и получение прибыли не является главной задачей их деятельности. Направления расширения деловой активности образовательных учреждений определяются тем, на каком рынке они действуют и с какими учебными программами они выходят на этот рынок. Стратегической основой для выполнения этой задачи является матрица возможностей "программа/рынок". Как видно из таблицы, среди возможных альтернатив развития деловой активности у вуза присутствует возможность поиска нового рынка, а также имеются перспективы развития своего продукта.

Многие вузы уже осознали необходимость маркетинговой деятельности, поэтому ряд английских университетов, по свидетельству М. Киннелл и Д. Макдугалл, уже имеют отделы маркетинга, укомплектованные профессиональными сотрудниками. По мнению известного исследователя Маккорта, такие организации медленно принимают концепцию маркетинга и медленно приходят к необходимости использования его принципов и инструментов. Однако, по словам М. Киннелл и Д. Макдугалл, вузы и организации, опирающиеся в основном на существующие традиции и стабильное государственное финансирование, "вынуждены в современных условиях уподобиться предприятиям, которые могут и обанкротиться, если не будут учитывать изменения, происходящие в окружающей среде". В работе Сарджента высказана мысль о том, что вузы не только будут конкурировать друг с другом, стремясь привлечь студентов, но и все больше зависеть в финансировании своей деятельности от дифференциации предлагаемых продуктов и услуг [3].

В заключении первой главы работы стоит отметить, что предложенный мною подход к определению составляющих маркетингового комплекса компании, работающей в сфере услуг, позволяет определить положение ключевых подразделений, ответственных за реализацию тех или иных стратегий маркетингового комплекса компании. За реализацию стратегии традиционного маркетинга несет ответственность руководство компании, а также отделы маркетинга и рекламы; специфического комплекса внешнего маркетинга — отделы сбыта, маркетинга и рекламы; комплекса двустороннего маркетинга — руководители среднего звена и контактный персонал; комплекса внутреннего маркетинга — руководство компании и отдел персонала. Составление плана по оптимизации маркетингового комплекса компании должно начинаться по инициативе директора по маркетингу или генерального директора компании и курироваться ими как на стадии разработки, так и в процессе реализации. После проработки отделом маркетинга основных направлений оптимизации, отдельные разделы плана должны передаваться руководителям соответствующих подразделений для их детализации. Такой подход требует перехода всего персонала компании к деятельности, ориентированной на маркетинг.

В рыночных условиях образование представляет собой процесс предоставления и одновременного потребления комплекса образовательных услуг, нацеленных на изменение социального положения потребителей определенного сегмента. Полезность образовательной услуги для потребителя и наличие стоимости вследствие затрат на разработку (и оказание) придает образовательной услуге в условиях рынка свойства товара и означает, по мнению автора, возможность применения терминологии и инструментария маркетинга в управленческих технологиях вуза. Так как продукт вуза предназначается для широкого круга потребителей, сложность маркетинга высшего образования заключается в необходимости одновременного учета порой противоречивых потребностей и ожиданий целевых аудиторий вуза. Проанализировав особенности управленческого процесса, автор показала, что успешная деятельность вуза зависит от своевременного учета действия рыночных факторов и умения решать в едином комплексе проблемы товарной политики, ценообразования и адаптации цен, коммуникации, товародвижения, сбыта, а также проблемы персонала (отбор, обучение, организация труда и стимулирование для эффективного выполнения маркетинговых

функций). Проведенное исследование стратегических альтернатив показывает, что маркетинговые исследования следует считать основой стратегического планирования деятельности вуза в рыночных условиях.

Список литературы:

1. Изотов С. Высшее образование и маркетинг образовательных услуг // Артефакт - 2013. Март.
2. Сагинова О.В. Стратегия вуза: маркетинговый аспект // Список электронных публикаций <http://www.marketologi.ru> 2014.
3. Киннелл М., Макдугалл Д. О социальном статусе студенческой молодежи (на основе социологических исследований в вузах стран СНГ) // Высшая школа. - 2017. - №3. - с.53-55.

Аннотация

В статье рассмотрены основные вопросы применения маркетинга в управлении образовательным учреждением. Маркетинг в условиях рынка помогает образовательным учреждениям привлекать достаточное количество ресурсов, обращать эти ресурсы в соответствующие программы, сервис и идеи и эффективно распределять их в различные сегменты рынка.

Summary

The article discusses the main issues of marketing in the management of an educational institution. Marketing in market conditions helps educational institutions to attract a sufficient amount of resources, turn these resources into appropriate programs, services and ideas and effectively distribute them to different market segments.

магистр, аға оқытушы Сейткалиева Н.Т.

магистр, аға оқытушы Калмагамбетова С.Р.

магистр, аға оқытушы Кубанова Д.Б.

С.Бәйішев атындағы Ақтөбе университеті, Ақтөбе қаласы, Қазақстан

СТРАТЕГИЯЛЫҚ ЖОСПАРДЫҢ БӘСЕКЕҚАБІЛЕТТІЛІКТІ ЖОҒАРЛАТУДАҒЫ РОЛІ

Андатпа.

Еліміздегі кәсіпорындарда стратегиялық жоспарлаудың маңыздылығы, ролі мен олардың алдағы кезең мақсаттарын айқындап, қол жеткізетін құралды жасай отырып бәсекеге қабілетті ұйым болып қалыптасатындығы көрсетілген.

Аннотация.

В статье рассматриваются важность и роль стратегического планирования на предприятиях и их становление конкурентоспособной организацией, создавая инструмент для достижения целей предстоящего периода.

Abstract.

The importance of the role of strategic planning in the enterprises of the country and their becoming a competitive organization, creating a tool to achieve the goals of the coming period.

Бүгінгі таңда Елбасымыз 2018 жылғы 05 қазандағы «Қазақстандықтардың әлауқатының өсуі: табыс пен тұрмыс сапасын арттыру» жолдауында айтылғандай елімізде экономиканы өркендетудің негізі саналатын шағын және орта бизнес нығайып келеді. Дүниежүзілік Банктің бизнес жүргізу жеңілдігі рейтингінде Қазақстан 190 елдің ішінде 36-шы орынға көтерілді [1].

«Қазақстанның үшінші жаңғыруы: жаһандық бәсекеге қабілеттілік» бұл стратегияның басты міндеті – Қазақстанның жаһандық бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ететін экономикалық өсімнің жаңа моделін құру. Бүгінде әлем Төртінші өнеркәсіптік революция дәуіріне, технологиялық, экономикалық және әлеуметтік салалардағы терең және қарқынды өзгерістер кезеңіне қадам басып келеді.

Елбасы елдің жаһандық бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ететін экономикалық өсімнің жаңа моделін құру қажеттігін баса айтты. «Қазіргі кезде көптеген елдер осындай міндетті орындауға ұмтылуда. Өсімнің жаңа моделіне көшу тәсілі әр жерде әр түрлі екеніне сенімдімін. Біз өзіміздің мықты тұстарымызды пайдаланып, Тәуелсіздігімізді алған жылдарда бірге қалыптастырған әлеуетімізді жоғалтып алмауымыз керек» -деп баса айтты [2].

Сондықтан қазіргі таңдағы еліміздің кәсіпорындарында стратегиялық басқару және стратегиялық жоспарлау уақыт талабы болып отыр.

Стратегиялық жоспар - бизнестің негізгі даму жоспары және ұйымдардың ұзақ мерзімді құрылымдық жоспары. Стратегиялық жоспарлау арқылы бизнес саласындағы қызметті қалай кеңейту туралы шешім қабылданады, бизнестің жаңа саласын қалыптастырады, тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыру процесін ынталандырады, нарықтық сұранысты қанағаттандыру үшін кәсіпорын қандай шарттарды орындауы керектігін, қандай нарықта әрекет етуді, бизнесті қандай серіктестікпен жүргізуді және т.б. анықтайды. Стратегиялық жоспарлаудың нәтижесінде кәсіпорын алдағы кезеңнің мақсаттарын айқындап, оларға қол жеткізетін құралды жасай отырып бәсекеге қабілетті ұйым болып қалыптасады.

Стратегиялық жоспарлау ұйым үшін мақсат таңдау процесі және оның шешу жолындағы шешім. Стратегиялық жоспарлау барлық басқарушылық шешімдерге негізі болып табылады. Жоспарлар жеке позицияға емес, жалпы ұйым үшін өңделу керек. Стратегиялық жоспарлау басты компоненті бұл мақсаттар арқылы шешім шешіледі, жоспарлаудың негізгі кезеңдері көрсетіледі. Кәсіпорын стратегиясы жүйелі түрде қаралмайды, тек қажет болған жағдайда ғана қарастырылады. Мысалы, жаңа технология енгізілгенде, тұтынушылардың талғамы өзгергенде, жаңа бәсекелес пайда болғанда, міне осындай жағдайларда қарастырылады. Ол үш жылдан да ұзақ мерзімге (үш жылдық, бес жылдық және он жылдық жоспарлар) әзірленеді, ал кең өндіру және электр энергиясы өнеркәсіптерінде жоспар 20 жылға немесе одан да ұзақ уақытқа жасалады.

Ұйым құзіретінде төрт стратегиялық баламалар бар: шектеулі өсу, өсу, қысқару және бұл баламалардың бірігуі. Барлық жағынан талдау жүргізгеннен кейін ғана баламалар таңдалып, стратегия алынады. Мақсаттар бойынша басқару жоспарлау, бақылау, мотивация әдістері ұйым мақсаттары, басшы, қызметкер арасындағы мақсаттарды жақсарту арқылы стратегия жүзеге асырылады.

«Стратегия» гректің – «генерал өнері» деген сөзінен шыққан. «Стратегия» термині осы уақытқа дейін жарыс, бәсеке мағынасында қолданылып келгенмен, қазіргі кезде бұл атау кәсіпорын қызметінің жалпы концепциясын білдіреді.

Стратегиялық жоспарлау дегеніміз басшы қабылдаған әрекеттер мен шешімдер жиынтығы, сол арқылы ұйымның өз мақсатына жетуі үшін басшы арнайы стратегияны іздестіреді. Стратегиялық жоспарлау басқару қызметінің төрт түрін қамтиды: ресурстарды бөлу, сыртқы ортаға бейімдеу, ішкі үйлестіру және ұйымдық стратегиялық болжамдау.

Стратегиялық жоспарлаудың өзіндік белгілері: стратегияны көпшілік жағдайда жоғарғы басшылар тұжырымдайды және жасайды. Стратегиялық жоспар жеке бір ұйымға ғана емес, бүкіл корпорацияның болашағы үшін жасалады. Стратегиялық жоспар көлемді зерттеулерден және нақты деректермен негізделуі тиіс. Стратегиялық жоспар фирманың айқындылығын, дербестілігін білдіреді, мұның өзі олардың белгілі бір кәсіби жұмыскерлерді тартуына ықпал етеді.

Стратегиялық жоспарды жасағанда, ұзақ уақыт бойы тұтастығын сақтаумен қоса,

қажет болған жағдайда жетілдіруді және қайта бағыттауды жүзеге асыратындай икемді болуы тиіс.

Жалпы стратегиялық жоспарды бағдарлама ретінде қарастыру қажет, сонда ұзақ уақыт бойы фирманың қызметін бағыттауға, әрі қажет болған жағдайда өзгертуге болады.

Стратегиялық жоспарлау үш негізгі шарттарды сақтауды талап етеді:

– Бірінші шарт-компанияның қызметі инвестициялық қоржынды басқару қағидасында құрылады, оның мәні-компанияның әрбір қызмет бағытын орындау үшін ресурстардың тиісті түрде бөлінуінде.

– Екінші шарты-әрбір қызмет түрінің келешегін бағалау. Осы мақсатпен нарықтық өсу көрсеткіштері және компанияның нақты нарықтағы позициясы зерттеледі тек ағымдық сату немесе пайда көлеміне бейімделген компаниялар олардың шектеулі екендігіне көздері жетті.

– Үшінші шарты-стратегияны әзірлеу. Әр бизнес үшін ұзақ мерзімді мақсаттарға жету жоспары жасалады. Сондықтан, әрбір компания іс-әрекетін, мақсаттарын, мүмкіндіктерін, ресурстарын зерттей отырып, өз стратегиясын әзірлейді. Егер компания саясаты шығындарды төмендетуге бағытталса, оның бәсекелесінің саясаты жаңа өнімге өндіруге бағытталуы мүмкін.

Көптеген компанияларда жоспар стратегиялық және тактикалық екі деңгейде әзірленеді. Стратегиялық жоспар компанияның даму келешегін анықтайды, тактикалық-ағымдық міндеттерді шешуге бейімделген. Стратегиялық жоспар тек бір ғана өнім желісіне немесе нарық секторына байланысты жасалып қоймайды, ол кәсіпорынның барлық іс-әрекетін қамтитын бірыңғай жоспардан тұрады.

Қазіргі кезде қазақстандық кәсіпорындар негізінен стратегиялық жоспарлауда қарағанда, жедел жоспарлауды көбірек пайдаланады. Стратегиялық жоспарлау нарықтағы бәсекелестік күрестегі басты фактор болып табылады. Стратегиялық жоспарлаумен айналысатын фирмалардың жетістіктері жоғары болатындығы зерттеулер нәтижесінде анықталған. Стратегиялық жоспарлаудың мәні болашақта технологиялық, экономикалық және әлеуметтік-мәдени өзгерістерге байланысты өсіп отырады.

Ұлттық экономикадағы нақты саланың дамуын қамтамасыз етуде, отандық өндірушілердің өнімдерін әлемдік нарықтың сұранысына сәйкестендіру бағытында атқарылатын іс-шаралардың тобына шығарылатын өнімдердің бәсекелік қабілетін қамтамасыз ету мәселесін жатқызуға болады. Қазіргі кезде өзекті болып отырған мемлекеттің экономикалық, азық-түлік қауіпсіздігін қалыптастыру әрекеттері де сыртқы өндірушілердің ұқсас өнімдеріне төтеп бере алатын отандық өнімдердің өндірілуіне тәуелді.

Еліміздің табиғи, экономикалық, ұлттық ерекшеліктеріне сай иелігіміздегі құндылықтарды барынша тиімді, әрі ұтымды жұмсау, тек ішкі нарықта ғана емес, әлемдік нарықта да жоғары сұранысқа ие болатын халық тұтынатын тауарлар шығару, сол нарықтың қомақты бөлігін қосылған құны жоғары өнімдер өткізу арқылы иемдену, осы арқылы мемлекетіміздің беделін арттыру бүгінгі таңда қарқынды жүргізіліп жатқан саяси-экономикалық үрдістердің негізін қалайды [3].

Сонымен қатар, тұтыну нарығындағы өскелең талаптар да отандық тауар өндірушілерге шығаратын өнімдерінің бәсекелік қабілетін арттыру мәселесін алдыңғы қатарға қойып отыр. Мұның өзі бәсекелік ортаның дамуына, өндірілетін өнімнің сапасын жоғарылатуға, бағаны төмендетуге ықпалын тигізіп, тұтынушылардың кең көлемді сұранысын қанағаттандыруға итермелейді. Бәсекеге қабілетті өнім шығару кәсіпорынның, саланың дамуына ықпал ететін негізгі фактор екенін уақыттың өзі дәлелдеуде.

Бәсекеге қабілеттілік дегеніміз — кез-келген экономикалық объектілерге тән қасиет. Физикалық табиғатына және атқаратын қабілетіне қарамай, барлық тауарлар, сондай-ақ оларды өндіру, пайдалану жүйелері бәсеке мәселесі шеңберінде

қарастырылады, тіпті мұндай талдау аспектісі абстрактілі емес, нақты экономикалық қызметтің практикалық мәні.

Экономиканың жағдайына байланысты кәсіпорын дамуының қазіргі таңдағы экономикалық концепциясы қатаң нарықтық бәсеке және жоғары экономикалық қауіп-қатерлер жағдайында, өзінің экономикалық қауіпсіздігін қамтамасыз етуге жеткілікті қарқынмен кәсіпорынның бәсекеге қабілетті түрде дамуына негізделеді.

Нарықтық ортаның дамуы тауар өндірушілер алдына жаңа талаптар қоя бастады. Осы жағдайдағы негізгі талап – өндірілетін өнімнің тұтынушылар сұранысын толық дәрежеде қанағаттандыралықтай қабілетінің болуы. Бұл орайда, тауар өндірушілер өз өнімдерін нарықтық сұранысқа сай болуын, бәсекеге төзімді болуын жіті қадағалап отыруы да шарт.

Бәсекеге қабілеттілік, ең алдымен, экономикалық қауіпсіздікті қамтамасыз етеді, яғни ұлттық экономиканың тез қарқынмен ұзақ мерзімді тұрақты дамуы қалыптасады. Бұл жағдай өндіріске қажет ресурстардың толықтығын, ішкі және сыртқы нарықта бәсекеге қабілетті өнімді тиімді әдіспен, жан басына шаққанда жеткілікті көлемде өндіруді, оны тоқтаусыз өткізуді қамтамасыз етеді [4].

Бәсекеге қабілеттілікті арттыру – бұл кәсіпкерлік субъектісінің нәтижелі жетістікке жету жолында атқаратын іс-әрекеттері арқылы сипатталады. Дұрыс таңдала білген стратегиялық жоспар осы кәсіпорынның нарықтағы бәсекелестерінен ұзақ уақытқа ұтымды жағдай жасауына негіз болады.

Өнімнің бәсекелік қабілетін арттыру стратегиялық жоспары нарықтық сұраныс пен ұсыныстың жалпы жағдайына, қоғамдық дамуына, адамзат мәдениеті мен ой-санасына, қауіпсіздік пен эстетика және экология талаптарына, сонымен қатар, кәсіпорынның мүмкіндіктеріне сай болуы тиіс.

Өнімнің бәсекелік қабілетін арттыру стратегиялық жоспарының іс-әрекеттерінің жиынтық көрінісі ретінде оларды жүзеге асыратын бірнеше тетіктерге тәуелді. Бұл тетіктерді өзіндік сипаттары бойынша төрт топқа бөліп қарастыруға болады:

Бірінші топ – өнімнің сапасын арттыру шаралары немесе кәсіпорынның сапа жүйесін жетілдіру;

Екінші топ – өнімнің бағасын қалыптастыру немесе кәсіпорынның баға саясатын реттеу;

Үшінші топ- өнімнің тартымдылығын арттыру немесе кәсіпорынның маркетингтік жүйесін жетілдіру;

Төртінші топ - өнімнің бәсекелік қабілетін қамтамасыз ету немесе өндірісті мемлекеттік қолдау.

Бұл тетіктердің әрбірі белгілі бір дәрежеде нарықтағы тұтынушылардың сұранысы мен талап-тілектеріне, тауардың өмірлік кезеңіне байланысты ықпал етуі мүмкін. Қандай-да бір бәсекелік тетікті қалыптастыру немесе оны іске асыру әр кәсіпорынның өнім шығару сипаты мен ол өнімді өткізу ерекшеліктеріне байланысты болады. Ұсынылған топтағы тетіктерді іске асырудың көптеген бағыт-бағдары мен жолдары бар. Олардың әрбірі өзіндік ерекшеліктерге ие.

Әлемдік нарықтың қатаң талаптары мен бәсекелік шарттары отандық өнім өндіруші кәсіпорындарға сол талаптар мен шарттарды ұстануды талап етеді. Өйтпеген жағдайда әлемдік нарықтағы көшбасшылар өздерінің бәсекелік ықпалымен, еліміздің ішкі нарығын және енгуге мүмкін болатын көршілес мемлекеттердің нарықтарын «игеріп алуы» қиын емес. Ішкі нарықтың сыртқы өндірушілерге кедергісіз ашылуы отандық өнімдердің оларға тосқауыл боларлық бәсекелік қабілетіне сүйенеді.

Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігінің жоғарылауы, оның жақсаруы көбінде іске асырылатын өнімнің сапасы мен өндірістің ұйымдастырушылық-техникалық деңгейіне тәуелді.

Өнімнің бәсекеге қабілеттілігін бағалаудың бірнеше әдістері бар. Бірақ барлығының да бір ортақ кемшілігі бар, онда тұтынушыны қызықтыратын өнім бағасы

мен сапаның қатынасы ескерілмейді, тек тауардың басқа қасиеттерінің жиынтығы ретінде анықталады. Осылайша, өнімнің бәсекеге қабілеттілігі біз оның өнімнің бағасы пайдалы тиімділікке қатынасындағы салыстырмалы баға деп анықтаймыз. Әрбір нарықтың өзіндік бір ерекшеліктері бар. Баға өткізу кезіндегі ұсынысты анықтау керек, ал жаңа өнім ұсынысы бағамен ынталандыруы қажет. Осылай, егер «баға» тек өнімді өткізу құралы ғана болса, «бәсекеге қабілетті сапа» нарық дамуының жалғыз факторы - тек өнімнің белгілі бір көрсеткіштері ғана емес, сонымен бірге ақырғы тұтынушыға бағытталған шаралар кешені «Бәсекеге қабілетті сапа» зерттелуі перспективті нарықты бөлшектеп зерттеуінен басталады:

- жаңа өнімге талаптарды дайындау;
- сапалы шикізат жабдықтаушылады таңдау және күшейтілген бақылау;
- өндірістің барлық кезеңдері мен аралық бақылауды реттеу.

Бәсекеқабілеттілік сапаның ажырамас бөлігі сервистік қызмет көрсету деңгейі болып табылады. Өнімнің нарықта өмір сүруі үшін соңғы мәселе өте маңызды болып келеді және ол нарықтық жағдайлардың өзгеруіне тез және нақты жауап беруі тиіс.

Өнімді нарыққа шығару — өте жауапты кезең. Жаңа өнім үшін жаңадан өткізу нарығын құру керек. Жаңа өнімнің бәсеке қабілеттілігіне немесе нарықта өнімнің өтуіне әсер ететін факторларды қарастырайық. Өнімнің бәсекеге қабілеттілігінің жоғары көрсеткіші кезінде табысты өтуі тек өнімнің жаңалық дәрежесі мен оған тұтынушының қызығушылығы ғана емес, сонымен бірге бағалық стратегияға да байланысты. Әдетте, өнімнің модификациясы сату көлемін жаңалыққа қарағанда тезірек ұлғайтады, өйткені тұтынушы берілген өнім туралы біледі. Модификацияланған өнімнің бағасы бұл этапта модификацияланбаған өнімнің баға деңгейіне қарағанда сәл жоғары болуы мүмкін. Жаңалық өнімнің бағасы бірінші этапта аналог бағалық нишаның жоғарғы шегімен анықталады және жақсы жарнамалық, ақпараттық пен сервистік сүйеуден кейін бәсекеге қабілеттілік деңгейіне сәйкесінше жоғарылауы мүмкін.

Тауардың өмірлік циклының өсу этапында ғана өндіріс, маркетинг шығындары айтып, білінетін табыс алуға болады.

Демек, бәсекелік күресте нарықты дұрыс және уақытылы бағалай алатын және тиімді стратегиялық жоспар құрайтын өндіруші ғана ұтады [5].

Әлемдік тәжірибе көрсетіп отырғанындай, әрбір елдің әлемдік нарықтағы бәсекелік қабілеті оның ішкі өндірушілерін қолдауы мен олардың дамуына мүмкіндік жасауына тікелей байланысты. Өз кезегінде, мемлекеттің бәсекелік қабілеті көп жағдайда, сол елдегі өндірушілердің өнімдерінің әлемдік нарықтағы танымалдылығы мен бәсекеге қабілетті болуына тәуелді.

Өнім өндірушілерді мемлекеттік қолдау мемлекетіміздің алға қойған басты мақсаттарының бірі болып саналады. Елбасымыз айтқандай біздің стратегиялық мақсатымыз – 2050 жылға қарай әлемдегі озық дамыған 30 елдің қатарына қосылу.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Мемлекет басшысы Н.Назарбаевтың Қазақстан халқына жолдауы 2018 жылғы 05 қазан «Қазақстандықтардың әл-ауқатының өсуі: табыс пен тұрмыс сапасын арттыру» <http://www.akorda.kz>

2. Мемлекет басшысы Н.Назарбаевтың Қазақстан халқына жолдауы. 2017 жылғы 31 қаңтар. «Қазақстанның үшінші жаңғыруы: жаһандық бәсекеге қабілеттілік» <http://www.akorda.kz>

3. Сәбден О. Бәсекелестік экономика. Оқу құралы. Алматы, 2007.- 656 б.

4. Кәсіпкерлік негіздері. Оқулық құралы /М.Т.Әділбеков, С.Қ.Құрманбаев, Г.Т.Самиева, Қ.Т.Нұралина. - Семей, 2003. - 276 б.

5. Кәсіпорын өнімінің бәсекеге қабілеттілігінің экономикалық мәні. Аймен А.Т., д.э.н., профессор, Копбосынов Н.Б., студент М.Х.Дулати атындағы Тараз мемлекеттік университеті, Тараз

Солтанбекова М.А., магистрант
Жунусов Д., магистрант
Есмұханбетов А., магистрант
Мыхыбаев М.С., докторант
Аскарова К.У., м.т.н.,
Қазақ ұлттық аграрлық университеті ассистент

АТЫРАУ ОБЛЫСЫ ИНДЕР АУДАНЫ ТОПЫРАҒЫНЫҢ ҚҰРАМЫ, ҚҰРЫЛЫМЫ ЖӘНЕ ЭКОНОМИКАЛЫҚ, ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ЖАҒДАЙЫ

Аңдатпа

Статьяда Атырау облысының топырағының құрамы мен құрылымы және экологиялық жағдайы қарастырылды. Топырақ үңгілерінде - мұнай өнімдерінің қалдықтары, кадмий, қорғасын, мыс, хром және цинк табылды. Кеніштерде мұнай қалдықтартарының мөлшері 1,8 – 2,18 мг/кг-ға жеткені анықталды. Бұрғылау жұмыстарын жүргізгеннен кейінгі өсімдіктердің жойылу дәрежесі 70-80%, радиусы 500 - 800 метрді қамтиды. Зерттеу нәтижесі кен орындарындағы әсерінен Атырау облысының топырақ жамылғысының физика-химиялық қасиеттерінің өзгеріске ұшырағанын көрсетті.

Аннотация

В статье рассмотрены состав, структура и экологическое состояние Атырауской области. В почвах встречаются отходы нефтепродуктов, кадмий, свинец, медь, хром и цинк. Было обнаружено, что количество нефтяных остатков в шахтах составляет 1,8-2,18 мг / кг. Степень разрушения растений после бурения составляет 70-80%, а радиус - 500-800 метров. Результат исследования показал, что физические и химические свойства почвенного покрова Атырауской области были изменены под влиянием полей.

Annotation

The article discusses the composition, structure and environmental status of the Atyrau region. In soils there are waste oil, cadmium, lead, copper, chromium and zinc. It was found that the amount of oil residues in mines is 1.8-2.18 mg / kg. The degree of destruction of plants after drilling is 70-80%, and the radius is 500-800 meters. The result of the study showed that the physical and chemical properties of the soil cover of the Atyrau region were changed under the influence of the fields.

Қазақстандағы мұнай өндіретін аймақтардың топырағының экологиялық жағдайы өте нашар. Ең басты топырақ ластаушылар болып, мұнай мен жер ойықтары құбырларының жарылу негізінде пайда болған ойықшалардың, сондай-ақ, жер бетіндегі бұрғыларды жөндеуде төгілген мұнай қалдықтарының әсерінен болып табылады.

Өндірісте ілеспе газды жағу - елеулі экологиялық және экономикалық залал келтіреді. Жоғары жылу ошағы және қышқылдану қоршаған орта компоненттеріне, кен орындарының төңірегінде жанған газ, топыраққа теріс әсер етеді. Барлау және пайдалану кезінде кен орындарының айналасында әрбір бұрғылау қондырғысында көмірсутегі жүреді, өсімдіктерді жою дәрежесі 70-80%, радиусы 500 - 800 метр. Ластанудың қарқынды дамуы мұнай-газ кешенін қирауына әкеп соғатын табиғи экологиялық баланстың жерлері. Зерттеу топырақ жамылғысының әр түрлі кен орындарында Атырау облысы көрсеткендей мұнай және мұнай өнімдерінің топыраққа физика-химиялық және химиялық қасиеттерінің өзгерісіне әкеледі[1]. Сонымен қатар Жаңаталап және Балғымбаев кен орындарындағы орнатылған топырақтың техногенді-сортаң және сор топырақтар. Қатты бұзылған учаскелерінде карбонатты-иллювиальды горизонт жалаңаштанады, такырлар құрылады.

Атырау облысының Солтүстік Каспийдегі топырақтың ластанғанын тексеретін 5

бақылау пункті келесі кеніштерде орналасқан: Жанбай, Забурунье, Доссор, Макат, Косшағыл. Топырақ үңгілерінде мұнай өнімдерінің қалдықтары, кадмий, қорғасын, мыс, хром және цинк табылды. Барлық кеніштерде мұнай қалдықтарының мөлшері 1,8 – 2,18 мг/кг аралығында болды.

Барлық кеніштерде және осы қосындылардың концентрациясын анықайтын нүктелерде қалыпты жағдайдан алшақтаған жоқ.

Индер ауданында мұнайды қорытатын заводтар орналасқан жерлерде кадмий, қорғасын, мыс, хром және цинк мөлшері рауалы шама деңгейінен аспады (0,03-4,6 мг/кг)[2].

Бүлінген жерлерді қалпына келтіру жобаларын әзірлеу

Бүлінген жерлерді қалпына келтіру жобаларын әзірлеуді азаматтар мен заңды тұлғалар жүзеге асырады. Бүлінген жерлерді қалпына келтіру жобаларын әзірлеу кезінде:

– ауданның табиғи жағдайлары (климаты, топырақ-өсімдік жамылғысы, геологиялық және гидрологиялық жағдайлары);

– ауданды дамыту перспективалары;

жерлерді қалпына келтіру уақытында бүлінген (бүлінетін) жердің нақты немесе болжанатын жай-күйі (аумағы, жергілікті жердің бедер нысаны, шөптің табиғи өсуінің дәрежесі, топырақтың құнарлы және әлеуетті құнарлы қабаттарының болуы, су астында қалуы, эрозиялық процестер, ластану деңгейі);

– аршылған және түсетін жыныстардың және олардың үйінділердегі қоспаларының химиялық және гранулометриялық құрамының, агрохимиялық және агрофизикалық қасиеттерінің, инженерлік-геологиялық сипаттамаларының көрсеткіштері;

– бүлінген жерлер орналасқан аудандардың шаруашылық-экономикалық және санитариялық-эпидемиологиялық жағдайлары;

– қоршаған ортаны қорғау жөніндегі талаптар ескерілуі тиіс[3].

Бүлінген жерлерді қалпына келтіру жобаларын әзірлеу:

1) пайдалануы жердің бүлінуіне әкеліп соқтыратын жер учаскесін берген кезде – жергілікті атқарушы органдардың жер учаскесін беру туралы шешімінде көрсетілген мерзімдерде;

2) жерді пайдалану жердің бүлінуіне әкеліп соқтыратын жағдайда – жер учаскесінің нысаналы мақсатын өзгерткен кезде жергілікті атқарушы органдар жер учаскесінің нысаналы мақсатын өзгерту туралы шешім қабылдағаннан кейін және жердің бүлінуіне байланысты жұмыстар басталғанға дейін;

3) бұрын бүлінген жерлерде, оларды бүлдірген тұлғалар туралы мәліметтер болмағанда – жергілікті атқарушы органның шешімі бойынша жүргізілуі тиіс[4].

Бүлінген жерлерді қалпына келтіру жобаларын әзірлеу мерзімі пайдалануы жердің бүлінуіне байланысты болатын, жер учаскесін беру немесе жер учаскесінің нысаналы мақсатын өзгерту туралы жергілікті атқарушы органдардың шешімінде белгіленеді.

Қалпына келтіру жобаларын әзірлеу сатылары

Бүлінген жерлерді қалпына келтіру жобаларын әзірлеу рәсімі:

1) дайындық жұмыстары (камералдық және далалық);

2) іздестірулер жүргізу;

3) бүлінген жерлерді қалпына келтіру жобасын әзірлеу;

4) жобаны келісу және беру жүйесінде жүзеге асырылады.

Жобалау құрылыстың бекітілген техникалық-экономикалық негіздемелерінде немесе техникалық-экономикалық есептерінде қабылданған шешімдер негізінде жүзеге асырылады[5].

Дайындық жұмыстары (камералдық және далалық)

Дайындық жұмыстары кезеңінде қалпына келтіруге жататын жер учаскелеріне далалық зерттеулер жүргізуге арналған жоспарлы-картографиялық материалдарды

іріктеу, топырақтық және топырақтық-мелиоративті іздестірулерді түгендеу материалдарын құрайтын камералдық жұмыстар жүргізіледі.

Қалпына келтіруге жататын жер учаскелердің далалық зерттеуі жобаны әзірлеушімен тапсырыс берушінің және қажет болған жағдайда басқа мамандардың қатысуымен жүргізеді.

Далалық зерттеу процесінде:

- объектінің орналасқан жерін, бүлінген жердің нақты шекараларын анықтау, қалпына келтірілетін учаскелерді перспективалы пайдалану мүмкіндігін белгілеу;
- бүлінген жерлерді қалпына келтіру үшін үйінділердегі топырақтың құнарлы және әлеуетті құнарлы қабатының болуын анықтау;
- үйінділердегі топырақтың құнарлы және әлеуетті құнарлы қабаттарының сапасын, олардың минералогиялық және механикалық құрамын, жыныстардағы улы тұздардың болуын және химиялық мелиорацияның қажеттілігін алдын ала айқындау және табиғи өсу жағдайын нақтылау;
- қосымша топографиялық, топырақтық-мелиоративтік, аграрлық орманды мелиоративтік, геологиялық және гидрогеологиялық іздестірулерді жүргізудің қажетті көлемін айқындау жүргізіледі[6].

Ластанған жерлерде қосымша ластану себебі мен көзі, топырақ ластануының қауіптілік дәрежесі айқындалады. Жер учаскелерін далалық зерттеу нәтижелері қалпына келтіруге жататын бүлінген (бүлінгенге жататын) жерлерді зерттеу актісімен 1-қосымшаға сәйкес далалық зерттеу сызбаларын дайындай отырып ресімделеді. Жер учаскелерін далалық зерттеу материалдары негізінде тапсырыс беруші 2-қосымшаға сәйкес нысан бойынша бүлінген жерлерді қалпына келтіру жобасын әзірлеуге тапсырма дайындайды.

Іздестіру жұмыстары

Далалық зерттеу нәтижелері бойынша:

- топографиялық;
- топырақтық-мелиоративтік;
- аграрлық орман мелиоративтік;
- геологиялық және гидрогеологиялық іздестірулер жүргізілуі мүмкін.

Топографиялық іздестірулер 1:1000 – 1:5000 масштабында орындалады.

Қажет болған жағдайда 1:500 масштабта орындалады.

Мұнаймен ластануға ұшыраған жерлерді зерттеу кезінде мұнай өнімдері көп жерлердің жиегі белгіленеді, ластанудың өту тереңдігі айқындалады, топырақ құрамындағы мұнай өнімдері деңгейін анықтау үшін сынамалар таңдалады. Топырақ мұнай өнімдерімен ластанған кезде ластағыштарды таратудың төменгі шекарасының түбіне дейін сынамалар алынады.

Ластағыш заттарды айқындау әдістері жалпы талаптары «МЕМСТ 17.4.0.03-85 Табиғатты қорғау. Топырақтар. Ластанған заттарды анықтау әдістеріне қойылатын жалпы талаптар» Мемлекеттік стандартына сәйкес жүзеге асырылады[7].

Пайдаланылған әдебиеттер

- 1 Экологический кодекс РК» от 9 января 2007 года №212 с изменениями и дополнениями;
- 2 Инструкции по проведению оценки воздействия намечаемой хозяйственной и иной деятельности на окружающую среду при разработки предплановой, плановой, предпроектной и проектной документации» от 28.06.2007 №204 с изменениями и дополнениями ;
- 3 СНиП РК А.2.2-1-2007 «Инструкция о порядке разработки, согласования, утверждения и составе проектно-сметной документации на строительство предприятий, зданий и сооружений», Астана, 2007;
- 4 Методика расчета нормативов выбросов от неорганизованных источников

Приложение №8 к Приказу Министра охраны окружающей среды и водных ресурсов Республики Казахстан от 12 июня 2014 года № 221-Ө;

5 ГОСТ 17.4.3.02-85 «Охрана природы. Почвы. Требования к охране плодородного слоя почвы при производстве земляных работ»;

6 Атымтаев Б.Б., Пентаев Т.П. Инженерлік геодезия. – Алматы, «Эверо» баспаханасы, 2005.

7 Минаев Г.А., Чучалин Ю.П., Шатько Н.И. Охрана труда на топографо-геодезических работах. – М.: Недра, 1973.

Сидяхметова Айдана Канатовна
студентка 4 курса специальности 5В050900 – Финансы,
Завьялова Елена Николаевна
ст. преподаватель кафедры финансов и банковского дела
Костанайский государственный университет им. А. Байтурсынова

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЗАЕМЩИКА

Аннотация

В статье рассматриваются различные методики оценки кредитоспособности заемщика, применяемые в казахстанской и зарубежной банковской практике.

Андатпа

Мақалада қазақстандық және отандық банктік тәжірибеде қолданылатын қарыз алушының несиеге қабілеттілігіне баға берудің әр түрлі әдістемесі қарастырылады.

Summary

The article discusses various methods of assessing the creditworthiness of the borrower, used in Kazakhstan and foreign banking practice.

Кредитные операции банка являются наиболее важными среди прочих как по доходности, так и по масштабности размещения средств. В процессе выполнения кредитных операций с целью получения дохода банки сталкиваются с кредитным риском, то есть риском невозврата заёмщиком суммы основного долга и неуплаты процентов, причитающихся кредитору. Поэтому кредитоспособность заемщика играет центральную роль в кредитных отношениях коммерческого банка. Разные авторы по-разному интерпретируют понятие кредитоспособность заемщика.

Например, Лаврушин О. И. под кредитоспособностью предприятия понимает способность заемщика полностью и в срок рассчитаться по своим долговым обязательствам (основному долгу и процентам) [1].

А.Г. Грязнова же в своем труде «Оценка стоимости предприятия» отмечает, что кредитоспособность – это наличие у заемщика предпосылок, возможностей получить кредит и вернуть его в срок [2].

Коробкова Г.Г. считает, что кредитоспособность заемщика рассматривается как способность заемщика полностью и в срок рассчитаться по своим долговым обязательствам». Автором делается уточнение, что «кредитоспособность заемщика прогнозирует способность к погашению долга на ближайшую перспективу. Оценка кредитоспособности крупных и средних предприятий основывается на фактических данных баланса, отчета и прибыли, кредитной заявке, информации об истории клиента и его менеджерах» [3].

Среди существующих в экономической литературе определений кредитоспособности заемщика наиболее удачным является определение, данное в

учебнике «Экономический анализ» под редакцией Л.Т. Гиляровской: «Кредитоспособность - это возможности экономических субъектов рыночной экономики своевременно и в полном объеме рассчитываться по своим обязательствам в связи с неизбежной необходимостью погашения кредита» [4].

Исходя из вышесказанного, кредитоспособность заемщика представляет собой правовое и финансово-хозяйственное положение заемщика, позволяющая оценить его способность в срок и в полном объеме погасить задолженность по ссуде или рассчитаться по своим обязательствам.

Казахстанская и мировая банковская практика дает возможность выделить некоторые критерии оценки кредитных рисков и кредитоспособности клиентов:

- характер клиента;
- финансовые возможности, способность зарабатывать достаточное количество средств для погашения долга;
- капитал;
- обеспечение кредита;
- способность заимствовать средства;
- условия, в которых будет совершаться кредитная операция;
- контроль.

В банковской деятельности Республики Казахстан используются следующие основные методы оценки кредитоспособности заемщика. Подробнее ознакомиться с ними вы можете на Рисунке 1.



Рисунок 1 - Методы оценки кредитоспособности заемщика

Наиболее распространённым является способ оценки кредитоспособности заемщиков на основе финансовых коэффициентов.

Выбор финансовых коэффициентов определяют особенностями клиентуры банка, кредитной политикой банка, также возможными причинами каких-либо финансовых затруднений. Можно выделить 5 основных категорий коэффициентов, на основе которых определяют кредитоспособность заемщика:

- 1) коэффициент ликвидности;
- 2) коэффициент оборачиваемости или эффективности;
- 3) коэффициент финансового левериджа;
- 4) коэффициент прибыльности;
- 5) коэффициент обслуживания долга.

Еще одним эффективным методом оценки кредитоспособности заемщика является анализ денежного потока (*cash flow*).

Поскольку погашение задолженности осуществляется денежными средствами, то размер денежных средств, которыми распоряжается заемщик имеет большое значение для банка. Именно анализ денежного потока позволяет ответить на вопрос о достаточности денежных средств на предприятии.

При оценке величины денежного потока сопоставляются приток и отток денежных средств заемщика за период, соответствующий периоду кредитования. На основе полученных данных может быть смоделирован денежный поток на планируемый период. В качестве источников информации могут выступать:

- бухгалтерская отчетность;
- банковские выписки по счетам заемщика;
- информация оперативного учета заемщика.

Метод оценки кредитоспособности заемщика через анализ денежного потока особое распространение получил в США. Там даже Комиссия по ценным бумагам и биржам требует предоставления отчета о прибылях и убытках за последний три года, поквартально.

Рейтинговые методы являются эффективным инструментом сравнения финансового состояния предприятий. Все сводится к единому показателю, который именуется рейтингом субъекта хозяйствования. С целью определения кредитоспособности клиента необходимо установить критериальный уровень оценочных показателей и их классность (рейтинг). Банк, исходя из класса кредитоспособности заемщика, определяет условия предоставления кредита

Рейтинговый анализ показывает, насколько рационально предприятия обходятся с имеющимися в их распоряжении средствами, целесообразно ли заключение с ними кредитных сделок. Разработанная методика рейтингового анализа предприятий по степени кредитоспособности включает следующие этапы:

- выбор системы рейтинговых показателей для оценки кредитоспособности;
- определение приоритетов, т.е. установление значимости рейтинговых показателей;
- определение количественных значений уровней показателей: нормативных (эталонных), минимальных, максимальных;
- разработка балльной оценки рейтинговых показателей.

В современной банковской практике Республики Казахстан, согласно постановления Правления Национального Банка РК от 08.08.2016 № 183 существуют рейтинговые агентства, позволяющие дать независимую рейтинговую оценку кредитоспособности заемщика:

- 1) Moody's Investors Service;
- 2) Standard & Poor's;
- 3) Fitch;
- 4) Акционерное общество «Рейтинговое агентство Регионального финансового центра города Алматы»;
- 5) Товарищество с ограниченной ответственностью «Рейтинговое агентство «Эксперт РА Казахстан»;
- 6) Товарищество с ограниченной ответственностью «Рейтинговое агентство «KZ-rating» («Рейтинговое агентство «КЗ-рейтинг») [5].

В современной банковской практике Республики Казахстан недостаточно развито применение рейтингового метода оценки кредитоспособности заемщика, что нельзя сказать о мировой банковской практике, в которой используется широкий выбор методов, позволяющих существенно снизить риск невозврата ссуды и процентов по ней.

Например, немецкие специалисты центральное место в системе оценке кредитоспособности уделяют анализу данных годового баланса клиента. Кредиторов интересует два вида информации о заемщике:

Во-первых, каковы могут быть условия уплаты должником процентов и платежей в счет погашения кредита в течение его срока.

Во-вторых, кредиторы стремятся как можно раньше распознать негативные тенденции в деятельности предприятия, с тем, чтобы иметь возможность заблаговременно принять контрмеры.

В Германии была разработана комплексная электронная сопровождающая программа «KONDAN». Использование данной системы обеспечивает преимущества, которые представлены на Рисунке 2.

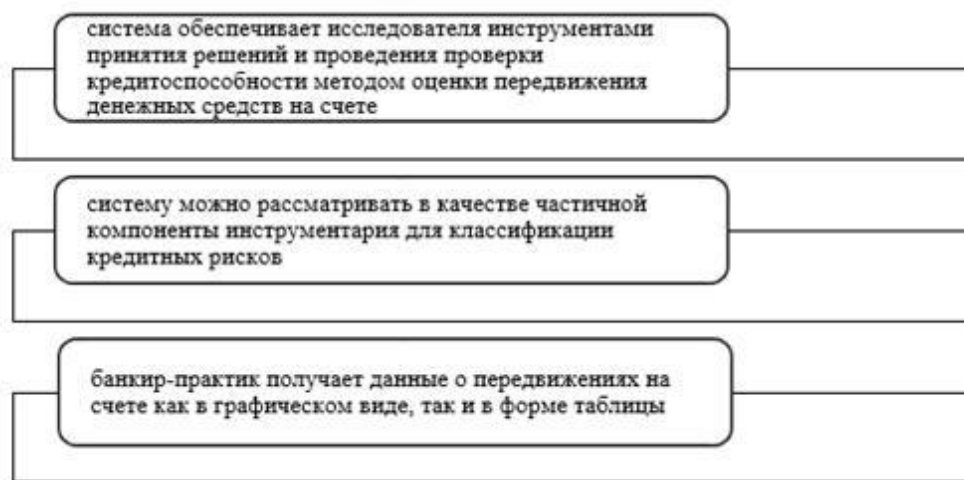


Рисунок 2 - Три преимущества программы «KONDAN»

В практике банков США применяется метод «Правила пяти «С». В Таблице 1 представлено значение составляющих данного метода.

Таблица 1- Метод оценки кредитоспособности США «Правила пяти С»

№	Значение	Характеристика
1С	customer	покупатель - заемщик, его характеристика, репутация
2С	capacity to pay	платежеспособность
3С	collateral	обеспечение, залог
4С	capital	капитал
5С	current business conditions and good	текущее состояние и перспективы в будущем

Однако не все названные показатели могут быть выражены в цифровых величинах. Значит, и здесь возникают проблемы надежности аргументации в пользу того или иного вывода.

В практике банков Англии основным является термин «PARTS», включающий в себя: P - purpose - назначение, цель; A - amount - сумма; R - repayment - оплата, погашение; T - term - срок; S - security - залог.

Оценка кредитоспособности клиентов французскими коммерческими банками включает три блока:

- 1) оценка предприятия и анализ его баланса, а также другой отчетности;
- 2) оценка кредитоспособности клиентов на основе методик, принятых отдельными коммерческими банками;
- 3) использование для оценки кредитоспособности данных картотеки Банка Франции.

Таким образом, для более точной оценки кредитоспособности заемщика нужно оценивать не только его доходность, но и его положение на рынке, вид деятельности, конкурентоспособность (для юридических лиц), личные свойства, квалификация, физическое состояние (для физических лиц). При этом нужно применять комплексную методику оценки кредитоспособности, включающую несколько разносторонних методов.

Банки зарубежных стран всесторонне рассматривают возможности заемщика

рассчитываться по своим обязательствам с банком, что позволяет снижать риск банковских потерь. Для развития оценки кредитоспособности заемщика нужно перенимать опыт зарубежных государств, однако необходимо учитывать, что не все методы, применимы в банковской практике Республики Казахстан.

Список литературы

1. Лаврушин О.И., Валенцева Н.И. Банковские риски: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2013. - 132 с.
2. Грязнова А.Г., Оценка стоимости предприятия (бизнеса) М.: ИНТЕРРЕКЛАМА, 2013. 144 с.
3. Коробкова Г.Г., Банковское дело. М.: Экономист, 2015. 21 с.
4. Гиляровская Л.Т., Экономический анализ. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. 315 с.
5. Постановлением Правления Национального Банка РК от 08.08.2016 № 183.

Скляр Сергей Александрович
Студент ЗГИА, кафедра МОУП, Украина.

СИНЕРГЕТИЧЕСКАЯ МЕТОДОЛОГИЯ АДМИНИСТРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Закон синергии - это общий закон организации. Этимологически «Синергия» происходит от греческого слова «synergeia», что означает содружество, совместные действия. Формулировка закона синергии по мнению В. Г. Воронковой сводится к тому, что этот закон означает совокупность элементов, которые образуют организованную систему, если ее потенциал больше суммы потенциалов элементов, которые в нее входят отдельно. Под потенциалом в общем случае понимается наличие возможностей (качеств, энергии, других ресурсов), позволяющие сделать что-нибудь и выполнять определенную работу. Так, потенциал индивида характеризуется его интеллектуальными способностями, физической силой, типом личности; потенциал хозяйственной организации может характеризоваться производственной мощностью, годовыми коммерческими изменениями, объему продаж и тому подобное. [1]

Содержание закона синергии сводится к тому, что свойства целого (единого, монолитного) не сводятся к сумме свойств его частей; целое больше суммы своих частей [2].

Обратное же соотношение, то есть когда целое меньше суммы своих частей, вероятно только для дезорганизованной системы. В результате действия закона синергии проявляется синергетический эффект, обусловленный появлением нового качества, становится достоинством целого. Порой не любое объединение усилий, умений и ресурсов, когда речь идет об организации искусственных систем, автоматически создает эту синергетическую действие. Непонимание механизма синергетического взаимодействия не позволяет понимать и объяснять поведение даже относительно простых систем. Дело не только в том, что сочетается, но существенно то, как сочетается, которые побудительные силы этому способствуют. Главное здесь - связи, которые устанавливаются между частями, так как именно от них устанавливается прочность сочетание частей. И, напротив, слабость связей приводит к разрыву коммуникации и распада организации как целостного образования. Эффект синергии возникает благодаря появлению источников, возникающих после интеграции частей, под которыми понимается влияние обуславливающих факторов. В конкретных условиях системы той или иной природы или вида состав этих факторов, а, следовательно, и конкретный механизм влияния на производительность функционирования могут быть разными. К общим или типичным источникам синергии следует отнести:

1) концентрацию несогласованных ресурсов в одном месте, массивное использование которых сразу позволяет системно решать большие задачи и получать более масштабные результаты по сравнению с их использованием на нужды локальных мероприятий;

2) упорядочение связей, повышение степени сочетания элементов или координации действий частей, при которых их усилия согласуются и направляются в сторону необходимого результата;

3) активизацию действий одной части самым фактом присутствия другой части, которая выступает как бы катализатором, так что, чем больше частей, участников, тем выше фоновое значение активности, энергетический потенциал поля взаимодействия;

4) функциональную специализацию частей, включая и профессиональное и специальное разделение труда и такие ее выгоды, как высокое качество продукции и услуг, а также другие преимущества, которые проявляются с увеличением размеров организации;

5) возможность взаимодействия частей особенно важно в экстремальных условиях.[1]

Синергетика формирует новую матрицу видения систем различной природы как сложноорганизованных объектов и рассматривает движущие силы, механизмы и закономерности эволюционных процессов. Ее основу составляет явление самоорганизации, которое заключается в формировании упорядоченных макроскопических структур путем коллективного взаимодействия микроскопических элементов при отсутствии упорядоченного влияния извне. При этом синергетическая картина мира представляет собой сложную иерархию открытых, неравновесных самоорганизующихся, находящихся на разных стадиях переходов порядка и хаоса и подчиняются универсальным законам эволюции.

Категории синергетики, ее ключевые идеи и принципы постепенно проникают в разные направления и уровни экономических исследований. Много научных трудов последних лет «украшены» синергетической фразеологией и содержат синергетический анализ. Изучение и систематизация этих различных публикаций позволяет выделить несколько уровней использования синергетического подхода в экономических исследованиях микроуровня.

Первый уровень - это поиск и оценка синергетических эффектов, которые возникают при взаимодействии нескольких факторов, согласованных действиях или совместной деятельности в отдельных сферах и подсистемах предприятия (производственной, маркетинговой, логистической, социально-трудовых, инвестиционной и т.д.). Это достаточно простой и полезный подход, который обычно реализуется в обосновании рекомендаций по их количественной оценке. Второй уровень - использование синергетических идей в анализе и при перестройке структурно-функциональных составляющих, взаимодействия различных иерархических уровней и подсистем предприятия. Эти исследования развивают идеи системного подхода и направлены на совершенствование организационных структур, коммуникационных связей, форм и методов управления и других элементов системы менеджмента предприятия. Большинство таких рекомендаций носят качественный (описательный) характер и указывают лишь на вектор трансформаций для создания потенциальных кооперативных эффектов. Третий уровень - синергетика рассматривается как мировоззренческая и философская концепция современности, которая опирается на методологические достижения естественных наук; исследуются возможности и особенности их применения для повышения эффективности управления производственно-экономическими системами. Понятно, что этот уровень имеет наибольший методологический потенциал, который может быть реализован по нескольким направлениям. Автор последовательно обосновывает свой вариант такой реализации [3-7 и др.] И представляет его как концепцию синергетического

менеджмента предприятий. Среди широкого круга обработанных по теме литературных источников следует выделить три направления, которые непосредственно и составили теоретико-методологическую основу данного исследования. Во-первых, это концептуальные работы, посвященные развитию научных основ самоорганизации экономических систем, прежде всего исследования Р.Ф. Абдеева, В.И. Ляшенко, Л. Мельника, Д.К. Чистилина [8-15]. Во-вторых, ряд научных работ различного формата, авторы которых исследуют сущность и соотношение категорий «организация» и «самоорганизация», особенности применения процессов самоорганизации в управлении предприятиями [16-23]. И в-третьих, при характеристике взаимодействия отдельных элементов и подсистем в процессах функционирования и развития систем любой природы ключевую роль играет феномен синергизма, или синергии. Его сущность, а также закон синергии уже стали традиционными вопросами современной учебной литературы по теории организации и профессиональных энциклопедических изданий [23, с. 176-182; 24, с. 97-107; 25, с. 310-311; 26, с. 597-598]. Как важное направление развития идей известного ученого И. Ансоффа [27], который первым среди экономистов привлек внимание к концепции синергизма, можно рассматривать многочисленные исследования различных видов и форм проявления этого явления на микроэкономическом уровне [28-30 и др.]. Следовательно, можно утверждать, что в последнее время методологические ресурсы синергетики активно привлекаются к разработке отдельных научно-практических подходов к совершенствованию и развитию систем управления предприятиями. Но задача более высокого, интегрального, порядка заключается в создании целостной концепции синергетического управления, которая развивала и обогащала классическую теорию менеджмента системно-синергетической платформе.

В широком смысле синергетический менеджмент, или концепция организованной синергии в управлении предприятиями, - это система научно обоснованных представлений о закономерностях развития предприятий как сложных открытых нелинейных неравновесных производственно-экономических систем путем формирования и функционирования механизмов их внутренней самоорганизации. В узком смысле синергетический менеджмент рассматривает условия и факторы организации положительного синергетического взаимодействия отдельных элементов.

Реализация источников синергетического эффекта или, учета требований закона в практической деятельности расценивается как существенные предпосылки успешного функционирования крупных хозяйственных организаций. Крупные фирмы уже давно поняли это и беспокоятся о том, чтобы получить эффект от взаимного дополнения подразделений и служб, применяя партисипативный стиль управления, используя общие ресурсы, осваивая новые продукты, в целом должно создавать синергетический эффект как на стадии исследования, так и на стадии производства.

Литература

1. В. Г. Воронкова М. Ю. Максименюк АДМІНІСТРАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ Навчально-методичний посібник ЗДІА Запоріжжя 2016
2. Богданов А.А. Всеобщая организационная наука (тектология): в 3-х т / А.А.Богданов. – М.: Экономика, 1989. – Т.1. – 304 с.
3. Шевцова Г.З. Рівні розвитку та особливості синергетичного менеджменту підприємств / Г.З. Шевцова // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. – 2007. – № 5 (111). – Ч. 2. – С. 221-228.
4. Шевцова Г.З. Синергетичні ефекти в економіці й управлінні підприємствами: сутність, класифікація, оцінка / Г.З. Шевцова // Экономические проблемы и перспективы стабилизации экономики Украины: сб. науч. тр. / НАН Украины, Ин-т экономики промсти; редкол.: Землянкин А.И. (отв. ред.) и др. – Донецк, 2007. – С. 40-57.
5. Шевцова Г.З. Принципи організації синергетичного менеджменту підприємств / Г.З. Шевцова // Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. Спец. вип. Економіка

підприємства: теорія і практика. – Ч. II. – К.: КНЕУ, 2008. – С. 681-690.

6. Шевцова Г.З. Концептуально-методологічні основи синергетичного менеджменту підприємств. Модель цілеполагання / Г.З. Шевцова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 3. – Т. 1. – С. 159-166.

7. Шевцова А.З. Современные подходы к управлению персоналом: от организации к самоорганизации / А.З. Шевцова, Е.А. Хандий // Организатор производства. – 2003. – № 2 (17). – С. 28-31.

8. Абдеев Р.Ф. Философия информационной цивилизации / Р.Ф. Абдеев. – М.: ВЛАДОС, 1994. – 336 с.

9. Ляшенко В.І. Регулювання розвитку економічних систем: теорія, режими, інститути: моногр. / В.І. Ляшенко. – Донецьк: ДонНТУ, 2006. – 668 с.

10. Мельник Л.Г. Методология развития: моногр. / Л.Г. Мельник. – Сумы: Универ. кн., 2005. – 602

11 Мельник Л.Г. Основы саморазвития систем / Л.Г. Мельник // Механізм регулювання економіки. – 2010. – № 1. – С. 16-22.

12. Мельник Л.Г. Научные основы самоорганизации экономических систем. Ч. 1 / Л.Г. Мельник // Механізм регулювання економіки. – 2010. – № 3. – Т. 1. – С. 12-26.

13. Мельник Л.Г. Научные основы самоорганизации экономических систем. Ч. 2 / Л.Г. Мельник // Механізм регулювання економіки. – 2010. – № 4. – С. 15-23.

14. Чистілін Д.К. Самоорганізація як інституціональний механізм розвитку соціально-економічних систем: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.01 / Д.К. Чистілін; Держ. установа «Ін-т економіки та прогнозування НАН України». – К., 2007. – 20 с.

15. Чистилин Д.К. Самоорганизация мировой экономики: Евразийский аспект: моногр. / Д.К. Чистилин. – М.: Экономика, 2004. – 237 с.

16. Сивова С. Нуждается ли самоорганизация в управленческом обеспечении? / С. Сивова // Проблемы теории и практики управления. – 1997. – № 3. – С. 82-86.

17. Тренев Н.Н. Методология стратегического управления предприятием на основе самоорганизации: автореф. дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.13 / Н.Н. Тренев; ЦЭМИ РАН. – М., 2001. – 32 с.

18. Бык Ф.Л. Механизмы развития и управление им / Ф.Л. Бык, В.Г. Китушин // Менеджмент в России и за рубежом. – 2008. – № 4. – С. 3-9.

19. Хандій О.О. Управління персоналом підприємства: концептуальне визначення та механізми розвитку: моногр. / О.О. Хандій. – Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2010. – 240 с.

20. Ліхоносова Г.С. Самоорганізація в системі організації підприємства / Г.С. Ліхоносова // Часопис економічних реформ. – 2011. – № 3. – С. 103-110.

21. Самоорганізація підприємств: тенденції соціалізації економіки: моногр. / Т.В. Калінеску, Г.С. Ліхоносова, Г.О. Надьон, С.П. Кілінкаров. – Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2012. – 396 с.

22. Пугачева Е. Синергетическое управление / Е. Пугачева, К. Соловьевко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/management/strategy/synergetics.shtml>.

23. Акимова Т.А. Теория организации: учебник / Т.А. Акимова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 367 с.

24. Смирнов Э.А. Теория организации: учеб. пособие / Э.А. Смирнов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 248

25. Економічний енциклопедичний словник: У 2 т. / ред. С.В. Мочерний. – Львів: Світ, Т. 2. – 2006. – 568 с.

26. Управление организацией: Энциклопедический словарь. – М.: ИНФРАМ, 2001. – 822 с.

27. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб: Питер, 1999. – 416 с.

28. Кемпбелл Э. Стратегический синергизм / Э. Кемпбелл, К. Саммерс Лачс; пер. с англ. – 2-е изд. – СПб: Питер, 2004. – 416 с.

29. Хитра О.В. Синергізм спільних підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.05.01 / О.В. Хитра; Терноп. акад. нар. госп-ва. – Тернопіль, 2001. – 20 с.

30. Гошовська О.В. Стратегічне управління підприємством на синергічних засадах: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.06.01 / О.В. Гошовська; Нац. ун-т «Львівська політехніка». – Львів, 2002. – 21 с.

Смандияр А. Ә.,
магистрант специальности 6M050700-Менеджмент,
Казахский университет экономики, финансов и
международной торговли

Понятие и сущность конкуренции

В условиях стремления каждой фирмы к максимизации прибыли и, следовательно, к расширению масштабов хозяйственной деятельности фирмы выступают по отношению друг к другу как конкуренты.

Под экономической конкуренцией понимается состязание экономических агентов на рынке за предпочтение потребителей в целях получения максимальной прибыли.

Этимологически слово «конкуренция» происходит от латинского «CONCURRENTIA» – столкновение, состязание. Понятие конкуренция имеет три трактовки: поведенческую, структурную и функциональную. Изначально в экономической литературе установилась и совершенствовалась поведенческая трактовка понятия.

По А. Смиуту это «честное, без сговора соперничество продавцов за выгодные условия продажи путем изменения цен». Этой трактовке соответствует термин «rivalry» (соперничество). По Марксу это «борьба производителей за выгодные условия производства и сбыта товара». Неоклассический вариант трактовки – это «борьба за редкие экономические блага, за деньги потребителя; это стремление лучше удовлетворить критериям доступа к редким благам». М. Портер также проводил поведенческую трактовку.

Структурная трактовка конкуренции появилась позднее. Этой трактовке соответствует термин – «competition» (конкуренция). Трактовка подразумевает анализ структуры рынка, условий господствующих на нем. Так, Ф. Найт определяет конкуренцию, как ситуацию множества независимых конкурентных единиц (субъектов экономики). Макконел и Брю определяют «конкуренцию как наличие на рынке множества покупателей и продавцов, свободу входа и выхода с рынка». Здесь в центре внимания не соперничество фирм в установлении цен, а установление факта принципиальной возможности влияния фирмы на цены рынка. Если влияние не возможно – то это рынок совершенной конкуренции; иначе – рынок несовершенной конкуренции, с элементами монополизма.

Функциональная трактовка конкуренции описывает ее роль в экономике. По Шумпетеру это «соперничество старого с новым». По Хайеку – это «процедура открытия», например, верной линии поведения на рынке в условиях неполной информации.

Итак, в поведенческой трактовке интересуют методы конкурентной борьбы, принципы выбора стратегии поведения фирмы; в структурной трактовке интересует степень монополизации (или открытости) рынка; в функциональной трактовке рассматривают роль конкуренции в экономике.

Все трактовки имеют право на существование, дополняют друг друга, являются взглядами с разных позиций на одно явление[1].

Понятие «конкуренция» трактуется экономистами по-разному.

В литературе, посвященной проблемам конкуренции, существует три подхода к ее определению.

Первый подход характеризует конкуренцию как соперничество за достижение относительно лучших условий существования, функционирования и развития фирм. Соперничество за относительно лучшие условия существования имеет постоянный характер, поскольку такие условия существования не могут достаться одновременно всем или хотя бы многим: [2; 4; 5; 6;11].

Второй подход основывается на современной теории понимания рынка и рассматривает конкуренцию как критерий, определяющий тип отраслевого рынка: [3; 7; 8].

Третий подход рассматривает конкуренцию как элемент рыночного механизма уравнивания спроса и предложения. Экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы между выступающими на рынке предприятиями в целях обеспечения лучших возможностей сбыта своей продукции, удовлетворения различных потребностей покупателей и получения наибольшей прибыли: [9; 12; 13;14].

Конкуренция зависит от множества факторов: соперничество усиливается от увеличения числа конкурентов, от медленного роста спроса, от применения новых методов конкуренции и т.д.

Конкуренция играет основополагающее значение для эволюционного развития рыночной экономики. Ее влияние можно рассмотреть при анализе функций конкуренции:

- Сопоставительная: конкуренция является универсальным инструментом сравнения эффективности затрат различных фирм по производству одного и того же товара. Фирмы, у которых индивидуальные издержки больше рыночных цен, становятся банкротами, у которых издержки меньше рыночных цен, получают прибыль. Если издержки равны цене, возмещают только затраты ресурсов, поэтому им нужно искать новые технологии

- Функция регулирования: чтобы устоять в конкурентной борьбе, производитель должен предлагать товары, предпочитаемые потребителем. Т.е., ресурсы направляются под влиянием цен в те отрасли, где в них наибольшая потребность.

- Функция мотивации: фирмы, которые предлагают лучшую по качеству продукцию или с меньшими издержками, получают прибыль; фирмы, не способные обеспечить высокое качество и низкий уровень издержек, терпят убытки и уходят с рынка.

- Функция контроля: конкуренция ограничивает и контролирует экономическую силу каждой фирмы. Потребитель может выбирать среди разных продавцов. Чем совершеннее конкуренция, тем справедливее цена.

- Инновационная: чтобы победить в конкурентной борьбе, необходимо осуществлять инновации, что позволяет создать более качественные и разнообразные товары.

- Оптимизационная: конкуренция обеспечивает реализацию интересов потребителя (получение максимума полезности) и производителя (максимизация прибыли), т.е. на рынке формируется состояние социального оптимума.

Анализируя роль конкуренции, необходимо учитывать и ее негативную роль:

- конкуренция способствует усилению стихийности в рыночной экономике и нестабильности

- в результате конкуренции эффективные фирмы увеличивают свое влияние в отрасли на основе концентрации и централизации ресурсов и создания на этой основе монополии

Роль конкуренции в современной рыночной экономике становится еще значительнее из-за тенденции к повышению доли малых и средних фирм (их доля в развитых странах – 70-80%), антимонопольной политики правительства.

Список литературы:

1. [Хесус Узрта де Сото ; пер, с англ. Б. С. Нинекера под ред, А. В. Куряева.. Австрийская экономическая школа: рынок и предпринимательское творчество, Хесус Узрта де Сото ; пер, с англ. Б. С. Нинекера под ред, А. В. Куряева. — Челябинск: Социум,2007. — 202 с.. 2007](#)
2. Амбарцумов А. А., Стерликов Ф. Ф. 1000 терминов рыночной экономики. М.: КРОНпресс, 1993. 300 с.
3. Завьялов П. С., Демидов В. Е. Формула успеха: маркетинг. М.: Международные отношения, 1991. 250 с.
4. Коробова Г. Г. Банковское дело. М.: Экономистъ, 2006. 766 с.
5. Коротков А., Третьяков Н. Некоторые методологические аспекты конкурентного анализа. // Маркетинг. 2007. № 1 (92). С. 48-54.
6. Носова Н. С. Конкурентная стратегия компании или маркетинговые методы конкурентной борьбы. М: Изд. Дашков и К, 2009. 256 с.
7. Маркетинг. / Под ред. А. Н. Романова. М.: Банки и биржи, 1996. 340 с.
8. Маркетинг товаров и услуг. / Под ред. Лыгина Н. И., Ляпина И. Р. М.: Форум; Инфра - М, 2005. 239 с.
10. Мурашкин Н. В., Тюкина О. Н., Сенник Н. М. Псков, 2000. 361 с.
11. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества. М.: Международные отношения, 1993. 895 с.
12. Рубин Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции. М.: Маркет ДС, 2010. 604 с.
13. Хайек Ф. А. Индивидуализм и экономический порядок. М.: Изограф, 2000. 532 с.
14. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика: М: Гном и Д, 2001. 304 с.
15. Хисамутдинов И.А. (ред.) Основы экономики и теории рынка Учебное пособие. - Уфа: Изд-во УГНТУ, 2008. - 734с.

Резюме

В статье рассматриваются и систематизируются различные подходы ученых к экономическому содержанию понятия «конкуренция»

Түйін

Мақалада "бәсекелестік" ұғымының экономикалық мазмұнына ғалымдардың түрлі тәсілдері қарастырылады және жүйеленеді.

Summary

The article discusses and systematizes the various approaches of scientists to the economic content of the concept of "competition"

Стамкулова М.У.
Южно-Казахстанский государственный университет им. М. Ауезова
кандидат экономических наук, ст.преподаватель
Стамкулова К.У.
АО Университет Нархоз
профессор, доктор экономических наук

ЭКОЛОГИЧЕСКИ УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА КАЗАХСТАНА

Аграрный сектор в силу своей специфики в условиях рынка не может на равных участвовать в межотраслевой конкуренции. Сельское хозяйство, будучи зависимое от природных факторов и имеющее ярко выраженный сезонный, циклический характер воспроизводства, является отраслью, более отсталой в технологическом плане по сравнению с промышленностью, и дает меньшую отдачу на вложенный капитал.

Однако АПК Казахстана в последние годы показывает достаточно положительные результаты. Объем валовой продукции сельского хозяйства за 2016 год составил 3,6 трлн. тенге с ростом 5,5%. При этом рост производства впервые за последние 10 лет обеспечен всеми областями республики. Инвестиции в основной капитал сельского хозяйства увеличились в 1,5 раза с 164 до 253 млрд. тенге. Экспорт продукции достиг 2,1 млрд. долларов США, увеличившись по сравнению с 2015 годом на 5%. При этом экспорт зерна вырос на 28%, составив 8,8 млн. тонн. В животноводстве рост производства мяса составил 3,2 %, молока — 3,1 %.

Численность поголовья животных и птицы возросла в среднем на 2,8%.

В 2016 году также проведены все необходимые расчеты по эффективному использованию земельных ресурсов. В результате, в рамках Госпрограммы предусмотрено 32,8 млрд. тенге на 2017-2021 годы, в том числе на: проведение почвенных, геоботанических обследований; определение бонитета почв; создание электронных земельно-кадастровых карт [1].

Главный недостаток в размещении и планировании аграрного сектора экономики республики – это принятие решений, определяющих основные направления развития, без прогноза их экологических последствий, без учета способности окружающей природной среды сохранять стабильность экосистем в целом. В стране всегда распахивали земель больше, чем это было можно по экологическим ограничениям, фактическая нагрузка скота на пастбище повсеместно превышала нормативную нагрузку.

Анализ данных земельного учета показывает, что в распределении площадей по категориям земель ежегодно происходят различные изменения. Информация о распределении земельного фонда за 2017 и 2000 годы, приведена в таблице 1. В целом территория Республики Казахстан составляет 272,49 млн. га (таблица 1).

Таблица 1– Распределение земельного фонда по категориям земель с 2000-2017 гг., тыс. га

Наименование категорий земель	2000	2016	2017	Изм.(+, -) 2017г. к 2000г.
Земли сельскохозяйственного назначения	93080	102600,9	104050,6	+10970,6
Земли населенных пунктов, поселков и сельских населенных пунктов	20200	23725,8	23805,6	+3605,6
Земли промышленности, транспорта, обороны и иного несельскохозяйственного назначения	1348,0	2875,4	2877,2	+1529,2

Земли особо охраняемых природных территорий, земли оздоров., рекреационные и историческо-культурного назначения	1250	6724,6	7134,3	+5884,3
Земли лесного фонда	22220	22876,4	22880,8	+660
Земли водного фонда	3570	4128,5	4140,0	+570
Земли запаса	118700	98368,2	97037,3	-22662,7
Итого земель	268930	261299,8	261925,8	-7004,2
в том числе земли, используемые на территории других государств и земли, используемые др. государствами	3560,2	11190,4	10564,4	+7004,2
Территория республики	272490,2	272490,2	272490,2	-
<i>Примечание - источник [1]</i>				

По данным выполняемой РГП «ГосНПЦзем» НИР, в Казахстане около 180 млн.га территории подвержены процессам опустынивания, что связано со спецификой географического расположения страны и климатических условий, так и с воздействием антропогенных факторов. Общий объем экономических потерь в результате опустынивания в Казахстане оценивается в 93 млрд. тг. [2].

В ходе строительства промышленных объектов, линейных сооружений, при разработке месторождений ископаемых и их эксплуатации, проведении геологоразведочных работ происходит техногенное нарушение земель. На начало 2005г. Общая площадь нарушенных земель составляла 170,6 тыс.га, из них подлежащих рекультивации всего 51,2 тыс.га. Для получения полных и объективных данных по загрязнению земель, ликвидации загрязнений необходимо проведение детальных эколого-геохимических исследований на всей территории РК.

Для Казахстана, значительная часть территории которого занята песками и засоленными землями (около 34 млн.га) проблема опустынивания чрезвычайно актуальна. Наибольшей деградации подвергались пастбища, прилегающие к сельским населенным пунктам и колодцам. Из 188,9 млн.га пастбищ страны крайняя степень деградации наблюдается на 26,6 млн.га, что свидетельствует о сильном и очень сильном опустынивании. Общая площадь опустынивания равнинных территории составила около 60%, в горах и мелкосопочнике – 30-40% [3].

Последствия опустынивания 5,0 млн. га сенокосов, проявляются в сокращении и площадей, засорения ядовитыми растениями, закустаривании. На пахотных угодьях отмечаются потери гумуса. По предварительным данным, из общей площади неорошаемой пашни, опустынено за счет дегумификации в слабой степени – 4,5 млн. га, в умеренной – 5,2 млн. га, в сильной степени – 1,5 млн. га. На орошаемых землях на долю дегумифицированных приходится 0,7 млн. га. В наибольшей степени процессы опустынивания проявляются в регионах с неблагоприятной экологической обстановкой – Приаралье, Прикаспийский регион и Прибалхашье.

Засоление орошаемых земель вызывает рост площадей солончаковых пустынь в бессточных бассейнах и вторичное засоление орошаемых земель. Доля засоленных почв составляет 31,3% от площади всей орошаемой пашни.

Из числящихся в республике 182,4 млн. га пастбищ 4,8 млн. га составляют улучшенные. Одним из основных признаков деградации пастбищ, является убитость пастбищ, проявляющаяся в замене ценных видов растений на сорные и не поедаемые, уменьшении урожайности, ограничении сезонов использования. Площадь убитости пастбищ достигла 26,6 млн. га. Наибольшие площади сбитых пастбищ находятся в Атырауской (4,2 млн. га), Актюбинской (3,9 млн. га), Алматинской (3,0 млн. га) областях, что обусловлено круглогодичным бессистемным выпасом скота в этих регионах.

В пустынной зоне западных регионов РК отмечается техногенная патология кормовых угодий в результате разработок нефтяных месторождений, прокладки транспортных магистралей. Процесс деградации пастбищ здесь приобретает характер

опустынивания. Прослеживается снижение уровня урожайности с 3,5-2,5 ц/га до 2,5-1,5 ц/га сухой массы.

Загрязнения земель происходит на территории космодрома и полигонов, а также в районах падения отделяющихся частей космических ракет и на протяжении трасс полета ракет (в Карагандинской, Акмолинской, Павлодарской и ВКО областях), общая площадь загрязнения 9,6 млн. га.

В результате работы горного производства образовалось 22 млрд. т. отвалов, свыше 1,0 млрд. тонн отходов обогащения руд и добычи полезных ископаемых, 105 млн. тонн деятельности металлургических предприятий. Предприятиями осуществляющими добычу углей, черных металлов, фосфоритов накоплены значительные отвалы отходов горного и перерабатывающего производства.

В ВКО земли загрязняются соединениями меди, цинка, кадмия, свинца, мышьяка. Токсичные отходы размещены на полигонах, не отвечающим санитарно-экологическим требованиям. Аномалии свинца охватывают территорию Шемонаихинского, Глубоковского и Зырянковского районов. По данным мониторинга, проводимого РГП «Казгидромет» в г. Усть-Каменогорске повышенное загрязнение наблюдалось в районе ОАО «ЖазЦинк», в 1 км от промплощадки концентрация составила 2,4 ПДК, свинца-2,8 ПДК, кадмия-1,6 ПДК.

В Павлодарской области источниками загрязнения являются предприятиями машиностроения, химической, угледобывающей и нефтеперерабатывающей промышленности, Экибастузская ГРЭС. В результате постоянного увеличения объемов накапливаемых отходов из-за необустроенности мест их складирования и захоронение происходит миграция загрязняющих веществ в окружающую среду. В г. Павлодар загрязнение почв медью составило 8 ПДК, кадмием и свинцом-4 ПДК.

В Карагандинской области загрязнение земель связано с отходами угольной и горнодобывающей и металлургической промышленности. В области находится свыше 350 полигонов хранения промышленных и бытовых отходов. Сверхнормальные выбросы БГМК привели к загрязнению почв медью, цинком, кобальтом, кадмием и свинцом. В г. Караганде концентрации свинца составили 2,4 ПДК, хрома и магний-1,7 ПДК; в Жезказгане: меди, свинца, кадмия составили от 3 до 4,4 ПДК; в г.Темиртау концентрация свинца составила 2,6 ПДК, меди-1,4 ПДК и хрома-1,8 ПДК в г.Бахаше на территории БГМК: концентрация кадмия равнялась 57,6 ПДК, меди-9,4 ПДК, свинца-28,1 ПДК.

В Кызылординской области основным источником загрязнения является предприятия нефтегазодобычи, вызывающие загрязнение земель тяжелыми металлами и нефтепродуктами. Кроме нефтедобычи, отраслями промышленности, вызывающими загрязнение земель, являются добыча цветных металлов и естественных радиоактивных руд. В 2005 г, по данным ТУООС в области образовалось 7,7 тысяче промышленных токсичных отходов.

Техногенно-загрязненные земли Костанайской области распространены в промышленных зонах городов, в регионах добычи и переработки полезных ископаемых. Остро стоит вопрос с загрязнением окружающей среды золоотвалами Троицки ГРЭС и хвостохранилищами Соколовско-Сарбайского горно-обогатительного комбината.

В Западном Казахстане где производится добыча нефти, выявлено 267 участков радиоактивного загрязнения с мощностью излучения от 100 до 17000 мкр/час. Общая площадь участков радиоактивного загрязнения с мощностью излучения свинца 100 мкр/час составляет 650 га, а объем радиоактивных отходов 1,3 млн.м³. При разведке и эксплуатации месторождений углеводородов вокруг каждой буровой установки происходит уничтожение растительности на 70-80% в радиусе 600-800 м [4].

Эрозия почв является главным фактором снижения плодородия и сокращения продуктивности неорошаемого земледелия, она является главным фактором снижения плодородия и сокращения продуктивности неорошаемого земледелия, она отрицательно отражается на окружающей среде, наносит огромный ущерб экономике хозяйств. Потери

гумуса за последние 25-30 лет использования земель в сельскохозяйственном производстве Казахстана составили в среднем 20-25%. Анализ качественного состояния земель Республики показывает, что только 4,7% почв имеют высокое содержание гумуса, 23,9% - средние (от 4 до 6%), 46,5 % - низкое (2-4%), 24,9% - очень низкое содержание гумуса (до 2%).

Значительному росту объемов валовой сельскохозяйственной продукции способствует учет и использование регионального фактора. Концентрация средств производства на землях с высоким уровнем естественного плодородия позволяет получить гораздо большую отдачу по сравнению с отдачей в аграрных зонах с менее благоприятными природными условиями. Особое значение необходимо придать и экологической составляющей при размещении того или иного сельскохозяйственного производства. Аналогичный выигрыш может быть получен при сосредоточении производительных сил сельского хозяйства в регионах с высоким уровнем обеспеченности средствами транспорта, хранения и переработки.

Литература

1. Сводный аналитический отчет «О состоянии и использовании земель Республики Казахстан за 2017 год» <http://mgov.kz/wp-content/uploads/2018/avgust/25.08/kuzrotchet.pdf>
2. http://mgov.kz/wp-content/uploads/2017/02/obshie_svedeniya-23.02.17.docx Режим доступа: http://export.gov.kz/ru/page417metallurgicheskaya_otrasl_www.eport.gov.kz
3. Электронный ресурс]. – Режим доступа URL: <http://u/w/v.agroprom.kz/info/novosti-apk-kazakhstanu/urozhav-zemovih-v-kazakhstanesostav> (дата обращения: 01.2018).
4. Агентство РК по статистике: [Электронный ресурс]. – Режим доступа URL: stat.kz (дата обращения: 01.2018).

Резюме

В статье рассматривается современное состояние агропромышленного комплекса Казахстана. Проведен анализ экологических проблем устойчивого развития отрасли за последние несколько лет. Выявлены тренды перспективных возможностей развития сельского хозяйства на ближайшую перспективу.

Түйін

Мақалада Қазақстанның агроөнеркәсіп кешенінің қазіргі жағдайы жан-жақты сипатталған. Соңғы бірнеше жыл бойынша осы саладағы экологиялық тұрақты даму мәселелері бойынша талдау жасалынған. Ауыл шаруашылығы саласының болашақ дамуының перспективалық технологиялық мүмкіндіктерінің заманауи трендтері анықталған.

Summary

The article discusses the current state of the agro-industrial complex of Kazakhstan. The analysis of environmental problems of sustainable development of the agroindustry over the past few years. The trends of promising opportunities for the development of agriculture in the near future are identified.

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО КАЗАХСТАНА И КИТАЯ

С момента обретения Казахстаном независимости привлечение иностранных инвестиций рассматривалось как один из основных инструментов для вывода страны из экономического кризиса и развития эффективной рыночной экономики. С провозглашением независимости казахстанская экономика находилась на такой стадии экономического кризиса, когда снижение темпов роста перешло в абсолютное сокращение объемов производства. Это было в основном результатом потери сложившейся управляемости экономикой, отсутствия финансово-платежной дисциплины в стране. Дезинтеграция бывшей единой экономики СССР породила разрыв всей цепочки народного хозяйства. Распад устойчивых связей в коллапсе промышленности привел к падению, а в некоторых случаях к остановке и спаду производства. Как показывает, мировой опыт многих стран, приток иностранного капитала и государственное регулирование его использования положительно воздействуют на экономику. С помощью иностранных инвестиций можно улучшить деформированную производственную структуру экономики Казахстана, создать новые высокотехнологические производства, модернизировать основные фонды и технически перевооружить многие предприятия, активно задействовать имеющийся потенциал квалифицированных специалистов и рабочих, внедрить передовые достижения в области менеджмента и маркетинга.

Возникшая перед молодым государством необходимость выработки собственного внешнеполитического курса с особой актуальностью подчеркнули важность установления добрососедских отношений с Китаем. Это был период, когда Китай наращивал экономическую мощь, уверенно входил в элиту мировых держав. Налаживание дружественных отношений с Китаем является надежной гарантией безопасности для молодого государства. В связи с этим в качестве приоритета было определено продвижение политического диалога с Китаем, систематизация торгово-экономических контактов и создание необходимой договорно-правовой базы двусторонних отношений.

Отношения Казахстана с Китаем, вторым по величине соседом, занимают важное место во внешней политике Республики Казахстан. Они затрагивали обширный спектр вопросов в политической, экономической, торговой, этнической, пограничной и военной областях. Китайский фактор является постоянно действующим для внешней политики Казахстана [1, с. 171].

Дипломатичное развитие экономики Казахстана, поддержка со стороны официального Китая имеющихся инициатив РК создают предпосылки для их успешной реализации [2, с. 127].

Казахстан очень важен для энергетической безопасности Китая. Казахстан по своим запасам нефти, газа, угля и урана входит в число 10 крупнейших в мире стран, а также имеет стратегическое географическое положение для осуществления контроля потоков нефти и газа из Центральной Азии на Восток и Запад. Его географическая близость, безопасность транспортных маршрутов, а также отсутствие каких-либо враждебно настроенных конкурентов в регионе являются основными преимуществами казахстанского энергетического сектора для Китая. Китай уже начал активно инвестировать в нефтегазовую инфраструктуру Казахстана. Конечно, инвестиции Китая создают благоприятные возможности для Казахстана [3, с. 18].

Сотрудничество Китая с Казахстаном отражает рост значимости Китая во внешнеторговой и инвестиционной политике, промышленных и инфраструктурных проектах.

Казахстан является страной, обладающей богатыми природными ресурсами, с развивающейся добывающей промышленностью и экспортирующее сырье [4]. Роль казахстанских энергоресурсов для китайской экономики существенно возрастает. Поскольку Казахстан превращается в крупного поставщика энергоносителей, она получает роль в инвестиционных, энергетических и экономических отношениях [5, с. 85].

Китай всегда проявлял большую заинтересованность в стабильных поставках из Казахстана продукции металлургической промышленности, и все металлургические компании Казахстана имеют тесные контакты с Китаем, на который ориентирована большая часть их экспортных поставок. Данное направление сохраняет своего актуальность и в настоящее время. Однако, основная тенденция последних лет – приобретение Китаем активов в горнорудной промышленности Казахстана и создание на этой основе СП (совместное предприятие) с уже работающими в Казахстане компаниями.

В начале июня 2006 года китайская Yipu и «Казахмыс» подписали соглашение о совместной разработке крупного месторождения меди Актогай-Айдарлы. Ранее «Казахмыс» установил контакты с компанией GEMCO (GEMCO Cast Metal Technology – лидирующая в сфере литейного производства, предоставляющая услуги консалтинга и инжиниринга, и выступающая в роли генерального подрядчика), которая занимается разработкой прогрессивных технологий обогащения руд [5, с. 187].

С расширением экономического присутствия Китая в Казахстане выросли возможности доступа к китайским кредитам и инвестициям. Казахстан старается создать все условия для иностранных инвестиций, что является основой, одним из направлений взаимовыгодного экономического сотрудничества между странами.

Таким образом, привлечение иностранных инвестиций в экономику Казахстана выступает как объективно необходимый процесс, направленный на решение стратегических и тактических задач макроэкономического характера.

Китайские инвестиции частично компенсировали сокращение потока западных инвестиций и кредитов в Казахстан, начавшееся к мировому финансовому кризису 2008 года. Судя по динамике казахстанско-китайского сотрудничества, этот тренд будет продолжаться [3, с. 23].

Китайские инвестиции идут на развитие инфраструктуры в Казахстане и восстановление отечественного производства (строительство; горнодобывающая промышленность; финансовая деятельность; торговля, ремонт автомобилей и изделий домашнего пользования; производство и распределение электроэнергии, газа и воды) [5, с. 210].

30 декабря 2009 года Компания Казахмыс PLC объявила о достижении Соглашения с «ГБРК» ФНБ «Самрук-Казына» – о предоставлении кредитной линии в размере 2,7 млрд. долларов. Согласно кредитному соглашению, подписанному с ФНБ «Самрук-Казына», средства в размере 2,1 млрд. долл. были распределены на развитие медного проекта Бозшаколь и золотомедного проекта Бозымчак, 200 млн. долл. – для финансирования развития ряда действующих рудников Казахмыс PLC в Карагандинском регионе. Оставшиеся 400 млн. долл. будут распределены в течение трех лет. Проценты будут выплачиваться раз в полгода по ставке LIBOR (в долларах) + 4,8%. Каждый кредит предоставляется на срок от 12 до 15 лет с даты получения первого транша, амортизация начнет учитываться через 3 года после даты получения первого транша [5, с. 190].

Но в целом, кредиты и инвестиции Китая положительно влияют на развитие инфраструктуры, энергетической, транспортной, строительной отрасли, сектора торговли и услуг Казахстана, способствуя социально-экономическому благополучию населения [6, с. 289].

Таким образом, отношения между двумя странами ускоренно развиваются в

последнее десятилетие, как в экономике, так и политике. Двусторонние связи растут за счет интенсивного экономического присутствия Китая в Казахстане: импорта китайских товаров, инвестиций в энергетический сектор (разработка месторождений нефти, урана и другого сырья), предоставления торговых кредитов, экспорта нефти, урана, металлов. Китай стал вторым (12,0%) после ЕС (53,5%) экспортером Казахстана. Для сравнения, доля экспорта из Казахстана в страны Таможенного союза в два раза меньше – 10,7% [3, с. 69].

В сфере экономики приоритетным направлением выступает создание системы рыночных отношений и обмен опытом в реализации социально-экономических реформ. Место Казахстана в международном разделении труда в настоящее время определяется экспортом нефти, газа, металла и других товаров. Включение его в международную энергетическую и транспортную сеть и перспективы их развития повышает политический и экономический вес страны на международной арене. Казахстан, используя выгодную ценовую ситуацию, сложившуюся на мировых рынках углеводородного сырья, металла и некоторых других товаров, увеличив экспорт товаров сырьевой группы, существенно укрепил свою экономику. Энергетика является ключевым фактором, влияющим на внутреннюю и внешнюю стратегию развития каждого суверенного государства. В настоящее время интенсивная реализация сырья без глубокой ее переработки не в полной мере отвечает интересам национальной экономики.

Экономическое сотрудничество – основа казахстанско-китайских отношений всеобъемлющего стратегического партнерства. Китай – один из лидеров по объемам вложенных в нашу страну инвестиций и важнейший торгово-экономический партнер Казахстана. Обе страны проявляют заинтересованность в развитии индустриально-инновационного партнерства.

В современном мире, каждое государство при построении своей модели эффективной экономики основывается на исторических предпосылках и опыте других стран, учитывая свои реальные возможности и перспективы развития [7, с. 36].

Список литературы

1. Лаумулин М.Т. Центральная Азия в зарубежной политологии и мировой геополитике. Том V: ЦА в XXI столетии – Алматы: КИСИ при Президенте РК, 2009. – 440 с.
2. Казахстан и Китай: стратегическое партнерство в целях развития. Материалы международной конференции / Под ред. М. Ашимбаева. – Алматы: ИМЭН, 2006. – 138 с.
3. А. Султангалиева. Казахстан и его соседи: возможности и ограничения. Институт мировой экономики и политики (ИМЭП) при Фонде Первого Президента РК – Лидера Нации. – Астана – Алматы, 2015. – 68 с.
4. Государственная программа форсированного индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2015-2019 гг. от 1 августа 2014 года.
5. Сыроежкин К.Л. Казахстан – Китай, от приграничной торговли к стратегическому партнерству: монография. – В трех книгах. Книга 2. В формате стратегического партнерства. – Алматы: Казахстанский институт стратегических исследований при Президенте РК, 2010. – 384 с.
6. Модернизация Китая и Казахстан: монография / К.А. Алдабек, П.Е. Бектурганова, А.Е. Сериккалиева, Д. Дауен, М. Асыл, отв.ред. – сост. П.Е. Бектурганова. – Алматы: Қазақ университеті, 2014. – 348 с.
7. Габдулина А.С. Индустриальная модернизация экономики регионов Казахстана: стратегии и механизм регулирования. – Автореферат. – Алматы, 2010.

Түйін

Бұл мақалада Қазақстан мен Қытай арасындағы сыртқы экономикалық ынтымақтастық туралы айтылған. Сондай-ақ тәуелсіздік жылдарындағы Қазақстанның экономикалық жағдайы және Қазақстан экономикасына қытай

инвестицияларының ықпалы, сонымен қатар Қазақстан мен Қытайдың сыртқы экономикалық ынтымақтастығының перспективалары қарастырылады.

Түйінді сөздер: Қазақстан, Қытай, Қазақстан-Қытай қатынастары, Экономикалық ынтымақтастық, Инвестициялар, Қазақмыс.

Резюме

В данной статье рассматривается внешнеэкономическое сотрудничество Казахстана с Китаем в условиях современной мировой экономической и политической обстановки. Рассмотрено состояние экономики Казахстана в годы независимости и роль китайских инвестиций в экономике Казахстана, также перспективы внешнеэкономического сотрудничества Казахстана и Китая.

Ключевые слова: *Казахстан, Китай, Казахстанско-китайское отношение, Экономическое сотрудничество, Инвестиция, Казахмыс.*

Summary

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

Keywords: *Kazakhstan, China, Kazakhstan-China relations, Economic cooperation, Investment, Kazakhmys.*

Сутбаев О.О.,
слушатель программы ДВА «Международный бизнес»,
Бизнес-школа Европейского университета,
Казахский университет экономики, финансов и
международной торговли

Формы и методы стимулирования персонала

Проблема стимулирования трудовой активности персонала организации является в условиях кризиса первостепенной, так как реальную угрозу устойчивости компании представляет дезориентированный и демотивированный коллектив. Поэтому, в современных условиях, работе с мотивацией персонала должно уделяться основное внимание. Методы стимулирования персонала могут быть самыми разнообразными и зависят от проработанности системы стимулирования на предприятии, общей системы управления и особенностей деятельности самого предприятия.

Классификация методов мотивации на организационно-распорядительные (организационно- административные), экономические и социально-психологические является одной из наиболее широко распространенных [1, с. 145].

Экономические методы управления обусловлены экономическими стимулами. Они предполагают материальную мотивацию, то есть ориентацию на выполнение определенных показателей или заданий, и осуществление после их выполнения экономического вознаграждения за результаты работы. Использование экономических методов связано с формированием плана работы, контролем за его осуществлением, а также экономическим стимулированием труда, то есть с рациональной системой оплаты труда, предусматривающей поощрение за определенное количество и качество труда, и применение санкций за несоответствующее его количество и недостаточное качество.

Рассматривая заработную плату как важнейшую часть системы оплаты и стимулирования труда, как инструмент воздействия на эффективность труда работника, В.А. Дятлов среди форм материального стимулирования выделяет также бонусы,

которые постепенно входят в практику современных предприятий, а также участие в прибылях предприятия. А.Я. Кибанов считает заработную плату одной из основных форм стимулирования труда и отмечает, что на трудовую мотивацию влияют также и другие материальные стимулы: система экономических нормативов и льгот, уровень заработной платы и справедливость распределения доходов [2, с. 368]. О.И.Волков и Ю.Ф. Елизаров выделяют следующие формы экономического стимулирования работников предприятия:

- заработную плату, характеризующую оценку вклада работника в результаты деятельности предприятия;
- эффективное премирование, доплаты за стаж работы на предприятии;
- систему внутрифирменных материальных льгот работникам предприятия, включающую полную или частичную оплату расходов на проезд работника к месту работы и обратно;
- предоставление своим работникам беспроцентных ссуд или ссуд с низким уровнем процентов;
- предоставление права пользования транспортом предприятия и т.д.

В современном менеджменте применяются и иные группировки методов стимулирования. Таким образом, все методы стимулирования можно сгруппировать в следующие виды:

- Экономические стимулы всех типов (зарплата во всех ее разновидностях, включая контрактную, премии, льготы, страховки, беспроцентные кредиты и т.п.). Успешность их воздействия определяется тем, насколько коллектив понимает принципы системы, признает их справедливыми, в какой мере соблюдается неотвратимость поощрения (наказания) и результатов работы, их тесная связь во времени. Однако, акцентирование внимания на экономических методах стимулирования, зачастую приводит к снижению внимания к социально - психологическим аспектам мотивации, определяющим внутреннюю мотивацию персонала.

- Управление по целям. Эта система широко используется в США и предусматривает установление для личности или группы цепи целей, способствующих решению главной задачи организации (достижение определенных количественных или качественных уровней, повышение квалификации персонала и т.п.). Достижение каждой цели автоматически означает повышение уровня зарплаты или другую форму поощрения.

- Обогащение труда - эта система в большей степени относится к неэкономическим методам и означает предоставление людям более содержательной, перспективной работы, значительной самостоятельности в определении режима труда, использовании ресурсов. Во многих случаях к этому добавляется и рост оплаты труда, не говоря уже о социальном статусе.

- Система участия, которая в настоящее время существует в многообразных формах: от широкого привлечения коллектива к принятию решений по важнейшим проблемам производства и управления (Япония) до соучастия в собственности путем приобретения акций собственного предприятия на льготных условиях (США, Англия).

В целом можно сформулировать ряд правил осуществления эффективной мотивации работников:

1. Мотивирование даёт результаты, когда подчиненные ощущают признание своего вклада в результаты работы, обладают заслуженным статусом. Обстановка и размер кабинета, участие в престижных конгрессах, функция представителя фирмы на важных переговорах, поездка за рубеж, неординарное обозначение должности - все это подчеркивает положение сотрудника в глазах коллег и посторонних лиц. Прибегать к этому методу стоит деликатно: частичное или полное лишение работника ранее предоставленного статуса приводит, как правило, к чрезвычайно бурным реакциям вплоть до увольнения.

2. Неожиданные, непредсказуемые и нерегулярные поощрения мотивируют лучше, чем прогнозируемые, когда они практически становятся неизменной частью заработной платы.

3. Положительное подкрепление результативнее отрицательного.

4. Подкрепление должно быть безотлагательным, что выражается в незамедлительной и справедливой реакции на действия сотрудников. Они начинают осознавать, что их неординарные достижения не только замечаются, но и ощутимо вознаграждаются. Выполненную работу и неожиданное вознаграждение не должен разделять слишком большой промежуток времени; чем больше временной интервал, тем меньше эффект. Однако поощрения руководителя должны в конце концов воплощаться в жизнь, а не оставаться в виде обещаний.

Сотрудников следует стимулировать по промежуточным достижениям, не дожидаясь завершения всей работы, так как большие успехи труднодостижимы и сравнительно редки. Поэтому положительную мотивацию желательно подкреплять через не слишком большие интервалы времени. Но для этого общее задание должно быть разделено и спланировано по этапам с таким расчетом, чтобы каждому из них могла быть дана адекватная оценка и должное вознаграждение, соответствующее объему реально выполненной работы. Но для этого общее задание должно быть разделено и спланировано по этапам с таким расчетом, чтобы каждому из них могла быть дана адекватная оценка и должное вознаграждение, соответствующее объему реально выполненной работы. Важно дать сотрудникам почувствовать себя уверенно, поскольку того требует внутренняя потребность в самоутверждении. Успех влечет за собой успех[3].

В процессе стимулирования труда огромное значение приобретает проблема приоритетов, ранжирования упорядочения экономических интересов, которые выражают отношения людей по поводу производства и присвоения материальных благ и услуг. Следует отметить, что рыночные отношения преобразуют экономические интересы, их становится больше, они разнообразнее и значимее по содержанию. В основе этих процессов лежит реформирование отношений собственности, что наполняет новым содержанием личные, коллективные и общественные интересы, от которых зависит доход. Причем, чем большие доходы будут получать отдельные работники, коллективы (фирмы), тем легче обществу через налоговую систему решать общегосударственные экономические, социальные и экологические проблемы.

Список литературы:

1. Генкин Б. М. Экономика и социология труда: учеб. для вузов. - М.: Норма, 2007. - 408 с.

2. Ветлужских Е. Мотивация и оплата труда: Инструменты. Методики. Практика / Елена Ветлужских. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. - 133 с.

3. Н. И. Корзенко, М. Е. Зобнина. Эффективные методы мотивации и стимулирования персонала. Вестник Челябинского государственного университета. 2012. № 3 (257). Управление. Вып. 7. С. 66-69.

Резюме

В последние годы кадровые управленцы для эффективной работы персонала осваивают все новые способы стимулирования. В ход идут не только классическое экономическое мотивирование в виде денежных бонусов и высоких зарплат, но и неэкономические способы стимулирования. К таким способам относят организационные и морально-психологические меры.

Түйін

Соңғы жылдары кадрлық басқарушылар персоналдың тиімді жұмысы үшін ынталандырудың барлық жаңа тәсілдерін игеруде. Ақша бонустары мен жоғары жалақы түріндегі классикалық экономикалық мотивация ғана емес, сонымен қатар

ынталандырудың экономикалық емес тәсілдері де жүруде. Мұндай тәсілдерге ұйымдастырушылық және моральдық-психологиялық шаралар жатады.

Summary

In recent years, HR managers for the effective work of staff are exploring new ways of stimulation. Not only classical economic motivation in the form of monetary bonuses and high wages, but also non-economic incentives are used. These methods include organizational, moral and psychological measures.

Тастемирова ЖА., ст.преподаватель, м.э.н.,
Брижан Л., студентка
КГУ им. А. Байтұрсынова,

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Финансовые ресурсы коммерческих банков состоят из собственных и привлеченных средств.

Под собственными средствами банка следует понимать различные фонды, создаваемые банком для обеспечения его финансовой устойчивости, коммерческой и хозяйственной деятельности, а также полученную прибыль по результатам деятельности текущего и прошлых лет. Фонды имеют свое целевое назначение и различные источники формирования, которые в обобщенном виде можно представить на рисунке 1 [1].



Рисунок 1 - Формирование собственных средств коммерческого банка

Собственные средства банка включают:

- уставный (акционерный) капитал;
- резервный, страховой и другие фонды банка, созданные за счет прибыли;
- нераспределенную в течение года часть прибыли коммерческого банка.

Уставный капитал является отправной точкой при организации коммерческого банка. Принципы его формирования зависят от организационно-правовой формы банка и определяются действующим законодательством.

Важным источником формирования собственных средств банка служат ресурсы резервного фонда. Резервный фонд (капитал) создается из прибыли (после налогообложения) в размере не ниже 15% оплаченной суммы уставного капитала и предназначен для поглощения непредвиденных убытков в деятельности банка и обеспечения стабильности его функционирования.

Страховые резервы (фонды) банка также являются источником собственных средств и формируются за счёт отчислений от прибыли. Эти резервы необходимы для нивелирования потерь в случае утраты предоставленных клиентам кредитных ресурсов, а также для гарантированного обеспечения возврата привлечённых банком денежных средств.

Источниками собственных средств банка выступают также различные специальные фонды, предусмотренные уставом и создаваемые за счёт прибыли для производственного и социального развития банка. Их размеры и порядок формирования устанавливаются банком самостоятельно и регулируются внутриванковскими документами.

Нераспределённая прибыль коммерческого банка существует в течение финансового года и является важным источником формирования собственных средств. Это текущая прибыль банка, которая ещё не распределена по результатам его финансовой деятельности в течение года среди акционеров и не зачислена в резервы или страховые фонды. Таким образом, банк в течение года может использовать нераспределённую прибыль по своему усмотрению.

Жарковская Е.П., считает, что собственные средства банка выполняют несколько важных функций [2, с. 207]:

1. Защитная функция. Значительная доля активов банка (примерно 88%) финансируется вкладчиками. Поэтому главной функцией акционерного капитала банка и приравненных к нему средств является защита интересов вкладчиков. Защитная функция собственных средств означает возможность выплаты компенсации вкладчикам в случае банкротства банка. Тема защитной функции капитала банка особенно актуальна сегодня, поскольку в нашей стране существует ряд проблем. С одной стороны, еще не создана эффективная система страхования депозитов; с другой - нестабильная экономическая ситуация приводит к банкротству банков и потере вкладчиками своих средств. Поэтому для нашей страны наличие собственного капитала является первым условием надежности банка.

2. Оперативная функция. Для начала успешной работы банку необходим стартовый капитал, который используется на приобретение земли, зданий, оборудования, а также создание финансовых резервов на случай непредвиденных убытков. На эти цели используется также собственный капитал.

3. Регулирующая функция. Помимо обеспечения финансовой основы для операций и защиты интересов вкладчиков, собственные средства банков выполняют также регулирующую функцию, которая связана с особой заинтересованностью общества в успешном функционировании банков, а также с законами и правилами, позволяющими государственным органам контролировать проводимые операции.

Собственный капитал банка - основа наращивания объемов его активных операций. Поэтому для каждого банка чрезвычайно важно находить источники его увеличения. Ими могут быть: нераспределенная прибыль прошлых лет, включая резервы банка; размещение дополнительных выпусков ценных бумаг или привлечение новых пайщиков.

Собственные средства являются основным видом обеспечения обязательств банка перед вкладчиками, поэтому определение их фактической величины и поддержание последней на необходимом уровне является для банка одной из первостепенных задач.

Жуков Е.Ф. считает, что собственные средства представляют собой состояние акционеров в коммерческом банке, то есть чистую стоимость банка. Поэтому их

движение является предметом особого отчета в комплексе финансовой отчетности, составленной по международным правилам [3, с. 101].

Кроме собственных финансовых ресурсов коммерческий банк располагает и привлеченными ресурсами. Привлеченные средства банков покрывают свыше 90% всей потребности в денежных ресурсах для осуществления активных операций, прежде всего кредитных. Роль их исключительно велика. Мобилизуя временно свободные средства юридических и физических лиц на рынке кредитных ресурсов, коммерческие банки с их помощью удовлетворяют потребность народного хозяйства в дополнительных оборотных средствах, способствуют превращению денег в капитал, обеспечивают потребности населения в потребительском кредите.

Структура пассивных операций коммерческого банка представлена на рисунке 2.



Рисунок 2 - Пассивные операции коммерческого банка [4]

Василешен Э. определяет операции, связанные с мобилизацией ресурсов банка как пассивные операции. В результате проведения пассивных операций коммерческие банки получают необходимые привлеченные средства для финансирования активных операций. Окончательные результаты этих операций отражаются в пассиве баланса банка, где выступают как источники формирования его ресурсов [5].

Как видно из рисунка 2, привлекаемые банками средства разнообразны по составу.

Лаврушин О.И. считает, что депозиты это все срочные и бессрочные вклады клиентов банка, кроме сберегательных. Источники средств, помещаемые на депозиты, весьма разнообразны. Это средства на счетах предприятий, счета заработной платы рабочих и служащих, счета государственных учреждений и предприятий, которые временно не используются. С точки зрения банковской техники депозиты можно

подразделить на две группы: вклады до востребования и срочные вклады [6, с. 403].

Вклады до востребования представляют собой средства, которые могут быть востребованы в любой момент. По таким вкладам выплачивается довольно низкий процент. Депозиты до востребования предназначены в первую очередь для осуществления текущих расчетов. Срочные вклады бывают двух видов: собственно срочные вклады и вклады с предварительным уведомлением о снятии средств. Собственно срочные вклады возвращаются владельцу в заранее установленный день, до того момента они «заблокированы» и банк может распоряжаться ими. Если сумма, первоначально вложенная как срочный вклад, не изымается владельцем в установленный день, то в дальнейшем он может распоряжаться ею так же, как и текущим счетом. Для сберегательных вкладов типичным является их медленный рост и то, что использование средств часто происходит через несколько лет. Отличительная особенность сберегательного вклада заключается в том, что его владельцу выдается свидетельство о наличии вклада (чаще всего сберегательная книжка).

Каждый из видов депозитов имеет свои достоинства и недостатки. Колесников В.И. выделяет следующие достоинства для вкладчиков [7, с. 209]:

- являются наиболее надежной формой хранения сбережений (например, по сравнению с корпоративными ценными бумагами), поскольку возврат вкладов гарантируется государством. Кроме того, в соответствии с действующим порядком банки образуют резервные фонды, которые служат дополнительной гарантией своевременного и полного возврата средств населения;

- представляют собой одну из наиболее выгодных форм вложения денежных сбережений, поскольку по ним обычно выплачивается более высокий процент, чем по другим вкладам. Кроме того, доходы по вкладам освобождаются от налогообложения (если уровень процентной ставки не превышает ставки рефинансирования), что их выгодно отличает в глазах вкладчика от акций;

- позволяют, учитывая большой выбор различных видов вкладов, наиболее полно удовлетворить потребности каждого конкретного вкладчика, а также тех или иных целевых групп сберегателей;

- являются одной из наиболее ликвидных форм вложения денежных сбережений.

Значение сберегательных вкладов для банка, да и всей кредитной системы определяется, прежде всего, возможностью их использования в качестве ресурсов для кредитования. Благодаря привлечению денежных средств населения на длительный срок сберегательные вклады выступают также в качестве важного фактора сокращения эмиссии денежных знаков, а тем самым и общего финансового оздоровления экономики.

Депозиты являются важным источником ресурсов коммерческих банков. Структура их в банке подвижна и зависит от конъюнктуры денежного рынка. Этому источнику формирования банковских ресурсов присущи некоторые недостатки. Речь идет о значительных материальных и денежных затратах банка при привлечении средств во вклады, ограниченности свободных денежных средств в рамках отдельного региона. Кроме того, мобилизация средств во вклады (депозиты) зависит в значительной степени от клиентов (вкладчиков), а не от самого банка. И, тем не менее, конкурентная борьба между банками заставляет их принимать меры по развитию услуг, способствующих привлечению депозитов.

Однако депозиты являются не единственным источником привлечения средств. На практике выделяют также недепозитные источники привлечения ресурсов в банки, к которым можно отнести: получение займов на межбанковском рынке; соглашение о продаже ценных бумаг с обратным выкупом, учет векселей и получение ссуд у Национального Банка Республики Казахстан; продажа банковских акцептов; выпуск коммерческих бумаг.

Список использованных источников

- 1 Чухманов Д. В. Управление финансовыми ресурсами банка / Д.В. Чухманов // Проблемы современной экономики. - 2015. - № 1-3 - С. 46-50.
- 2 Жарковская Е. П. Банковское дело: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Финансы и кредит» / Е. П. Жарковская. - 7-е изд., испр. и доп. - М.: Издательство «Омега-Л», 2017. - 479 с.
- 3 Жуков Е. Ф. Общая теория денег и кредита : учебник / под ред. Е. Ф. Жукова. - М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 2017. - 246 с.
- 4 Сахарова М.О. К вопросу о кредитоспособности предприятия / М.О. Сахарова // Деньги и кредит. - 2015. - №3. - С. 20-24.
- 5 Василешен Э. Центробанк и коммерческие банки в новой кредитной системе : учебник / Э. Василешен. - М. : ИНФРА-М, 2015. - 268 с.
- 6 Лаврушин О.И. Банковское дело: Учебник. - 11-е изд., перераб. и доп./ Под ред. О.И. Лаврушина. - М.: Финансы и статистика, 2017. -672с.;
- 7 Колесников В.И. Банковское дело: учебник / под ред. В.И. Колесникова - М. : Финансы и статистика, 2017. - 564 с.

Аннотация

В статье рассматривается формирование собственных средств коммерческого банка и заемное финансирование банка.

Түйін

Бұл мақалада коммерциялық банктің меншікті қаражатын қалыптастыру және банктің борыштық қаржыландыруы қарастырылады.

Annotation

The article discusses the formation of own funds of a commercial bank and debt financing of the bank.

**Тесленко Т. В. к.э.н., доцент, доцент
кафедры «Экономика и менеджмент»**

**Днепропетровского национального университета железнодорожного
транспорта имени академика В. Лазаряна (Днепро, Украина)**

ДИХОТОМИЯ «ДУХ/РАЗУМ – ТЕЛО» И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ «НОМО CREATIVUS» В КОНТЕКСТЕ ФИЛОСОФИИ ЭКОНОМИКИ

Аннотация.

В статье представлена концептуализация дихотомии категорий «дух/разум–тело», в основе которой обоснована необходимость формирования креативного класса, который несет в себе изменения для государства и способствует развитию и самоутверждению личности. Дихотомия категорий «дух/разум – тело» связана с формированием креативной личности в условиях новых технологий, способствующих формированию креативного мировоззрения, основой которого, в свою очередь, является информационное творчество и инновации. Сделан акцент на то, что философия экономики направлена на формирование креативного класса, развивающего имманентные силы, которые расширяют горизонты дихотомии «дух/разум – тело», раньше ограниченные как человеком, так и обществом.

Ключевые слова: дихотомия, дух, разум, современные технологии, тело, философия экономики, *Nomo creativus*.

Abstract.

The article presents the conceptualization of the dichotomy of the categories «spirit/mind-contributes» to the development and self-affirmation of the personality. The dichotomy of the categories «spirit/mind-body» is associated with the formation of a creative personality in the conditions of new technologies that favours the formation of a creative worldview, which, in turn, is based on information creativity and innovation. Problem statement. Emphasis is placed on the fact that the economic philosophy is aimed at the formation of a creative class that develops immanent forces expanding the horizons of the spirit/mind–body dichotomy, previously limited by both man and society.

Keywords: *dichotomy, spirit, mind, modern technologies, body, economic philosophy, Homo creativus.*

Философия экономики изначально выступает частью решения проблем формирования креативной личности, креативного сознания, креативного мировоззрения как компоненты социокультурного континуума. Следует отметить, что Питер Друкер очертил появление так называемой экономики знаний и считал, что «базовый экономический ресурс – способ производства – больше не есть ни капиталом, ни природным ресурсом, ни трудом. Он есть и будет знанием» [8, с. 48].

Интересны также исследования Флориды Ричарда, в контексте которых освещена жизнь человека в креативную эпоху [1]. Следует отметить, что еще М. Вебер показал, что протестантская этика обеспечила необходимым духом трудолюбие, эффективность, которые, в свою очередь, приблизили становление капитализма.

Философия экономики учитывает глубокий перелом, который происходит как в экономических отношениях, так и в экономической теории, и для анализа этих процессов использует разнообразные экономические модели технического прогресса таких авторов, как Хикс, Харрод, Солоу, Беверидж, Хеншер-Олин, Стопер-Самуельсон, Янг и других, в основе которых экономическая антропология и проблемы человека.

Первый ученый, который систематически наблюдал и проверял пределы силы воли, – Рой Баумайстер, психолог из Государственного университета Флориды – он уже давно и хорошо известен исследованиями этих загадочных явлений. М. Зибер одним из первых обратил внимание на специфику экономической антропологии, в основе которой он увидел проблемы человека, которые преломляются в экономическом бытии.

Истоки концепции креативности и заложенной в ней концепции человеческого (интеллектуального, социального) капитала можно найти в работах У. Пети, А. Смита, Д. Ст. Милля, Ж.Б.Сея, Н. Сениора, Л. Якоба, К. Маркса, Ф. Листа, И. Г. фон Тюнена, У. Багехота, Г. Енгеля, Г. Сиджвика, Л.Вальраса, И.Фишера. У. Пети еще в XVIII ст. впервые пытался оценить денежную стоимость производственных особенностей человеческой личности.

Современные теории человеческого (креативного капитала) возникли возникли в 50-60 - ых гг. Чикагской школы, в которых Г. Беккер, который сформировал концепцию «анализа человеческих ресурсов» в работе «Человеческий капитал» (1964). Среди авторов, которые развивали тему креативности в развитии человеческого капитала следует назвать Э. Флемхольца, М. Александра, Р. Вудрафа, Д. Боуэроса. Так, И. Гийот считал, что человеческий капитал состоит из приобретённых знаний, привычек, мотиваций, энергии, которыми наделен человек и которые могут использоваться на протяжении определенного периода с целью производства товаров и услуг, но которые требуют развития творческого мышления.

Философия экономики с теоретико-методологических позиций, используя методы системного, структурного, структурно-функционального анализа, помогает раскрыть законы дихотомии «дух/разум – тело», чтобы управлять разумным распределением, обменом и потреблением, учит быть рациональным и экономически эффективным, а философское обобщение современных экономических процессов относится к философии экономики.

В результате применения философских категорий, принципов, методов, подходов, законов, выявления закономерностей и тенденций развития дихотомии «дух/разум – тело» в контексте философии экономики глубокие изменения в экономическом и социальном развитии отражаются в экономической теории и должны быть осмыслены философией экономики.

Экономическая наука исследует реальные процессы в развитии экономических отношений в обществе и теоретически их обобщает, раскрывая новые процессы, которые свойственны информационной экономике и своими обобщениями обогащает теорию экономической науки.

Для решения этой сложной задачи дихотомии «дух/разум – тело» и ее влияния на формирование «homo creativus» в контексте философии экономики следует использовать новую методологию экономической синергетики. Синергетика как методология разработки философии экономики проявляется в следующем:

1) синтезировании противоположных эвристических доминант этого противоречивого явления дихотомии;

2) развитию своеобразного стиля научного мышления, в котором сливаются в одно единое целое дивергентные и конвергентные, многовариантные и альтернативные, разрушительные и конструктивные, доминирующие и флуктуационные, форматизированные и качественные, обычные и девиантные особенности этого сложного явления дихотомии «дух/разум – тело»;

3) качественно новом понимании проблем выявления дихотомии «дух/разум – тело» с целью преодоления раздробленности современного научного знания и способов отражения целостного видения мира и места в нем человека.

Экономическая синергетика рассматривает внутренние системные изменения дихотомии «дух/разум – тело» не только как адаптацию к изменениям во внешней среде, но, и как:

1) спонтанный процесс в гетерогенной системе дихотомии «дух/разум – тело»;

2) коллективное действие разнородных по природе сил, механизмов, способных при некоторых условиях привести к когерентному, согласованному действию, которое имеет своим результатом приведение системы в новое качественное состояние, в основе которого неуравновешенность системы рассматриваемое источником развития;

3) создание системы с сильными обратными связями (саморегулированных систем), так как хаос лежит в основе любой экономической системы, а причиной существенных трансформаций (изменений) в поведении динамических систем есть незначительные флуктуации, которые могут привести к дихотомии;

4) инновационные сдвиги в данном явлении следует рассматривать как влияние, которое приводит к качественным изменениям системы, так как инновационные сдвиги могут привести сначала к хаосу, а потом перейти в порядок и наоборот.

К тому же следует учитывать, что экономическая синергетика исходит из представления о развитии дихотомии «дух/разум – тело» как о нелинейном и необратимом процессе.

В основе философии экономики ученые выделяют экономическую антропологию, которая возникла на пересечении наук – антропологии, социологии, истории экономики, которые также помогают проникнуть вглубь феномена дихотомии «дух/разум – тело». Одним из первых обратил внимание на специфику экономической антропологии М. Зибер (1844-1888), в основе которой возникают проблемы человека, которые далее преломляются в экономическом бытии. Антропологические особенности существенным образом влияют на производственную, экономическую и другие сферы деятельности, включая сферу потребностей, стимулов и мотивов, которые обусловлены тем, что в экономике и антропологии есть общая матрица – человек и труд как исходящее начало.

Необходимо подчеркнуть, что дихотомия «дух/разум – тело» и ее влияние на формирование «homo creativus» в контексте философии экономики включает

следующее:

- 1) экономическую онтологию;
- 2) экономическую гносеологию;
- 3) экономическую аксиологию;
- 4) экономическую праксиологию;
- 5) экономическую феноменологию.

Совокупность всех этих составляющих философии экономики позволяет глубоко проанализировать дихотомию «дух/разум – тело», которая в своей совокупности может привести к формированию Homo creativus как определяющего фактора новой (информационной) экономики, так как только креативность даст возможность преодолеть дихотомию и соединить в одно единое целое «дух/разум – тело», которые будут способствовать целостной, а не разорванной личности [2, с. 9].

Результаты исследований в данном направлении будут в дальнейшем представлены в научных статьях.

Список использованной литературы:

1. Флорида Ричард. «Homo creativus». Як новий клас завойовує світ». Київ: Наш формат. 2018. 432 с.
2. Медоуз Донелла, Медоуз Денніс, Рандерс Йорген. Межі зростання. 30 років потому. Київ: Пабулум, 2018. 464 с.

Токсамбаева А.Б.

м.э.н., ст. преподаватель

Карагандинский государственный университет им. Е.А. Букетова

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В ОБЛАСТИ АЛЬТЕРНАТИВНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ В КАЗАХСТАНЕ

Аннотация

В статье подчеркиваются особенности развития менеджмента в Республике Казахстан в области возобновляемых источников энергии, определены его характерные черты. Обозначена роль управленческих процессов в разработке государственных программ в области применения альтернативной энергетики в республике. Определены факторы, сдерживающие развитие «чистых технологий», расширяя границы использования возобновляемых энергоресурсов в наиболее востребованных географических и технологических зонах.

Андатпа

Мақалада Қазақстан Республикасының жаңартылатын энергия көздері саласындағы басқарудың даму ерекшеліктері, оның сипаттамалары анықталады. Альтернативті энергетиканы қолдану саласындағы мемлекеттік бағдарламаларды әзірлеуде басқару процестерінің рөлі көрсетілген. «Таза технологиялар» дамуына кедергі келтіретін факторлар, ең танымал географиялық-технологиялық аймақтардағы қалпына келетін энергияның шекарасын кеңейтеді.

Summary

In the article emphasizes the features of the development of management in the Republic of Kazakhstan in the field of renewable energy sources, identifies its characteristic features. The role of management processes is indicated in the development of state programs in the field of application of alternative energy in the country. The factors identified the development of "clean technologies", expanding the boundaries of renewable energy in the most popular geographic and technological zones.

Термин «альтернативная энергетика» означает энергетiku, отличную от традиционной углеводородной энергетики, которая базируется преимущественно на

использовании минеральных ископаемых – нефти, газа, угля и других для получения электрической и тепловой энергии. Когда говорят об альтернативной энергетике, то часто используют и такой обобщающий термин, как «нетрадиционные источники энергии» (НИЭ). Отметим, что в известной степени атомная энергетика, появившаяся в середине XX века, была альтернативой углеводородной энергетике, но поскольку она использует уран как ископаемое и в конечном итоге исчерпаемое минеральное сырье, то может быть отнесена к альтернативной энергетике весьма условно [1; 128].

Говоря об энергетической альтернативе, следует иметь в виду, что речь идет не столько о поиске новых видов энергии, сколько о спиралевидном возвращении, основанном на новых научно-технических достижениях и знаниях, к использованию природной энергии, которая была известна и частично использовалась с момента зарождения человеческой цивилизации. Это солнце, ветер, вода, тепло Земли, отходы жизнедеятельности человека и т.д. Эту природную энергию объединяет один важный признак — возобновляемость и как следствие неисчерпаемость. Поэтому альтернативной является энергия, получаемая преимущественно из возобновляемых природных ресурсов за счет использования современных научных технологий – нанотехнологий, биоинженерии и т.д.

В Республике Казахстан принципы отношений в сфере поддержки использования возобновляемых источников энергии (ВИЭ) были впервые установлены в Законе о поддержке использования возобновляемых источников энергии» от 4 июля 2009 года №165-IV.

Некоторые вопросы в сфере использования ВИЭ регулируются другими законодательными актами, такими как Земельный кодекс, Водный кодекс, КОАП и Закон о естественных монополиях. Вопросы, возникающие в сфере производства и оборота биотоплива, регулируются отдельным законом - «О государственном регулировании производства и оборота биотоплива» от 15 ноября 2010 года №351-IV ZRK. Есть также некоторые подзаконные акты, регулирующие определенные вопросы по использованию возобновляемых источников энергии.

В августе 2014 года функции уполномоченного органа в области государственной политики в сфере использования возобновляемых источников энергии были переданы от Министерства индустрии и новых технологий к Министерству энергетики.

В соответствии с Законодательством Казахстана, возобновляемые источники энергии это [2; 17]:

- источники энергии, которые непрерывно возобновляются за счет естественных природных процессов, включая энергию солнечного излучения; ветра, гидродинамическую энергию воды, геотермальную энергию (тепло грунта, подземных вод, рек, водоемов);

- антропогенные источники основных первичных энергоресурсов: биомасса; биогаз и иное топливо из органических отходов, используемые для производства электрической и/или тепловой энергии.

Концепция перехода РК к «зеленой экономике», устанавливающая цели, задачи, основные принципы и общие подходы к переходу к «зеленой экономике», предусматривает, что развитие инжиниринга альтернативной энергетике в Казахстане должно происходить путем строительства ветряных и солнечных электростанций, чтобы доля таких электростанций в общем объеме производства электроэнергии достигла 3% в 2020 году и 10% - в 2030 году.

Для осуществления вышеназванных крупных проектов и достижения поставленных целей государство предпринимает активные шаги для того, чтобы ВИЭ стали более привлекательными для инвесторов. В то же время, несмотря на поддержку ВИЭ со стороны государства, развитие этих видов энергии в Казахстане сдерживается рядом факторов, из которых можно выделить несколько основных [3; 77-78]:

Во-первых - это отсутствие возможности индексирования фиксированного тарифа

на девальвацию. Так, для поддержки инвесторов государство обязуется покупать весь объем ВИЭ по фиксированному тарифу в течение 15 лет с возможностью ежегодной индексации с учетом инфляции. Однако законодательство не предусматривает индексацию тарифа в зависимости от существенных изменений обменного курса национальной валюты по отношению к иностранной валюте (валютам). И это при том, что основная проблема, с которой столкнутся компании, планирующие строить объекты ВИЭ, – необходимость приобретать основное оборудование за иностранную валюту, а также использование заемных средств (до 80% от стоимости проекта), в том числе со стороны ЕБРР, МФК, АБР и т.п. на реализацию проекта.

Во-вторых – в земельном законодательстве отсутствует норма, которая устанавливала бы порядок оформления земельного участка в природоохранной зоне. Ввиду специфики ВИЭ и возможности использования гидродинамической энергии воды и геотермальной энергии (тепло грунта, подземных вод, рек, водоемов) в качестве альтернативного источника энергии, необходимо урегулировать вопрос предоставления земельного участка для энергопроизводящей организации.

В-третьих – отсутствие в действующем законодательстве обязанности сетевых организаций заключать договор о подключении с производителями ВИЭ. Такой договор рекомендуется для введения в качестве отдельного документа, в частности, в связи с тем, что существующие типовые формы договоров на передачу и диспетчеризацию не отражают технологическую специфику ВИЭ. Также договор о подключении защищает интересы как производителей ВИЭ, так и сетевых компаний и, соответственно, будет выгоден для тех и других. Так, договор о подключении, заключаемый заблаговременно (предлагается за 6 месяцев до подключения), с одной стороны, позволит сетевой компании своевременно иметь информацию о таком подключении и спецификации и в связи с этим подготовить и выполнить мероприятия, предусмотренные техническими условиями для создания технической возможности присоединения объектов ВИЭ.

В-четвертых – существуют сложности получения заемных средств от иностранных банков и финансовых учреждений ввиду законодательных ограничений в области страхования и отсутствия у казахстанских страховых компаний опыта страхования инфраструктуры объекта ВИЭ. Так, казахстанским законодательством о страховой деятельности для иностранных страховых организаций установлен прямой запрет на страхование расположенных на территории республики имущественных интересов юридического лица или его обособленных подразделений, являющегося резидентом РК.

Также, несмотря на то, что законодательством допускается добровольное страхование имущества юридических и физических лиц, страховые организации из-за отсутствия опыта избегают заключения договоров страхования инфраструктуры ВИЭ, что препятствует инвесторам в привлечении заемных средств как от казахстанских, так и от международных банков и финансовых институтов. Данную проблему можно было бы решить, в частности, путем введения обязанности страховщика и страхователя к заключению договора страхования объектов ВИЭ.

В-пятых – достаточное количество углеводородов в Казахстане, которые способны республике обеспечить энергетическую безопасность. Если Европа вынуждена искать новые возможности для удовлетворения все растущих потребностей в энергии, то наша страна чувствует себя, в отношении энергообеспечения, превосходно. Во многих государствах существуют министерства альтернативной энергетики, в развитых странах создана правовая база для внедрения «чистых технологий», механизмы экономической мотивации предприятий (датирование, льготное налогообложение и т.д.). Именно поэтому, в ЕС столь высокая доля ВИЭ в топливно-энергетическом балансе стран, именно поэтому государствами содружества созданы институциональные условия для ее развития. В то же время, развитые страны, имеющие достаточное количество углеводородов, все же развивают и ВИЭ-генерацию.

В-шестых – в развитых странах для повышения эффективности альтернативной энергетики в последние десятилетия активно проводятся научные исследования и

постоянно внедряются новые технологические разработки, поэтому разрыв между себестоимостью и КПД в традиционной и в альтернативной энергетике с каждым годом сокращается. В Казахстане также существуют перспективные разработки в области «чистых технологий», но пока не созданы исчерпывающие условия для выявления наиболее конкурентоспособных из них, их оптимизации и внедрения, а также для адаптации зарубежных технологий к отечественным реалиям.

В-седьмых – отсутствие кадрового резерва отрасли. Только начали создаваться факультеты в ВУЗах, которые готовят специалистов в области альтернативной энергетики. На самом деле кадровые проблемы в экономике РК, в целом, стоят очень остро, а в молодых отраслях, где необходимы люди, обладающие необходимыми компетенциями, как с точки зрения специальных навыков (уровень специалистов), так и в области современных технологий управления (уровень менеджмента), это одна из самых злободневных проблем.

В-восьмых – только зарождающееся правовое поле отрасли. Первые шаги в формировании нормативно-правовых документов уже пройдены, но необходимы усовершенствования законодательной базы «чистой» энергетики, нет четкой регламентации механизма исполнения законов, контроля за его исполнением на местах.

В-девятых – в Казахстане государство поддерживает использование ВИЭ за счет повышенного тарифа. На 2016 год действует тариф в 25 тенге за 1 кВт*ч выработанной электроэнергии. Это позволяет окупить проекты за 8-10 лет, что уже приемлемо для инвестиций. Однако частные инвесторы пока не идут – по всей видимости, из-за большого процента странового риска. Увы, коррупционные схемы, которые действуют в Казахстане, по-прежнему оказывают негативное влияние на привлекательность проектов по возобновляемой энергетике [4; 72].

Для устранения обозначенных факторов нужны значительные институциональные изменения, которые невозможно осуществить вне целенаправленной государственной политики, а это и финансовая поддержка отрасли, и ликвидация регулятивных барьеров, и формирование спроса на оборудование с помощью ужесточения экологических норм и другие инструменты стимулирования развития «чистой» энергетики и координации участников энергетического рынка.

Сегодня невозможно не отметить, что государственная политика в области альтернативной энергетики демонстрирует недостаточную продуманность целевых ориентиров планируемых отраслевых инновационных изменений в вопросе механизмов, призванных к их достижению. Пока в области государственного регулирования отрасли возобновляемой энергетики не существует системы. Между тем, для жесткой институционализации сферы «чистых» технологий необходимо создание механизма, системно регулирующего процессы ее развития. Основополагающим элементом государственного стимулирования развития альтернативной энергетики является создание благоприятного инвестиционного климата, характеризующегося жесткими законодательными нормами, грамотной политикой налогообложения, прозрачной институциональной средой.

Использованная литература

1. Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями / Под редакцией Б.З. Мильнера. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 624 с.
2. Батырбеков И. Законодательство в области возобновляемых источников энергии в Казахстане // Промышленности Казахстана. – 2015. – №4 (91). – С. 16-19.
3. Чалтабаева Р. Правила для возобновляемых (что нужно знать при инвестировании в проекты ВИЭ в Казахстане) // Kazakhstan. – 2015. – №4. – С. 76-78.
4. Нужны комплексные решения // Kazakhstan. – 2016. – №4. – С. 70-72.

Толеген Б.С.
студентка 4 курса
Научный руководитель:
Каирова А.А.
старший преподаватель,
университет «Туран»

ИМИДЖ ВУЗА КАК ИНСТРУМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ БУДУЩЕГО СТУДЕНТА

Постоянная работа по вопросу модернизации и улучшения предоставления качественных знаний студентам в зарубежных высших учебных заведениях способствует серьезной конкуренции среди казахстанских вузов за каждого потенциального абитуриента.

Согласно статистическим данным Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК численность студентов высших учебных заведений в 2017/18 учебном году по сравнению с 2010/11 учебным годом сократилась на 20% и составила 496 209 чел. За последние 8 лет в основном казахстанские студенты выбирали вузы Алматы, Южно-Казахстанской области, Астаны и Карагандинской области. При этом численность обучающихся в этих вузах ежегодно сокращается, кроме Астаны. За 2017-18 учебный год в вузах Алматы обучалось 131 292 студента, ЮКО – 79 423 студента, Астаны – 52 369 студента и Карагандинской области – 42 629 студента [1].

Сложившаяся ситуация показывает, что всё меньше казахстанцев желают учиться в отечественных вузах страны. В чем же причина?

Президент Ассоциации высших учебных заведений РК Алшанов Р. поясняет, что на рынке отечественных вузов ежегодный отток абитуриентов измеряется в среднем 20 тыс. Одной из причин является – недостаточное количество государственных грантов, т.к. многие абитуриенты не имеют возможности обучаться на платной основе. Поэтому свое предпочтение казахстанские абитуриенты отдают зарубежным вузам, где львиную долю (70%) занимают российские вузы. Активизация России проявляется в широкой информационной представленности на казахстанском рынке, предоставлении большего числа грантов и стипендий для будущих студентов, условий для проживания и трудоустройства в будущем [2].

К примеру, в 2017 году «из более чем четырех тысяч выпускников Костанайской области почти половина отказалась сдавать ЕНТ. Часть из них уже поступили в учебные заведения России» [2].

По словам Игисиновой А., начальника отдела Управления образования Костанайской области, в 2016 году «из всех выпускников общеобразовательных школ области в вузы РФ поступили 754 выпускника. В этом году планируют поступать в вузы РФ 591 выпускник школ» [2].

Таким образом, перед отечественными вузами остро поставлена задача – вывести вуз на качественно новый уровень, который позволит выдержать конкуренцию как с соседней Россией и зарубежными вузами, так и на внутреннем рынке, а также позволит заявить о себе в образовательном пространстве, в том числе в авторитетных рейтинговых системах в масштабах стран СНГ и всего мира. Понятно, что система высшего образования Казахстана должна преобразоваться посредством повышения конкурентоспособности вузов.

На наш взгляд, с точки зрения маркетинга и брендинга, не менее важным аспектом в сокращении оттока казахстанских абитуриентов является вопрос изучения имиджа вузов с позиции абитуриентов. Как показали статистические данные, при наличии вузов в своем регионе выпускники местных школ в основном предпочитают выбирать ведущие вузы Казахстана и мира, обладающих положительной репутацией и

соответствующими брэндами в сознании абитуриентов. Ведь существует мнение, что вузы в Алматы лучше, чем вузы в других городах страны, а зарубежный вуз лучше любого вуза в Алматы.

В этой связи, как отмечает Фими́на М.А. «имидж вуза формирует имидж образования и соответственно имидж образованного человека» [3, с.68]. Поэтому в современных реалиях создание и управление имиджем становится актуальной задачей любого образовательного учреждения с целью формирования благоприятного образа и ассоциаций в сознании целевых аудиторий. Именно эмоциональная составляющая обладает весомым фактором при выборе вуза и в формировании его имиджа. Так, Блажнов Е.А. еще в своей работе отметил, что «имидж - это визуальный образ объекта, который оказывает эмоциональное воздействие на людей» [4, с. 109]. В свою очередь, Данчеева О.В. и Швалб Ю.М. определяют имидж как «набор значений, благодаря которым объект становится известным и, с помощью которых люди определенным образом описывают его, запоминают и относятся к нему» [5, с.15]. Поэтому казахстанцы выбирают лучшие вузы на основе определенного для каждого абитуриента набора значений. Это могут быть: престиж вуза, известные ученые, качество знаний, другие способы и методы предоставления знаний, диплом, гарантирующий трудоустройство, создание успешной карьеры, высокой оплаты труда и т.п.

Однако имидж вуза привлекателен не только для будущих студентов, но и для будущих сотрудников и профессорско-преподавательского состава. Поэтому следует учесть, что у вуза существуют разные целевые аудитории, в соответствии с которыми и должен формироваться его имидж.

Фими́на М.А. выделяет две аудитории вуза: внешнюю и внутреннюю [3, с.70]. Внешнюю целевую аудиторию составляют выпускники образовательных учреждений и люди, желающие получить второе, третье высшее образование. Сотрудники и преподаватели вуза относятся к внутренней аудитории, которую, к сожалению, многие казахстанские вузы не учитывают.

Моисеева Н.К. намного шире рассматривает структуру имиджа вуза, выделяя 8 его компонентов [6, с.77; 7, с.15-16]:

1. имидж образовательной услуги – представления людей в отношении уникальных характеристик услуги, например, качество образования, новые специальности, стоимость услуги и т.д.
2. имидж потребителей – информация о стиле жизни, общественном статусе и некоторых личностных (психологических) характеристиках потребителей (в основном это студенты и их родители);
3. внутренний имидж вуза – мнение преподавателей и студентов о вузе;
4. имидж ректора вуза – представления о способностях, ценностях, психологических характеристиках, внешности, репутации и статусе;
5. имидж персонала – образ преподавательского состава;
6. социальный имидж – представления общественности о социальных целях и роли вуза в экономической, социальной и культурной жизни общества;
7. визуальный имидж – представления о вузе, основанные на зрительных ощущениях, фиксирующих информацию о фирменном стиле вуза, экстерьере и интерьере здания, лекционных аудиторий. К визуальному имиджу также относится представленность вуза в Интернет сообществе, социальных сетях;
8. бизнес-имидж – представления о вузе как о субъекте деловой активности.

Таким образом, сложившаяся ситуация показывает, что имидж вуза действительно выступает реальным инструментом в конкурентной борьбе за привлечение внимания своего студента. Каждому казахстанскому вузу необходимо уделить пристальное внимание изучению не только потребностей абитуриентов, но и внутренней целевой аудитории: самих преподавателей и сотрудников, которые могут стать бесплатными и добровольными рекламными агентами вуза.

Кроме того, казахстанским вузам следует помнить, что формирование правильного и положительного имиджа вуза на основе 8 составляющих Моисеевой Н.К. сделает вуз привлекательным в глазах целевых аудиторий, а эмоциональная составляющая станет весомым фактором при выборе вуза. Поэтому в соответствии со структурой имиджа и целевыми аудиториями должен будет формироваться определенный тип имиджа вуза.

Несвоевременная забота вузом об имидже может усилить отток казахстанских студентов в зарубежные вузы, где «утечка мозгов» и вследствие этого недостаток квалифицированных кадров в регионах страны могут стать реальными проблемами казахстанского общества.

Список использованных источников

1. Численность студентов высших учебных заведений// <http://stat.gov.kz> (дата обращения: 12.01.2019)
2. Нуртазина А. Около 20 тысяч казахстанских студентов уедет обучаться за рубеж. - 22 августа. - 2017 // <https://astanatv.kz/ru/news/6351/>
3. Фими́на М. А. Имидж вуза как составляющая системы образования // материалы Международной научной конференции «Актуальные задачи педагогики» (г. Чита, декабрь 2011 г.). — Чита: Издательство Молодой ученый, 2011. — С. 68-72. — URL <https://moluch.ru/conf/ped/archive/20/1303/> (дата обращения: 12.01.2019).
4. Блажнов Е.А. Паблик рилейшнз: Приглашение в мир цивилизованных рыночных и общественных отношений. Учебное пособие. – М.: ИМА-пресс, 1994. – 152 с.
5. Швалб, Ю.М., Данчева О.В. Одиночество: Социально - психологические проблемы. – Киев. – 1991.
6. Моисеева, Н.К. Маркетинг/ Н.К. Моисеева // Маркетинг и конкурентоспособность образовательного учреждения. - №5. - 1999. - с.77
7. Сидорова В.Л. Формирование эффективного имиджа вуза//Вестник ВолГУ, серия 6. – Выпуск 11. – 2008-2009. – С.13-20

Резюме

Формирование положительного имиджа является важной и неотъемлемой составляющей любого вуза, особенно для казахстанского. Грамотное управление имиджем вуза в соответствии с полной структурой имиджа и целевыми аудиториями позволит привлечь абитуриента и сократить отток казахстанских студентов в зарубежные вузы.

Түйін

Қазақстандағы кез-келген жоғары оқу орнының оңды бейнесін құрастыру маңызды әрі біртұтас негіз болып табылады. Оқу орнының бейнесін сауатты басқару және толық құрылымды бейнесін мақсатты аудиториялармен сәйкестендіру арқылы талапкерлерді тартып, Қазақстандық студенттердің шетелге кетуін тоқтатуға болады.

Resume

Formation of a positive image is an important and essential part for any university, especially in Kazakhstan. Competent university image management in accordance with the whole image structure and targeted audience allows to attract school leavers and reduce the Kazakh students outflow to foreign universities

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ САЯСАТТЫҢ БАСТЫ БАҒЫТТАРЫ

Индустриалды–инновациялық даму үшін жағдайлар жасау ұлттық инновациялық жүйені дамыту, инвестицияны қамтамасыз ету, индустриалды дамыту және техникалық реттеу және метрология жүйесін дамыту секілді мақсаттарға жетумен шарттасқан.

Қазіргі кезде әлемдік экономиканың көшбасшыларына айналып, жоғары технологиялар саласы мен инновациялық жүйені дамытудың озық үлгісін көрсете білген бірқатар елдер бар. Бұл елдер шикізатты алу мен оны алғашқы өңдеу үрдісін қамтитын индустриалдануға дейінгі, сондай-ақ шикізатты толық өңдей отырып, одан дайын өнім жасауға дейінгі үрдістерді қамтитын индустриалды кезеңдердің барлығынан өтіп, енді жоғары технологиялар мен инновацияларға негізделген постиндустриалды экономиканы жасақтаумен, оның басым бағыттарын жетілдірумен айналысуда. Басқаша айтқанда, олар қосылған құн тізбегін толық қалыптастырып, ғылыми сыйымды, әрі инновациялық сипаты бар өнімдер мен қызметтерді нарыққа ұсынып келеді.

Қазақстан Республикасының Президенті Н. Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауында айтқандай, «экспортқа бағытталған индустрияландыру мәселесі экономикалық саясаттың негізгі элементі болуға тиіс» [1].

Бұл өнеркәсіптік өндірісті инновациялық, инвестициялық және құрылымдық тұрғыдан қайта құрумен, қызметтің жаңа түрлерінің дамуымен тікелей байланысты. Ресми деректер бойынша, ҚР-да 2018 жылы экспорт көлемінде, минералды өнімдер үлесі 74, 4%, металдар және металл өнімдері 14%, ал химиялық өнімдер 4,1% құрайды. [2]

Шикізатқа деген тәуелділікті азайту үшін отандық экономика салаларын әртараптандыру, жіліктеу әрі олардағы жоғары технологиялы кәсіпорындарды қарқындата дамыту керек. Осы факторлардың бәрі бүгінгі таңдағы ең басты мәселеге – экономиканың бәсекелестікке қабілетті болуына жұмыс істейді.

Экономика әсіресе қазіргі таңда ғылым мен техниканың жетістіктерін пайдалана отырып, ресурстарды үнемдеуші технологияларды өндіріске енгізе отырып қана дами алады.

Әлемдік экономиканың алдыңғы қатарлы озық тәжірибелерін игеруге және оны ұтымды пайдалана білуге талпынған мемлекеттер үшін бүгінгі уақыттағы басты мәселе индустриалды-инновациялық экономиканы қалыптастыру болып отыр. Индустриалды-инновациялық экономиканың басты ерекшелігі – ғылыми сыйымды, технологиялық өңделу деңгейі жоғары өнімдерді шығаруға икемді өндірістік және инновациялық инфрақұрылымның болуы.

Біздің еліміздің болашағы оның интеллектуалды қоры, ғылым және инновация жетістіктерінде. «Нақты сектордың жаңа технологияларға деген сұранысты ынталандыруы және венчурлық қаржыландырудың жеке нарығының қызметі инновациялық экожүйе жетістіктерінің негізгі факторлары болып саналады» - бұл сөздер Президент Н.Ә.Назарбаевтың халыққа арналған Жолдауында айтылған болатын [3].

Ғылыми-техникалық әлеует кез-келген мемлекеттің ұлттық байлығының негізгі саласы. Барлық дамыған елдер тәжірибесі көрсеткендей, экономикалық даму, көркеюдің негізгі жолы негізгі жолы – ғылыми-техникалық және инновациялық салада көшбасы болу. Инновациялар мен жаңалықтар экономиканың құрылуына төтеп беріп, ғылыми-техникалық прогрестің белсенді түрде дамуына жағдай жасап, ұлттық экономиканың тиімділігі мен бәсекеге қабілеттілігін жоғарылатады. Сондықтан бүкіл дүние жүзіндегі кәсіпкерлер инновацияларды тиімді басқару мен ұйымдастыруға ерекше

көңіл бөледі. Ал мемлекет өз тарапынан ғылыми-техникалық және инновациялық даму саласына қолдау жасап, тиімді саясат жүргізіп отырады. Өйткені мемлекет ғылыми-техникалық және инновациялық саясат – ғылыми-техникалық жетістіктерді адам игілігі үшін пайдаланып, адамзат өмір сүру жағдайларын сапалы түрде жақсартуға бағытталған [4].

Қазір Қазақстан Республикасының кәсіпкерлері шет ел жаңалықтары мен ғылыми-техникалық жетістіктерін табысты түрде игеріп, оларды жоғарғы қарқынмен қызметтеріне енгізіп келеді. Әрине бұл инновациялар халықаралық технологиялық деңгейге көтерілуге мүмкіндік береді, бірақ сол ғылыми-техникалық жетістіктердің көбісі тек біз үшін ғана инновация, ал шетелдіктер үшін олар кешегі күн жаңалықтары. Сондықтан да шетел технологиясы мен техникасын игерумен қатар өз ұлттық ғылыми-техникалық әлеуетіміздің дамуына жағдай жасап, отандық ғалымдардың ғылыми жетістіктерін өндіріске енгізіп, оларды бағалай білуіміз керек.

Инновациялық прогрестің инновациялық саясатпен тікелей байланысты екендігі ақиқат. Осы тұрғыдан алғанда, инновациялық прогресті жаңа жағдайда мемлекеттік реттеу былай түсіндіріледі:

- ірі инновациялық жобаларды іске асыруда белгілі бір уақытта кәсіпорын өзін-өзі қаржыландыра алмаса, оған мемлекет тарапынан құрылған орталықтың көмегі керек болады. Бұл өз кезегінде ғылыми ізденістің тәуекелшілік элементтерімен байланысын көрсетеді;

- Мемлекеттік үйлестірушілік қызметін керек ететін және технологиялық жүйелердің мызғымастығын анықтайтын кешенді өндірісті білдіретін, өнеркәсіптің тиімділігін арттыратын және технологиялық жылжушылыққа әкелетін ғылым мен техниканың жетістігін жариялайтын жеке басылымдар шығарылуы керек;

- Ірі зерттеулерді ұйымдастыру және оларды қоғамның денсаулық сақтау, мәдениет, білім беру, қоршаған ортаны қорғау, инфрақұрылым салаларын қолдану, сонымен қатар мемлекеттік деңгейде тәжірибеден өткізу мүмкіндігін қарастыру [5].

Инновациялық саясаттың басты ерекшелігі – оның әрдайым мемлекет назарында болуы. Қызықтысы ғылым мен техника нарық жағдайында басқа салалар сияқты өз алдына дербес дами беруге кейде қабілетсіз болып келеді. Алайда ғылым жеке меншік өндіріске жұмыс істеген жағдайда, оның нарықтық сұраныс пен ұсыныс заңдылығы арқылы даму мүмкіндігі жоғары екендігі сөзсіз. Мұны қазіргі күні АҚШ, Жапония, Оңтүстік Корея сияқты елдердің тәжірибелері толықтай дәлелдеп отыр. Ғылыми-техникалық саясаттың жетістіктері индустриалды қоғамды әрі қарай дамытуға жол көрсетеді.

Инновациялық саясатты жүзеге асыру барысында өндіріс өнімінің көлемін ұлғайту тұрғысында сападан алшақтамау бірінші кезектегі мәселе болары сөзсіз. Тек шикізат орталығымен ғана шектеліп қоймай, "өндірістен - өндіріске" қағидасын ұстаған абзал дейді зерттеушілер. Мұның мәні – шикізат өндіре отырып одан дайын өнім шығаруға ұмтылу. "Өндірістен - өндіріске" қағидасы бүгінгі күні Қазақстан үшін ең қажетті қағидалардың бірі болып отыр. Бұл қағида өндірісте шығынды жағы өте жоғары әрі сапасыз артық өнім шығарудан сақтандырады. Индустриалық-инновациялық саясатты нақты шаралармен толықтыру мақсатында мемлекет индустрияны қарқынды түрде дамуын қамтамасыз ететін тұжырымдамалар әзірледі. Инновациялық саясаттың негізгі бағыттары төмендегідей болып келеді:

- ресурстарды үнемдеу арқылы өндіріс өзінің өсімін көбейтеді. Ресурстарды үнемдеудің нәтижесі ретінде халық шаруашылығының құрылымдарындағы ішкі саудада қазба байлықтарының үлес салмағы кеміп, керісінше, оларды өңдейтін өндіріс орындарының мөлшері артуы қажет;

- жаңа технологияларға қол жеткізу, себебі бәсекелестікке ұмтылған әрбір мемлекет саясаты технологияларды игеруді басты міндет деп санайды;

- өнім өндірмейтін салалардағы құрылымдық алға жылжу, яғни технологиялық

негізде қамтамасыз ету;

- мемлекеттің қатысуымен маманданған венчурлік қорлар құру және венчурлік капиталды ғылыми-техникалық және инновациялық салаға тарту;
- инновациялық қызмет субъектілерін мемлекеттік қолдау нысандары мен әдістерін әзірлеу;
- инновациялық инфрақұрылымды қалыптастыру;
- инновациялық сала үшін кадрлар даярлау және қайта даярлау;
- өнеркәсіптің базалық салаларында жаңа технологиялық құрылым қалыптастыру

[6] .

Бәсекеге қабілетті экономиканы қалыптастыруға ынталы Қазақстан Республикасы өзінің инновациялық инфрақұрылымын жасақтап болғанымен, оның қызметі күтілген нәтижелерді көрсетпей отыр. Қазақстан Республикасының ұлттық экономикасын өркендетудің басым бағыттарының қатарында тамақ өнеркәсібі, металлургия сынды салалармен қатар құрылыс, туризм, көлік инфрақұрылымы сияқты салалар да бар.

Сондықтан да, аталған жүйенің ұлттық экономика үшін тиімділігін қамтамасыз етуге мүмкіндік беретін экономикалық механизмді дайындау бүгінгі күннің талабы.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Мемлекет басшысы Н.Ә.Назарбаевтың Қазақстан халқына жолдауы «Қазақстандықтардың әл ауқатының өсуі: табыс пен тұрмыс сапасын арттыру» (Астана, 2018 жылғы 5 қазан) //Электронды ресурс:<http://www.zakon.kz/4530853-poslanie-prezidenta-rk-narodu.html>
2. Қазақстан Республикасының статистика комитеті; //Электронды ресурс: http://stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/
3. Қазақстан Республикасының Президенті Н. Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауы: «Төртінші өнеркәсіптік революция жағдайындағы дамудың жаңа мүмкіндіктері» (Астана, 2018 жылғы 10 қаңтар) //Электронды ресурс: <http://www.zakon.kz/4530853-poslanie-prezidenta-rk-narodu.html>
4. Қазақстан Республикасын индустриялық-инновациялық дамытудың 2015 – 2019 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы // Қазақстан Республикасы Президентінің 2014 жылғы 1 тамыздағы №874 Жарлығымен бекітілген:<https://www.zakon.kz>.
5. М.С.Садырова, Қ.Е. Юсупов Қазақстанның индустриалды-инновациялық дамуы: әлеуметтік аспектісі//: ҚазҰУ Хабаршысы: 2013
6. Исабеков Б.Н., Мұхамбетова Л.Қ. Инновация және кәсіпкерлік. Оқулық. – Астана, 2017. – 624 б.

Түйін

Мақалада Қазақстандағы мемлекет тарапынан ғылыми-техникалық және инновациялық даму саласына қолдау жасап, экспортқа бағытталған индустрияландыру өзекті мәселе ретінде қаралған. Сонымен қатар, Қазақстан Республикасының инновациялық инфрақұрылымын тиімді құрастыру, ұлттық экономика үшін қосымша мүмкіндіктер беретіні тұралы айтылған.

Резюме

В статье обосновывается необходимость перехода к экспортноориентированной модели экономики на основе государственной поддержки научно технической и инновационной сфер развития. Вместе с тем, отмечается, что создание эффективной инновационной инфраструктуры формирует дополнительные возможности для развития национальной экономики.

Summary

The article substantiates the need for a transition to an export-oriented economic model. The need for state support of scientific technical and innovation development areas is supported. It is noted that the creation of an effective innovation infrastructure creates opportunities for the development of the national economy.

Турежанов С.У.,
кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики,
Кадникова А.И.,
магистрант кафедры экономики
КГУ имени А. Байтурсынова

ПЕРЕХОД КАЗАХСТАНА К «ЗЕЛеноЙ ЭКОНОМИКЕ»: ПРИЧИНЫ И УСЛОВИЯ

Исследование трудов ученых-экономистов разных эпох и научных школ в части их отношения к природе как одного из факторов производства показывает, что практически во всех учениях природные ресурсы рассматриваются как неисчерпаемый запас богатств, который никогда не оскудеет [1].

Очевидно, что именно этот посыл стал основой фундаментального положения как в классической экономике, так и последующих экономических учениях, в том числе и в неоклассике, сформировав модель развития экономики, основанного на интенсивном вовлечении в хозяйственный оборот новых источников природных ресурсов, господствовавшим на протяжении многих веков, вплоть до 70-х годов XX века.

Первые признаки противоречивости такого подхода стали проявляться в середине XX века, когда в глобальном масштабе стали ощущаться последствия безрассудной производственной деятельности человечества, приведшие к истощению естественных запасов некоторых видов полезных ископаемых, а также к глобальному загрязнению окружающей среды.

Экологические проблемы, заставившие обратить на себя внимание, в определенной степени порождены отставанием экономической мысли. Ни классики экономической науки, начиная с А. Смита, ни последующие экономические школы, в том числе марксистская, не придавали значения экологическим ограничениям в экономическом развитии. И лишь в 70-е годы XX века, когда во всем мире резко обострились экологические проблемы, перед экономической наукой встала задача осмысления сложившихся тенденции эколого-экономического развития и разработки принципиально новых концепций развития.

Кроме проблем техногенного характера, неконтролируемая деятельность по вовлечению природных богатств порождает такой серьезный экономический недуг как зависимость темпов роста экономики от запасов природных ресурсов, который впервые был обнаружен после освоения Голландией крупнейшего в Европе газового месторождения Гронинген. В 60-е годы прошлого столетия новое месторождение, расположенное в 400 км от Рура, оказалось истинной золотой жилой. Но вскоре стали проявляться весьма неприятные эффекты: инфляция, спад производства на фоне экономического роста, безработица (парадоксально, но факт: нефтегазовый сектор, оказывающий влияние на всю экономику, нанимает малое число работников, но завышает цену труда). Тогда экономистов и заинтересовала природа данного феномена, которую впоследствии ввели в научный и практический оборот под термином «голландская болезнь» [2].

Голландская болезнь - это состояние экономики, для которого характерны два симптома. Первый - увеличение добычи и экспорта сырья. Второй - уменьшение объемов отечественного промышленного производства. При этом появление второго симптома неразрывно связано с первым. Другими словами, «голландская болезнь» - это такое состояние экономики, при котором экспорт сырья гасит развитие национальной экономики.

Условиями для появления голландской болезни являются открытость экономики и относительно более высокая обеспеченность страны природными ресурсами. Страны, отвечавшие этим условиям, и испытали на себе течение «голландской болезнью».

Причем, поразились страны независимо от уровня развития и каких-то национальных особенностей экономики: от Австралии и Голландии (эта страна дала название болезни) до Гвианы и Замбии.

В 1993 году экономист Ричард М. Аути из Университета Ланкастера после изучения динамики ВВП в зависимости от изменения цен на нефть. Он обратил внимание на то, что во время ценового пика на нефть 1970-х годов и в последующие годы валовой внутреннего продукта на душу населения в странах ОПЕК снижался на 1,3 % в год, тогда как остальные развивающиеся страны росли более чем на 2 % в год. Согласно его точке зрения, ресурсное богатство стран, в противоположность обыденным представлениям, приводит к их отставанию в экономическом развитии. Такую зависимость Ричард М. Аути назвал термином «ресурсное проклятие» [3].

Соизмерение темпов экономического роста и запасов полезных ископаемых в таких странах как Нигерия, Замбия, Саудовская Аравия и Венесуэла позволило Ричарду М. Аути выявить наличие признаков «ресурсного проклятия» в этих странах. Наличие богатых сырьевых запасов не сопровождается соответствующим экономическим ростом. В то же время страны практически лишенные необходимых запасов полезных ископаемых, используемых в качестве сырья для промышленных предприятий (Япония, Южная Корея, Тайвань), экономически более развиты, чем страны обладающие богатыми запасами природного сырья.

К аналогичному мнению приходят экономисты из Гарварда Д. Сакс и Э. Варнер, которые провели обширные исследования факторов экономического роста в 95 развивающихся странах за 20 летний период (1970 -1990 годы). Особенно было обращено внимание на новые индустриальные страны Восточной Азии: Корея, Тайвань, Гонконг, Сингапур, в которых отмечались высокие темпы роста экономики. В итоге ими был выявлен экономический парадокс - страны с бедными природными ресурсами превосходили по темпам роста страны с богатыми природными ресурсами [4].

Для установления зависимости развития стран от наличия в необходимом или даже избыточном количестве природных ресурсов необходимо определить основные причины снижения темпов экономического роста.

Среди причин, определяющих динамику экономического развития в условиях проявления симптомов «ресурсного проклятия», наиболее важными являются следующие:

- снижение конкурентоспособности других секторов экономики, вызванное увеличением реального обменного курса, связанным с притоком в страну доходов от ресурсов;

- высокая изменчивость доходов от продажи ресурсов на мировом рынке;

- ошибки в государственном регулировании и развитие коррупции, связанные с притоком «лёгких» денег в экономику.

Таким образом, «ресурсное проклятие» может быть свойственно странам с различными уровнями развития рыночной экономики и политической системы.

Механизм активного прогрессирования «голландской болезни» в определенной степени известен: увеличение экспортных доходов за счет добывающего сектора экономики ведет к дополнительному притоку иностранной валюты в страну. Такой «перекос» в структуре экономики обуславливает изменение номинального и реального курса национальной валюты по отношению к иностранной в сторону временного укрепления национальной валюты.

Увеличение доходов населения порождает дополнительный спрос как на обмениваемые, так и на необмениваемые блага. Поскольку обмениваемые блага участвуют в международной конкуренции, их внутренняя цена принимается фиксированной на уровне мировой (при условии, что страна является маленькой относительно мировой экономики). Поэтому дополнительный спрос не оказывает влияния на цену обмениваемых благ. Однако цена необмениваемых благ определяется

равновесием на внутреннем рынке (равенством спроса и предложения). Поэтому резкое увеличение спроса на них ведет к росту цен. Результатом этих процессов является рост инфляции и ещё большее укрепление реального курса валют.

Реальное удорожание национальной валюты снижает конкурентоспособность открытого сектора (конкурирующего с внешними производителями). В результате сокращается выпуск и экспорт обрабатывающих отраслей, что может привести к росту безработицы, увеличению импорта с одновременным снижением чистого экспорта и, в конечном итоге, снижением валового внутреннего продукта.

В первую очередь деградируют и теряют позиции наиболее динамичные наукоемкие отрасли. Это связано с необходимостью для них постоянных масштабных инвестиций в обновление технологий и продукции. Падение рентабельности вследствие роста курса национальной валюты ведет к сокращению инвестиций, технологическому отставанию, и уходу с рынка. Традиционные отрасли, не нуждающиеся остро в обновлении технологий, могут продержаться значительно дольше.

По многим признакам, и в значительной степени, по преобладанию сырьевых отраслей в структуре производства нынешнюю модель экономики Казахстана называют «коричневой», для которой характерны проявления симптомов «ресурсного проклятия», которые пока еще не ощутимы в явном виде. Однако, в долгосрочной перспективе «голландская болезнь» может привести к перемещению ресурсов из обрабатывающих отраслей в сырьевой сектор, который создает меньшую величину добавленной стоимости. Кроме того, длительная зависимость экономики от экспорта природных ресурсов ослабляет стимулы для развития обрабатывающих отраслей и создания новых технологий

Безусловно, необходимо своевременно приступить к лечению последствий «ресурсного проклятия». Наилучшей панацеей против негативных последствий ресурсной зависимости является переход к иной модели экономики, основанной на принципах ресурсосбережения.

Такой моделью в мировой практике является экономика, основанная на технологиях «зеленой экономики».

По определению ЮНЕП «зеленая экономика» представляет собой экономику «... результатом которой являются рост благосостояния населения и социальная справедливость, и которая в то же время значительно уменьшает экологические риски и дефицит природных ресурсов». Это экономика с низкими углеродными выбросами, эффективно использующая природные ресурсы и отвечающая интересам всего общества.

Влияние институциональных факторов на развитие и функционирование «ресурсной» экономики подробно рассмотрено в трудах ряда ученых, которые обосновывают необходимость политических и экономических реформ [5].

Идеология «зеленой экономики», на наш взгляд, в наибольшей мере соответствует необходимым преобразованиям, позволяющим эффективно бороться с последствиями «голландской болезни», обеспечивая: устойчивое развитие, равенство, подлинное процветание и благополучие для всех, целостность Земли, широкое участие населения в процессе принятия решений

подотчетность, эффективность, инвестиции в будущее [6].

В условиях перехода к технологиям «зеленой экономики» вместе с изменениями общественных отношений необходимо изменить и праворегулирующие отношения. Особенно следует обратить внимание на правовые институты, служащие основой регулирования природоохранных отношений.

В целом необходимо принять меры, направленные на формирование институциональных условий для решения следующих проблем:

- развитие возобновляемой ветро-, солнце-термальной и гидроэнергетики;

- модернизацию жилищно-коммунального хозяйства, позволяющее существенно снизить потребление энергии и воды и повысить качество и безопасность жилья,

сократит расходы на его содержание;

-устойчивое управление пастбищными ресурсами, предотвращающее опустынивание земель, обеспечение устойчивости доходов фермеров;

-модернизацию систем управления водопользованием, снижающее существующие большие потери воды и повышающее эффективность сельского и коммунального хозяйства.

Концепция «зеленой экономики» выступает, на наш взгляд, как инновационный инструмент для следующего этапа развития экономики Казахстана.

Список использованных источников:

1 Ядгаров Я.С. История экономических учений. Учебник. - М.: Издательство: «ИНФРА-М», 2009. - 480 с.

2 Монтес М.Ф., Попов В.В. «Азиатский вирус» или «голландская болезнь»? Теория и история валютных кризисов в России и других странах: Пер. с англ.-Дело, 1999. - 136 с.

3 Auty Richard M. Sustaining Development in Mineral Economies: The Resource Curse Thesis. - London: Routledge, 1993

4 Sachs, J.D., Warner, A.M. Natural resource abundance and economic growth. //NBER Working Paper 5398, 1995

5 Гуриев С., Сонин К. Экономика «ресурсного проклятия» // www.experttalks.ru

6 Концепция по переходу Республики Казахстан к «зеленой экономике» // Указ Президента Республики Казахстан от 30 мая 2013 года № 577 / Экология и промышленность Казахстана. - № 2, 2013

Андатпа

Мақалада Қазақстан экономикасының шикізатқа бағдарланған өзекті мәселелері, «жасыл экономикаға» көшудің факторлары мен шарттары қарастырылған

Аннотация

В статье освещены современные проблемы экономики Казахстана, имеющей сырьевую направленность, рассматриваются факторы и условия перехода к «зеленой экономике»

Abstract

The article highlights the current problems of the economy of Kazakhstan, having a raw material orientation, factors and conditions for the transition to a «green economy» are considered

Турыспаева Д.Б.,

**магистрант специальности 6М050700-Менеджмент,
Казахский университет экономики, финансов и
международной торговли**

Структура и особенности функционирования жилищно-коммунального хозяйства

В последние годы проблемы, связанные с функционированием ЖКХ, стали объектом всестороннего пристального внимания, однако серьезных позитивных изменений в этой сфере к настоящему времени не произошло. Более того, наблюдается ухудшение как технического, так и финансового положения этого многоотраслевого комплекса. ЖКХ по-прежнему характеризуется отсутствием эффективных экономических отношений и низким качеством предоставляемых услуг. Высокая степень износа основных фондов, тяжелая финансовая ситуация на предприятиях ЖКХ, не до конца прозрачные правила бизнеса делают отрасль непривлекательной для

инвесторов [1].

Наше общество постоянно преобразуется и развивается. С течением времени мы прощаемся с постсоветским прошлым и все больше переходим на рыночные рельсы экономического развития. Предоставление многочисленных льгот разным категориям граждан, низкие цены на коммунальные и сопутствующие услуги - все это остается в прошлом. И как результат - постоянно изменяющиеся обязанности и, что самое главное для потребителей, то есть простых граждан, изменяющиеся права. Это касается и такой важной отрасли экономики, а главное - для каждого из нас, как жилищно-коммунальное хозяйство, сокращенно ЖКХ.

Жилищно-коммунальная сфера является одной из основных отраслей муниципального хозяйства, от функционирования которой непосредственно зависит жизнедеятельность населения. Отрасль ЖКХ напрямую связана с повседневными интересами граждан и призвана обслуживать их материально-бытовые потребности в жилищно-коммунальных услугах.

Сегодня для обеспечения эффективной системы управления и обслуживания муниципального жилищного фонда решаются задачи по внедрению конкурентных отношений, развитию инициативы собственников жилья, созданию условий для управления многоквартирными домами. Развитию конкурентных отношений и частной инициативы в жилищно-коммунальном комплексе города в частности способствует увеличению бюджетного финансирования в части обновления и реконструкции основных фондов[2].

ЖКХ является важнейшим системообразующим компонентом организации хозяйственного комплекса современного поселения любого типа. От качества предоставляемых им услуг зависит здоровье и дееспособность населения, а также ритмичность работы всех предприятий муниципалитета.

Согласно проведенным исследованиям, жилищно-коммунальное хозяйство имеет ряд особенностей, которые отличают его от других отраслей. Так, специфическими чертами отрасли являются следующие:

- местный характер деятельности жилищно-коммунальных предприятий, потребителями продукции (услуг) которых являются, прежде всего, население, а также расположенные на нем предприятия промышленности, транспорта и др.;
- процессы производства и потребления продукции (услуг) в жилищно-коммунальном хозяйстве неразрывно связаны с другими отраслями, эта продукция не может накапливаться для последующей реализации;
- предприятия жилищно-коммунального хозяйства должны быть готовы отпустить столько продукции и реализовать столько услуг, сколько их требуется в каждый конкретный момент времени;
- нецелесообразность предоставления коммунальной продукции сверх оптимального предела, определяемого численностью населения, размерами территории и особенностями ее планировки, своеобразием климатических условий, степенью развития градообразующей и градообслуживающих сфер;
- наличие резерва мощностей коммунальных предприятий, связанных с их ориентацией на максимальный уровень потребления услуг;
- независимость численности основного эксплуатационного персонала непосредственно от объема производимой коммунальной продукции, что связано с выполнением работ по обслуживанию машин и оборудования, а также количеством дежурного персонала;
- отличная от других отраслей структура основных фондов, при которой удельный вес пассивной части в 2 раза выше, чем на промышленных предприятиях;
- особенная структура затрат на производство коммунальных услуг, при которой основными затратами являются расходы на энергоносители;
- многоотраслевой (более 30 отраслей) характер;

- высокая доля муниципальной собственности на земельные участки, водные и лесные ресурсы, жилой и нежилой фонды;
- конечным потребителем услуг являются домохозяйства, коммерческие и некоммерческие организации, органы власти [3].

Одна из важнейших особенностей жилищно-коммунального хозяйства состоит в том, что потребности в услугах этой отрасли есть всегда и везде. Поэтому современное состояние жилищно-коммунального хозяйства, с одной стороны, характеризуется непрерывным втягиванием и концентрацией в себе огромных ресурсов, с другой стороны, система управления этой сферой не способна рационально их использовать.

Система управления ЖКХ представляет собой единый механизм, каждый элемент которого выполняет предназначенную ему функцию, взаимосвязанную с функциями других элементов.

К структуре механизма управления в ЖКХ на муниципальном уровне можно отнести:

- формирование эффективных взаимосвязей в сфере ЖКХ между субъектами и объектами на уровне муниципалитета, а также понимание сущности экономических отношений участников в сфере ЖКХ сквозь призму взаимодействия и реализации экономических потребностей и интересов человека;

- определение принципов муниципального управления ЖКХ. К ним относят: принцип инициативы и самостоятельности; административной централизации; структурности и взаимосвязи; приоритетных задач и направлений; инвестиционной привлекательности; равной социальной защиты и справедливости; взаимного доверия и ответственности; инновации и модернизации; научности;

- определение специфики муниципального управления ЖКХ, базирующегося на количественных и качественных показателях;

- определение особенностей муниципального управления ЖКХ, которые формируются под воздействием факторов как эндогенного, так и экзогенного характера;

- определение методов муниципального управления ЖКХ. Общие: административно-распорядительные, экономические, социально-психологические, инновационные.

- формирование функции муниципального управления ЖКХ.

Общие функции можно представить как: планирование, организация, мотивация координация и контроль. К частным функциям можно отнести непосредственное согласованное управление конкретным предприятием, группой предприятий однородной направленности. Специфику частных функций определяет набор факторов: экономические, производственные, социальные, географические, демографические, экологические.

Механизм управления - это проводник любых управленческих решений. От него всецело зависит результат экономического поведения конкретного человека, группы людей, организации, общества. Реформа такой сложной системы, как ЖКХ, не может быть успешно осуществлена без кардинальных изменений в системе управления жилищным фондом и его инфраструктурой. Механизм управления в ЖКХ во многом зависит от усиления роли местного самоуправления и широком вовлечении населения в процесс принятия решений.

Широкое использование системы делегированного управления в муниципальном образовании привело к модернизации и повышению эффективности использования объектов жизнеобеспечения населения, к экономии ресурсов, дальнейшему рефинансированию средств, направляемых на финансирование ЖКХ. После окончания действия договора-концессии муниципальное образование получит модернизированную инфраструктуру при уменьшении себестоимости поставляемых ресурсов и повышении качества услуг.

Качество функционирования жилищно-коммунального хозяйства, являющегося

важнейшей сферой социальной структуры общества, способно создать благоприятную среду для реализации принципов социально-ориентированной рыночной экономики[4].

Степень развития и объем деятельности коммунального хозяйства непосредственно влияют на уровень благосостояния населения, бытовые условия его жизни, санитарно-гигиенические условия и чистоту водного и воздушного бассейнов, а также на уровень производительности труда.

Список литературы:

1. Гришина Е.Ю. Административно-правовое регулирование в сфере жилищно-коммунального хозяйства. Проблемы и пути их решения "Административное право", 2009, N 1

2. Храмцов А. Жилищно-коммунальное хозяйство Тюмени: состояние, проблемы и перспективы развития // Городское хозяйство. 2008, №4.

3. Сугаипов М.Ю. Организационно-экономический механизм функционирования жилищно-коммунального хозяйства муниципального образования на принципах предпринимательства: Автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Великий Новгород, 2008

4. Стадолин М.Е., Зуденкова С.А. Развитие современной системы управления жилищным хозяйством и благоустройством территории районов Москвы // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2015. №1. с. 66-69.

Резюме

Система жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ) занимает особое место в развитии национальной экономики, образуя жизнеобеспечивающую основу муниципальных образований и реализуя социальные функции в процессе экономической деятельности своих хозяйствующих субъектов.

Түйін

Тұрғын үй-коммуналдық шаруашылық (ТҚШ) жүйесі муниципалдық құрылымдардың тыныс-тіршілігін қамтамасыз ететін негізін құра отырып және өзінің шаруашылық субъектілерінің экономикалық қызметі процесінде әлеуметтік функцияларды іске асыра отырып, ұлттық экономиканы дамытуда ерекше орын алады.

Summary

The system of housing and communal services (Housing and communal services) occupies a special place in the development of the national economy, forming the life-supporting basis of municipal formations and realizing social functions in the process of economic activity of their economic entities.

Тусаева Алия Куанышовна
к.э.н., ассоциированный профессор
АО «Международная образовательная корпорация»,
кампус Казахско-Американский Университет

РОЛЬ И НЕОБХОДИМОСТЬ МАРКЕТИНГА НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Маркетинг является важным инструментом продвижения товаров и услуг. В последнее время маркетинговые инструменты широко используются на финансовом рынке. Однако насколько это правильно, и какие последствия влекут за собой, мы рассмотрим в данной статье.

Финансовый рынок состоит из финансовых институтов и инструментов. На данном рынке соприкасаются интересы разных участников. С одной стороны – это инвесторы, которые вкладывают свои деньги. С другой стороны – финансовые

институты, предлагающие свои услуги в качестве финансовых посредников. Целью любой коммерческой организации является получение прибыли. С каждым годом участники финансового рынка внедряют новые продукты и услуги. Конкурентное преимущество является важным критерием на рынке. Каждый финансовый институт усиливает свои позиции за счет конкурентного преимущества.

Маркетинг должен проводиться не только со стороны организаций, а также со стороны государства. Здесь также имеет дело проблемы финансовой грамотности населения. Поэтому, государственные меры по повышению финансовой грамотности населения и проведение маркетинговых мероприятий по финансовым услугам и продуктам повлияют на дальнейшее развитие рынка в целом.

На наш взгляд, проблемы маркетинга финансовых услуг имеются в двух направлениях (рисунок 1).



Рисунок 1. Основные проблемы маркетинга финансовых услуг

Исламское финансирование. Исламское финансирование является для нашего государства новым подходом. С развитием исламского финансирования в мире, финансовый рынок разделился на 2 направления – традиционные финансы и исламские финансы. Традиционными финансами называют экономические отношения, построенные между участниками рынка на западе. По данному принципу работают западные, российские и казахстанские банки и финансовые организации.



Рисунок 2. Денежный оборот в финансовых организациях по традиционной системе

Финансовые организации, в том числе банков, привлекают деньги за счет приема депозитов и/или размещения ценных бумаг. Привлеченные деньги размещаются в виде выдачи кредитов населению и юридическим лицам. В результате, банк получает прибыль за счет денежной разницы в стоимости (в данном случае разницы процентов).

Западные подходы так «укоренились» в сознании нашего общества, что многие имеют ошибочное представление об исламских финансах.

Многие считают, что исламские банки не получают прибыль. Как и любой банк, исламский банк нацелен на получение прибыли. Исламский банк не является благотворительной организацией. Запрет на процент («риба») многими воспринимается, что исламский банк не получает прибыль. Как же банк получает прибыль? Прибыль банка состоит из разных источников: получения доли прибыли от вложения в проект; покупка и перепродажа объекта; вознаграждение в качестве агента, доверительного лица и т.д.



Рисунок 3. Самые частые заблуждения об исламских финансах

Исламские финансы в мировом сообществе называют «этические финансы» или «альтернативные финансы». На наш взгляд, эти названия намного раскрывают суть этого

направления. Потому как исламские участники работают по нормам Шариата и этики. «Выиграл-выиграл», где обе стороны выигрывают, вот основное ядро исламских финансов. Не правильное понимание работы исламских банков затормаживает развитие финансового рынка нашей республики.

Коллективное инвестирование. Развитие паевых инвестиционных фондов (ПИФ) дает инвестору дополнительные варианты по инвестированию. Управляющая компания создает данный фонд и привлекает деньги на основе доверительного управления. Инвестор, вкладывая деньги в ПИФ, планирует в дальнейшем получить прибыль за счет эффективного вложения его денег. На западе данные институты имеют большую популярность.

Вместе с инвестиционными фондами появляются и исчезают другие компании, так называемые «финансовые пирамиды». Основная цель данной компании – привлечение денег как можно больше у клиентов и использовать в своих интересах. Как показывает практика, владельцы данных компаний не находят и они постоянно в розысках.

Многие инвесторы не могут отличить ПИФ от финансовых пирамид. В следующем рисунке показаны основные характеристики финансовых пирамид, с помощью которых можно отличить от добросовестных финансовых организаций.

Во-первых, данные организации не заинтересованы в выдаче денег клиентам. Если выдача и происходит, то только для заманивания других клиентов, так как понимают, что довольный один клиент за собой привлечет как минимум троих клиентов.



Рисунок 4. Основные признаки финансовых пирамид

Во-вторых, данные организации не имеют лицензии Национального банка РК по доверительному управлению. Список имеющих лицензий можно найти на сайте Нацбанка. Финансовые пирамиды в основном имеют лицензии на обучение и/или консалтинг.

В-третьих, широкий спектр маркетинговых приемов используются в деятельности пирамид. Например, получаешь сверх процент, если привлечешь за собой клиентов. Также, рекламы в Интернете и соцсетях о высокой прибыли часто используются данными компаниями.

В заключение, хотелось бы отметить, что проблемы, возникшие в упомянутых направлениях нужно решать с помощью маркетинга. Необходимо распространять информацию о работе исламских банков, финансовых пирамидах и как их отличить.

Маркетинг со стороны государства должен проводиться либо внедрить этот инструмент в учебные заведения. Например, кооперации с вузами. Университеты могли бы проводить различные маркетинговые акции, рекламы и приемы для населения.

Андатпа.

Мақалада қаржы нарығындағы маркетингтің рөлі қарастырылған. Мемлекет тарапынан маркетингтің қажеттілігі анықталған. Оған себеп ретінде қоғамдағы қаржы нарығының құралдары бойынша түсінбеушілік пен бұрмалаушылықтың болуы. Мақалада маркетинг арқылы мемлекеттің араласу қажеттілігі бар екі бағыттар зерттелінген.

Аннотация.

В статье рассматриваются вопросы о роли маркетинга на финансовом рынке. Маркетинг со стороны государства также необходим, так как имеются неверные рассуждения об инструментах финансового рынка. В данной статье был проведен обзор двух направлений, где имеется острая необходимость вмешательства государства с помощью маркетинговых приемов.

Annotation.

The article discusses the role of marketing in the financial market. Marketing by the state is also necessary, as there are incorrect arguments about the tools of the financial market. This article reviewed two areas where there is an urgent need for government intervention through marketing techniques.

**Туякбаева Д.
«Тұран» Университетінің
студенті
Ғылыми жетекші:
Асанова Т.А**

ЛОГИСТИКАДАҒЫ ТӘУЕКЕЛДІЛІКТЕРДІ БАСҚАРУ МЕХАНИЗМІ

Отандық тәуекел – менеджменттің бірінші ерекшелігі – тәуекелдерді басқару тиімділігінің төмендігі, яғни тәуекел – менеджментті дамытуда кешенділіктің болмауы, оның корпоративтік құндылықтар иерархиясындағы екінші дәрежелі болуы, қолданудағы жүйелілік болып табылады. Екінші ерекшелік – оны сақтандырумен жиі алмастыру. Мұндай саясат сақтандырушы тарапынан қиянат жасау және компанияның тиісті бюджетінің артуы, сондай – ақ тәуекелдерге бөлінетін жалпы назардың төмендеуі арқылы да жүғады[1].

Тәуекелдерді бағалау кезінде бірінші маңызды сәт "тәуекел" ұғымының өзі өте көп қырлы және ең алдымен оны қолдану саласына және осы саладағы тәуекелдерді бағалаудың қалыптасқан тәжірибесіне байланысты екені болып табылады. Қазақстандағы логистикалық менеджмент тәуекелдерді басқару саласында терең дәстүрлермен мақтана алмайды, ал логистикаға және әр түрлі ақпараттың бумына деген қызығушылықты тез арттыру шаруашылық байланыстарда ауыстырмайды.

Ұлттық деңгейде басқарудың тиімді жүйелерін құру логистикада оларды қолдану ерекшеліктерін ескере отырып, білімнің басқа салаларындағы тәуекел–менеджменттің сынақтан өткізілген және тиімді модельдеріне негізделуі мүмкін. Экономикаға қатысы бар қызмет салаларының арасында тәуекелдерді тиімді басқарумен мынадай салаларды бөліп көрсетуге болады: сақтандыру, банк ісі, биржалық қызмет, инвестициялау, тасымалдау, әсіресе теңіз көлігімен, математиканы барлық есеп айырысуларды жүргізудің негізі ретінде көрсетуге болады.

Қызметтің осы салаларының басты ерекшелігі – бұрыннан қалыптасқан көзқарастар жүйесінің, нұсқаулықтар жиынтығының, ережелердің, тәуекелдерді бағалау механизмдерінің болуы және бұл өте маңызды, ықтималдық теориясына, математикалық және шаруашылық статистикаға, сондай – ақ ұзақ мерзімді қаржылық есептемелерге негізделген актуарлық есептер жүргізу үшін статистикалық деректердің белгілі бір көлемінің болуы керек. Осындай көзқарастар жүйесін қалыптастыру уақыт пен ойластырылған ғылыми – әдістемелік зерттеулерді талап етеді. Логистикадағы тәуекелдерді басқару саласындағы конъюнктуралық жарияланымдар кейде жалпы қолданылатын терминологияның кәсіби аудармасымен пайдаланушыларды қандай да бір пәрменді көмек көрсетпей жаңылыстыруға алып келеді.

«Тәуекел» ұғымын бағалаудағы екінші маңызды сәт логистикалық ортаның күрделілігі мен көп факторлығы болып табылады. Логистикалық жүйелердің тәуекелдері әртүрлі болуы мүмкін. Өз мәні бойынша логистикалық тәуекелдер материалдық, қаржылық және ақпараттық ағындардың өзгеру процесінде де, логистикалық жүйеде пайда болатын тәуекелдерді басқару процесінде де барлық құрамдас буындар мен элементтердің тәуекелдерінің әртүрлі түрлерін біріктіреді.

Логистикалық жүйелердегі тәуекелдерді басқару процестерін зерттеу командалық – сараптамалық тәсілдің міндетті болуын алдын ала анықтайды. Тәуекелдерді бағалау үшін әр түрлі, оның ішінде жоғарыда аталған қызмет салаларының мамандары тартылады: менеджерлер, экономистер, математика, программистер, сақтандырушылар және тағы басқа бұл мамандар өз қызметінің тәжірибесі мен кәсіби құзыреттілігіне сәйкес «тәуекел» ұғымының мазмұнына баға береді. Бұл ретте корпоратившілік регламенттермен және ұйымның ішкі құжаттамасымен белгіленетін тәуекелдерге қатысты бір мағынаға қол жеткізу қажет.

«Тәуекел» ұғымын бағалаудағы үшінші маңызды сәт – логистикалық жүйе іс жүзінде бірыңғай басқарумен серпінді ұйым емес, белгілі бір әлеуетті мүмкіндіктері мен құзыреттілік саласы бар логистикалық жүйенің буындары түріндегі мүдделі тараптардың жиынтығы болып табылады. Астында мүдделі тараптар логистикалық жүйесі түсініледі логистикалық буындары, мүдделері мен пайданы байланысты табысты ұйымдастыру және логистикалық жүйесі болып табылады. Логистикалық жүйенің буындары – өз қызметінің белгілі бір сипаты мен кәсіби құзыреттілігі бар менеджерлер мен мамандар тобы болып табылады. Мұндай жүйе логистикалық тізбекте үдерістерді бөлуге мүмкіндік бермейді, сондықтан тәуекелдерді бағалау кезінде бір ғана ықтимал – статистикалық тәсілдер жеткіліксіз болып келеді[2].

Логистикалық жүйенің жұмыс істеуі барысында логистикалық тізбектің барлық буындарына қатысушылар пайда алуға мүдделі. Логистикалық менеджерлердің алдында бұл пайданы арттыру және шығындарды қысқарту міндеті қойылып отыр. Бұл ретте тәуекелдерді басқару мәселелері, әдетте, логистер мен менеджерлер қызметінің назарын тәуекел оқиғасы орын алған сәтке дейін шоғырландыру алаңынан шығарылады, оны жоюға кететін шығындар белгілі бір маңызды кезең үшін пайдаға сәйкес келеді.

Көліктік – логистикалық кешен жүйесінің күрделілігі тәуекелдерді басқару процесінде қосымша қиындық тудырады, атап айтқанда, тәуекелдердің әрбір жеке түрінің түпкілікті нәтиженің белгісіз табиғатына әсерінің шынайы мәнін анықтау. Тәуекелдерді басқару басымдықтарды олардың біреуінің әсерін азайту әрекеттерінде, басқалардың басылуына нұқсан келтіре отырып, орналастыруды болжайды, бұл, сайып келгенде, тасымалдау процесін ұйымдастыру тәуекелдерін басқару ісінде қойылған міндеттерді шешуге бағытталған ақша–инвестициялық ағындардың сипаттамаларында көрініс табады. Мұндай басымдықтарды ғылыми-негізделген тәсілмен қоюға болады, тек қана әрбір тәуекел түрінің салымының құндылығын көліктік – логистикалық компания қызметінің түпкілікті нәтижесінің белгісіздігі мөлшеріне және тасымалдау процесі тәуекелдерінің жиынтығымен келтірілетін ықтимал шығын мөлшеріне бөлу теориясына ие болады[3].

Өткізуді логистикалық қамтамасыз ету тәуекелдері өнімге, қызметтерге, орталық ұйым мен нарық арасындағы ақпаратқа сұраныстың бұзылуына, сондай-ақ клиенттердің талаптарын орындау сапасына, яғни тапсырысты орындау жылдамдығына, клиенттің өтінімін жедел орындау үшін қажетті өнім қорының болуына, уақтылы жеткізілуіне және т. б. байланысты:

- тапсырыс берушінің қаржылық жағдайын өзгерту;
- сән бағытын өзгерту;
- өнім ассортиментін ауыстыру;
- маусым ауысымы;
- елдегі экономикалық жағдайдың өзгеруі;
- ұйымның өзінің өнімге деген сұранысты дұрыс болжау.

Қайтаруды басқару тәуекелдері алынған партияның жеткізушіге (өндірушіге) қайтарылуын қамтамасыз ету қажет болған жағдайда да, клиенттерден (сатып алушылардан) қайтаруларды алу кезінде де пайда болады. Қайтарулар кезінде қаржылық шығындар мен тауар түрін жоғалту бөлшек сауда желілеріне жеткізуді қамтамасыз ететін көптеген ұйымдар үшін елеулі қауіп төндіреді[4].

Логистиканы басқару тәуекелдері ұйымда жеткізу тізбектерін басқару деңгейімен, оның клиенттердің сұраныстарына сәйкес өзінің өндірістік жоспарын түрлендіру және шикізатты жеткізушілермен тиімді жұмыс істеу қабілеттілігімен байланысты.

Құрылымдық тәуекелдер ұйымның кадрлық саясатымен және логистика мен оның басқару құрылымындағы жеткізу тізбектерін басқарумен байланысты. Логистиканы басқарудағы қаржылық тәуекелдер операциялық бюджетті басқарумен: тікелей логистикалық шығындарды және жасырын логистикалық шығындарды, сондай-ақ шикізат, тауар "мұздатылған" айналым капиталын басқарумен және логистикалық мақсаттағы негізгі құралдарды (қоймалар, көлік және т.б.) тиімді пайдаланумен байланысты.

Тәуекел-менеджмент кәсіпорынның кез келген бөлімшесі үшін іс жүзінде қажет болады, ал кәсіпорын – бұл бірыңғай жүйе болғандықтан, тәуекелді кешенді басқару қажеттілігі туындайды, яғни жеке бөлімшелердің, сондай-ақ тұтастай алғанда кәсіпорынның қажеттіліктерін ескере отырып.

Жүргізілген зерттеу барысында логистикада тәуекелдерді басқару жүйесін енгізу алгоритмі әзірленді, бұл тәуекел-менеджмент саласындағы оңтайлы шешімді негіздеуге мүмкіндік береді. Менеджерлер-логистерге ықтимал тәуекелдерді ескере отырып, логистикалық жүйенің жұмыс істеу процесін тиімді ұйымдастыру және алдыңғы қатарлы елдердің практикалық тәжірибесін және тәуекел-менеджмент саласындағы ISO ұйымдастыру инновациялық стандарттарын пайдалана отырып, олардың туындау мүмкіндігін барынша азайту қажет.

Тәуекелдермен жұмыстың жалпы алгоритмін атап көрсетуге болады: сәйкестендіру, талдау және бағалау, тәуекелдерді басқару. Отандық кәсіпорындардың логистикада тәуекелдерді басқаруға жетілдірілген тұжырымдамалық тәсілді қолдануы белгілі бір қызмет саласына тән тәуекел факторларын жедел ескеруге мүмкіндік береді. Мұны кәсіпорындардың тәуекелдерін басқарудың интеграцияланған жүйесін құру үшін кәсіпорынды стратегиялық және тактикалық басқару жүйесінде іске асыру қажет. Халықаралық экономиканың жаһандануы мен транснационалдануының қазіргі жағдайларында кәсіпорындардағы тәуекелдерді басқарудың интегралдық парадигмасы синергия әсері нәтижесінде барлық қатысушыларға барынша мүмкін пайда алу үшін оңтайлы әзірленген логистикалық тізбекте ресурстар ағындарын тура басқаруды қамтамасыз ете отырып, корпоративтік стратегияның ажырамас бөлігі болып табылады[5].

Логистикалық белгі бойынша тәуекелдер олардың ағындар мен қорлардың нақты түрлеріне тиістілігіне сәйкес базалық логистикалық Санаттар ретінде жіктеледі. Тиісінше, кәсіпорын тәуекелдерінің жалпы жүйесіндегі материалдық (заттай),

ақпараттық және қаржылық тәуекелдің орны мен рөлі анықталады.

Кәсіпорын тәуекелдерін жіктеу негізі үшін шаруашылық процесінің көлемді немесе құрылымдық функцияларды іске асыру тараптарының біріне әсер ету сипатын қабылдау ұсынылады. Мұндай әсер түрлі табиғи-заттай, қаржылық және ақпараттық көрініс түрлерін алуы мүмкін. Осылайша бөлектеуге болады:

– қоғамдық қажеттіліктерді қанағаттандырудың алуан түрлілігін, ең алдымен олардың құрамы бойынша өзгертуге арналған инновациялық сала (инновациялық тәуекел);

– шаруашылықта жұмсалған еңбек массасының өзгеруін қамтамасыз ететін инфрақұрылымдық сала (инфрақұрылымдық тәуекел);

– шаруашылық функцияларын іске асырудың құрылымдық жағынан да, көлемді жағына да әсер ететін өндірістік саланы (өндірістік тәуекел).

Логистикалық тәуекел – бұл тасымалдаудың логистикалық операцияларын орындау, қоймалау, жүк өңдеу және материалдық ресурстар мен дайын өнім қорларын басқару кезіндегі қолайсыз нәтиженің мүмкіндігі. Бұған белгілі бір логистикалық операциялар мен функцияларды орындау кезінде туындайтын басқарушылық сипаттағы тәуекелдер жатады[6].

Қорытындылай келе, логистикалық тәуекелдерді уақтылы және толыққанды есепке алу қаржы және өндірістік ресурстарды үнемдеуге ғана емес, сонымен қатар кәсіпорынның барлық экономикалық қызметінің тиімділігін айтарлықтай арттыруға мүмкіндік беретінін атап өткен жөн, бұл нарықтық жүйені дамытудың қазіргі заманғы жағдайларында шаруашылық жүргізуші субъектінің қаржылық тұрақтылығы мен тұрақты дамуының көрсеткіштерінің бірі болып табылады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Аникин Б.А. Логистика учебник для студ. вузов / Б. А. Аникин. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Инфра-М, 2005. - 368 с.

2. Бауэрсокс, Д., Клосс, Д. Логистика: интегрированная цепь поставок: учебник / Д. Бауэрсокс, Д. Клосс. - М. : Олимп-Бизнес, 2001. - 374 с

3. Гагарский Э.А. Интермодальные перевозки [Текст] / Э.А. Гагарский, С.А. Кириченко // Логистика. - №1. - 2002. - с. 20.

4. Гаджинский, А.М. Логистика : учеб. для вузов / А.М. Гаджинский. - 15-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К, 2008. - 432 с.

5. Гудков В.А. Основы логистики : учебник / В.А. Гудков. - М.: Горячая линия - Телеком, 2004. - 351 с.

6. Еремеева Л.Э. Логистика учебно-методический комплекс / Л.Э. Еремеева. - Сыктывкар: СЛИ, 2008. - 96 с.

Түйін

Бұл мақалада логистиканың тәуекелділіктердің басқару механизмі ретінде маңызы айқындалған. Қазіргі жағдайда логистика мен логистикалық тәуекелділікті тасымалдаудың логистикалық операцияларын орындау, қоймалау, жүк өңдеу және материалдық ресурстар мен дайын өнім қорларын басқару дамытуға мүмкіндік береді.

Резюме

В данной статье рассматриваются механизмы управления рисками логистики значения, определенные в качестве. В современных условиях логистические риски и логистические риски позволяют развивать выполнение логистических операций по транспортировке, складированию, обработке грузов, управлению материальными ресурсами и запасами готовой продукции.

Summary

This article discusses the mechanisms of risk management logistics values defined as. In modern conditions, logistics risks and logistics risks allow to develop the implementation of logistics operations for transportation, warehousing, cargo handling, management of material resources and stocks of finished products.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ ЭКОНОМИКАСЫНДАҒЫ ТЕМІРЖОЛ КӨЛІГІНІҢ РӨЛІ

Көлік кешенінің дамуы мемлекеттік экономикалық саясаттың басымдықтарының бірі болып табылады. Бүкіл экономикалық жүйенің тиімді дамуы, Қазақстанның әлемдік экономикаға табысты енуі және елдің тұрақты әлеуметтік–экономикалық жағдайы көлік тиімді дамумен байланысты. Республиканың экономикалық жүйесіндегі нарықтық қатынастарды және құрылымдық өзгерістерді соңғы онжылдықта нығайту көліктік жүйенің негіздерін, көліктік кәсіпорындардың жұмыс істеу принциптерін және қоғамдық өмірдегі көліктің маңыздылығын түбегейлі өзгертті.

Қазақстандағы көліктік индустрияның басты мақсаты көлік стратегиясында айтылғандай, оның экономиканың және халықтың көліктік қызметтерге қажеттілігін толық қанағаттандыра алатын дамыған дамуы болып табылады. Оны жүзеге асыру үшін Еуропа мен Азия арасындағы транзиттік көпір болып табылатын елдің орналасу жерін толық пайдалану қажет. Өзінің геосаяси жағдайы мен экономикалық әлеуетіне байланысты Қазақстан халықаралық қатынастар жүйесіндегі интеграциялық белсенді жақтаушы және жаһандық экономикалық процестерге қатысушы болып табылады. Еуразиялық аймақтағы интеграциялық процестерге белсенді қатысуы, Дүниежүзілік сауда ұйымына кіруі Қазақстанның сыртқы экономикалық әлеуетін толықтай жүзеге асыруға мүмкіндік береді, бірақ тек экономиканың бәсекеге қабілетті секторларында ғана. Атап айтқанда, көліктік қызмет көрсету саласында бұл үрдістер отандық көлікпен айналысатын нарықтық үлестің төмендеуіне әкелуі мүмкін. Бұл проблемалар негізінен қазақстандық тасымалдаушылардың бәсекеге қабілеттілігінің жеткіліксіз деңгейіне байланысты, көбінесе көлік қызметтерінің халықаралық сапасына қанағаттанбайды[1].

Теміржол көлігі бөлімшесі ішкі, бірақ оның аумақтық–өндірістік және функционалдық құрылымы ғана қамтылған кешенді өндірістік–шаруашылық және әлеуметтік жүйе. Ол халық шаруашылығының тәуелсіз саласы ретінде және материалдық өндіріс саласы ретінде айналысады, айналым саласындағы тауарлар құндылығын қалыптастыру үдерісін жалғастырады.

Теміржол көлігі орташа және ұзақ қашықтыққа тасымалдау үшін тиімді, тауардың теміржол магистралі бар кәсіпорындарға жеткізілуі де қысқа қашықтықта 10–50 км-ге дейін тиімді. Көмір, мұнай, темір рудасы, қара металдар, минералды тыңайтқыштар, ағаш және контейнерлерді жаппай тасымалдау кезінде теміржолдарды өте алыс қашықтықта пайдалануға болады. Тұрақты жүк тасымалы болған кезде, жүк және технологиялық бағыттарды қалыптастыру, теміржол көлігі тауарларды ұзақ және қысқа қашықтықта жеткізу кезінде бәсекеге қабілетті болып табылады.

Қазіргі кезде теміржол көлігі халықтың қозғалысқа деген сұранысын қанағаттандыру үшін елдің тауар нарығының жұмыс істеуі мен дамуында маңызды рөл атқарады. Бұл көптеген ТМД елдерінің көлік жүйесіндегі негізгі байланыс болып табылады.

Елдің жалпы жүк тасымалдарындағы теміржол көлігінің үлесі шамамен 60% – ды құрайды, ал тасымалдаудың барлық түрлерімен тасымалданатын түсімдегі үлесі 20% құрайды. Бұл жағдай теміржол көлігін дамытуды елдің инфрақұрылымдық проблемаларын шешудегі ең жоғары басымдықтардың бірі болып табылады. Қазақстанның аумақтарының көліктік байланысын қамтамасыз ету ұлттық қауіпсіздік саласындағы орталық органдардың маңызды міндеті болып табылады.

«Темір Жолы» АҚ (ҚТЖ) елдегі басты теміржол желісінің операторы және

операторы болып табылады. Компания магистральдық теміржол желісін, локомотивтерді тарту қызметтері нарығын және вагондарды жалға беруді толық бақылайды. ҚТЖ барлық жүктің 68% – ын және республикадағы жолаушылар тасымалының 60% – ын құрайды [2].

Қазақстанның көлік жүйесінде теміржол көлігі жетекші рөл атқарады. Ұзақ қашықтыққа тасымалдау, жолаушылар мен жүк тасымалдау тарифтерінің салыстырмалы түрде арзан тарифтері теміржол көлігінің пайдаланушылар тарапынан аса көп сұранысқа ие болуына әкелді.

16040,3 км пайдаланудағы теміржол желілерінің 574 км басқа мемлекеттерге жатады. Сонымен бірге, басқа мемлекеттер аумағында 275,1 км қазақстандық теміржолдар орналасқан. Теміржол жолдарының жалпы ұзындығынан 4217 км – электрлендірілген, 4900,3 км – екітабанды және көптабанды жолдар.

2017 жылы теміржол көлігімен 387,2 млн. тонна жүк тасымалданды, жүк айналымы 266,6 млрд. ткм құрады. 2016 жылмен салыстырғанда жүк тасымалдау көлемі 14,3%, жүк айналымы 11,6% өсті. 22,9 млн. жолаушы тасымалданған, жолаушылар айналымы 18,2 млрд. жкм құрады. 2016 жылмен салыстырғанда жолаушылар тасымалдау көлемі 0,7% төмендеді, жолаушылар айналымы 1,7% өсті.

2017 жылы жалпы көлемнен тас көмір (42,5%), темір кені (17,4%), құрылыс жүгі (11%) теміржол көлігімен жөнелтілген жүктің негізгі түрлері болып табылады.

Стратегиялық бағдарламаны іске асыру үшін ең алдымен, біздің ойымызша, Қазақстанның теміржол кешенін техникалық қайта жарақтандыру және реконструкциялау бойынша жұмыстарды жүргізу қажет, оған мыналар жатады:

- техникалық базаны жан-жақты жаңарту;
- қолданыстағы жабдықтар мен механизмдерді жаңғырту;
- негізгі құралдарды қайта жаңғырту және жаңа технологияларды енгізу арқылы өндірісті техникалық қайта жарақтау.

Көлік секторында дамып келе жатқан экономикалық қатынастар негізінен көлік секторының кәсіпорындарының шаруашылық қызметінің негізгі мәселелерін шешуде тәуелсіздік дәрежесіне байланысты. Толық автономия - меншікті мүлікті еркін иелену, қаржылық автономия, әріптестер алдындағы жауапкершілік, салық төлеуші ретінде мемлекет алдындағы міндеттемелерді орындау, өз ұйымдық құрылымын дербес анықтау, қызмет түрін таңдау, әріптес, өндіріс көлемдері мен бағалары бойынша тәуелсіз шешім қабылдау, пайданы пайдалану, өнімдер мен технологияларды жаңғырту, жеткізу және маркетинг. Қазақстандағы өтпелі кезеңде көліктік кәсіпорын нарықтық тетік пен мемлекеттік реттеудің бірігуімен басқарылады.

Ел экономикасының тұрақты экономикалық өсу қарқынын, оның қауіпсіздігін және қорғанысын, әлемдік экономикаға ұтымды интеграциялануын қамтамасыз ету үшін стратегиялық міндеттерді табысты шешу және, тиісінше, әлемдегі бәсекеге барынша қабілетті 50 елдің бірі инфрақұрылымның дамыған инфрақұрылымынсыз қол жеткізе алмайды. Шаруашылықаралық және мемлекетаралық қарым-қатынастарды жүзеге асыруда республиканың көліктік кешені теміржол, автожол, құбыр, өзен, әуе, көлік және автомобиль жолдары, теміржолдар, кеме қатынасы бағыттары бойынша маңызды рөл атқарады [3].

Ел 2015 жылға дейін Қазақстанның көлік стратегиясын әзірлеп, енгізді. Оның мақсаты бүкіл көлік жүйесін жаңғырту және республиканың әлемдік экономикаға тиімді интеграциялау болып табылады. Атап айтқанда, қолданыстағы теміржол учаскелерінің ұзындығы 2700 км жаңа және электрлендірілген 1,600 км–ін салу жоспарланып отыр.

Қазақстан Республикасының темір жол көлігін дамыту бағдарламасы шеңберінде 2020 жылға дейін 1,5 мың сатып алу қарастырылған. Локомотивтер 76 мыңнан астам, жолаушылар тасымалына арналған вагондар 1,7 мың. Жалпы инвестиция көлемі 5 триллион теңгеден асады. Сондай – ақ, бағдарлама отандық өнеркәсіп темір жол машина жасау құруды көздейді. Бұл 22% – ға жүк пойыздарының қозғалыс жылдамдығын

арттыру және жолаушылар пойыздары деп күтілуде және т.б. тепловоз, электровоз, жүк және жолаушылар вагондарын, рельс, шпалдар, аппараттық сигнализация және байланыс жүйелерін, электрмен жабдықтау жүйелерін, өндіру – 82%, жүк вагонының өнімділігі – 30%, локомотив – 15%, пойызының орташа салмағы – 30%, өнімділігі – 25%.

Сонымен қатар, теміржол көлігін дамыту бағдарламасын жүзеге асыру жүйелі қиындықтарға тап болды. Қызмет ету мерзімі және техникалық жай-күйі бойынша жылжымалы құрамның зейнетақысы жаңару қарқынынан асып түседі. Бар паркті ұстап тұру үшін шамамен 3 мыңға жуық зейнеткерлік автокөлікті жыл сайын ауыстыру қажет. 583 бірлік, және 2012 жылға қарай 920 бірлікке жетеді мекен – 2008 жылы, жолаушылар вагондарының тапшылығы 2009 жылы, 315 бірлікті құрады. Жылжымалы құрамның тапшылығы 20 мыңнан асады.

Бүгінгі күні нарықта өз көліктерімен айналысатын шамамен 190 компания бар болса да, бұл мәселені шешпейді. Біріншіден, олардың үштен бірінде шағын автокөліктер паркі бар. Екіншіден, жеке парктің өсуіне байланысты бос жүгіріс өсіп келеді.

Көлік қозғалысы мен ескі паркті жаңартуды ескере отырып, Қазақстан 2020 жылға дейін шамамен 75 мың жаңа магистральдарды қажет етеді. Оларды сатып алу үшін кемінде 500 миллиард теңге талап етіледі.

Өнеркәсіптегі жоғары тозу, темір жол көлігінің технологиялық тұрақтылығын жоғалту қаупін тудырады. Атап айтқанда, индустрияда инвестициялардың жеткіліксіздігі жолдағы нормативтік жөндеуге сәйкес келмейді. Мәселен, 2010 жылы 626 км жөнделді, 2013 жылы – 486,6 км, 2015 жылы – 264,7 км, 2017 жылы – 478 км, жыл сайын 1200-1300 км трассаны жаңарту қажет. Жөндеудің осындай теріс динамикасы теміржол желілерінің жедел тозуына, шығындардың артуына және апаттардың мүмкін болуына алып келеді [4].

Нарықтық экономикаға көшу теміржол саласын реформалауды талап етті. Мәселен, 2010–2018 жылдарға арналған Теміржол көлігін қайта құрылымдау бағдарламасына сәйкес жолаушылар секторы жекелеген кәсіпорындарға бөлінді: «Подгорная транспорт» АҚ, «Жолаушылар тасымалы» ЖШС, «Жолаушылар лизингтік тасымалдау компаниясы» АҚ, «Жүкжол көлігі» АҚ, «Автокөлік», «Станция–сервис» АҚ және т.б. Жөндеу мекемелері бәсекеге қабілетті секторға берілді, сумен жабдықтау және жылыту нысандары жеке меншікке және жергілікті атқарушы органдардың балансына ауысты. Осылайша, біртұтас теміржол жүйесі жекеше және жеке меншік кәсіпорындарға бөлінді. Алайда, салада қызмет көрсетуді жақсарту және нарықтық қатынастарды дамыту болмады.

Осылайша, индустрияда жылжымалы құрамның, жол техникасының, ескірген тректердің, ескірген жөндеу технологиясының техникалық және моральдық ескірген модельдері қолданылады. Өнеркәсіптің дамуына кедергі келтіретін негізгі факторлардың арасында: бәсекеге қабілетті емес қызметтер, жылжымалы құрамның жетіспеушілігі, материалдық активтердің құнсыздануының жоғары деңгейі (70% және одан жоғары), тасымалдау кезінде тауарлардың сақталуын қамтамасыз ету, контрафактілік қосалқы бөлшектерді пайдалана отырып, сапасыз жөндеу, электр тоғымен жаппай желілерді жабу [5].

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Транспорт и связь Республики Казахстан 2002–2005: статистический сборник / под ред. Э. Кунаева.- Алматы: Агентство Республики Казахстан по статистике, 2006. – С.62.
2. Стратегия технической политики на период 2010–2018 г.г. // Қазақстан теміржолшысы. – 2006. – № 46 (759). – С. 3–6.
3. Железнодорожный транспорт Казахстана: состояние и перспективы развития (дата публикации: 04.2011г).
4. Транспорт и связь в Республике Казахстан 2006-2010: статистический сборник /

под ред. А. А. Смаилова.– Астана: Агентство Республики Казахстан по статистики, 2011. – С.106.

5. Концепция государственной транспортной политики Республики Казахстан на период до 2015 года.

Түйін

Бұл мақалада Қазақстан республикасындағы теміржол көлігінің орын мен мәнін қарастырдық. Теміржол көлігінің қазіргі жағдайына мәне беріп, оның елімізде және шет елдегі болашағы мен дамуын зерттедік.

Резюме

В данной статье мы рассмотрели роль и значение железнодорожного транспорта в Республике Казахстан. Мы изучили текущее состояние железнодорожного транспорта и исследовали его будущее зазвитие в нашей стране и зарубежом.

Summery

In this article, we examined the role and importance of rail transport in the Republic of Kazakhstan. We studied the current state of rail transport and explored its future development in our country and abroad.

**Утегенова Жанар Магжановна,
«Менеджмент» кафедрасының оқытушысы, э.ғ.м.
Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университеті**

АГРОӨНЕРКӘСІП КЕШЕНІН БАСҚАРУДАҒЫ МЕМЛЕКЕТ ҚЫЗМЕТІН ТАЛДАУ

Қазақстан Республикасы жерінің кеңдігі жөнінен әлем бойынша 9-шы орынды алатын аграрлық-индустриалық мемлекеттердің қатарына кіретіні бәрімізге белгілі. Жерінің жалпы аумағы 2,7 миллион шаршы шақырым, оның басым бөлігі ауыл шаруашылығына жарамды жерлер. Ауылшаруашылық саласы өзгерістерді баяу қабылдайтын, заман талабына икемделу деңгейі төмен салалардың қатарына жатады. Бұған қарамастан елімізде жүргізілген реформалардың нәтижесінде ауыл шаруашылығын басқарудың жаңа жүйесі қалыптасты. Жалпы, агроөнеркәсіптік кешен елдің азық-түлік қауіпсіздігін қалыптастыру арқылы ұлттық қауіпсіздікті қамтамасыз етуге қатысатын экономиканың маңызды секторының бірі болып табылады.

Қазіргі таңда Қазақстан Республикасында аграрлық өнеркәсіп кешенін реттейтін нормативтік-құқықтық кең көлемді база қалыптасқан. Солардың ең бастыларының бірі – Қазақстан Республикасының азаматтық кодексі. Ол азаматтық, сондай-ақ аграрлық өндірістік қатынастарды реттейтін негізгі нормативтік акт болып табылады және ең маңыздысы елдегі көзделген аграрлық түрлендірулерді жүзеге асыруға және жеделдетуге мүмкіндік береді [1, б. 229].

Сонымен қатар аграрлық экономиканы мемлекеттік реттеу қажеттіліктерін ескере отырып, жалпы «Қазақстан Республикасының Агроөнеркәсіптік кешенін дамытудың 2017-2021 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы» құрылды: 1) Елбасының 2012 жылғы 14 желтоқсандағы «Қазақстан-2050» стратегиясы: қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты» атты Қазақстан халқына Жолдауында берілген мемлекеттік секторда менеджменттің заманауи құралдарын және корпоративтік басқарудың қағидаттарын енгізу қажеттігі туралы тапсырмасына; 2) Мемлекет басшысының Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2016 жылғы 9 қыркүйектегі кеңейтілген отырысында берілген Мемлекеттік бағдарламаны әзірлеу қажеттігі туралы тапсырмасына; 3) «100 нақты

қадам» Ұлт жоспарында және «Қазақстан-2050» стратегиясында белгіленген Қазақстан Республикасы дамуының стратегиялық мақсаттарына; 4) Қазақстан Республикасын дамытудың 2025 жылға дейінгі стратегиялық жоспарына; 5) Мемлекет басшысының 2018 жылғы 10 қаңтардағы «Төртінші өнеркәсіптік революция жағдайындағы дамудың жаңа мүмкіндіктері» атты Қазақстан халқына Жолдауына сәйкес әзірленді. Осылайша, осы Мемлекеттік бағдарлама агроөнеркәсіптік кешеніндегі еңбек өнімділігін арттыруға және өңделген ауыл шаруашылығы өнімдерінің экспортын ұлғайтуға бағытталған. Мемлекеттік бағдарлама Қазақстан Республикасының агроөнеркәсіптік кешенін дамытудың «Агробизнес-2017» бағдарламасы мен Қазақстанның су ресурстарын басқару мемлекеттік бағдарламасын интеграциялау негізінде әзірленді. Мақсаттарға, міндеттер мен нәтижелер көрсеткіштеріне Қазақстан Республикасының агроөнеркәсіптік кешенін дамытудың 2017 – 2021 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасын іске асыру жөніндегі іс-шаралар жоспарын іске асыру жолымен қол жеткізілетін болады [2].

Жалпы алғанда, 2017 жылғы Қазақстан Республикасындағы ауыл шаруашылығы негізгі өнімдерінің ресурстары мен пайдалану теңгерімдері өткен жылмен салыстырғанда олардың көпшілігінің ресурстық бөлігінің ұлғайғанын көрсетеді, бұл ішкі өндіріс және импорттың өсуі есебінен мүмкін болды. Сүт және сүт өнімдерінің ресурсы – 1,8%-ға, картоп және оны қайта өңдеу өнімдері – 0,7%-ға, жұмыртқа және жұмыртқа өнімдері – 7,3%-ға, жемістер, жүзім және оларды қайта өңдеу өнімдері – 0,7%-ға, астық – 2,9%-ға, өсімдік майы және құрамында майы бар өнімдер – 18,3%-ға өсті [3].

Бұған қоса, ішкі өндірістің ұлғаюы және бірқатар позициялар бойынша импорт көлемінің өсуі өткен жылмен салыстырғанда көптеген ауыл шаруашылығы өнімдерінің мүмкін болатын жеке тұтынуының ұлғаюына себепші болды. 2016 жылмен салыстырғанда өсімдік майы және құрамында майы бар өнімдер – 0,2%-ға және 21,8 кг, сүт және сүт өнімдері – 1%-ға және 241,2 кг, жұмыртқа және жұмыртқа өнімдері – 1,5%-ға және 241 дана, астық – 1,6%-ға және 19,5 кг құрады [3].

Яғни, Қазақстан Республикасының Президенті Н. Назарбаевтің 2018 жылғы 10 қаңтардағы Қазақстан халқына «Төртінші өнеркәсіптік революция жағдайындағы дамудың жаңа мүмкіндіктері» атты Жолдауда жаңа әлем көшбасшыларының қатарына қосылу үшін біз 10 басым міндетті атқаруымыз керектігі туралы атап көрсетті. Соның ішінде «Ақылды технологиялар» – агроөнеркәсіп кешенін қарқынды дамыту мүмкіндігін арттыру, аграрлық саясат еңбек өнімділігін түбегейлі арттыруға және өңделген өнімнің экспортын ұлғайтуға бағытталуы тиістігі айтылған. Бұл мәселені шешуге барлық аграрлық кешеннің түбегейлі бет бұруы маңызды. Ол үшін аграрлық ғылымды дамыту басты назарда болғаны жөн. Ол үшін алдымен жаңа технологияларды трансферттеумен және оларды отандық жағдайға бейімдеумен айналысуымыз қажет. Осыған орай, аграрлық университеттердің рөлі мен ауыл шаруашылығы кешенінде нақты жұмыс істейтін мамандарды даярлауға олардың міндеттерін арттырғанымыз абзал. Жалпы интеллектуалды жүйелер арқылы агроөнеркәсіп кешенінің өнімділігін бірнеше есе арттыру, ауыл шаруашылығы субъектілерінің кооператив түрінде жұмыс істеуіне жан-жақты қолдау көрсету керек. Жаңа технологиялар мен бизнес-модельдерді енгізу, агроөнеркәсіп кешенінің ғылымға негізделуін арттыру шаруашылықтарды кооперациялау қажеттігін күшейтеді. Мемлекет бизнеспен бірлесіп, отандық өнімді халықаралық нарыққа шығарудың стратегиялық жолын тауып, ілгерілетуге тиіс. Сонымен қатар, 5 жыл ішінде агроөнеркәсіп кешеніндегі еңбек өнімділігін және өңделген ауыл шаруашылығы өнімінің экспортын, тиісінше, кем дегенде 2,5 есеге арттыру тапсырылды [4].

Сол сияқты, Қазақстан Республикасының агроөнеркәсіптік кешенін мемлекеттік реттеудің негізгі міндеті болып, агроөнеркәсіптік өндірісті тұрақтандыру және жетілдіріп, дамыту, азық-түлік қауіпсіздігін Қазақстан республикасында қамтамасыз ету, халықтың азық-түлік пен қамтамасыз етілуін жақсарту, ауылшаруашылығы мен экономиканың басқа да салаларының арасындағы байланысты жақсарту,

ауылшаруашылығы қызметкері мен өндіріс саласындағы қызметкерлердің кіріс табысының айырмашылықтарын жақындату, отандық өнім өндірушілерді қолдап-қорғау болып саналады.

Қолданылған әдебиеттер тізімі:

1. Гражданский кодекс Республики Казахстан. Алматы: ТОО «Издательство» Норма-Ка», 2015 – 368с.
2. Қазақстан Республикасының Агроөнеркәсіптік кешенін дамытудың 2017-2021 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы, Астана қ., 2017 жыл.
3. Ауыл, орман, аңшылық және балық шаруашылығы статикасы. <http://stat.gov.kz/>.
4. Қазақстан Республикасының Президенті Н Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауы, 2018 жыл, 10 қаңтар.

Андатпа.

Мақалада қазіргі уақытта Қазақстан республикасының экономикасының одан әрі дамуына байланысты агроөнеркәсіп саласын реттейтін мемлекеттік бағдарламалар қалыптасқандығы туралы қарастырылған. Қазақстан ауыл шаруашылығын дамыту және отандық тауарларды сыртқы нарыққа шығару үшін қажетті барлық табиғи ресурстарға ие. Сондықтан болашақта аграрлық сектор валюталық нарықтың маңызды және бағалы көзіне айналуы мүмкіндігі туралы тұжырымдалған.

Аннотация.

В статье рассматривается, что в настоящее время в связи с дальнейшим развитием нашей экономики в Республике Казахстан создана государственные программы регулирующие агропромышленный сектор. Установлено, что Казахстан обладает всеми природными ресурсами, необходимыми для развития сельского хозяйства и продвижения отечественных товаров на зарубежные рынки. Делается вывод, что в будущем аграрный сектор может стать наиболее важным и ценным источником валютного рынка.

Abstract.

The article considers that at present, in connection with the further development of our economy in the Republic of Kazakhstan, government programs have been created governing the agro-industrial sector. It has been established that Kazakhstan has all the natural resources necessary for the development of agriculture and the promotion of domestic goods to foreign markets. It is concluded that in the future, the agricultural sector may become the most important and valuable source of the foreign exchange market.

Утегенова Жанар Магжановна
преподаватель кафедры «Менеджмент»,
м.э.н. КарГУ им. Е.А. Букетова

РОЛЬ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЭКОНОМИКЕ ЗАРУБЕЖНЫХ СТАРАН И КАЗАХСТАНА

Мир стремительно движется к экономике нового типа, где основным инструментом ее формирования становятся цифровые технологии.

Цифровизация экономических процессов становится всеобъемлющей тенденцией.

Интернет-торговля, цифровое сельское хозяйство, «умные» электросетевые системы, беспилотный транспорт, персонализированное здравоохранение, какое бы направление мы не рассматривали, всюду ощущается влияние набирающей обороты цифровой революции. Ее результаты выступают главным фактором в развитии стран.

Так, упрощен доступ населения и бизнеса к государственным услугам, ускорен обмен информацией, появились новые возможности для ведения бизнеса, созданы новые цифровые продукты и т.д.

Таким образом, развитие новых технологий, предполагает системные изменения во всех сферах бизнеса, общества и политики, а также появление более современных форм организации работы власти, государственного и частного секторов экономики, гарантирующих прозрачность общественной среды. По существу, происходит форсированное рождение нового поколения экономики, получившей название «цифровая экономика» и базирующейся главным образом на внедрении и использовании цифровых технологий на всех участках экономической деятельности.

Цифровизация экономики в первую очередь ориентирована на повышение ее эффективности и конкурентоспособности. Подсчитано, что благодаря цифровизации сокращаются расходы на обслуживание производства продукции (на 10–40%), время простоя оборудования (на 30–50%), сроки вывода на рынок (на 20–50%) и затраты на обеспечение качества продукции (на 10–20%), затраты на хранение запасов (на 20–50%) и т. п. [1].

Сдерживающими цифровизацию факторами для отстающих стран являются: низкий уровень развития технологий и слабо развитая цифровая инфраструктура, что объясняется неэффективностью использования факторов производства, неквалифицированностью человеческих ресурсов (несовершенство системы подготовки исследовательских, инженерно-технических кадров и IT-специалистов), низким уровнем конкурентоспособности, производительности и эффективности.

Более 15 стран мира реализуют национальные программы цифровизации: Дания, Норвегия, Великобритания, Канада, Германия, Саудовская Аравия, Индия, Россия, Китай, Южная Корея, Малайзия, Сингапур, Австралия, Новая Зеландия и Казахстан. Лидером среди них выступают США, где объем цифровой экономики достигает 10,9% ВВП, а существующие мощности позволяют американским компаниям контролировать отдельные сегменты мирового рынка в этой сфере. В 2015 г. в США была принята Государственная программа, получившая название «Повестка дня цифровой экономики» (Digital Economy Agenda), цель – создание благоприятных условий для деятельности американских высокотехнологичных компаний и продвижение их интересов за рубежом.

Необходимо также отметить высокие позиции в сфере использования цифровых технологий Китая. В 2017 г. был принят «План развития искусственного интеллекта (ИИ) нового поколения», в котором определена задача не только ускоренного развития ИИ, но и внедрения других сквозных цифровых технологий (большие данные, нейросети, квантовые вычисления, новые производственные технологии, промышленный интернет, робототехника, технологии виртуальной и дополненной реальности и т. д.). Результат реализации данного плана – доля основных секторов цифровой экономики составляет 6-7 % ВВП. Также прогнозируется, что к 2020 г. объем цифровой экономики Китая превысит 32 трлн юаней и будет составлять 35% ВВП, а к 2030 г. ее доля в ВВП превысит 50% [2].

В Казахстане цифровые технологии рассматриваются как основной путь к диверсификации национальной экономики, ее переориентации с сырьевой на индустриально-сервисную модель. Для ускоренного внедрения цифровизации на период до 2020 года принята государственная программа «Цифровой Казахстан», в которой, в частности, отмечено, что «посредством прогрессивного развития цифровой экосистемы можно повысить качество жизни населения и конкурентоспособность экономики Казахстана».

Предполагается, что цифровизация приведет к изменению структуры экономики Казахстана в целом путем диверсификации и раскрытия потенциала не сырьевых отраслей, стимулирования стартап-активности и открытия «новых отраслей».

Однако степень влияния цифровых технологий в разных странах неоднородна –

наибольший потенциал создания стоимости предполагается в рамках традиционных отраслей экономики Казахстана, в том числе сырьевого сектора, но также открываются принципиально новые возможности создания стоимости в электронной торговле, ИТ-секторе и финансовой индустрии.

О месте Казахстана на общемировом фоне процессов цифровизации дает представление Мировой рейтинг цифровой конкурентоспособности (World Digital Competitiveness Ranking), составляемый ежегодно швейцарским Международным институтом управления и развития в Лозанне (International Institute for Management Development, IMD) (см. табл. 1) [3].

То есть, рейтинг цифровой конкурентоспособности 2018 г. рассчитывался для 63 стран мира на основе анализа 50 показателей, учитывающих уровень готовности стран к цифровой трансформации, состояние регуляторной среды, инвестиции в Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР) и образование, потенциал цифровых технологий, капитализацию ИТ отрасли и т.д. Казахстан расположилась на 38 [3].

Таблица 1

Позиции стран-лидеров в глобальном рейтинге цифровой конкурентоспособности за 2018 г. (DIGITAL COMPETITIVENESS RANKING 2018)

Итоговые ранги рейтинга 2018 г., в скобках – 2017 г.	Страна	Значение индекса, в %	Ранги стран по основным составляющим рейтинга		
			Знания	Технологии	Готовность к будущему
1 (3)	США	100	4	3	2
2 (1)	Сингапур	99,422	1	1	15
3 (2)	Швеция	97,453	7	5	5
4 (5)	Дания	96,764	8	10	1
5 (8)	Швейцария	95,851	6	9	10
6 (10)	Норвегия	95,724	16	2	6
7 (4)	Финляндия	95,248	9	4	8
8 (9)	Канада	95,201	3	12	9
9 (6)	Нидерланды	93,886	12	8	4
10 (10)	Великобритания	93,239	10	13	3
30 (31)	Китай	74,796	47	34	28
38 (38)	Казахстан	65,504	35	39	40
40 (42)	Россия	65,207	24	43	51

С точки зрения обеспечения экономической безопасности, для Казахстана становится принципиально важным идти в ногу с развитыми странами и ускорить внедрение цифровых технологий. Особенно актуален этот вопрос для реального сектора экономики, от уровня цифровизации которого будет зависеть конкурентоспособность выпускаемой продукции, позиции страны на мировых высокотехнологичных рынках, формирующих предпосылки для устойчивого развития.

Также по оценкам экспертов, благодаря цифровизации казахстанская экономика должна увеличиться на 30% в денежном выражении, это составит более 2 трлн тенге.

В общем, 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.

Список литературы:

1. Кульков В.М. Цифровая экономика: надежды и иллюзии // Философия хозяйства. Альманах Центра общественных наук и экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова. 2017. № 5. С. 145–156.
2. Дунъян Чжан. Современное состояние цифровой экономики в Китае и перспективы сотрудничества между Китаем и Россией в области цифровой экономики // Власть. 2017. № 9. С. 37–43.
3. Future Readiness and Productivity relationship in the IDM World Digital Competitiveness Ranking. Switzerland. www.imd.org/wcc/world-competitivenesscenter-rankings/world-digital-competitiveness-rankings-2018/IMD,Lausanne

Аннотация.

В статье рассматриваются как в современном мире цифровые технологии играют все более важную роль в развитии экономики страны. Цифровые технологии дали ряд преимуществ-упрощение доступа населения и бизнеса к государственным услугам, ускорение обмена информацией, появление новых возможностей для ведения бизнеса, создание новых цифровых продуктов и т.д. для дальнейшего развития страны. Анализируются уровень развития отечественных цифровых технологий в сравнении со странами-лидерами.

Abstract.

The article examines how the modern world digital technologies play an increasingly important role in the development of the country's economy. Digital technologies have given a number of advantages: simplification of access of the population and business to public services, acceleration of information exchange, the emergence of new business opportunities, the creation of new digital products, etc. for the further development of the country. Analyzed the level of development of domestic digital technologies in comparison with the leading countries.

Утигалиева А.Б.
магистрант специальности 6М050600-Экономика,
Руководитель: д.э.н., Б.Б.Доскалиева
АО «Финансовая академия»

Технологии воспроизводства человеческого капитала

Концепция инновационной системы подчеркивает, что поток технологий и информации среди людей, предприятий и учреждений является ключом к инновационному процессу. Он содержит взаимодействие между актерами, необходимыми для превращения идеи в процесс, продукт или услугу на рынке.

Джозеф Шумпетер был один из первых и наиболее важных ученых, которые активно решали вопрос инноваций в экономике. В отличие от своего современного Джона Мейнарда Кейнса, Шумпетер утверждал, что развивающиеся институты, предприниматели и технологические изменения лежат в основе экономического роста, а не независимых сил, которые в значительной степени не зависят от политики. Он утверждал, что «капитализм можно понимать только как эволюционный процесс непрерывных инноваций и творческого разрушения».

Впервые идея новой роли человека в экономическом развитии была озвучена Th. Шульц (SchulzTh.W., 1971), основанный на исследовании Э. Денисона (Denison E., 1971)[1,2]. Последнее доказано на большом количестве статистических данных, что лишь половина увеличения валового национального продукта Соединенных Штатов в двадцатом веке была произведена за счет технологического инновационного и

производственного оборудования. Понимание глобального научного сообщества, новая роль человека в производственном процессе и теоретическое обобщение этой новой социально-экономической формы реализации человеческих способностей для работы в мире науки ввели категорию «человеческого капитала».

В то же время следует отметить, что, соглашаясь с интерпретацией «человеческого капитала», научная мысль ориентирована на образование и инвестиции в нее, являясь основным фактором, определяющим ценность человеческого капитала в условиях рынка. Классическое направление Е. Denison, Th. Шульца, Г. Беккера, Л. Туроу, Дж Минцер, Я.Хигучи сосредоточился на своих исследовательских программах, чтобы установить связь между уровнем образования отдельного работника и пользоваться как самим собой, так и всем обществом.

С точки зрения концепции «человеческого капитала», люди с образованием чувствуют себя обладателями двух факторов: труда и человеческого капитала. Каждый из них дает предельный доход в размере суммы заработной платы. Меньшая его часть (которая неизвестна) предоставляется работнику для нормальной работы, а большая - для привлечения человеческого капитала. Другими словами, заработная плата современного работника рассматривается как сочетание рыночной цены простого трудового и арендного дохода от инвестиций в человеческий капитал. Но механизм рентного дохода также не уточняет отношения между работником и разделением доходов от простого трудового и арендного дохода на человеческий капитал (Schetinin V., 2001: Kendrick J., 1976)[3,4].

Наряду с этим он рассматривал инвестиции в жилье, потребительские товары длительного пользования в семьях, а также расходы на исследования и разработки.

В теории человеческого капитала была поставлена проблема «инвестиций в человеческий капитал» и введены индикаторы, охватывающие весь жизненный цикл сотрудников (например, пожизненный доход, состояние здоровья и т. Д.) (Mincer J., 1944; Becker G., 1993; Thurow L., 1970)[5-7].

С этой точки зрения категория «человеческий капитал» эклектична по своей природе и основана на механической связи понятий «труд» и «капитал». В своих работах Р. М. Нуреев приводит капитальную ценность в самом широком смысле. Это любой ресурс, созданный с целью получения большого количества экономических выгод (Abalkin LI, 1999)[8].

Национальный экономический уровень оправдывает макроэффективность инвестиций в человеческий капитал. По мнению Г.Мирдала, экономисты долго «склонны игнорировать инструментальную ценность таких инвестиций, потому что эффект, получаемый улучшением качества населения, слишком разбросан, проявляется долгое время после этого и его трудно изменить».

Согласно этим расчетам, доля человеческого капитала в структуре национального богатства в регионах сильно отличается. Что касается экономического развития, то большая сумма, чем два других типа капитала в наиболее развитых регионах и странах (Северная Америка, Западная Европа, Восточная Азия), с самой высокой долей 75-75%.

По словам К. Хенинга, исследователя «новой экономики» в этой экономической системе, которая тесно связана с информационной революцией, происходит резкое изменение взаимосвязи между физическим и человеческим капиталом. «Решающим фактором был человеческий капитал, а скорее его способность превращать информацию в знания. Физический капитал не исчез, а потерял свое доминирующее положение» (Henning K., 2001)[9].

Резюмируя все вышесказанное, мы делаем следующие выводы. Ядром современных конкурентных стран является наличие инновационных систем и человеческих ресурсов. Эти системы могут развиваться и поддерживаться. Несмотря на концептуальную неполноту теории человеческого капитала, причинно-следственная связь между уровнем образования, здоровья и мобильности людских ресурсов и уровнем конкурентоспособности национальной экономики научно доказана и признана

международным сообществом. Соответственно, факт остается неизменным.

В нашей статье мы определили и раскрыли понятия человеческого капитала, экономической инновационной экономической структуры, экономического развития, производственного капитала, инноваций, инновационного экономического роста экономики и рабочей силы. Роль, влияние и значение человеческого капитала для экономических инноваций и развития были изучены и раскрыты в статье. Мы выяснили и объяснили понятия теории человеческого капитала и происхождения человеческого капитала.

Исследование может в перспективе способствовать улучшению экономического состояния и развития экономической инновационной системы в разных странах за счет изучения человеческого капитала и его динамики. Поскольку объясняются и исследуются сущность и особенности человеческого капитала, можно было бы более эффективно решать проблему человеческого капитала из-за большего объема инвестиций в него. Таким образом, мы можем сохранить человеческий капитал. Поскольку проблема человеческого капитала и его отсутствие глобальны, наша статья может помочь улучшить экономическую инновационную систему, экономическое состояние и развитие во всем мире.

Список литературы:

1. Schulz Th.W., (1971). Инвестиции в человеческий капитал. Роль образования и исследований - TheFreePress - NY, p. 272
2. Denison E., (1971). Изучение различий в темпах экономического роста - М., Прогресс, с. 654.
3. Щетинин В., (2001). Человеческий капитал и двусмысленность
4. Кендрик Дж., (1976). Общий капитал Соединенных Штатов
5. Mincer J., (1994). Производство человеческого капитала и его интерпретация - МЭ и МО, № 12, стр. 45-46. и его функционирование - Москва: Прогресс, с. 320. Жизненный цикл Прибыль: Вариации на тему - Рабочий документ НБЭИ, № 4838 (август).
6. Беккер Г., (1993), столица Фьюмана (главы из книги). Влияние на доходы от инвестиций в человека. Беккер Г., (1993). Человеческий капитал (главы из книги). Влияние на доходы от инвестиций в человека. С экономическим капиталом - США: экономика, политика, идеология № 11-12, стр. 23, с. 12. 224. T1.Myrdal G., (1972). Современные проблемы «третьего мира»
7. Туров Л., (1970), «Инвестиции в человеческий капитал» с. 24. Журнал чата Journal 25. ArchMoscow: Прогресс, с. 645.
8. Абалкин Л.И., (1999). Экономическая энциклопедия - Москва, с. 271
9. Хеннинг К., (2001). Суть новой экономики 26. Буксир Revisites

Резюме

Динамика роста современной инновационной и информационной экономики, как глобальной, так и местной, не определяется простым увеличением производства во всех секторах и той частью, которая порождается различными инновационными и качественными изменениями в производственном процессе товаров и услуг.

Түйін

Қазіргі заманғы инновациялық және ақпараттық экономиканың жаһандық және жергілікті өсу серпіні барлық секторларда өндірістің жай ұлғаюымен және тауарлар мен қызметтердің өндірістік үдерісінде әртүрлі инновациялық және сапалы өзгерістермен туындататын бөліктермен айқындалмайды.

Summary

The growth dynamics of a modern innovation and information economy, both global and local, is not determined by a simple increase in production in all sectors and the part that is generated by various innovative and qualitative changes in the production process of goods and services.

**Файзулла Ерболат Файзуллаұлы, магистрант,
Научный руководитель:
к.э.н., доцент Кудайбергенова Лейла Жужасаровна,
АО «Университет Нархоз»**

ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ МОДЕЛЕЙ КРЕДИТНЫХ СИСТЕМ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

Аннотация

В статье рассмотрен зарубежный опыт успешного построения современных моделей кредитных систем и определить векторы их эффективности.

Annotation

The article describes the foreign experience of successful construction of modern models of credit systems and determine the vectors of their effectiveness.

Түйін

Мақалада несие жүйесінің қазіргі заманға сай шет елдік тәжірибесі қарастырылған және олардың тиімділігіне баға берілген.

Со времени появления первых банков кредитно–денежное и финансовое хозяйство многих стран находится в постоянном процессе структурных изменений. Перестраивается кредитная система, возникают новые виды кредитно–финансовых институтов и операций, модифицируется система взаимоотношений банков и финансово-кредитных институтов. Существенные изменения происходят и в функционировании банков: повышаются самостоятельность и роль банков в национальном хозяйстве; расширяются функции действующих и создаются новые финансово – кредитные институты; ищутся пути роста эффективности банковского обслуживания внутривозрастных и внешнеэкономических связей; идет поиск оптимального разграничения сфер деятельности и функций специализированных финансово-кредитных и банковских учреждений.

Европейские «государства – соседи» чаще всего обращаются к кредитной модели Германии, описывая возможные ее достоинства и недостатки. Современная кредитная система Германии представлена двумя крупными группами кредитно-финансовых институтов. Во-первых, это двухуровневая банковская система, на первом уровне которой находится федеральный Центральный банк Германии – Deutsche Bundesbank, земельные центральные банки и около 200 отделений. Центральный банк выступает как федеральное юридическое лицо публичного права и на 100 % принадлежит Федерации. Компетенцию и задачи Федерального банка определяет специальный закон. Именно через федеральный центральный банк Германии осуществляется денежно-кредитная политика и проводится основная масса безналичных денежных расчетов внутри страны.

Во – вторых, это коммерческие и другие банки, кредитные кооперации и почтово-сберегательные кредитные учреждения. Общий состав кредитных организаций, представленный Deutsche Bundesbank, выглядит следующим образом [1]:

- 1) коммерческие банки, в том числе крупные, региональные и филиалы зарубежных банков;
- 2) земельные банки, часто называемые в литературе «жироцентрали»;
- 3) сберегательные, ипотечные и прочие целевые кредитные учреждения и, конечно же,
- 4) кредитные кооперации с их региональными представителями.

Так, по состоянию на 2016 год общее количество банков составило 1920 учреждений, филиалов – 36463, общая численность сотрудников – 641450 человек. Совокупный объем прибыли, полученный кредитными учреждениями Германии составил порядка 17,8 млрд. долл. [2].

Количественный анализ структуры кредитной системы Германии представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Анализ динамики кредитных институтов Германии, 2014 – 2016гг.

Тип кредитного учреждения	Количество институтов/филиалов			Динамика к 2016г. к 2014г.
	2014	2015	2016	
Коммерческие банки, в т.ч.:	283/11277	295/10936	300/10826	17/451
1. Крупные банки	5/8536	5/8213	4/8132	-1/-404
2. Региональные банки	173/2656	176/2620	180/2583	7/-73
3. Филиалы зарубежных банков	105/85	114/103	116/111	11/26
Земельные банки	10/482	10/475	10/471	-/-11
Сберегательные банки	438/13457	431/13266	429/13025	-9/-432
Региональные институты кредитной кооперации	2/12	2/11	2/11	-/-1
Кредитные кооперативы	1199/12344	1160/12144	1141/12046	-58/-298
Ипотечные банки	19/56	18/65	18/54	-1/-2
Специальные целевые банки	19/31	19/30	20/30	1/-1
Строительные и кредитные ассоциации	25/1872	24/1924	23/1686	-2/-186
Всего кредитных институтов	1970/37659	1935/36927	1920/36463	-50/-1196
<i>Примечание – Источник: составлено автором по данным [3]</i>				

Анализ динамики кредитных учреждений Германии показал, что в целом по стране наблюдается тенденция к сокращению, как самих институтов, так и их филиалов. Общее количество институтов сократилось на 50 единиц за анализируемый период и на 1196 филиалов. Наиболее значительным сокращениям подверглись кредитные кооперативы (-58). Исключением являются филиалы зарубежных банков.

Первая группа учреждений – коммерческие банки – самая крупная, они выполняют стандартный набор банковских операций – депозитные, кредитные, финансовые услуги, расчетно-кассовое обслуживание и пр. К числу крупнейших немецких универсальных (коммерческих) банков относятся: Deutsche Bank AG, Dresdner Bank AG и Commerzbank AG. Эти банки осуществляют практически все виды операций за исключением эмиссии банкнот и предоставления ипотечного кредита.

Модель кредитной системы Германии сочетает в себе универсальные и специализированные кредитные институты. Универсальность банков повышает стабильность на базе эффектов диверсификации и связанной с этим высокой надежности денежных вкладов. Банк, действующий на универсальной основе, в состоянии предоставить клиенту широкий круг операций и услуг, и за счет этого он может перераспределить доходы и потери от банковской деятельности.

Не менее достойна внимания и кредитная система Великобритании. Традиционно статистика Великобритании различает две группы институтов:

1. Банковские – коммерческие (в т.ч. клиринговые банки), учетные дома, торговые, иностранные и консорциальные банки;
2. Небанковские финансовые учреждения – страховые, инвестиционные компании, пенсионные фонды, кредитные союзы и прочие организации.

Главенствующую роль, как и в рассмотренных ранее моделях в Великобритании занимает Центральный банк – самый старый центральный банк мира, появившийся в результате «сделки» практически обанкротившегося правительства и группы финансистов. Центральный банк Англии наделен двумя группами функций – контрольными, как и все банки банков и «прямыми профессиональными обязанностями» - депозитные, ссудные, расчетные и эмиссионные операции [4].

Сильная дифференциация коммерческих банков не способствует их группировке, но в целом Банк Англии выделяет депозитные банки (розничные), банки «главной

улицы», учетные и акцептные дома и прочие банковские институты.

В 2016 году в Великобритании действовало более 200 коммерческих банков. Необходимо отметить, что банки Великобритании постоянно попадают в рейтинги крупнейших банков мира, являются одними из наиболее надежных и финансово устойчивых банков мира [5].

Кредитная модель Японии построена на основе американской модели, но наряду с этим имеет резкое отличие от ранее рассмотренных типов. Причиной этому служит традиционность всего японского бизнеса и сочетание в себе национального и иностранного. Получить лицензию на осуществление, к примеру, банковской деятельности довольно сложно, но вместе с этим дефицитность банков в Японии не наблюдается [5, с. 29]. Специалисты обычно предлагают следующую вариацию кредитной системы Японии: 1 уровень – Центральный банк, 2 уровень – коммерческие банки, 3 уровень – специализированные кредитные институты.

Согласно данным Центрального банка Японии по состоянию на конец 2016 года внутренние лицензии имеют [6]:

- 6 городских банков;
- 64 региональных банка;
- 42 региональных банка II категории;
- 31 трастовый банк;
- 3 банка долгосрочного кредитования.

На этот период 145 банками были открыты банковские счета, 41 банком трастовые счета и 15 банками счета зарубежных филиалов. Помимо вышесказанного, необходимо отметить, что на сегодняшний день в Японии зарегистрировано 55 зарубежных банков и 3 финансовые компании – участницы фондового рынка.

Доминирующими субъектами второго уровня являются «городские банки», т.е. частные, в задачи которых входит обслуживание крупного бизнеса. Помимо городских банков на рынке страны имеются региональные и иностранные, выполняющие на сегодняшний день около 300 различных видов банковских операций. Также, в Японии присутствуют полностью государственные банки и банковские корпорации [7].

К числу наиболее значимых организаций небанковского типа можно отнести правительственные кредитные учреждения, почтово-сберегательные кассы, страховые организации, кредитную кооперацию, фондовые компании. Среди данных организаций необходимо отметить почтово-сберегательные кассы, которые как ни парадоксально это звучит, предлагают своим клиентам гораздо более объемный перечень услуг, чем частные банки в области сохранности и накопления средств населения на счетах. Тем самым этим учреждениям удалось на сегодняшний день скопить значительные объемы финансовых ресурсов привлеченного характера.

Сильной стороны кредитной системы Японии является развитая система надзора за банковской деятельностью, осуществляемая совместно Банком Японии и Министерством финансов, осуществляющие регулярные контрольные проверки, в ходе которых производится анализ состояния активов, осмотр филиалов банков и собеседование с управленческими кадрами.

Таблица 2 –Кредитные системы зарубежных стран: достоинства и недостатки

Сильные стороны кредитных институтов	Страна	Слабые стороны кредитных институтов
1	2	3
Стабильность кредитных институтов, высокий уровень надежности, отличная репутация, способность адаптации к негативным последствиям на мировом рынке	Германия	Большое количество кредитных институтов, потеря частью кредитных институтов статуса высоконадежных
Высокое качество обслуживания населения – «потребительские» кредитные организации, высокие рейтинги надежности	Великобритания	Концентрация активов в 4-5 крупнейших кредитных институтов, необходимость пересмотра кредитного надзора
Хорошо развитая система банковского надзора, аккумулирование значительной части сбережений населения и корпораций, традиционность ведения кредитного дела	Япония	Снижение прибыльности кредитных институтов, периодически возникающие проблемы с ликвидностью, низкие чистые процентные доходы банков, негативное воздействие внутренних проблем государства
Динамичное развитие кредитных организаций, рост капитализации кредитных институтов, усиление позиций на мировом финансовом рынке	Китай	Проблема значительного объема невозвратных кредитов, наличие рисков, вызванных узким ассортиментом предлагаемых услуг, ограничение свободы действия кредитных институтов
Внедрение новых технологий в кредитную деятельность, достаточно отрегулированная система банковского надзора, улучшение кредитных позиций среди стран азиатско-тихоокеанского региона	Индия	Неравномерное распределение региональной сети кредитных учреждений, ухудшение качества корпоративного управления
Высокая инвестиционная активность, широкий спектр предлагаемых кредитных продуктов, значительная капитализация	США	Ухудшение качества кредитных портфелей, наличие на рынке слишком крупных по объему кредитных институтов, низкий уровень платежеспособности клиентов
Увеличение объема аккумулируемых кредитными организациями депозитных ресурсов, доминирующее положение государственных банков, непропорциональный рост кредитов, в особенности в иностранной валюте наряду с низкой платежной культурой	Россия	Слишком большое количество кредитных организаций, недостаточная степень их капитализации, проблемы в региональном распределении кредитных институтов
<i>Примечание – источник: составлено автором [7, с.54]</i>		

Подводя итоги, целесообразно вспомнить и об отечественной кредитной системе, претерпевающей на сегодняшний день значительные изменения и несущей в некоторых из направлений деятельности убытки. Возможно, что перестраивая отечественную кредитную систему, специалистам финансового дела стоит обратиться к передовому зарубежному опыту, учесть ошибки и достижения других стран и внедрить только лучшее, из того, что сегодня можно найти в области построения кредитно-финансовых моделей.

Список использованной литературы:

1. Полищук А.И. Кредитная система: опыт, новые явления, прогнозы и перспективы. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 216 с.
2. Исакова З.Д. Финансово-кредитная система РК: состояние, проблемы и перспективы развития: // Вестник ФА. – Астана, 2016. – №1. – С. 7.
3. Селезнев А. Проблемы совершенствования кредитно-банковской системы на примере Германии // Экономист. - 2017. - № 8. – С. 18 – 32.
4. Кенжегайша Р.Б. Классификация банковских кредитов // Банки Казахстана. – 2017. - №7. – С. 45 – 48
5. Косанов Р.С. Траектория кризиса коммерческих банков зарубежом: реалии и уроки // Транзитная экономика. – 2016. - №3. – С.68 – 74
6. Давлетова М.Т. Кредитная деятельность банков в Казахстане: Учебное пособие.-Алматы: Эк-ка,2015.-186 с.
7. Звонова Е.А. Деньги, кредит, банки.. – М.: ИНФРА – М. – 2012. – 592 с.

Шакенова Мара Бахытжановна
PhD докторант ЦАУ
Алиева Жулдыз Жуматаевна
PhD докторант ЦАУ

Экономический механизм рационального использования водных ресурсов в сельском хозяйстве Республики Казахстан

Водообеспечение отраслей экономики в Республике Казахстан является важной проблемой, решение которой необходимо для успешного развития государства.

В современных условиях вода является главным фактором, определяющим устойчивость сельского хозяйства, промышленности, энергетики и других отраслей экономики, окружающей природной среды.

В мировой практике более рациональное использование воды является самым экономичным методом сокращения дефицита водных ресурсов. Данная группа мер в Казахстане может обеспечить 9,5 км³ экономии воды в год среднегодовой стоимостью 110 млрд. тенге. При этом первые 2,6 км³ экономии, то есть 21 % возможного дефицита 2040 года реализуются за счет самокупаемых мер при текущем уровне тарифа на воду.

Конкретные приемы и способы использования водных ресурсов в быту, промышленности, сельском хозяйстве, на транспорте и т. д. исторически изменчивы и обуславливаются достигнутым уровнем развития производительных сил общества, применением новейших достижений науки и техники. По мере роста общественного производства в хозяйственное использование вовлекаются все новые и новые запасы водных ресурсов, осваиваются разнообразные водные источники. Все это усложняет общественные отношения по водопользованию и требует для их правильного правового регулирования установления классификации видов водопользования [1]. Исторически в водном законодательстве складывались различные классификации видов водопользования. Первым попыткам провести классификацию видов водопользования Л.И. Дембо. Он, в частности, писал, что «право водопользования как по субъекту и объекту, так и по своему содержанию различно, в зависимости от целевого назначения, от характера пользования, от той или иной отрасли водного хозяйства. Поэтому институт права водопользования является весьма разветвленным правовым институтом, и право водопользования распадается на ряд отдельных видов водопользования. Вследствие этого классификация видов водопользования имеет существенное значение для анализа этого сложного правового института. Классификация видов водопользования должна быть произведена по субъекту, по объекту и по содержанию самого права водопользования» [2]. Как справедливо отмечал О.С. Колбасов при исследовании

вопросов классификации права водопользования нельзя смешивать два неравнозначных понятия – «водопользование» и «право водопользования». Думается, что речь должна идти в первую очередь о классификации водопользования, поскольку виды права водопользования соответствуют видам водопользования. Л.И. Дембо, как видно выше, предлагал классифицировать виды водопользования по субъекту, по объекту и по содержанию самого права водопользования [3]. О.С. Колбасов разграничивал виды водопользования по ряду признаков – в зависимости от хозяйственного целевого назначения использования водных объектов, по способу пользования водами, по техническим условиям водопользования, по условиям предоставления водных объектов в пользование и основаниям возникновения права водопользования.

Эффективность использования воды в Казахстане в среднем ниже, чем в сравнимых странах, как по отдельным отраслям, так и по экономике в целом: Казахстану требуется 97 м³ воды на 1000 долларов ВВП, что существенно превышает показатели Австралии (15 м³), Бразилии (26 м³), США (31 м³), России (33 м³), КНР (67 м³).

Общий объем водозабора на хозяйственно-питьевые и производственные нужды и на нужды сельского хозяйства в 2016 году составил 19,5 км³ (около 20 % от всех водных ресурсов). Из этого объема на сельское хозяйство приходится основная часть потребления (68 %), затем следуют промышленность (27 %) и коммунальные хозяйства (5 %). Значительный объем воды – 3,7 км³ – возвращается потребителями в водохозяйственную систему, причем более 90 % возврата приходится на промышленность. Потери при транспортировке, включенные в водозабор, составляют, в среднем, около 60 % для сельскохозяйственных потребителей, около 40 % для промышленных потребителей и 50 % для коммунальных хозяйств (в процентах от водозабора). При сохранении сегодняшней эффективности использования водных ресурсов в коммунальном секторе и сельском хозяйстве и умеренном повышении эффективности в промышленности¹⁰ до 2040 года ожидается стабильный рост водозабора до 29,7 км³ и потребления (с учетом потерь) до 24,6 км³.

Водозабор на нужды сельского хозяйства составляет 19,5 км³ в год, из которых 8,8 км³ в год составляют потери при транспортировке, 3,8 км³ в год используются на нужды регулярного орошения на площади 1,4 млн. га, а оставшиеся 0,8 км³ в год распределяются между лиманным орошением, заливом сенокосов, обводнением пастбищ и животноводством. Низкий КПД оросительной системы объясняется неудовлетворительным состоянием магистральных, межхозяйственных и внутрихозяйственных каналов, уровень потерь в которых превышает нормативный. Возврат воды в систему сельскохозяйственными пользователями составляет менее 1 % от общего объема водозабора¹¹.

Остается небольшим использование технологий экономии воды в сельском хозяйстве – на сегодня это менее 7 % орошаемых земель или 95,8 тыс. га (дождевальным способом – 61,4 тыс. га, капельным способом – 31,9 тыс. га, спринкерным способом – 2,5 тыс. га). По сравнению с 2016 годом площадь орошения с использованием технологий экономии воды выросла на 14 тыс. га.

За счет реализации республиканских и региональных программ по повышению водообеспеченности и улучшению мелиоративного состояния орошаемых земель планируется к 2040 году увеличить их площадь с 1,4 до 2,1 млн. га с учетом рационального использования водных ресурсов. Исходя из анализа культур, выращиваемых на дополнительных площадях, потребление воды сельским хозяйством к 2040 году увеличится до 21,1 км³ (в среднем на 1,7 % в год).

Повышение эффективности использования воды в сельском хозяйстве позволит уменьшить водозабор на 5,3 км³ в год (с учетом потерь в магистральных каналах), в то же время, обеспечивая увеличение урожая на орошаемых площадях. Экономия может быть достигнута как за счет сокращения потерь в ирригационных системах (потенциал 2,9 км³), так и в результате более рациональных методов ведения сельского хозяйства и использования новых технологий орошения (потенциал 2,8 км³). Общие инвестиции оцениваются в 16 млрд. тенге в год. Необходимо реализовать следующие инициативы:

- пересмотр состава сельскохозяйственных культур, высеваемых на орошаемых площадях – используемых и планируемых к восстановлению – с целью снижения суммарного водопотребления и повышения добавленной стоимости на единицу площади²¹ – при оптимизации культур, например, переходе от риса к другим культурам, можно снизить потребление воды в 3-4 раза;

- проведение обследования состояния ирригационной инфраструктуры и сельхозугодий, используемых методов орошения и практик ведения сельского хозяйства, в том числе:

- состояние и необходимые инвестиции для восстановления инфраструктуры оросительных систем – по сегодняшним оценкам, это около 900 млрд. тенге при экономии 2,5 м³ в год;

- состояние почвы, в том числе степень засоления, необходимые меры и инвестиции для восстановления земель;

- использование водосберегающих методов обработки почв и ведения хозяйства; возможности использования возвратных вод для орошения и необходимые инвестиции в дополнительную инфраструктуру и очистку.

Анализ сильных и слабых сторон, возможных угроз и возможностей водохозяйственного сектора

Сильные стороны	Слабые стороны	Угрозы (Риски)	Возможности
поддержка государства	отсутствие системного подхода	неэффективное использование	привлечение частных инвестиций
	при планировании строительства и реконструкции водохозяйственного сектора	бюджетных средств при реализации проектов в системе водоснабжения	
наличие существующей инфраструктуры сетей водоснабжения и водоотведения	высокий уровень износа сетей водоснабжения; недостаточность государственных инвестиций в строительство новых систем водоснабжения и реконструкцию существующих отсутствие специализированных эксплуатационных предприятий и организаций в сельской местности	неудовлетворительное техническое состояние объектов водоснабжения; рост аварийности; отсутствие круглосуточной подачи воды, ухудшение качества потребляемой воды	улучшение технического состояния систем водоснабжения; увеличение затрат на очистку воды и водоподготовку; совершенствование службы эксплуатации, путем оснащения материально-технической базы
ликвидность водохозяйственного сектора	низкий уровень привлечения частных операторов к реализации инновационно-инвестиционных проектов, отсутствие высококвалифицированных кадров	отсутствие внедрения инновационно-инвестиционных проектов, отсутствие механизма мотивации по привлечению к работе молодых способных специалистов	развитие бизнес-среды в сфере водоснабжения; привлечение частных операторов к реализации инновационно-инвестиционных проектов, осуществляемых на условиях государственно-частного партнерства (далее – ГЧП)

заинтересованность зарубежных финансовых институтов в модернизации и развитии объектов водоснабжения	неблагоприятный инвестиционный климат; низкая платежеспособность сельского населения; высокий уровень износа сетей водоснабжения; низкая плотность населения и необходимость строительства	рост инфляции; социальное недовольство населения	возможность привлечения иностранных инвестиций; развитие механизмов ГЧП; применение прогрессивных методов тарифообразования
	водоводов для транспортировки воды на значительные расстояния		
применение дифференцированных тарифов	малое количество среднесрочных и отсутствие долгосрочных тарифов от 5 и выше лет	рост инфляции, социальное недовольство населения	оказание государственной поддержки малообеспеченным гражданам
снижение заболеваемости связанных с водным фактором	отсутствие эксплуатационных организаций	выход из строя оборудования систем водоснабжения раньше срока службы	создание в каждом районе эксплуатирующей организаций и в каждом сельском населенном пункте эксплуатационной группы
достаточный уровень запасов пресных подземных вод	недостаточное использование имеющихся запасов пресных подземных вод	снижение качества подземных водных источников в результате нарушения режимов эксплуатации скважин, наличие большого количества бесхозяйных гидрогеологических скважин, техногенного загрязнения подземных вод	Вовлечение бесхозяйных гидрогеологических скважин в хозяйственный оборот, освоение новых месторождений пресных подземных вод; реализация водоохраных, технических и санитарных мероприятий; совершенствование технологии обработки воды на водоочистных станциях; развитие систем забора, транспортировки воды и водоотведения

Экономический механизм рационального использования водных ресурсов предусматривает следующие мероприятия:

установка измерительных приборов на всех этапах забора воды и автоматизация водовыделов;

совершенствование методов обработки почвы, посадки культур и режимов орошения: безотвальная обработка и мелиоративное рыхление, лазерная планировка и выравнивание полей, современные методики сева и выращивания культур;

восстановление и реконструкция инфраструктуры с целью снижения потерь, в том числе путем облицовки каналов;

введение современных методов орошения: максимальное распространение технологий капельного орошения, дискретного орошения, внутрпочвенного орошения и орошения дождеванием на основе их правильного районирования и адаптации к местным условиям;

- наряду с водоподающей инфраструктурой (магистральные каналы, межхозяйственные сети, оросительные системы и пр.), необходимо повышать качество и эффективность дренажно-коллекторных систем, которые в большинстве своем находятся в неудовлетворительном состоянии, от которых зависит качество дренажа на полях, предотвращение засоленности почвы, а также возврат или повторное использование дренажных вод;

Пересмотр регулирования водопотребления в сельском хозяйстве для создания экономических стимулов эффективного водопотребления и обеспечения необходимого финансирования, в том числе:

пересмотр тарифов в сельском хозяйстве для повышения стимула к экономии воды и обеспечения дополнительного финансирования мер по водосбережению в сельском хозяйстве;

изменение принципа предоставления субсидий для поощрения использования только лучших, экономически эффективных практик;

запуск целевой поддержки и образовательных программ для фермеров с целью информирования о доступных решениях и развития навыков.

Список литературы

1. Колбасов О.С. Законодательство о водопользовании в СССР (проблемы совершенствования советского законодательства об использовании водных ресурсов). – М., 1965. – 7с.

2. Дембо Л.И. Основные проблемы советского водного законодательства. –Л., 1948. – 104с.

3. Всемирный водный форум, cawater-info.net/6wwf/

4. Центральная Азия во внешней политике Европейского союза: водно-энергетический аспект

Шарипова Л.Р.
студентка 3 курса
специальность «Менеджмент»
Научный руководитель:
к.э.н., доц. Букейханова Т.К.
Университет «Turan»

Коучинг как метод обучения персонала

В современном мире с укреплением рыночной экономики ужесточается конкуренция между организациями. Каждая организация хочет выдвинуться вперед и показать эффективные показатели в своей определенной сфере реализуемых товаров и услуг. Организация сама не в состоянии достичь высоких результатов, поэтому ей нужна помощь. Для поддержания строя организации требуется качественная профилактика, что в свою очередь входит постоянное развитие и обучение.

Обучение сотрудников является одной из наиболее важных частей опыта сотрудников. Когда появляется новый сотрудник, он изучает информацию о компании, о ее политике и процедурах, а также об их роли и обязанностях. Существующие

сотрудники также нуждаются в постоянном обучении, чтобы изучать новые навыки, улучшать существующие и продолжать развиваться. Но каков наилучший способ облегчить процесс обучения?

Обучение и коучинг идут рука об руку. Поскольку обучение предоставляет сотрудникам знания и методы для развития своих навыков, то коучинг помогает привить эти навыки, помогая сотрудникам применять их в своей деятельности соответствующим образом. Когда все сделано хорошо, коучинг не только усиливает то, что сотрудники получают посредством обучения, но также открывает двери для улучшений, которые иначе не могут возникнуть, а лишь благодаря постоянной обратной связи.

Организационные возможности развития и обучения развиваются со временем. В постоянно меняющихся условиях работы обучение должно быть более гибким и доступным. Цифровые платформы позволяют более эффективно предоставлять сотрудникам возможности для обучения. Но формальная подготовка, на которую фокусируются многие организации, представляет собой лишь небольшую, хотя и неоспоримо важную, часть этих возможностей.

Возникновение термина «коучинг» началось в более поздней половине 1880-х годов [1].

Коучинг - это процесс, который помогает сотрудникам лучше учиться. Он работает, потому что он приспособлен к тому, кто его получает. Тренеры и их стажеры, находящиеся в одной команде, часто возглавляются в одном направлении, к тем же целям. Эффективный коучинг основан на этом совместном предназначении и коллективном сосредоточении внимания на всех этапах, которые необходимо выполнить на этом пути. Согласно модели 70:20:10 обучения и развития, 70% обучения сотрудников происходит экспериментальным способом обучением на рабочем месте, 20% - для социального обучения и 10% - для формального обучения [2].

Одна из главных функций менеджера заключается в том, чтобы разработать эффективную методику подготовки персонала для того, чтобы сотрудники достигли максимального потенциала и продуктивности для компании и для себя. Есть много разных способов обучения людей:

- навыки можно развить с помощью коучинга;
- навыки можно преподавать (тренинг);
- навыки можно выучить у эксперта (наставничество);
- навыки можно пересмотреть, изучив поведение в прошлом (консультирование).

Организации могут использовать все четыре метода для содействия развитию своих сотрудников. От руководителей все чаще ожидается, что они смогут компетентно выполнять каждую из четырех «обучающих» методов - коуч, тренинг, наставник и консультант - для своей команды по мере необходимости.

Хотя практически все методы обучения имеют некоторые общие характеристики и навыки, но, тем не менее, они весьма различны, и важно видеть и понимать их различия.

Коучинг – это форма ускоренного обучения, которая поддерживает и содействует росту продуктивности.

Тренер применяет конкретные принципы успеха таким образом, что создает практическое обучение, которое превращает отличные идеи в необходимые навыки.

Применение нескольких приемов для каждой тренировки является эффективным способом помочь сотрудникам изучить и сохранить информацию.

Тренинг привлекает опытного учителя, который передает знания своим ученикам. Хотя лучшие учителя будут использовать интерактивные методы, основанные на участии, такие как коучинг, определенно существует дисбаланс знаний, когда учитель в качестве эксперта знает «правильный ответ», в то время как коучинг предполагает веру в то, что человек имеет ответы на свои проблемы внутри себя.

Коучер не является экспертом в предметной области, а сосредоточен на том, чтобы помочь человеку раскрыть свой потенциал. Основное внимание уделяется человеку и тому, что находится у него в голове. Коучер не обязательно назначенный человек: любой может использовать коучинговый подход по отношению к другим, будь то коллеги, подчиненные или руководство.

Ключевой навык коучинга - задавать правильные вопросы, чтобы помочь индивидууму справиться со своими проблемами.

Наставничество похоже на коучинг. Существует общее согласие, что наставник - это гид, который помогает кому-то учиться или развиваться быстрее, чем он может в одиночку.

Менторство, либо наставничество, как правило, ориентировано на будущее, и дает более широкие навыки для личного или карьерного роста, тогда как отношения в коучинге, как правило, фокусируются на проблемах «здесь и сейчас».

Консультирование – один из методов обучения, который фокусируется на прошлом, помогая человеку преодолеть барьеры и проблемы из своего прошлого и двигаться дальше. Консультирование применяется, когда решение проблемы внутри организации уже не возможна (по причине отсутствия крайне необходимых знаний, опыта и мастерства. Разрешением данной проблемы остается одно, покупка «готового» решения). Предложенный прием обучения отличается от коучинга по многим критериям, ниже приведены некоторые из них:

Консультирование:

- ориентировано как на прошлое, так и на настоящее;
- терапия может помочь излечить раны из прошлого;
- поставщики лицензируются и регулируются государством, что помогает обеспечить надлежащую подготовку и соблюдение этических и правовых стандартов;
- к сожалению, многие люди, культуры и семьи испытывают стигму в поисках психотерапии или консультирования;
- конфиденциальность (с некоторыми ограничениями) защищена законом.

Коучинг:

- направлен на организацию и положительный результат целей в настоящем (не касается прошлого);
- коучинг не включает диагностику психического здоровья;
- коучинг помогает умственно хорошо людям функционировать на более высоком уровне;
- не покрывается страховкой или сберегательными счетами;
- для работы в качестве тренера не требуется лицензирование или специальное обучение или полномочия;
- тренеры часто работают онлайн, поскольку они не ограничены работой в рамках выданной государством лицензии, как терапевты;
- как правило, больше принятия коучинга, меньше стигмы;
- конфиденциальность не защищена законом.

Как мы видим, коучинг обладает множеством навыков, таких как целевые пересчеты, прослушивание, опрос, выяснение и т.д. для того, чтобы помочь клиентам перенести свои перспективы и тем самым открыть для себя различные подходы к достижению своих целей. Эти навыки могут использоваться практически во всех типах коучинга. В этом смысле коучинг – это форма «мета-профессии», которая может применяться для поддержки клиентов в любых человеческих начинаниях: от их забот о здоровье, личных, профессиональных, спортивных, социальных, семейных, политических, духовных измерениях и т.д. [3].

У коучинга множество преимуществ, которые содержат в себе последующие качества: повышения качества производительности, улучшения уровня продуктивности персонала, чрезмерную пластичность и адаптацию к преобразованиям, скорость

принятия верного решения в стрессовых и критических ситуациях.

Внедрение коучинга в организацию приведет к прорыву производительности и устойчивости, придав организации конкурентное преимущество и эффективный способ работы в условиях постоянных изменений [4].

Коучинг обладает современными навыками обучения персонала, а также он находится в быстром и удобном доступе. Принципы коучинга могут быть применены в различных формах, особенно если пользоваться современными системами связи. Коучинг может проходить лицом к лицу, как один к одному, так и небольшими группами, или он может быть доставлен на расстоянии по телефону, Skype, электронной почте или мгновенным сообщениям, с доступом к нашему широкому спектру загружаемых интернет-ресурсов.

Личные преимущества коучинга столь же широки, как и вовлеченные лица. Многочисленные клиенты сообщают, что коучинг положительно повлиял на их карьеру, а также на их жизнь.

Коучинг в организационных и лидерских условиях также является бесценным инструментом для развития людей по широкому кругу потребностей. Преимуществ коучинга много; 80% людей, которые получают коучинговый отчет, повышают уверенность в себе, а более 70% получают выгоду от улучшения работы, отношений и более эффективных навыков общения. 86% компаний сообщают, что они окупили свои инвестиции в коучинг и больше [5].

Чтобы создать сильную тренировочную культуру в организации, целесообразно поощрять своих сотрудников, регулярно наблюдать и консультировать их работу. Им необходимо работать вместе, чтобы создать атмосферу доверия и постоянного совершенствования. Эффективная культура коучинга поможет сотрудникам ускорить принятие решений, повысить производительность и достижение целей.

Таким образом, коучинг – один из эффективных методов подготовки персонала. В отличие от других методов обучения, коучинг исключителен своим подходом к обучению и развитию у сотрудников чувства ответственности и самостоятельности, способствует раскрытию индивидуальных качеств и способностей каждого из сотрудников.

Внедрение и использование коучинга, как метода обучения персонала, положительно и эффективно отразилось на работе сотрудников ресторана «Lanzhou». С момента использования данной методики, в данной компании прослеживается улучшение внутреннего климата организации, а также повышение уровня дисциплинированности, собранности и ответственности на 40%. Качество работы сотрудников повысилось на 30%, перевыполнение месячной нормы финансовых показателей на 25%.

Таким образом, применение коучинга в обучении и подготовке персонала положительно влияет на повышение эффективности трудовой деятельности персонала.

Список использованной литературы:

1 Сербиновский Б.Ю. Психологические инструменты и организационные проблемы коучинга в реализации стратегии «Образование в течение всей жизни» Б.Ю.Сербиновский, Н.В.Сербиновская//Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина (Краснодар). – 2012. - №75. – С. 752-771. – [электронный ресурс]. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17305496>

2 Ковшина Т.П. Коучинг как пробуждение скрытого знания/ Т.П.Ковшина// Северо-Казахстанский государственный университет им. М.Козыбаева. – 2018. – С. 256-260. – [электронный ресурс]. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32623356>

3 Рожков А.Ю. Коучинг как инновационная форма профессионального обучения/ А.Ю.Рожков, В.А.Луговский// Кубанский государственный аграрный университет, г. Краснодар, ул. Калинина, 13. – 2018. - №3-3 (41). – С. 153-156. – [электронный ресурс]. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35077501>

4 Уитмор Дж. Внутренняя сила лидера: Коучинг как метод управления персоналом / Джон Уитмор. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 309с.

Аннотация

В статье обосновано применение современной персонал-технологии обучения-коучинг. Проанализировано эффективное использование коучинга, как метода обучения персонала на примере ресторана «Lanzhou».

Ключевые слова: семинар, тренинг, коучинг, консультирование, наставничество.

Андатпа

Мақалада заманауи персоналды-технологиялық кадрларды оқытуда коучингті негіз ретінде пайдалану сипатталады. Мақалада “Lanzhou” мейрамханасы мысалында педагогикалық оқыту әдісі ретінде коучингті тиімді пайдалануы талданады.

Түйінді сөздер: семинар, тренинг, коучинг, консалтинг, тәлімгерлік.

Annotation

The article substantiates the use of modern personnel-technology training-coaching. Analyzed the effective use of co-teaching as a method of training staff on the example of the restaurant "Lanzhou".

Keywords: seminar, training, coaching, consulting, mentoring.

Шестакова Маргарита Владимировна

ст. преподаватель

Красноярский государственный аграрный университет

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО УЛУЧШЕНИЮ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «ЯРО»

Аннотация:

Обоснованность и ценность результатов анализа деловой активности определяется широким перечнем показателей, полноценно характеризующим эффективность не только использования материальных и финансовых ресурсов, но и работы службы организации закупок и сбыта.

Annotation:

The validity and value of the results of the analysis of business activity is determined by a wide list of indicators that fully characterize the effectiveness of not only the use of material and financial resources, but also the work of the procurement and marketing service.

Аннотация:

Кәсіпкерлік қызметті талдау нәтижелерінің жарамдылығы мен құны материалдық және қаржы ресурстарын ғана емес, сонымен қатар сатып алу және маркетингтік қызметтің тиімділігін толық сипаттайтын индикаторлардың кең тізімімен анықталады.

На начальном этапе спланируем общий объем выручки от реализации (P) ООО «ЯРО» по методике среднегодовых темпов роста, описанной Н. Н. Терещенко [2, с. 14].

Таблица 1 – Исходные данные для планирования выручки от реализации

Годы	Выручка от реализации в действующих ценах, тыс. руб.	Выручка от реализации в сопоставимом виде, тыс. руб. (гр.1/ $J u_{баз.}$)	Темп изменения, %
А	1	2	3
2014	88313	78153	-
2015	87967	77847	99,61
2016	74929	66309	85,18
2017	82015	72580	109,46

Индекс цен базисный⁵ ($J u_{баз.}$) – 1,13; планируемый ($J u_{пл.}$)– 1,11.

Среднегодовой темп роста определяется по формуле (3.1):

$$\bar{T} p = \sqrt[n-1]{\frac{P_n}{P_0}} \cdot 100 \quad (1)$$

Среднегодовой темп роста составит:

$$\sqrt[4-1]{\frac{72580}{78153}} \cdot 100 = 97,6 \text{ (\%)}$$

Плановый товарооборот определяется по формуле (3.2):

$$P_{пл} = \frac{P_1 \cdot J u_{баз.} \cdot \bar{T} p \cdot J u_{пл.}}{100} \quad (2)$$

Плановый товарооборот составит:

$$\frac{72580 \cdot 1,13 \cdot 97,6 \cdot 1,11}{100} = 88819 \text{ тыс.руб}$$

Таким образом, плановый товарооборот составил 88 819 тыс. руб.

Прибыль от продаж спланируем с учетом поддержания рентабельности продаж на заданном уровне, но с учетом того, что себестоимость продукции снизится хотя бы на 1% за счет нового оборудования.

При заданном размере выручки от реализации в размере 82 015 тыс. руб. себестоимость составляет 73 990 тыс. руб. Снижение себестоимости продукции на 1% повлекло бы за собой рост уровня рентабельности до 8,6% ((73 990 -1%)x100%/ 82 015).

Таким образом, уровень рентабельности продаж в 2018 году будем поддерживать на уровне 8,6%.

Прогноз изменения выручки от реализации и показателей прибыли приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Прогноз изменения выручки от реализации и показателей прибыли ООО «ЯРО»

Наименование показателя	2017 г.	Прогноз	Отклонение	Темп роста, %
А	1	2	3	4
1. Выручка	82 015	88 819	6 804	108,3
2. Рентабельность продаж	7,7	8,6	0,9	111,8
3. Прибыль (убыток) от продаж	6 293	7 616	1 323	121,0
4. Доходы от участия в других организациях	0	0	0	0,0
5. Проценты к получению	0	0	0	0,0

⁵ По данным Росстата

6. Проценты к уплате	-8 136	-8 185	-49	100,6
7. Прочие доходы	11 571	11 571	0	100,0
8. Прочие расходы	-9 576	-9 576	0	100,0
9. Прибыль (убыток) до налогообложения	152	1 426	1 274	938,4
10. Текущий налог на прибыль	-30	-342	-312	1126,1
11. Чистая прибыль (убыток)	122	1 084	962	891,5

Анализ изменений финансовых результатов после внедрения мероприятий на ООО «ЯРО» показал, что в результате планирования основных показателей ожидается увеличение выручки от реализации на 8,3%, при сохранении уровня рентабельности продаж (8,6%) прибыль от продаж увеличится на 1 323 тыс. руб. Чистая прибыль предприятия составит 1 084 тыс. руб.

Определим сумму запасов (З) при увеличении товарооборота (Р) на 8,6%

Для начала учтем, что внедрение автоматизированной системы позволит сократить товарные запасы на 20%. Таким образом, сумма запасов в 2017 году составит (89 580 -20%) 71 664 тыс. руб.

Рассчитаем коэффициент эластичности среднего размера запасов с учетом внедряемой системы автоматизации учета запасов и товаров от объема выручки от реализации [2]:

$$K_{эл} = \frac{Z_{2017} - Z_{2016}}{Z_{2016}} \div \frac{P_{2017} - P_{2016}}{P_{2016}} \quad (3)$$

$$K_{эл} = \frac{71664 - 57855}{57855} \div \frac{82\,015 - 74\,929}{74\,929} = 0,24 \div 0,094 = 2,52$$

Таким образом, изменение розничного товарооборота на 1 % приводит к росту среднего размера запасов на 2,52 %.

Определим плановый размер товарных запасов по формуле 4 [24].

$$TЗ_{пл} = \frac{Z_{2017} \cdot (T_{пр} \cdot K_{эл} + 100)}{100} \quad (4)$$

$$Z_{пл} = \frac{71664 \cdot (8,6 \cdot 2,52 + 100)}{100} = 86669,2 \text{ (тыс.руб.)}$$

Таблица 3 – Сравнительный аналитический баланс ООО «ЯРО», тыс. руб.

Показатель	2017 г.	Прогноз	Отклонение	Темп роста, %
А	1	2	3	4
АКТИВ				
Нематериальные активы	0	417,2	417,2	
Результаты исследований и разработок	22068	22068	0,0	100,0
Основные средства	9137	9487	350,0	103,8
Прочие внеоборотные активы	799	799	0,0	100,0
Внеоборотные активы	32004,0	32771,2	767,2	102,4
Оборотные активы	96 379,00	93 322,18	-3056,8	96,8
Запасы и затраты	89580,0	86669,2	-2910,8	96,8
Дебиторская задолженность	6502,0	6356,0	-146,0	97,8
Денежные средства и КФВ	150,0	150,0	0,0	100,0
Прочие оборотные активы	147,0	147,0	0,0	100,0
БАЛАНС	128383,0	126093,4	-2289,6	98,2

ПАССИВ				
Собственный капитал	512,0	512,0	0,0	100,0
Заемные средства	127871,0	125581,4	-2289,6	98,2
Долгосрочные заемные средства	47302,0	47652,0	350,0	100,7
Краткосрочные кредиты и займы	49898,0	47404,4	-2493,6	
Кредиторская задолженность	30671,0	30525,0	-146,0	99,5
БАЛАНС	128383,0	126093,4	-2289,6	98,2

Анализ таблицы 3 показал, что в результате внедренных мероприятий валюта баланса предприятия сократится на 1,8% (2289,6 тыс. руб.), это произойдет за счет равномерного сокращения сумм кредиторской и дебиторской задолженности, а также снижении стоимости запасов. Также снизится размер краткосрочных заемных средств.

Таблица 4 – Анализ изменения показателей деловой активности ООО «ЯРО» до и после мероприятий

Показатель	2017 г.	Прогноз	Изменение, (+,-)	Темп роста, %
А	1	2	3	4
Исходные данные				
1. Выручка от реализации	82015	88819	6804	108
2. Активы	128383	126093	-2290	98
3. Оборотные активы	96379	93322	-3057	97
5. Заемный капитал	127871	125581	-2290	98
6. Собственный капитал	512	512	0	100
7. Кредиторская задолженность	30671	30525	-146	100
8. Дебиторская задолженность	6502	6356	-146	98
9. Себестоимость продукции	73990	79471	5481	107
10. Запасы	89580	86669	-2911	97
11. Прибыль от продаж	6293	7616	1323	121
12. Прибыль до налогообложения	152	1426	1274	938
13. Чистая прибыль	122	1084	962	891
Коэффициенты оборачиваемости				
Коэффициент оборачиваемости активов	0,64	0,70	0,07	110
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	0,85	0,95	0,10	112
Коэффициент оборачиваемости заемного капитала	0,64	0,71	0,07	110
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	160,19	173,47	13,29	108
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	2,67	2,91	0,24	109
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	12,61	13,97	1,36	111
Коэффициент оборачиваемости запасов	0,92	1,02	0,11	112
Период оборачиваемости активов	563,53	511,08	-52,45	91
Период оборачиваемости оборотных активов	423,05	378,25	-44,80	89

Период оборачиваемости производственных запасов	393,21	351,29	-41,92	89
Период оборачиваемости заемного капитала	561,28	509,00	-52,28	91
Период оборачиваемости кредиторской задолженности	134,63	123,72	-10,91	92
Период оборачиваемости дебиторской задолженности	28,54	25,76	-2,78	90
Показатели рентабельности				
Рентабельность продаж	7,67%	8,58%	0,90%	
Рентабельность затрат на продукцию	8,51%	9,58%	1,08%	
Рентабельность собственного капитала	23,75%	211,72%	187,97%	
Рентабельность заемного капитала	0,12%	1,14%	1,02%	
Рентабельность активов	0,12%	1,13%	1,01%	

Анализ данных таблицы 4 выявил улучшение практически всех показателей, характеризующих деловую активность предприятия ООО «ЯРО» после проведения мероприятий. Планируется, что произойдет рост всех показателей оборачиваемости в плановом периоде.

Наиболее значительно увеличился коэффициент оборачиваемости оборотных активов и запасов, что показывает увеличение скорости оборота всех оборотных средств предприятия и запасов предприятия.

Все показатели рентабельности предприятия в плановом периоде также возрастут – рентабельность продаж с 7,67% до 8,58%, рентабельность активов – с 0,12% до 1,13%.

Улучшение деловой активности подтверждает снижение продолжительности операционного и финансового циклов. Снижение операционного цикла с 364,67 до 325,52 свидетельствует о росте возможности скорейшего высвобождения денежных средств.

Сокращение продолжительности финансового цикла с 230,04 до 201,80 также является положительной тенденцией для организации.

Данное снижение свидетельствует о росте эффективности управления оборотными активами.

Таким образом, можно сделать вывод об эффективности предложенных мероприятий в связи с прогнозным улучшением показателей деловой активности.

Литературные источники

1. <http://www.gks.ru/>;
2. Терещенко, Н. Н. Анализ и планирование товарооборота и товарных запасов розничного торгового предприятия [Текст]: учебное пособие / Н. Н. Терещенко, О. Н. Емельянова. – 2-е изд., перераб. и доп.; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2006. – 116 с.

Шестакова Нина Николаевна
доцент, канд.эконом.наук
Красноярский государственный аграрный университет,
Красноярск, Россия

ПАО «ВТБ 24» НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ РОССИИ

Аннотация.

В данной статье представлена характеристика деятельности ВТБ 24 (ПАО), определено его место в отрасли, выявлены приоритетные направления деятельности, рассмотрено состояние рынка потребительского кредитования, обобщены основные проблемы, оказывающие влияние на его эффективное развитие, рассмотрены возможные пути решения выявленных проблем.

Summary.

The characteristic of activity of VTB 24 (PAO) is presented in this article, its place in branch is defined, priority activities are revealed, the condition of the market of consumer crediting is considered, the main problems having impact on its effective development are generalized, possible solutions of the revealed problems are considered.

Аннотация.

Бұл мақалада ВТБ 24 (ПАО) қызметінің сипаттамасы берілген, оның саладағы орны анықталған, қызметтің басым бағыттары анықталды, тұтынушылық кредит беру нарығының жағдайы қарастырылды, оның тиімді дамуына ықпал ететін негізгі проблемалар жинақталған, анықталған проблемаларды шешудің ықтимал жолдары қарастырылды.

Одним из значимых участников на российском рынке банковских услуг выступает ВТБ 24 (ПАО). Данный банк входит в российскую финансовую группу ВТБ, которая состоит из более чем 20 кредитных и финансовых компаний, представленных во всех основных сегментах финансового рынка. По состоянию на 01.01.2018 г. банк ВТБ 24 (ПАО) является главным акционером группы ВТБ – доля в уставном капитале составляет 99,9329 %, остальная доля принадлежит миноритарным акционерам. Приоритетными направлениями деятельности ПАО «ВТБ 24» являются обслуживание физических лиц, индивидуальных предпринимателей и предприятий малого и среднего бизнеса [7].

Группа ВТБ представляет собой уникальную для российской банковской системы международную сеть, чем содействует развитию международного взаимодействия и выходу российских предприятий на международный рынок. Группа имеет структурные подразделения в странах СНГ, а также дочерние и ассоциированные банки в ряде стран Евросоюза (Великобритания, Германия, Кипр), в Грузии и Анголе, а также по одному филиалу банка ВТБ в Китае и Индии, филиал ВТБ Капитал плс в Сингапуре [7].

На территории Российской Федерации сеть банка сформирована из более 1000 офисов в 72 регионах России. Крупнейшим держателем обыкновенных акций Банка является Федеральное агентство по управлению государственным имуществом (Росимущество), владеющее контрольным пакетом. Держателями привилегированных акций Банка являются Министерство финансов России и ГК «Агентство по страхованию вкладов» - по 100 % привилегированных акций первого и второго типа соответственно. Совокупная доля Российской Федерации составляет 92,23 % от уставного капитала Банка [7].

Банк ПАО «ВТБ 24» предлагает клиентам традиционные банковские услуги, имеющие широкой распространение в международной финансовой практике, такие как: выпуск и обслуживание банковских карт;

кредитование (потребительское и ипотечное);
автокредитование;
услуги дистанционного управления счетами;
срочные вклады;
аренда сейфовых ячеек;
денежные переводы.

Большая часть населения России сталкивалась с кредитами, ипотекой, ссудой или вложением денег в депозиты. Наиболее распространенной и удобной формой кредитования физических лиц является потребительский кредит, в рамках которого подразумевается совершение покупки товара с выплатой его стоимости частями и уплатой процентов согласно кредитному договору, либо денежный заем на приобретение необходимой вещи [2].

В анализируемом периоде динамика основных показателей потребительского кредитования в Российской Федерации определялась, в значительной степени, конъюнктурой внешних рынков (складывающейся в т.ч. под влиянием санкций в отношении российских банков), подавлением роста российской экономики, а также колебаниями курса рубля [3].

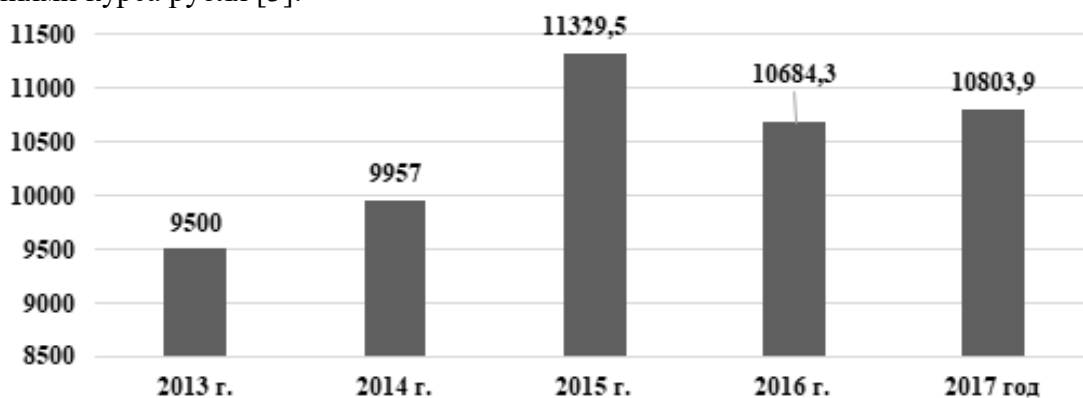


Рисунок 1 – Динамика выданных кредитов физическим лицам в Российской Федерации за 2013-2017 гг., млрд. руб.

Рисунок 1 наглядно демонстрирует ситуацию на российском рынке потребительского кредитования в рассматриваемом периоде. На основании проведенного анализа можно сделать вывод о том, что динамика выданных физическим лицам кредитов была положительной, но не стабильной. Пик кредитования приходился на 2015 г., когда объем выданных кредитов составил 11329,5 млрд. руб.

Банк ВТБ 24 (ПАО) предлагает своим клиентам – физическим лицам широкую линейку кредитных продуктов потребительского кредитования и программы рефинансирования кредитов других банков. Кредитные продукты дифференцируются по процентным ставкам в зависимости от предоставляемой суммы. С ростом суммы кредита процентная ставка, как правило, снижается.

Таблица 1 – Характеристика потребительских кредитов ВТБ 24 (ПАО)

Название	Сумма	Ставка, %		Срок
		На 01.01.17	На 01.01.18	
«Крупный»	от 400 тыс. р. до 5 млн. р.	16,5%	15	от 6 мес. до 5 лет
«Удобный»	от 100 тыс. р. до 399,999 тыс. р.	от 17	от 16-22	5 лет
«Ипотечный бонус»	от 400 тыс. р. до 5 млн. р.	14,5	13,5	от 6 мес. до 5 лет

Информация, представленная в таблице 1, отражает дифференцированный подход к формированию процентных ставок по кредитам. Банк предлагает своим клиентам потребительские кредиты наличными денежными средствами на срок от 6 месяцев до 5

лет.

Для людей с действующей ипотекой предоставляется целевой продукт «Ипотечный бонус», в рамках которого деньги можно использовать на ремонт своего жилья или покупку необходимой мебели и бытовой техники.

По состоянию на 01.12.2018 г. ПАО ВТБ 24 находится на втором месте в рейтинге после ПАО «Сбербанк России» по показателю «Объем кредитов, выданных физическим лицам» (2 562 252,5 млн. руб.), с приростом за ноябрь 2018 года на сумму 96 907,0 млн.руб.

В соответствии с п.8 ст.6 Федерального закона от 21.12.2013 г. № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» Банк России ежеквартально рассчитывает среднерыночное значение полной стоимости потребительского кредита [1].

Таблица 2 – Среднерыночные значения полной стоимости потребительских кредитов, %

Вид потребительского кредита	На 16.11.16 г.	На 16.11.17 г.	На 16.11.18 г.
На цели приобретения автотранспортных средств с залогом автотранспортного средства, автомобиля с пробегом от 0 до 1000 км	16,21	13,70	12,67
С лимитом кредитования товара, от 30 тыс. руб. до 100 тыс. руб.	28,89	25,15	21,27
Целевые потребительские кредиты, выдаваемые путем перечисления заемных средств торгово-сервисному предприятию, от 30 тыс. руб. до 100 тыс. руб.	27,45	22,34	18,53
Целевые потребительские кредиты без залога, от 30 тыс. руб. до 100 тыс. руб.	20,66	17,32	16,18

Изучив показатели таблицы 2, можно отметить, что среднерыночные значения полной стоимости по потребительским кредитам имели рекордные величины в 2016 г. (16–28 %). Однако, начиная с 2017 г., они демонстрируют тенденцию к снижению [6].

Рост объема потребительского кредитования связан с рядом проблем, основная из них – риск невозврата кредита заемщиками. В целях предотвращения таких ситуаций, большинство банков при выдаче кредита запрашивают у клиента справку о доходах и залогового обеспечения, что помогает кредиторам уменьшить кредитные риски [4].

Помимо этого, банки увеличивают процентные ставки, стремясь снизить риск невозвращения выданных кредитов. Такие меры предпринимаются в отношении недобросовестных клиентов, которые на незаконных основаниях берут кредиты и не возвращают их. Поэтому коммерческие банки должны улучшать систему проверки своих клиентов и их способности возвращать проценты по займам, с целью снижения процентной ставки по потребительским кредитам.

Еще одной проблемой на рынке потребительского кредитования является нечестность самих банков. Большинство из них при подписании договора с заемщиком не оглашают информацию о наличии скрытых выплат.

Важной проблемой, влияющей на развитие потребительского кредитования, является насыщенность рынка. Большая часть населения, получившая потребительские кредиты, либо не в силах брать новые займы, либо отсутствует желание их брать [5].

Подавляющее большинство российских банков еще не создали единые требования к клиентам, позволяющие производить простую оценку суммы, которую они могут получить. Банки должны переходить к новейшим кредитным формам – овердрафт или кредитование с применением пластиковых карт, использовать маркетинговые исследования в целях выявления потребностей людей в новых способах кредитования.

В настоящий момент ряд крупных банков решили отказаться от услуг коллекторских агентств и добиваются выплаты долгов при помощи судебных процессов. Поскольку уголовное преследование представляется для заемщика непривлекательным,

данный подход является эффективным [5].

Из большинства людей, желающих получить потребительский кредит, в конечном итоге кредит получает лишь их часть. Причина – жесткие условия, предъявляемые к заемщикам и к вариантам кредитного обеспечения. Рассматривая перспективы развития потребительского кредитования в России, можно утверждать о необходимости разработки наиболее гибкой политики в отношении клиента, как в общих, так и в узких вопросах кредитования.

Исходя из проблем, представленных выше, можно обозначить наиболее важные задачи в области потребительского кредитования, решение которых требуется в ближайшем будущем:

1. повышение финансовой грамотности населения страны;
2. предоставление потенциальным клиентам всей необходимой информации еще на этапе заключения договора;
3. сокращение случаев невозврата долгов и защита кредиторов путем сбора информации о заемщике, формирования кредитных историй, повышения эффективности институтов залога и обеспечения;
4. улучшение системы работы с просроченной задолженностью – результативных судебных и исполнительных процессов [5].

Литература

1. Федеральный закон от 21.12.2013 № 353-ФЗ (ред. от 07.03.2018) «О потребительском кредите (займе)» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_155986/.
2. Банасунова, А. Б. Потребительские кредиты: сущность, виды, проблемы и перспективы развития в РФ [Текст] / А. Б. Банасунова // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 4 – С. 861–865.
3. Веселова А. Д. Проблемы и перспективы развития потребительского кредитования в РФ [Текст] / А. Д. Веселова // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 6. – С. 100–103.
4. Османов, О. А. Проблемы потребительского кредитования на современном этапе [Текст] / О. А. Османов, А. М. Исаев // Юридический вестник ДГУ. – 2016. – № 1. – С. 74–77.
5. Степанова, О. А., Орлова, С. А., Шпортова, Т. В. Потребительское кредитование в России: проблемы и пути решения [Текст] / О. А. Степанова, С. А. Орлова, Т. В. Шпортова // Фундаментальные исследования. – 2015 – № 2. – С. 2930–2932.
6. Официальный сайт Центрального банка России [Электронный ресурс] // – Режим доступа: // <http://www.cbr.ru>.
7. Официальный сайт Банк ВТБ (ПАО) [Электронный ресурс] // – Режим доступа: // <https://www.vtb.ru>.

Шмидт Е.А.,
Студент 3 курса
Специальности «Экономика»
Научный руководитель:
к.э.н., доц. Кренгауз И.Н.
Университет «Туран»

ВЛИЯНИЕ КРИПТОВАЛЮТ НА НАЦИОНАЛЬНЫЕ ЭКОНОМИКИ

Криптовалюты, в особенности Биткойн, набирают большую популярность. Стоимость одного только Биткойна в 2017 году достигла 18 тысяч долларов. Изучение криптовалют имеет большую практическую значимость, так как они могут оказать влияние на все стороны экономики. Однако в настоящее время криптовалюты остаются малоизученными.

Изучением криптовалют занимаются Е.Л. Логинов, А.В. Бабкин, С.А. Андришин, Э.Л. Сидоренко, В.П. Бауэр, Ю.В. Коречков, Н.В. Апатова, Д.В. Гладкий, К.С. Иванцов, М.М. Ковалев, И.В. Ловецкий, Т.Е. Каминская, А.А. Большедворский, С.П. Савинский, Т.А. Световцева. По данной теме позиции большинства авторов схожи [1],[2],[3],[4],[5],[6],[7],[8],[9],[10],[12],[13],[14],[15],[16],[17]. Они полагают, что перевод государственной валюты на блокчейн позволил бы государствам решить сразу несколько проблем: повысить прозрачность операций и эффективность госсектора, снизить коррупционные риски, ликвидировать теневой банковский сектор, эффективно бороться с уклонением от уплаты налогов и победить бюрократию. Между тем, эмпирического опыта, достаточного для того, чтобы центральный банк мог объективно оценить издержки и сетевые эффекты при переходе на государственную криптовалюту, еще недостаточно. Противоположной точки зрения придерживается Иванцов К. С. [11], который считает, что криптовалюта на данном этапе не подходит в качестве основной валюты, поскольку имеет дефляционный характер. По нашему мнению, наиболее оптимальна первая точка зрения по данному вопросу.

Криптовалюты - это относительно новый подвид электронных денег. Они функционируют исключительно внутри компьютерной сети, их эмиссия и учёт основаны на использовании различных криптографических методов защиты и асимметричном шифровании [8, С.2]. Криптовалюты функционирует в рамках распределённой компьютерной сети. При этом информация о производимых транзакциях доступна в незашифрованном виде. Криптография применяется для обеспечения неизменности базы данных о транзакциях, а не для ограничения доступа к информации о них. Общая рыночная капитализация всех криптовалют на конец 2017 г. составила около 0,5 трлн долларов. Весной она достигла 3 трлн. долларов, однако к концу октября она упала до 202,8 млрд. долларов. Пока значение криптовалют переоценивается, так как все вместе они составляют менее 1% от всех денег мира. Биткойн — одна из 2000 криптовалют, однако самая распространенная (примерно $\frac{3}{4}$ рынка криптовалют), претендующая на статус мировой валюты, замещающей доллар [12, С.202]. Возникновение популярных криптовалют, таких как биткойн или эфириум, и наличие сетевого эффекта от использования децентрализованных блокчейн-технологий побуждают центральные банки некоторых стран уже сейчас задумываться о выпуске в обращение своей собственной криптовалюты [5, С.41]. Однако эмпирического материала, который мог бы помочь регуляторам понять издержки, а также тех или иных проявлений сетевых эффектов, возникающих при переходе на государственную криптовалюту, пока еще недостаточно. В настоящее время очень трудно оценить возможные риски и последствия, с которыми центральный банк может столкнуться при проведении своей монетарной политики в условиях такого перехода.

В отличие от биткойна, генерируемого в обращение всеми пользователями

децентрализованной сети публичного блокчейна, криптовалюта центрального банка, мыслится как цифровая валюта, эмитируемая в системе закрытого блокчейна (или без него) и полностью подконтрольная центральному банку [5, С.41]. Такая криптовалюта будет подобна наличным деньгам, гарантируя универсальный, электронный эквивалент банкнот, номинированный в национальной валюте. Она позволит бизнесу и домашним хозяйствам держать свои балансы в криптоденьгах центрального банка и платить друг другу в режиме реального времени с полным и окончательным расчетом в электронной форме. При этом центральный банк обязан будет вести и поддерживать все копии реестра денежных транзакций сам, привлекая к сотрудничеству, в случае острой необходимости, общественные и частные организации.

Государственные криптовалюты могут сгенерировать в экономике некоторые системные эффекты, повысить результативность монетарной политики и с меньшими издержками добиться ценовой и финансовой стабильности. В то же время использование их связано с решением важных и комплексных вопросов, которое необходимо еще только найти. Криптовалюты неизбежно влияют на изменчивость уровня цен и всю платежную систему. В настоящее время большинство государств не воспринимает всерьез влияние криптовалют. Как правило, количество криптовалют в обращении не превышает 0,3 % наличных денег в масштабах одного государства. Однако есть вероятность того, что в будущем этот показатель существенно вырастет, ведь количество криптовалют в обращении может резко увеличиться в результате колебания обменного курса [15, С.24].

Торговля в виртуальном пространстве за счет криптовалют неизбежно сказывается на сокращении спроса на реальные деньги, что приводит к изменению в денежных агрегатах, которые напрямую влияют на скорость обращения денег. При широком использовании криптовалют будет сокращаться баланс центрального банка и снижаться эффективность денежно-кредитной политики. К тому же замещение денег криптовалютами существенно усложняет оценку денежных агрегатов, что в свою очередь мешает их поддержанию на одном уровне с ожидаемой инфляцией. 3. Объем рынка криптовалют считается незначительным по отношению к мировому обороту, тем не менее если рассматривать объем транзакций с участием криптовалют в одной конкретной развивающейся стране, то это может серьезно сказаться на стоимости национальной валюты [15, С.23]. Согласно А.В. Бабкину [2, С.554], отсутствие правового регулирования криптовалют приводит к тому, что значительные объемы денежных средств не попадают в бюджет в виде налоговых отчислений. Чтобы узнать, не привело ли появление криптовалют к резкому снижению налоговых поступлений в разных странах, рассмотрим следующие данные (см. таблицу 1).

Таблица 1- Налоговые сборы в разных странах, (млн. тг.)

Название страны	Годы					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Казахстан	2 814 431	3 516 534	3 481 816	2 562 782	3 322 271	3 784 457
Россия	60 481 807	62 584 383	70 004 649	76 182 309	-	127 826 615
США	918 358 000	1 042 055 200	1 132 016 800	1 218 230 000	1 225 726 800	1 244 468 800
Китай	596 868 551	646 422 587	698 051 253	732 975 101	-	-

Примечание: Составлено автором на основе официальных данных [Ошибка! Источник ссылки не найден.], [20], [19], [23].

Мы можем наблюдать, что за последние годы в таких развитых странах, как США и Китай, так и в странах с переходной, как Казахстан и Россия, происходил стабильный рост налоговых отчислений. Даже несмотря на резкий рост капитализации криптовалют

в 2017 году, её объём всё равно недостаточен, чтобы оказать влияние на поступления в бюджет государств.

На примере Казахстана рассмотрим, оказывают ли влияние криптовалюты на эффективность денежно-кредитной политики государства. В 2015 году Национальный Банк РК перешёл к политике инфляционного таргетирования. Показателем эффективности такой политики является соответствие уровня инфляции целевому значению (см. таблицу 2)

Таблица 2 - Уровень инфляции в Казахстане в 2015-2018 гг.

	2015	2016	2017	2018*
Таргетируемая инфляция		от 6 до 8	от 6 до 8	от 5 до 7
Уровень инфляции	10.4	8.5	7.1	6.0

Примечание: Составлено автором на основе официальных данных.[21]

*Значение 2018 г. указано на Июль.

Как следует из таблицы, Национальному Банку удалось снижать инфляцию на протяжении последних трёх лет, и держать её в середине таргетируемого коридора в 2017 году, несмотря на рост использования криптовалют. Следовательно, использование криптовалют на данный момент не приводит к снижению эффективности денежно-кредитной политики.

Эмпирические данные о том, может ли введение национальной криптовалюты оказать положительное влияние на экономику страны, отсутствуют.

3 декабря 2017 года Николас Мадуро, президент Венесуэлы объявил о том, что в стране будет создано управление по криптовалюте. [22] Страна стала эмитировать национальную криптовалюту El Petro. Эта деятельность была направлена на то, чтобы создать финансовый инструмент, который в 2018 году смог бы стать основой для экономического роста страны. Страна пошла на эту меру из-за затяжного экономического кризиса, гиперинфляции и необходимости противостоять санкциям США. Стоимость криптовалюты привязана к цене на нефть. [22] Данных о том, как это повлияло на экономику Венесуэлы, на данный момент нет.

В настоящее время криптовалюты не оказывают значительного влияния на национальные экономики, однако в будущем в связи с ростом их распространения и капитализации, они могут повлиять на эффективность денежно-кредитной политики государств, затраты корпораций на банковские услуги, а, следовательно, эффективность работы банковского сектора. Кроме того, технология блокчейн даёт возможность сделать прозрачными все валютные операции и свести к минимуму возможности для коррупции..

Список использованной литературы:

1. Логинов Е.Л. Регулирование оборота криптовалют, майнинга и iso как основа для использования единой электронной валюты в рамках ЕАЭС / Е.Л. Логинов, Ю.А. Романова, В.Ю. Борталевич // Вестник Академии Следственного Комитета Российской Федерации. - 2018. - №1. - С. 133-137
2. Бабкин А.В. Анализ развития и регулирования криптовалют: зарубежный и российский опыт / А.В. Бабкин [и др.] // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). - 2017. - №4. - С. 554-565
3. Бабкин А.В. Электронные деньги как фактор развития цифровой экономики/ А.В.Бабкин,В.В.Пшеничников. // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. - 2017. - №1. - С.32-42
4. Бабкин, А.В. Институционализация системы регулирования криптовалют в цифровой экономике / А.В. Бабкин [и др.] // Тенденции развития экономики и

промышленности в условиях цифровизации. - СПб.: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого», 2017. - С. 9-67

5. Андришин С.А. Централизованные и децентрализованные денежные системы / С.А. Андришин // Вопросы теоретической экономики. - 2018. - №1(2). - С. 26-49

6. Сидоренко Э.Л. Криптовалюта как новый юридический феномен / Э.Л.Сидоренко // Общество и право. - 2016. - № 3. - С. 193-197

7. Бауэр В. П. Государственная поддержка деловой активности посредством технологий цифровой экономики / В.П. Бауэр, В.В. Смирнов // Экономика.Налоги.Право. - 2018. - №3. - С. 6-13

8. Коречков Ю.В., Целищев П.Б. Экономическая эффективность использования криптовалюты в российской экономике // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 8, №6 (2016). - 8с.

9. Апатова Н.В. Анализ влияния блокчейн технологии на финансовую систему / Н.В. Апатова // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. - 2017. - №6. - С.31-39

10. Гладкий Д.В. Влияние криптовалют на экономику и политику. Влияние на теневую экономику и теневой бизнес. / Д.В. Гладкий, Д.О. Сотников // Синергия наук. - 2017. - №18. - С. 1380-1386

11. Иванцов К. С. Влияние криптовалюты на мировую экономику и перспективы развития стран / К.С. Иванцов // Новая наука: теоретический и практический взгляд. - 2017. - № 3-1. - С. 100-102

12. Ковалев, М.М. Цифровая экономика — шанс для Беларуси: монография / М.М. Ковалев, Г.Г. Головенчик. - Минск: Издательский центр БГУ, 2018. - 328 с.

13. Ловецкий И.В. Влияние рынка криптовалют на национальную экономику и его регулирование в России // Научно-техническое и экономическое сотрудничество стран АТР в XXI веке.. - 2018. - т.2. - С.312-317

14. Каминская Т.Е. Государственное регулирование и риски использования криптовалют в экономике // Проблемы финансов, кредита и бухгалтерского учета в условиях реформирования экономики / под ред. Е.А. Карловской. - Хабаровск: Тихоокеанский государственный университет. - 2018. - С. 421-428

15. Большедворский А.А. Влияние криптовалют на монетарную политику / А.А.Большедворский, Р.Ф. Старков // Тенденции и проблемы в экономике России: теоретические и практические аспекты. - Иркутск: Байкальский Государственный Университет. - 2017. - С. 19-26

16. Савинский С.П. Криптовалюты и их нормативно-правовое регулирование в КНР / С.П. Савинский // Деньги и кредит. - 2017. - № 7. - С. 65-67

17. Световцева Т.А. Роль криптовалюты в современной экономике / Т.А. Световцева // Известия Юго-Западного государственного университета" ... Серия Экономика.Социология. Менеджмент. - 2018. - №2. - С.95-102

18. Главное государственное налоговое управление КНР [Официальный сайт]. – Режим доступа: <http://www.chinatax.gov.cn/eng/n2367736/index.html> (Дата обращения 14.11.2018)

19. Total receipts of the U.S. government in fiscal years 2000 to 2023* (in trillion U.S. dollars) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.statista.com/statistics/200405/receipts-of-the-us-government-since-fiscal-year-2000/> (Дата обращения 14.11.2018)

20. Федеральная Налоговая Служба России [Официальный сайт]. – Режим доступа: <https://analytic.nalog.ru/portal/index.ru-RU.htm> (Дата обращения 14.11.2018)

21. Обзор инфляции на сайте Национального Банка РК [Официальный сайт]. – Режим доступа: <https://nationalbank.kz/?docid=3339&switch=russian> (Дата обращения

14.11.2018)

22. Запись выступления Президента Венесуэлы Николаса Мадуро 3 декабря 2017 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=QiP7Hf8D1u8> (Дата обращения 14.11.2018)

23. Динамика по налогам на сайте Комитета по Статистике МНЭ РК [Официальный сайт]. – Режим доступа: <http://stat.gov.kz/getImg?id=ESTAT104943> (Дата обращения 14.11.2018)

Аннотация

В статье рассмотрен феномен криптовалют и его влияние на национальные экономики. Показано, что на сегодняшний день криптовалюты не вызывают значительных изменений в экономиках разных стран, поскольку их капитализация не превышает 1% всех денег мира.

Annotation

The article describes the phenomenon of cryptocurrency and its impact on the national economy. It is shown that today cryptocurrencies do not cause significant changes in the economies of different countries, because their capitalization does not exceed 1% of all the money in the world.

Аңдатпа

Мақалада криптовалюта феномені және оның ұлттық экономикаға әсері қарастырылған. Бүгінгі күні крипто-валюта әртүрлі елдердің экономикаларында айтарлықтай өзгерістер тудырмайды, өйткені олардың капитализациясы әлемнің барлық ақшасының 1% - ынан аспайды.

Шквыря Наталья Александровна

к.э.н., доцент кафедры маркетинга

Таврический государственный агротехнологический университет

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ СОКОВ

Маркетинговые исследования являются инструментом, позволяющим изучить вкусы и предпочтения потребителей, определить факторы, влияющие на их поведение при покупке товара. Проведение маркетинговых исследований рынка соков поможет определить направления достижения конкурентных преимуществ товаропроизводителей, составить прогноз, внести коррективы в сбытовую и коммуникационную политики, оптимизировать товарный ассортимент соков.

Для исследования поведения потребителей на рынке соков было проведено анкетирование потребителей соков. Главной целью исследования является определение рыночных потребностей в соках, а также оценка степени удовлетворения спроса на них. Задачи исследования: оценить состояние спроса на соки; провести оценку ценовой и товарной политики предприятия, определить частоту покупки, сформировать модель потребителя соков.

Как показал анализ полученных результатов, 94% респондентов покупают соки. Украинцы чаще всего покупают сок несколько раз в неделю (почти 35%), несколько раз в месяц (29%) и каждый день (12%), по праздникам покупают сок 7% опрошенных. Это свидетельствует о том, что сок является популярным напитком среди потребителей.

Что касается упаковки для соков, то чаще всего покупают сок в упаковке объемом 1л. Однако за последний год наблюдается тенденция увеличения спроса на упаковки 1,5л. и 2л.

Соки в основном рассматриваются как источник удовольствия и полезных веществ. Об этом свидетельствуют те цели, которые преследуются при потреблении данных напитков: так, 54% респондентов пьют соки и нектары для того, чтобы побаловать себя, 41% - чтобы получить необходимые витамины. Больше всего потребителей (43%) потребляют соки как столовый напиток круглый год. Соки в основном покупают одновременно с покупкой других продуктов (64%) и по дороге домой или на работу (21%). Потребляют соки и нектары, как правило, во время завтрака, обеда и ужина. Таким образом, соки и нектары являются неотъемлемым элементом традиционного приема пищи.

Как показывают результаты анкетирования, относительно вкусовых предпочтений на рынке соков, 39% потребителей предпочитают восстановленные соки, 29% - сокосодержащие напитки, 16% - соки прямого отжима, 14% - нектары, 2% - фреши (рисунок 1). Для того чтобы увеличить потребление, производители соков постоянно обновляют ассортимент продукции, создавая новые миксы. На украинском рынке очень широкий ассортимент выбора соков на любой вкус, отличающийся от выбора в других странах.

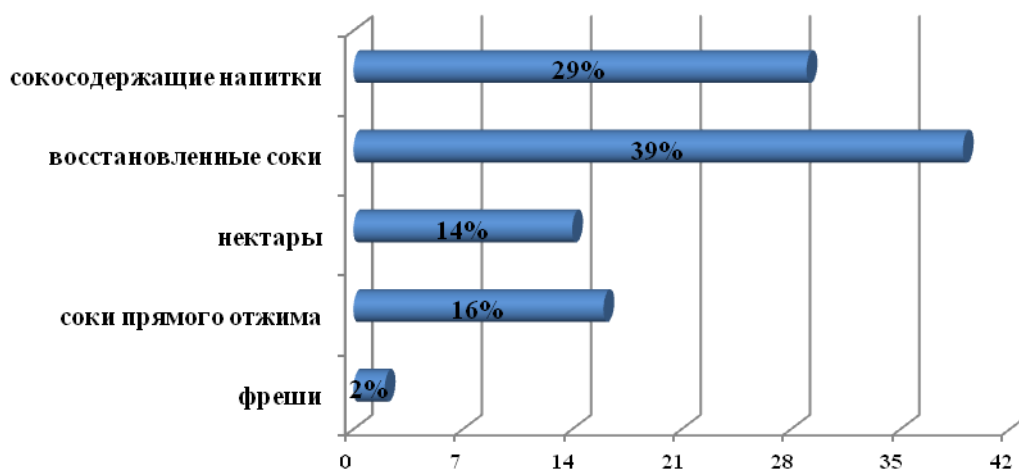
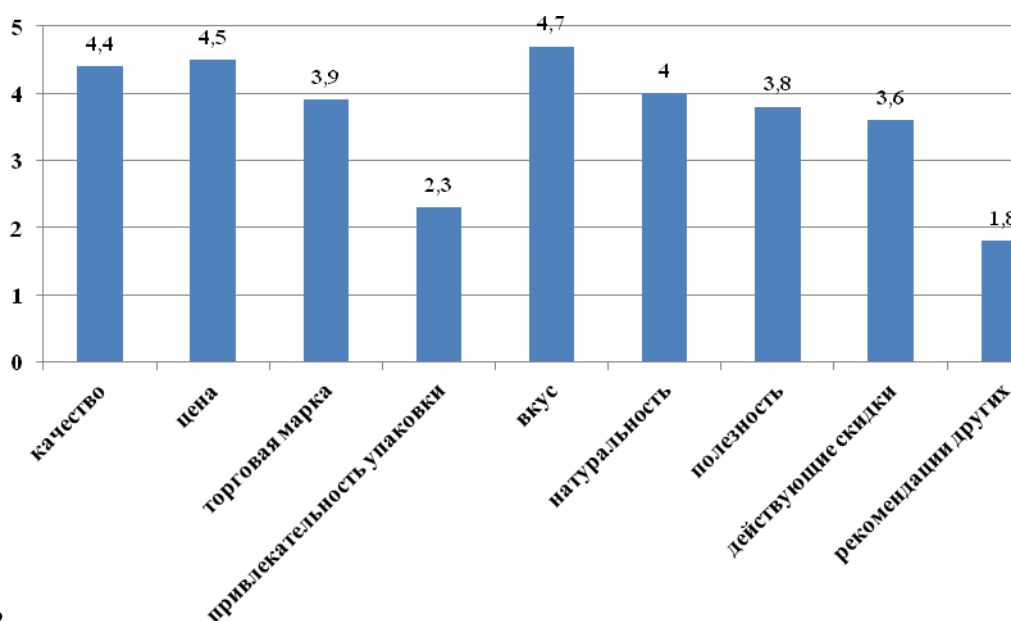


Рис. 1 - Приверженность потребителей к определенным видам соков, %

Наибольшей популярностью среди респондентов пользуется соки со сладким вкусом (52%) и мультивитаминным (30%), соки с кислым вкусом предпочитают 12% опрошенных.

На выбор сока в первую очередь влияет его вкус, дальше цена, качество, натуральность и отсутствие консервантов (рисунок 2).



P

ис.2.

– Приоритеты респондентов при выборе соков

Согласно результатам анкетирования, наиболее популярны соки с яблочным, апельсиновым и мультифруктовым вкусами. Для сегментации рынка по видам соков был использован иерархический агломеративный кластерный анализ. С помощью данного метода были выделены три сегмента вкусов соков

- сегмент наиболее популярных вкусов: апельсиновый, мультифруктовый, персиковый, яблочный, виноградный, ананасовый и другие (1 кластер)

- сегмент вкусов средней популярности: манго, банановый, вишневый, гранатовый и другие (3 кластер)

- сегмент наименее популярных вкусов: лимонный, грейпфрутовый, ягодный, овощная смесь и другие (2 кластер).

При оценке респондентами украинского рынка соков высокие баллы получили широта ассортимента (4,8), вкусы (4,4) и дизайн упаковки (4,0).

Согласно результатам анкетирования качеством существующих на украинском рынке соков удовлетворены 55% респондентов, 45% считают качество сока неудовлетворительным. При определении характеристик соков, которыми недовольны потребители, получили следующие результаты: 44% опрошенных считают, что качество сока ухудшается из-за отсутствия необходимых витаминов, высокая концентрация сахара и искусственными добавками недовольны 29% и 35% респондентов.

Исследования показывают, что наиболее популярным среди украинских потребителей соков является низкий ценовой сегмент - именно его динамика в течение последних лет в значительной мере определяла развитие сокового рынка страны. В настоящее время нижний ценовой сегмент занимают более 70% рынка. Через данный сегмент к потребителям соковой продукции присоединяется и часть жителей Украины, которая ранее по финансовым причинам не могла себе позволить покупать соки. С другой стороны, эксперты отмечают, что бренды среднеценового и премиального сегментов приносят больший доход в расчете на один литр проданной продукции. Более доходные слои потребителей переключаются на премиум сегмент, ими востребованы свежевыжатые соки, соки прямого отжима. Часть потребителей массового сегмента при увеличении доходов и покупательской активности идет в средний ценовой сегмент.

Также было определено, что наиболее популярными местами для покупки соков являются супермаркет, продуктовый магазин и рынок, соответственно 44%, 25% и 12%

респондентов выбрали эти места покупки для сока.

Что касается упаковки, то по результатам исследований видно, что большим спросом пользуются соки в пакетах Tetra Pack (64%). Следует сказать, что на этот вид тары в Украине приходится 85% разлива всех соков. Сок в стеклянной таре выбирают 27% респондентов. Сок в ПЭТ бутылках не пользуются большой популярностью, возможно, это связано с небольшим ассортиментом, представленным на украинском рынке. Только 9% потребителей приобретают соки в пластиковых бутылках.

В результате проведения маркетингового исследования были сформулированы предложения и рекомендации для производителей соков по усовершенствованию их маркетинговой деятельности:

- больше половины потребителей считает, что предприятиям производителям соков необходимо повышать качество и натуральность продукции;
- предприятиям необходимо постоянно расширять и обновлять ассортимент в соответствии с потребностями потребителей;
- производителям соков для увеличения объемов реализации соков рекомендуется повышать узнаваемость торговых марок с помощью коммуникационной политики.

Литература

1. Мандрика В. Оцінка якості фруктових мультівітамінних соків і нектарів / В. Мандрика, А. Самойленко // Товари і ринки. – 2010. – № 1. – С. 127-133. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/tovary_2010_1_19.pdf
2. Рибаківа О.В. Маркетингові дослідження регіонального ринку плодів / О.В. Рибаківа// Економіка АПК. - 2012. - №8. - С.126-132.
3. Скибінський С.В. Поведінка споживачів : Навчальний посібник / Станіслав Володимирович Скибінський, Лариса Михайлівна Орел.– Львів : Вид-во Львівської комерційної академії, 2003.– 112 с.
4. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків: Підручник/ А.О. Старостіна. – К.: ТОВ «Лазарит-Поліграф», 2012. – 480с.

Аннотація

Определены особенности поведения потребителей соков, учитывая их потребительские предпочтения, мотивы, структуру потребления и систему распределения доходов. Выявлены основные детерминанты влияния на принятие решения о покупке.

Annotation.

The features of the behavior of juice consumers, given their consumer preferences, motivations, consumption patterns, income distribution system are determined. The basic determinants of influence on purchasing decisions are identified.

«ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙДА ЭКОНОМИКА, МЕНЕДЖМЕНТ,
МАРКЕТИНГТІҢ ӨЗЕКТІ МӘСЕЛЕРІ»
АТТЫ СЫРТТАЙ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҒЫЛЫМИ-ПРАКТИКАЛЫҚ
КОНФЕРЕНЦИЯСЫНЫҢ МАТЕРИАЛДАРЫ
23 ҚАҢТАР 2019 ж.

МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ ЗАОЧНАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ,
МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ»
23 ЯНВАРЯ 2019 г.

INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE "CURRENT
PROBLEMS OF ECONOMY, MANAGEMENT AND MARKETING
IN MODERN CONDITIONS"
23 JANUARY 2019

Ответственный за формирование сборника Шиганбаева Н.Б.

Подписано в печать 24.01.2019 г. Формат 60x80 1/8

Усл.печ.л. 36.62

Издано Алматинской академией экономики и статистики

050035, г. Алматы, ул. Жандосова, 59

Тел. 8 (727) 309 58 15 вн. 128

Учебно-издательский центр АЭСА

г. Алматы, Жандосова, 59, www.aesa.kz