

**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫң БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ
МИНИСТРЛІГІ**
**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ
КАЗАХСТАН**

**Қазақстан-Американдық Еркін
Университетінің Хабаршысы**

**Вестник Казахстанско-Американского
Свободного Университета**

**ҒЫЛЫМИ ЖУРНАЛ
НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ**

**Шығарылым 3
БІЛІМ БЕРУ МЕН ҚОҒАМНЫҢ
ЭКОНОМИКАЛЫҚ МӘСЕЛЕЛЕРИ**

**Выпуск 3
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ
ОБРАЗОВАНИЯ И ОБЩЕСТВА**

**Өскемен, 2017
Усть-Каменогорск, 2017**

ББК 74.04

В 38

«Қазақстан-Американдық еркін университетінің хабаршысы» республикалық ғылыми журналы қоғам мен білім берудің экономикалық мәселелеріне арналған. Мақалалардың тақырыптары қазақ, орыс тілдерінде мемлекеттік және жергілікті басқару мәселелері, бизнес және кәсіпкерлік, менеджмент және маркетинг мәселелері, экономика және каржы мәселелері, туризмді және туристік кластерді дамыту мәселелерін қарастырады.

Жинақ материалдары ғылыми қызметкерлерге, ЖОО профессорлық-оқытушылық куррамына және студенттерге, білім беру қызметкерлеріне арналған.

Журнал жылына 4 рет шығады.

Республиканский научный журнал «Вестник Казахстанско-Американского Свободного Университета» посвящен экономическим проблемам образования и общества. Тематика статей представлена на казахском и русском языках и рассматривает вопросы государственного и местного управления, бизнес и предпринимательство, вопросы менеджмента и маркетинга, вопросы экономики и финансов, развитие туризма и туристического кластера.

Материалы сборника адресованы научным сотрудникам, профессорско - преподавательскому составу вузов и студентам, работникам образования.

Журнал выходит 4 раза в год.

Бас редактор - Е.А. Мамбетказиев КР ҰҒА академигі, профессор

Главный редактор – Е.А. Мамбетказиев, академик НАН РК, профессор

В 38 Қазақстан-Американдық Еркін Университетінің Хабаршысы. Ғылым журнал. З шығарылым: білім беру мен қоғамның экономикалық мәселелері. – Өскемен, 2017. – 245 б.

В 38 Вестник Казахстанско-Американского Свободного Университета. Научный журнал. З выпуск: экономические проблемы образования и общества. – Усть-Каменогорск, 2017. – 245 с.

B $\frac{4304000000}{00(09)-17}$

ББК 74.04

Журнал КР Мәдениет, ақпарат және спорт министрлігінде тіркелген. БАҚ есебіне тіркеу туралы қуәлік № 5888-ж 11.04.2005 бастап.

Журнал зарегистрирован в Министерстве культуры, информации и спорта РК. Свидетельство о постановке на учет СМИ № 5888-ж от 11.04.2005.

© Қазақстан-Американдық
Еркін Университеті, 2017
© Казахстанско-Американский
Свободный Университет, 2017

УДК 341

ПРЕДПОСЫЛКИ ВОЗНИКОВЕНИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЯХ

Богородская О.Г., Луценко К.В.

Сведения об авторах. Богородская Оксана Григорьевна – старший преподаватель Казахстанско-Американского свободного университета, Луценко Кристина Вадимовна – студентка 4 курса специальности «Финансы» Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. Статья посвящена изучению проблемы активизации миграционных процессов в мировом пространстве. Авторами рассмотрены предпосылки возникновения и масштабы миграции на мировом уровне. Особое внимание уделено демографическим факторам международной миграции: проанализировано изменение численности населения и количества мигрантов в разрезе регионов, по возрасту и полу мигрантов. Огромные масштабы международной миграции коренным образом изменяют экономическое состояние всего мирового сообщества. Рассмотренные современные тенденции международной миграции обозначили актуальность изучения данной проблемы в целях регулирования направлений миграционных потоков.

Ключевые слова. Миграция, миграционный процесс, иммигрант, рабочая сила, беженцы, «утечка умов», демографические факторы, численность населения, международная миграция.

Авторларды туралы мәліметтер. Богородская Оксана Григорьевна – Қазақстан-Американдық еркін университетінің аға оқытушысы, Луценко Кристина Вадимовна – Қазақстан-Американдық еркін университеті «Қаржы» мамандығының 4-курс студенті

Аннотация. Мақала әлемдік кеңістіктегі миграциялық үрдістерді белсендендіру сұрақтарына арналған. Авторлар әлемдік деңгейдегі миграцияның пайда болу алғышарттары мен ауқымын жан-жақты қарастыруға тырысқан. Халықаралық миграцияның демографиялық факторларына ерекше мән берілген: мигранттардың жынысы мен жасы, аймакка қарай тұрғындар саны және мигранттардың санының өзгерісіне талдау жасалған. Халықаралық миграцияның үлкен көлемі барлық әлемдік қоғамдастықтағы экономиканың түбекейлі өзгерісіне әкеліп соқтырады. Халықаралық миграцияның қарастырылып отырған заманауи ұстанымдары миграциялық ағымдардың бағытын реттеу мақсатында берілген сұрақтың зерттеу өзектілігін көрсетіп отыр.

Түйін сөздер. Миграция, миграциялық үрдіс, иммигрант, жұмыс күші, босқындар, демографиялық факторлар, тұрғындар саны, халықаралық миграция.

Information about authors. Bogorodskaya Oksana - a senior teacher of Kazakh-American Free University, Lutsenko Kristina - a fourth-year student of the specialty "Finances" in Kazakh-American Free University.

Annotation. The article is devoted to the study of the problem of activation of migration processes in the world space. The authors consider the prerequisites for the emergence and scale of migration at the world level. Particular attention is paid to the demographic factors of international migration: the changes in the population size and the number of migrants by regions, by age and sex. The enormous scale of international migration radically changes the economic state of the entire world community. The current trends in international migration consider the relevance of studying this problem in order to regulate the direction of migration flows.

Keywords. Migration, migration process, immigrant, labor, refugees, "brain drain", demographic factors, population, international migration.

В настоящее время продолжающиеся в мировом пространстве процессы глобализации и интеграции обострили проблему миграции населения. Такое масштабное перемещение рабочей силы значительно влияет на экономическое состояние – и государств-доноров, и принимающих мигрантов стран.

Миграционные потоки, помимо экономических изменений, всегда сопровождаются демографическими и технологическими изменениями.

К демографическим факторам миграции можно отнести различия в половозрастной структуре, брачно-семейном положении, показателях воспроизводства населения.

Ведущую роль в демографической миграции играет половозрастная структура населения, поскольку среди мигрантов, в основном, преобладают люди репродуктивного

возраста.

В настоящее время в Западной Европе, Японии и Америке развитие общества близко к демографическому переходу, поскольку в этих странах происходит старение населения, и, как следствие, появляется большая потребность в рабочей силе [1].

Прежде чем перейти к анализу мотивов, побуждающих людей мигрировать, необходимо понять, насколько масштабна численность мигрантов, и действительно ли это глобальный процесс. Общая численность населения по возрасту в 2015 году представлена в таблице 1.

Таблица 1. Общая численность населения по возрасту 2015 год, тысяч человек

Основная об-ласть / возраст	До 24 лет	25-34 года	35-44 года	45-54 года	55-64 года	65-74 года	75+ лет	Всего
Всего в мире	31093 86	11608 79	98281 4	85579 6	63241 8	36825 4	2399 25	7349472
Промышленно развитые ре-гионы	35027 0	17062 7	17063 6	17571 5	16328 7	11805 3	1027 64	1251351
Развивающиеся регионы	27591 16	99025 2	81217 8	68008 1	46913 1	25020 2	1371 61	6098121

Из таблицы 1 видно, что из общего населения земного шара самая большая группа людей приходится на возраст от рождения до 24 лет. С увеличением возраста жителей земного шара уменьшается доля этой группы в общей численности населения. Причем, в развивающихся регионах живет 6098121 тысяч человек, что составляет 82,97% от общего объема населения в мире, а на промышленно развитые регионы приходится всего 17,03%.

В таблице 2 представлена общая численность мигрантов по возрасту в 2015 году.

Таблица 2. Общая численность мигрантов по возрасту 2015 год, тысяч человек

Основная об-ласть / возраст	До 24 лет	25-34 года	35-44 года	45-54 года	55-64 года	65-74 года	75+ лет	Всего
Всего в мире	53277, 7	49435, 0	47284, 5	36927, 3	26350, 1	16724, 0	13700 ,2	243698 ,8
Промышленно развитые ре-гионы	22813, 8	26371, 2	27357, 4	24142, 9	18269, 0	11907, 9	9619, 0	140481 ,2
Развивающиеся регионы	30463, 9	23063, 8	19927, 1	12784, 4	8081,1	4816,1	4081, 2	103217 ,7

Таким образом, доля мигрантов в общей численности населения составила в 2015 году 3,3%. Анализируя масштабы миграции, можно отметить, что, несмотря на значительное превосходство в общей численности жителей развивающихся стран над развитыми, количество мигрантов в промышленно развитых регионах на 37263,5 тысяч человек больше, чем в развивающихся регионах.

В таблице 3 наглядно проведено сравнение количества женщин-мигрантов, в процентах от общей численности международных мигрантов за 1995 и 2015 годы.

Из таблицы 3 видна тенденция уменьшения процента женщин-мигрантов в мире за 20 лет с 49,2% до 48,2%. Тем не менее, в развитых районах это значение увеличилось на 0,8%, а в развивающихся уменьшилось на 3,2%.

С 1995 года по 2015 год сохраняется на том же уровне вес доли женщин-мигрантов в возрасте после 75 лет, как в мировом пространстве, так и по регионам; именно в данном

возрасте мигрирует наиболее большое количество женщин по сравнению с мужчинами. Кроме того, сохраняется склонность женщин меньше мигрировать в возрасте от 25 до 44 лет.

Также можно заметить, что, по сравнению с 1995 годом, в 2015 году процент женщин-мигрантов в мировом пространстве уменьшился следующим образом:

- на 0,6% до 24 лет;
- на 1,4% в возрасте от 25 до 34 лет;
- на 1,6% в возрасте от 35 до 44 лет;
- на 0,9% в возрасте от 45 до 54 лет;
- на 1% в возрасте от 65 до 74 лет.

Таблица 3. Женщины-мигранты как процент от международных мигрантов, 1995-2015 год, проценты

1995 год								
Основная об-ласть / возраст	До 24 лет	25-34 года	35-44 года	45-54 года	55-64 года	65-74 года	75+	Всего
Мир:	48,9	46,8	47,1	48,5	51,1	55,1	58,4	49,2
Промышленно - развитые регионы	49,1	49,1	49,9	50,8	52,6	56,4	62,1	51,1
Развивающиеся регионы	48,5	43,8	42,6	44,1	48,3	52,8	53,4	46,5
2015 год								
Основная об-ласть / возраст	До 24 лет	25-34 года	35-44 года	45-54 года	55-64 года	65-74 года	75+	Всего
Мир:	48,3	45,4	45,5	47,6	51,1	54,1	58,6	48,2
Промышленно - развитые регионы	48,6	50,1	50,6	51,7	53,8	55,6	60,7	51,9
Развивающиеся регионы	47,9	39,9	38,4	40,0	45,1	50,3	53,6	43,3

Для того, чтобы иметь полное представление о миграции по демографическому принципу, необходимо изучить численность мужчин в 2015 году по возрасту и регионам, что показано в таблице 4.

Таблица 4. Численность мужчин по возрасту и по основным регионам Земли, 2015 год, тысяч человек

Основная об-ласть / возраст	До 24 лет	25-34 года	35-44 года	45-54 года	55-64 года	65-74 года	75+ лет	Всего
Мир	1605796	59133 9	49744 7	42932 9	31062 1	17380 2	98872	370720 6
Африка	362391	88293	59712	39410	25058	13053	5537	593455
Азия	936393	37142 3	31775 8	27616 2	19122 2	10130 5	52722	224698 6
Европа	101109	52186	51583	52311	46017	30200	22760	356167
Латинская Америка	138999	51641	43111	34668	23955	13423	7713	313509

Центральная Америка	41593	13836	11348	8305	5523	3117	1916	85638
Южная Америка	88 235	34544	29040	23736	16644	9207	5060	206465
Северная Америка	59116	24893	22710	24431	22463	14479	9291	177383
Океания	7787	2904	2573	2347	1906	1340	849	19707
Австралия и Новая Зеландия	4728	2075	1891	1875	1615	1205	801	14189

В мировом пространстве прослеживается тенденция уменьшения количества мужчин с возрастом. Если до 24-х летнего возраста количество мужчин 1605796 тысяч человек, в 45-54 летнем возрасте – 429329 тысяч человек, а вот уже после 75 лет их всего 98872 тысячи.

Всего в мире в 2015 году мужчин - 3707206 тысяч человек, из них на Азию приходится 2246986 тысяч человек, что составляет 60,61% мужского населения планеты. Меньше всего мужчин в Австралии и Океании [2].

Важнейшая причина миграционных процессов - уровень жизни в стране. Повсеместно происходит миграция из бедных стран в страны с более высоким уровнем дохода.

Яркий пример: эмиграция в 1970-е годы из Италии, Португалии, Испании в более развитые государства Северной Европы и США, а также одновременная иммиграция в эти Европейские государства из стран Африки и Ближнего Востока.

В это же время достаточно высокий уровень и качество жизни в государствах Персидского залива сделали их наиболее привлекательными для притока рабочей силы из различных уголков мира[3].

Картина движения рабочей силы в мире изменяется из года в год. В одних странах можно наблюдать незначительное отличие при сравнении данных 2005 года и 2015 года, другие же набрали значительные обороты по численности мигрантов по различным причинам, что показано в таблице 5.

Таблица 5. Сравнение численности мигрантов (иммигрантов) в 2005 и 2015 годах [4]

Название страны	Численность мигрантов (иммигрантов), тысяч человек		Численность населения страны, тысяч человек		Процент мигрантов (иммигрантов) от всего в мире		Процент мигрантов (иммигрантов) от населения страны	
	2005 год	2015 год	2005 год	2015 год	2005 год	2015 год	2005 год	2015 год
США	38355	46627	296139	321733	20,59	19,13	12,95	14,49
ОАЭ	3212	8095	4481	9156	1,72	3,32	71,68	88,41
Катар	637	1688	836	2235	0,34	0,69	76,19	75,53
Кувейт	1669	2866	2263	3892	0,89	1,18	73,75	73,64
Италия	2519	5788	58657	59797	1,35	2,38	4,29	9,68
Португалия	764	837	10480	10349	0,41	0,34	7,29	8,09
ЮАР	1106	3142	48352	54490	0,59	1,29	2,29	5,66
Иран	1959	2726	70122	79109	1,05	1,12	2,79	3,45

Например, Италия за последние 10 лет, как показано в таблице 5, увеличила численность населения, в том числе, и за счет притока мигрантов. По данным на 2015 год, их доля от численности всех жителей страны составляла уже 9,68%, против 4,29% в 2005 году.

Абсолютное первенство по численности мигрантов уже много лет принадлежит США - по итогам 2015 года численность иммигрантов в этой стране примерно 46,6 миллиона человек.

Странами с самой большой долей мигрантов (иммигрантов) в общей численности населения за 2015 года являются: Объединенные Арабские Эмираты - 88,41%, Катар - 75,53% и Кувейт - 73,64% [4].

Хотя конец XX века ознаменовал себя как период оттока людей с африканского континента, но, как мы видим в таблице 5, численность мигрантов в ЮАР увеличилась почти в 3 раза - с 2,29% до 5,66% за 10 лет. Таким образом, так называемые "страны третьего мира" тоже стали привлекательными для мигрантов.

Согласно статистическим данным Международной Организации Миграции, мигранты составляют более 30% численности населения таких городов, как Сидней, Окленд, Сингапур и Лондон. Каждый четвертый житель Амстердама, Франкфурта-на-Майне и Парижа - иностранного происхождения [5].

Помимо ухудшения условий проживания (упадок производства, экология, перенаселение), к причинам эмиграции из бедных стран можно отнести и нарастание конфликтов в стране (ущемление прав человека, терроризм).

19 сентября 2016 года принятая Нью-Йоркская декларация, согласно которой численность мигрантов в 2015 году превысила 244 миллиона человек [6].

Годом самой масштабной вынужденной миграции после Второй мировой войны стал 2015 год: количество заявлений о предоставлении убежища в период между 2014 годом и первой половиной 2015 года выросло с 558 тысяч до почти 1 миллиона. В 2015 году Германия вышла на первое место в мире по числу ходатайств о предоставлении убежища - около 442 тысяч заявлений. В общей сложности к концу прошлого года 2015 года в Евросоюзе таких просьб поступило более 1,2 миллиона, что примерно в два раза больше данных 2014 года (563 тысяч). Каждая третья просьба о предоставлении убежища исходила от несовершеннолетних, что на 11% больше данного показателя в 2014 году [2].

Эксперты Международной Организации Миграции поясняют, что рост произошел, прежде всего, за счет сирийцев, иракцев, иранцев. Основную часть сирийских беженцев принимают у себя соседние с Сирией страны, в частности, Турция (2,2 миллиона), Ливан (1,2 миллиона) и Иордания (почти 630 тысяч) [4].

Правительства данных стран должны направить свои силы на определение и устранение причин, которые вынуждают людей покидать обжитые места. Только решив эти проблемы, руководства стран смогут повлиять на миграционные процессы и ускорить экономический рост.

Причина поиска более хорошей жизни обуславливает существование следующей закономерности - высококвалифицированная рабочая сила и более талантливые мигранты "оседают" там, где их способности не окажутся редкостью, и будут высоко оценены, поскольку именно тут их мастерство принесет обществу, науке и в конце концов государству наибольшую экономическую выгоду [3].

Кроме того, данная причина в развивающихся странах приводит к обострению проблемы "утечки мозгов" в развитые государства. В последние десятилетия наблюдается активный рост международной миграции квалифицированных рабочих, по сравнению с неквалифицированными.

Интерес от миграции для принимающей стороны довольно очевиден: каждая страна создает привлекательные условия для тех, кто может внести свой вклад в её развитие. Люди эмигрируют потому, что правительства стран иммиграции создают специальные программы для менеджеров, администраторов, специалистов и техников и приглашают их работать на благо своей экономики. К примеру, еще в конце XX века США, Канада и

Австралия основали привилегированные системы въезда для привлечения предпринимателей, учёных, профессионалов и технических специалистов. Обратный пример - Российская Федерация. Среди жителей страны только 13% имеют высшее и незаконченное высшее образование, против 20% у покидающих страну, каждый десятый из выехавших имеет ученую степень доктора или кандидата наук [1].

В широком смысле, миграция есть способ, которым человек, вложивший средства в свое образование или получение какой-либо востребованной специальности, может окупить свои капиталовложения и получить дивиденды в виде работы с хорошей заработной платой [3].

Существуют красочный пример - США в 1990-х годах. Тогда в стране работало около 1,5 тысяч южнокорейских специалистов, имеющих ученую степень, что превышало численность защитивших диссертации в высших учебных заведениях Корейской Республики. Объясняется данный феномен тем, что многие корейские студенты по окончании учебы в США не возвращались на родину, продолжая научные исследования в американских научных и учебных учреждениях.

Для менее крупных стран характерен более высокий уровень эмиграции квалифицированной рабочей силы. Почти все врачи, получившие образование в Гренаде и Доминиканской Республике, эмигрировали в другие страны. Очень высокие показатели эмиграции врачей наблюдаются в таких странах, как Кабо-Верде, Фиджи, Либерия, Сан-Томе и Принсипи, Сент-Люсия. От 33 до 55% людей с высшим образованием эмигрировали из Анголы, Кении, Ганы, Бурунди, Мозамбика, Маврикий, Сьерра-Леоне, Уганда и Танзания в страны ОЭСР, свыше 60% - из Гайаны, Гаити, Фиджи, Тринидад и Тобаго [1].

Таким образом, начиная с 70-х годов XX века, миграция начинала набирать обороты, а к 2016 году международная миграция стала носить пугающий глобальный характер. К одной из основных причин международной миграции относится желание изменить условия жизни в лучшую сторону. В одних случаях это связано с критическими для безопасного проживания проблемами - войной, терроризмом, ущемлением прав, в других - со стремлением получать достойную заработную плату и быть признанным как специалист.

Доля мигрантов за последние 15 лет увеличилась с 2,8% до 3,3% от численности населения Земного шара [7]. Наибольший объем в общей численности мигрантов составляют молодые люди в возрасте до 30 лет, причем, мужчин-мигрантов больше, чем женщин, на 1,8. Но с возрастом численность мужчин-мигрантов значительно снижается.

Подводя итоги проведенного исследования, можно отметить, что 243698832 человека, участвующие в процессе международной миграции, коренным образом изменяют экономическое состояние всего мирового сообщества, поэтому необходимо продолжать исследование данной проблемы и искать пути ее решения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Международная миграция населения в условиях глобализации [Электронный ресурс] // Интернет-ресурс geolike.ru . – URL: http://geolike.ru/page/g1_3465.htm
2. International migrant stock 2015 [Электронный ресурс] //Department of Economic and Social Affairs. – URL: <http://www.un.org/en/development/desa/population/migration/data/estimates2/estimates15.shtml>
3. Доклад о мировом развитии - 2009 «Новый взгляд на экономическую географию» [Электронный ресурс]. - М.: Весь мир, 2009. - 146-169 с.
4. Список стран по численности мигрантов [Электронный ресурс]// Википедия. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Список_стран_по_численности_мигрантов
5. Для мигрантов наметились положительные изменения [Электронный ресурс]// Департамент ООН по экономическим и социальным вопросам. - URL: <https://www.un.org/development/desa/>
6. Нью-Йоркская декларация о беженцах и мигрантах от 19.09.2016 [Электронный ресурс]// Официальные документы системы ООН. - URL: <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N16/285/48/PDF/N1628548.pdf?OpenElement/>

7. В условиях безопасности и достоинства: решение проблемы перемещений больших групп беженцев и мигрантов. Доклад Генерального секретаря ООН от 21.04.2016 [Электронный ресурс]// Генеральная ассамблея ООН. – URL: http://refugeesmigrants.un.org/sites/default/files/sg_report_russian.pdf/

УДК 352/354-1

ЖЕРГІЛІКТІ ӨЗІН-ӨЗІ БАСҚАРУДЫҢ ПОЛЬШАЛЫҚ ҮЛГІСІ

Жұмабекова А.Ж., Кинашева Ж.Б.

Авторлары туралы мәліметтер. Жұмабекова Ақерке Жұмабекқызы – Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Мемлекеттік және жергілікті басқару» мамандығының студенті, Кинашева Жадыра Болатовна – экономика ғылымдарының кандидаты, Қазақстан-Американдық еркін университетінің доценті

Аннотация. Мақалада жергілікті өзін-өзі басқарудың польшалық моделі қарастырылған. Әлемдік тәжірибеде жергілікті өзін-өзі басқарудың көптеген нұсқалары бар. Бұл нұсқалар бір-бірінен басқару органдарының қалыптасу тәртібімен, өзара әрекеттесу сипаттамаларымен ерекшеленіп отырады. Жергілікті өзін-өзі басқарудың польшалық моделі біздің еліміздің моделіне ең ұқсасы болып табылады. Әсіресе Қазақстанның ірі қалаларындағы жергілікті өзін-өзі басқарудың моделі Польшаның ірі қалаларындағы өзін-өзі басқару моделіне оте ұқсас. Алайда авторлар Қазақстандағы жағдайға қарағанда, жергілікті өзін-өзі басқару үшін жеке аймақтық бюджетті тағайындау оңтайлы шешім еместігін баса көрсетеді.

Түйін сөздер. Жергілікті өзін-өзі басқару, басқару органдары, басқару моделі, басқару, билік, аймақ, сайлау, гмина.

Сведения об авторах. Жұмабекова Ақерке Жұмабекқызы – студент специальности «Государственное и местное управление» Казахстанско-Американского свободного университета; Кинашева Жадыра Болатовна – кандидат экономических наук, доцент Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. В статье рассмотрена польская модель местного самоуправления. В мировом опыте существует множество вариантов местного самоуправления. Эти варианты отличаются между собой порядком формирования органов управления, предметом местного самоуправления, характером взаимодействия органов местного самоуправления. Модель Польши является самой близкой к нашей стране вариантом местного самоуправления. В крупных городах Казахстана сформирована структура управления, похожая на структуру в крупных городах Польши. Однако авторы указывают, что создание отдельного регионального бюджета для местного самоуправления нерационально в условиях Казахстана.

Ключевые слова. Местное самоуправление, органы управления, модель управления, управление, власть, регион, выборы, гмина.

Information about authors. Zhumabekova Akerke - a student of the specialty "State and Local Administration" of Kazakh-American Free University; Kinasheva Zhadira - candidate of economic sciences, associate professor of Kazakh-American Free University.

Annotation. The article examines the Polish model of local self-government. In the world experience, there are many options for local government. These options differ from each other in the order of formation of administrative bodies, the subject of local self-government and the nature of interaction between local self-government bodies. The model of Poland is the closest to our country's variant of local self-government. In the large cities of Kazakhstan, a management structure is formed, similar to the structure in the major cities of Poland. However, the authors point out that the creation of a separate regional budget for local self-government is irrational in Kazakhstan.

Keywords. Local government, government bodies, management model, management, power, region, elections, commune.

Әлемдік тәжірибеде жергілікті өзін-өзі басқарудың әртүрлі үлгілері қызметінің үлкен тәжірибесі жинақталған. Бұл үлгілер жергілікті өзін-өзі басқару органдарының

қалыптасу тәртібіне, жергілікті өзін-өзі басқаруды жүргізу пәндеріне, жергілікті өзін-өзі басқару органдарының мемлекеттік билік органдарымен өзара әрекеттесу ерекшеліктері мен сипатына қарай ерекшеленеді.

Қазіргі уақытта ғылыми-теориялық түрғыда жергілікті өзін-өзі басқару органдары мен орталық билік органдары арасындағы базалық қатынастар негізі болып табылатын жергілікті биліктің ұйымдастыру ұлгілерін сыйнаптау жалпыға танылған.

Осы тәсілге сәйкес жергілікті өзін-өзі басқарудың төрт базалық: англосаксондық, континенттік, аралас және кеңестік деп саналатын ұлгісін бөліп көрсетуге болады [1].

Байыргы тарихы мен қалыптасан әдестері бар аумақтық басқарудағы Польшаның тәжірибесі бұл мәселеде Қазақстан үшін барынша көрнекі болып табылады.

Қазіргі уақытта Польшаның аумақтық бөлінісінде үш деңгейдегі басқару қолданылады: гминалар (кенттер / ауылдар), повят (аудан), воеводство (облыс). Мұндай аумақтық бөлініс белгілі бір дәрежеде Қазақстанның қолданыстағы әкімшілік-аумақтық құрылымына үқсас.

Воеводство – Польшаның ең ірі аумақтық бірлігі; повят – аумақтық бірліктің екінші сатысы; оның құрамына бірнеше гминалар кіреді; гмина – негізгі аумақтық бірлік [2].

Поляк бұқаралық әкімшілігінің қазіргі формасы 1998 жылы Поляк Республикасы Сеймінің заң пакетінің нәтижесі болып табылады, оның негізгі ережесі қазіргі мемлекетті басқару бойынша анағұрлым тиімді және айтартылтай оңтайлы құрылымын құру болды.

Поляк Республикасының Конституциясына сәйкес (Samorząd Terytorialny, VII тарау, 163-172 баптары), аймақтық өзін-өзі басқару Конституциямен немесе басқа да зандармен басқа бұқаралық билік органдарына бекітілген бұқаралық міндеттерді орындауды. Аймақтық өзін-өзі басқарудың негізгі бірлігі гмина болып табылады.

Аймақтық өзін-өзі басқарудың бірліктері занды тұлға болып табылады, олар меншік құқығына және басқа да мұліктік құқықтарға ие.

1999 жылғы 1 қаңтардан бастап үш деңгейлі аймақтық бөлу енгізілген, оған сәйкес Польша 16 воеводалыққа, 308 ауылдық және 65 қалалық повяттарға (повяттар құқығындағы қалалар), 2489 гминдерге бөлінеді [3].

Кесте 1. Польшадағы жергілікті өзін-өзі басқару жүйесін реформалау

1990 жылғы бірінші реформа	
Реформаның мақсаты: воеводалықтың өзін-өзі басқару әкімшілігімен қатар әрекет етегін үкіметтік әкімшілік қызметтерін воеводалық деңгейінде шектеу арқылы басқаруды децентрализациялау және демократияландыру	
1990 жылғы 8 наурыздағы «Жергілікті өзін-өзі басқару туралы», «Гминдік өзін-өзі басқару туралы» Заны (Ustawa z dnia 8 marca 1990 roku o samorządzie gminnym)	Гминаны негізгі аймақтық бірлік ретінде, оның құрылымын, мемлекеттік басқару және өзін-өзі басқару жүйесін, қызмет саласын белгілейді
1999 жылғы екінші реформа	
Басқаруды одан әрі децентрализациялау және демократияландыру, аймақтық бөлінудің барлық үш деңгейінде – гминдер, повяттар және воеводалықтар – өзін-өзі басқарудың әкімшілігін енгізу	Повяттың басқару жүйесін, аймақтық құрылымын, мемлекеттік билік органдарының қызметін белгілейді
1998 жылғы 5 маусымдағы «Повяттың өзін-өзі басқару туралы» Заны (Ustawa z dnia 5 czerwca 1998 roku o samorządzie powiatowym)	Воеводалықтың басқару жүйесін, аймақтық құрылымын, мемлекеттік билік органдарының қызметін белгілейді
1998 жылғы 5 маусымдағы «Воеводалық өзін-өзі басқару туралы» Заны (Ustawa z dnia 5 czerwca 1998 roku o samorządzie województwa)	Воеводалықтың басқару жүйесін, аймақтық құрылымын, мемлекеттік билік органдарының қызметін белгілейді

<p>1998 жылғы 24 шілдедегі «Бұқаралық әкімшілік органдарының құзырлығын белгілейтін бірқатар нормативтік-құқықтық актілерге өзгерістер енгізу туралы» Заны (Ustawa z dnia 24 lipca 1998 roku o zmianie niektórych ustaw określających kompetencje organów administracji publicznej)</p>	
<p>2000 жылғы 15 қыркүйектегі «Жергілікті референдум туралы» Заны (Ustawa z dnia 15 września 2000 roku o referendum lokalnym)</p>	<p>Гмин, повят және воеводалық деңгейіндегі референдумдардың ережелері мен шарттарын белгілейді</p>
<p>2003 жылғы 13 қарашадағы «Жергілікті өзін-өзі басқарудың табысы туралы» Заны (Ustawa z dnia 13 listopada 2003 roku o dochodach jednostek samorządu terytorialnego)</p>	<p>Жергілікті өзін-өзі басқару бірліктерінің табыс көздерін белгілейді, сондай-ақ, мемлекеттік бюджеттен мақсаттық дотациялар мен жәрдем - қаржылар болу ережелерін белгілейді</p>

Барлық жоғарыда аталған аймақтық болу бірліктерінде аймақтық өзін-өзі басқарудың өкілдепті органдары әрекет етеді. Бұл – жалпы сайлауларда 4 жыл мерзімге сайланатын кеңестер [4].

Польшада халықтың жергілікті өзін-өзі басқаруға қатысуының әртүрлі формалары бар:

1) референдум. Қазіргі кезде гминалардың өкілдептікі кеңейтілген, сол себепті муниципалды құрылымдар ақшаны қайда жұмысайтындықтарын өздері шешеді. Мұндағы басты бақылаушы – сайлаушылар. Егер гмина кеңесі бюджеттің орындалуымен келіспесе, ол атқарушы билік басшысын орнынан алу бойынша референдум ұйымдастыра алады. Бірақ мұндай шешім қабылдануы үшін референдумда халықтың кем дегенде уштеген бір бөлігі қатысып, оның жартысы – басшыны орнынан алып тастауга дауыс беруі керек;

2) сайлау. Поляктардың сайлаудағы белсенділігі едәуір жоғары, сайлауға осы құқыққа ие азаматтардың жартысына жуығы қатысады. Парламентке де, воеводалық, повят және гминалар кеңесіне де партиялық тізім бойынша өтеді. Ерекшелік ретінде – халқы 20 мыңнан аз гминалар. Сонымен қатар, егер тұрғындарға партиялардың ешқайсысы ұнамайтын болса, жергілікті кеңестердегі билік үшін құресуге партиялармен қатар жергілікті сайлаулы комитет те тіркеле алады. Войт (бургомистр, президент) дауыс беру нәтижесінде сайланады да, орнынан тек референдум арқылы ғана алынады;

3) азаматтарға сауалнама жүргізу. Әрбір мәселені жергілікті билік органдары әрбір үтеге жазбаша сауалнама жібере отырып, жергілікті тұрғындармен талқылайды. Қалалықтар оларды толтырып, қайта жібереді. Алынған корреспонденция талданып, шешім шығарылады;

4) азаматтардың жергілікті өзін-өзі басқару органдарына жүгінуі. Жергілікті билік органдары аптасына бір рет азаматтарды жеке сұраптары бойынша қабылдау құнін белгілеген. Депутаттар өз округтерінде тұрады, сондықтан кез-келген сайлаушының өзіне қолайлы уақытта өз ұсыныстарын депутатқа айтуга мүмкіндігі бар. Фаламторда әрбір депутаттың сайты бар, онда депутаттың тұрғылықты жері, телефон номерлері көрсетілген ақпарат берілген [5].

Аймақтық бірліктердің өзін-өзі басқару қызметіне қадағалауды Министрлер кеңесінің төрағасы, ал қаржылық мәселелер жағынан – өңірлік есеп палатасы жүргізеді.

Воеводаның өзін-өзі басқаруы: воеводалық – аймақтық өзін-өзі басқарудың ең ірі бірлігі және өңірлік өзін-өзі басқаратын қоғам болып табылады, оны заңға сәйкес воеводалықтардың тұрғындары құрайды.

Воеводалықтың өзін-өзі басқару органы заңды тұлға мәртебесіне ие, повятка, гминаға қатысты қадағалау немесе бақылау органы емес, сондай-ақ, әкімшілік иерархиада

жогарғы инстанция болып табылмайды.

Воеводалықтың тұрғындары жалпы дауыс беру (сайлауда немесе референдумда) немесе воеводалықтың өзін-өзі басқару органдары арқылы шешім қабылдайды. Воеводалықта референдум өткізу шарттары гминадағы немесе повяттығы өткізілетін референдум шарттарына ұқсас.

Воеводалықтың өзін-өзі басқаруы воеводалықтың даму стратегиясын белгілейді. Ол воеводалық сипаттагы төмендегі салалардағы міндеттерді орындаиды: білім беру (оның ішінде жогары білім), санитарлық – оку – агарту жұмыстары мен денсаулық сақтау, қоғамдық қауіпсіздік, қорғаныс қабілеттілігі. Қоғамға пайдалы салада ол жауапкершілігі шектеулі қоғамдарды немесе акционерлік қоғамдарды күра алады, сондай-ақ мұндай қоғамдарға мүше бола алады [6].

Воеводалықтың өзін-өзі басқару органы: воеводалық сеймик және воеводалықтың басқармасы болып табылады. Сеймиктің құрамына төрт жыл мерзімге сайланған депутаттар кіреді. Воеводалық сеймик воеводалықтың жарғысын, оның бюджетін қабылдап, воеводалықтың басқармасын сайлап, орнынан алады, воеводалықтың мүліктік мәселелері бойынша, облигация шығарып, зaim алу бойынша шешім шығарады. Воеводалық сеймик өз құрамынан төраға мен үштен артық емес оның орынбасарларын сайлайды. Төраға сеймиктің жұмысын үйімдастырып, оның отырыстарын жүргізеді. Ол сеймик сессияларын тоқсанына бір ретten сирек емес шақыртып отырады. Сеймиктің депутаты бір мезгілде повяттық және гминалық кеңестің депутаты бола алмайды. Алайда ол парламент депутаты немесе сенатор бола алады. Сеймик әртүрлі комиссиялар, оның ішінде ревизиялық комиссия сайлайды.

Воеводалық басқарма воеводалықтың атқарушы органы болып табылады. Ол бес адамнан тұрады. Басқарма төрағасы воеводалық маршалы болып табылады, оны вице-төраға ауыстыра алады. Воеводалық маршалын воеводалық сеймик жеке дауыс беру арқылы сайлайды. Басқарма воеводалық сеймиктің шешімдерін орындаап, воеводалықтың мүлігіне иелік етеді.

Воеводалық маршалы маршалдық басқармата басшылық етеді, оған осы басқарманың қызыметкерлері мен воеводалық өзін-өзі басқаратын бірліктердің басшылары бағынады. Воеводалық маршалы бұқаралық әкімшілік саласындағы жеке істер бойынша шешімдер қабылдайды. Бұл шешімдерге қатысты шағымдарды қарайтын орган шағым беру бойынша өзін-өзі басқаратын коллегия болып табылады.

Повяттың өзін-өзі басқаруы: повят өз атынан және өз жауапкершілігіне ала отырып, занда көрсетілген бұқаралық міндеттерді орындаиды. Ол занды тұлға болып табылады. Повят негізгі аймақтық бөлү бірлігі ретінде бір-бірімен шектесіп жатқан гминалардың барлық аймағын немесе повят құқығы бар қалалардың аймағын қамтиды. Повят құқығы бар қала деп халқы 100000 асатын қаланы атайды. Повяттарды өзінің жарлығымен Министрлер кеңесі алдын ала мүдделі гминалық және повяттық кеңестердің, сондай-ақ воеводалық сеймиктердің пікірін сұрай отырып, құрады, біріктіреді және бөледі.

Повят сипатына қарай гмина шегінен шығатын, занда көрсетілген бұқаралық төмендегі салалардағы міндеттерді орындаиды: халыққа білім беру, санитарлық – оку – агарту жұмысы мен денсаулық сақтау, әлеуметтік көмек, отбасы саясаты, мүгедектерге көмек көрсету, қоғамдық көлік және жолдар, мәдениет және мәдени құндылықтарды сақтау, дene шынықтыру және туризм, геодезия, картография және кадастар, мүлікті басқару, аймақты көркейту және құрылышты қадағалау, су шаруашылығы, қоршаған орта мен табиғатты қорғау, ауыл және орман шаруашылықтары, өзен балық шаруашылығы, қоғамдық тәртіп және азаматтардың қауіпсіздігі, су тасқыны мен өрттеген қорғау, сондай-ақ, адамдардың өмірі мен денсаулығына және қоршаған ортага қауіпті басқа да төтенше қауіпптердің алдын алу, жұмыссыздыққа қарсы күрес, жергілікті еңбек нарығын белсендіру, тұтынушылар құқығын қорғау, повяттық нысандар мен қоғамдық пайдалы қондырғыларды, сондай-ақ, әкімшілік нысандарды күту, үкіметтік емес үйімдармен әріптестік жасау, повяттық инспекция және қорғау қызыметтерінің міндеттерін орындау [7].

Өзінің міндептерін орындау мақсатына повят ұйымдастыру бірліктерін құра алады және басқа субъектілермен келісім-шартқа отыра алады. Алайда ол қоғамдық пайдалы сипаттағы міндептерден басқа шаруашылық қызметін жүргізе алмайды.

Повят кеңесіне кең ауқымды өкілеттіктер берілген. Оларға атап айтсақ, жергілікті құқық актілерін, оның ішінде повят жарғысын шығару, повят басқармасын сайлау және орнынан алу жатады. Кеңес повяттың елтаңбасы мен туына қатысты мәселелер бойынша да шешім қабылдайды. Кеңес өз құрамынан төрағасын және оның екі орынбасарын сайлады.

Повяттық басқарма повяттың атқарушы органы болып табылады. Оның құрамына: басқарма төрағасы ретінде староста, оның орынбасары мен басқарманың 3-5 мүшесі кіреді. Басқарма мүшелері повяттық кеңес мүшелері болып табылмайтын тұлғалардан сайлануы мүмкін. Повят басқармасы повят кеңесінің шешімдері мен заң ережелерінде көрсетілген повят міндептерін орындауды. Повяттық басқарма повят міндептерін барлығы жиналып бірлескен повяттық әкімшілік құрайтын повят старостасының, повяттық инспекция және корғау қызметтерінің басшылары көмегімен, сондай-ақ повяттың ұйымдастыру ұйымдарының көмегімен орындауды [8].

Повят повяттық кеңеспен бекітілген күнтізбелік жылдың повяттық бюджетінің негізінде дербес қаржылық шаруашылық жүргізеді. Повят бюджетінің жобасын құру және оны бекітуге ұсыну тек повят басқармасының құзырына берілген.

Гминаның өзін-өзі басқаруы: гмина ұғымы 3 негізгі аспектілерден тұрады:

- 1) гмина аймақ ретінде – елдің аймақтық әмбебандарының негізгі бірлігі;
- 2) гмина халық ретінде – өзін-өзі басқаратын жергілікті қоғам;
- 3) гмина мекеме ретінде, онда әрбір азамат өз мәселелерін өзі шеше алады.

Польшада шамамен 2,5 мың гмина бар. Ең кішкентай гминалар 2,5 мыңнан аз адамнан тұрса, ал ең ірі гминаның 1,8 млн халқы бар. Орташа ауылдық гминада 7 мың халық бар, халықтың бұл мөлшері гминалардағы бұқаралық міндептерді бөлу жүйесін құруға жеткілікті болып саналады.

Гмина өзін-өзі басқарудың басқа бірліктеріне қарағанда айтарлықтай мықты позицияға ие, дәл осы гминалармен аймақтық өзін-өзі басқару айналысатын барлық негізгі бұқаралық міндептерді орындау тығыз байланысты.

Гминада шешім қабылдайтын және бақылау жасайтын орган гминалық кеңес болып табылады. Кеңесте гмина тұрғындарының санына байланысты 15-тен 100-ге дейін депутат болуы мүмкін. Кеңестің ерекше өкілеттіктеріне мыналар жатады: гмина жарғысын қабылдау, гмина басқармасын сайлау және орнынан алу, оның қызмет бағытын белгілеу және оның жұмысы туралы есеп бекіту, бас есепші қызметін атқаратын, оның бюджетіне жауапты гмина қазынашысын, сондай-ақ гмина хатшысын тағайындау және орнынан алу және басқа да мәселелер. Гмина басқармасы қызметіне бақылау жүргізу үшін кеңес ревизиялық комиссия құрады, ол гминалық бюджеттің орындалуын қадағалайды. Кеңес сондай-ақ басқа да комиссияларды құрады. Ол өз құрамынан кеңес төрағасы мен бірден үшке дейін орынбасарларын сайлады.

Гминаның атқарушы органы гмина басқармасы болып табылады. Басқарма құрамына войт немесе бургомистр, не болмаса, қала президенті – төраға ретінде, сондай-ақ, оның мүшелері кіреді. Халқы 100 мыңнан асатын қалаларда, сондай-ақ, воеводалықтардың астанасы болуды тоқтатқан қалаларда басқарма төрағасы қаланың президенті болып табылады. Басқарма төрағасы мен оның орынбасарларын кеңес жеке дауыс беру арқылы сайлады. Құрамында 3-7 адам бар басқарма мүшелерін кеңес депутаттарының қатарынан сайлады. Басқарма төрағасы кеңес құрамына кірмейтін тұлға болуы мүмкін. Басқарма өз қызметін гмина басқармасының көмегімен жүзеге асырады. Басқарма бастығы гмина басқармасының төрағасы – войт, бургомистр, президент болып табылады [9].

Гминалардың жеке міндептеріне аймақтарды абағтандыру, жер аудандарын басқару және қоршаған ортаны қорғау, гминаның жолдары, көшелері, көпірлері, аландары, жол қозғалысын ұйымдастыру, су құбырлары мен сумен қамту, канализация, коммуналдық қалдық суларды бұру және тазалау, тазалық пен тәртіпке қамқор болу, санитарлық жаб-

дықтар, қоқыс төгетін орындар мен коммуналды қалдықтарды залалсыздандыру, электр-мен және жылумен қамтамасыз ету, жергілікті қоғамдық көлік, денсаулық сақтау, әлеуметтік көмек (оның ішінде корғаншы мекемелері), коммуналды тұрғын үй құрылышы, оқу-ағарту (оның ішінде бастауыш сыныптар, балабақшалар мен басқа да ағарту-тәрбиелеу мекемелері), сондай-ақ мәдениет (оның ішінде коммуналды кітапханалар, басқа да мәдениетті дәріптеумен айналысатын мекемелер), дene шынықтыру (оның ішінде демалыс орындары мен спорттық қондырғылар), базарлар мен сауда нысандары, коммуналды жасыл аймақтар мен орман алқаптары, қоғамдық тәртіп пен өрт қауіпсіздігі, гминанық нысандар мен жеке пайдаланудағы қондырғыларды күту мәселелері жатады.

Гминаның тұрғындары сайлау және референдум барысында жалпы дауыс беру негізінде немесе гмина органдары арқылы шешім қабылдайды. Тұрғындарға қоғамдық мақсатта ерікті түрде салық салу, сондай-ақ гмина кеңесін мерзімінен бұрын орнынан алу мәселелері тек гминаның референдумы арқылы шешіледі. Референдум сондай-ақ гмина үшін маңызы бар кез-келген мәселелер бойынша да өткізуі мүмкін. Ол гмина кеңесінің бастамасымен немесе дауыс құқығы бар тұрғындардың 10% талабы бойынша өткізіледі. Референдум оған дауыс құқығына ие тұрғындардың кем дегенде 30% қатысқан кезде жарамды.

Гмина тұрғындардан кеңес алғаннан кейін немесе олардың бастамасымен гмина кеңесінің шешімі бойынша солецтво (ауыл старостасы бар деревнялар), аудандар, кенттер сияқты қосымша әкімшілік бірлік құра алады.

Гмина, сондай-ақ басқа да коммуналды заңды тұлғалар ерекше заңдарда көрсетілген жағдайлардан басқа, қоғамға пайдалы сипаттағы міндеттердің шегінен шығатын шаруашылық қызметпен айналыса алады. Гминалардың мүмкіндіктерінен асатын бұқаралық міндеттерін орындау мақсатында ол басқа гминалармен өзара әрекеттесе алады. Гминалар апарттық зілзала, қоршаған ортага төтенше қауіп, апат немесе басқа да алдын ала болжанбаған зілзаларап жағдайында бір-біріне көмек, оның ішінде қаржылық көмек көрсете алады [10].

Гмина өз бюджетінің негізінде дербес қаржылық шаруашылық жүргізеді. Гмина-ның табысы салықтар, алымдар, заңмен белгіленген басқа да түсімдер, гмина мүлігінің табыстары, мемлекеттік бюджеттен алынған жалпы жәрдемқаржы, тапсырылған міндеттерді орындауға арналған мақсатты дотациялар, тұрғындардың ерікті салығының түсімдері, мұралар, өснегітік бас тартулар, сыйға берулер және т.б. болып табылады. Гмина бюджетінің жобасы туралы қорытындыны өнірлік есеп палатасы береді.

Жергілікті өзін-өзі басқарудың экономикалық негізіне келетін болсақ, Польшада тиісті жергілікті және өнірлік өзін-өзі басқару органдарының кіріс көздерінің құрылымын анықтайды Аумақтық өзін-өзі басқару органдарының кірістері туралы заң қолданылады.

Өзін-өзі басқарудың әрбір деңгейі жалпы дотация (субвенция) немесе нысаналы дотация түрінде мемлекеттік бюджеттен қаржы қаражатын тікелей алады.

Аталған табыс көздерінен басқа жергілікті өзін-өзі басқару органдары заңды жеке меншік көздерден, мысалы, өздері иелік ететін активтерден кіріс алады. Аймақтық өзін-өзі басқару бірлігінің міндеттері мен құзыярлығының көлемі өзгеруімен бірге бұқаралық табысты бөлудегі тиісті өзгертулер қатар жүреді деп атап көрсетілген (ПР Конституациясының 167-бабы).

Сонымен қатар, аймақтық өзін-өзі басқарудың бірліктері жергілікті салықтар мен алымдардың мөлшерін заңнамамен белгіленген шегінде белгілеуге құқығы бар. ПР Конституациясының 167 бабына сәйкес аймақтық өзін-өзі басқарудың табысына меншік табыстары, сондай-ақ, жалпы жәрдем қаржылар мен мемлекет бюджетінен мақсаттық дотациялар жатады [11].

2003 жылы (Жергілікті өзін-өзі басқару бірліктерінің табыстары туралы» Заң (Ustawa z dnia 13 listopada 2003 roku o dochodach jednostek samorządu terytorialnego) қабылданды, онда жергілікті өзін-өзі басқару органдарын қаржыландыру көздері накты көрсетілді, салық базасын үлестірудегі жергілікті өзін-өзі басқарудың қатысу үлесі белгіленді, сондай-ақ, мемлекеттік бюджеттен мақсаттық дотация алу тәртібі мен мөлшері

белгіленді.

Жалпы, жергілікті өзін-өзі басқаруды дамытудың Қазақстанда қолдануға келетін шетелдік оң тәжірибесін мынадай тұжырымдар жасауға болады:

1) Польшада гмина деңгейінде жергілікті өзін-өзі басқаруды дамытудың жетістігі Орталық және Шығыс Еуропаның басқа елдерімен салыстырганда жергілікті өзін-өзі басқарудың базалық деңгейі қалыптасқан әкімшілік-аумақтық бірліктер мөлшерінің үлкен-дігіне негізделген.

Бұл Польшада осы деңгейде дербес бюджеті бар толыққанды өзін-өзі басқаруды құру үшін қажетті әлеуетті қамтамасыз етуге мүмкіндік берді. Осыны ескере отырып, Қазақстанда басқарудың төменгі деңгейлерінде толыққанды жергілікті өзін-өзі басқаруды қалыптастыру үшін әлеуетті ұлғайту мақсатында ауылдық округтар деңгейінде әкімшілік-аумақтық бірліктерді оңтайландыру мәселесін шешу қажет;

2) елді-мекендердің маңыздылығы мен саны бойынша әртүрлі ерекшелігін негізге ала отырып, жергілікті өзін-өзі басқарудың ұтымды құрылымы қамтамасыз етілген.

Варшава Польшаның астанасы ретінде ерекше құқықтық мәртебеге ие (мәртебесі мен орындайтын функциялары арнайы заңмен айқындалған). Бұгінде Варшава – бұл ең ірі Mazовецкий воеводствоның орталығы.

Қалалардағы аудандар, кварталдар мен шағын аудандар деңгейінде жергілікті өзін-өзі басқару органдары жоқ, бірақ гминаға онда занды тұлға мен дербес бюджетін құрмagan көмекші құрылымдар құру құқығы заңнамалық тұрғыдан бекітілген [12].

Гмина құрамына кіретін ауылдарда да өзін-өзі басқару органдары жоқ, бірақ, онда да қосалқы бірліктер бар (занды тұлға мен дербес бюджетін құрмagan).

Қазақстанда ірі қалаларда Польшаға ұқсас басқару құрылымы қалыптасқан: Астанада, Алматыда, Қарағандыда, Шымкентте аудандар, басқа облыстық маңызы бар қалаларда – орталықтандырылған басқару құрылған. Польша тәжірибесін ескере отырып, қаладағы аудан деңгейінде дербес бюджеті бар басқару органдарын құру орынсыз.

Сонымен бірге, ірі қалаларда әкімнің халықпен өзара іс-қимыл жасауы үшін заңмен белгіленген тәртіпте азаматтардың қауіпсіздігі мен қоғамдық тәртіпті қорғау, елді-мекендерде тұрғын үй-коммуналдық қызметтердің тиісінше жұмыс істеуін, санитарлық жағдай және т.б. мәселелер бойынша қоғамдық құрылымдар құру құқығын қалалардың мәслихаттарына бекітуге болады.

Кесте 2. Жергілікті өзін-өзі басқару органдарының табыстары

	Гминаның табысы	Повяттың табысы	Воеводалықтың табысы
Меншік табыстары	Салық түсімдері: мүлік-тен, ауыл шаруашылық, орман шаруашылығының, көлік құралдарының; басқа мемлекеттік органдардың бюджетінен жәрдемақы; мемлекеттік басқару органдарының міндеттерін орындауына байланысты мемлекеттік бюджетке түсірген табысының 5,0%; айыппұлдар мен өсім пұлдардың түсімі; зайдар бойынша пайыздар; жеке тұлғалардан табыс салы-	Меншік мүлік табысы; айыппұлдар мен өсім пұлдардың түсімі; айыппұлдар мен өсім пұлдардың түсімі; зайдар бойынша пайыздар; мемлекеттік басқару органдарының міндеттерін орындауына байланысты мемлекеттік бюджетке түсірген табысының 5,0%; Басқа мемлекеттік органдардың бюджетінен жәрдемақы; повят салық төлеушілерінің,	Меншік мүлік табысы; басқа мемлекеттік органдардың бюджетінен жәрдемақы; доля воеводалықта тұратын салық төлеушілердің жеке тұлғаның табыс салығының түсім үлесі – 1,60%; бірлескен табыс салығынан түсім үлесі – 14,0%; мемлекеттік басқару органдарының міндеттерін орындауына байланысты мем-

	ғынан тұсім үлесі (гмина резиденттерінің) – 39,34%; бірлескен табыс салығынан тұсім үлесі (гмина резиденттерінің) – 6,71%.	жеке тұлғалардың табыс салығынан тұсім үлесі – 10,25%; бірлескен табыс салығынан, повят салық төлеушілерінен тұсім үлесі – 1,40%.	мемлекеттік бюджетке тұсірген табысының 5,0%.
Жәрдем қаржы келесі бөліктерден тұрады	<ul style="list-style-type: none"> - компенсациялық - эквиваленттік - білім беру саласы үшін (оку-ағарту) 		
Мемлекеттік бюджеттен мақсатты дотациялар	<p>Төмендегілерге берілуі мүмкін:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) мемлекеттік басқару міндеттері мен заңмен жүктелген басқа да міндеттер; 2) мемлекеттік билік органымен жасалған келісімшарт бойынша жергілікті өзін-өзі басқару органының орындастырын міндеттері; 3) қоғамдық қауіпсіздік пен тәртіпке тікелей қауіпті, су тасқынының, зілзаланың және басқа да апаттық зілзала оқиғаларының салдарын жою; 4) өздерінің жеке міндеттерін қаржыландыру және жәрдем қаржы беру. 		
<p>Сондай-ақ табыстар төмендегідей болуы мүмкін:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Акысыз негізде шетел қаржы қоздерінен алынған қаражат; 2) Еуропалық Одақ бюджетінен берілген қаражат; 3) Басқа заңдармен белгіленген қаражат. 			

Жалпы, жергілікті өзін-өзі басқару жүйесінің жұмыс істеуінің шетелдік тәжірибесі осы институтты тиімді дамытудың өте көрнекі мысалдарына толы. Жергілікті өзін-өзі басқарудың ұлттық жүйесін одан әрі жетілдіруге қатысты Қазақстанның алдында тұрған міндеттер тұрғысынан осы тәжірибелі онтайлы түрде пайдалану маңызды.

Біздің елімізде жергілікті өзін-өзі басқаруды дамытудың осы кезеңінде тиімді жұмыс істейтін, Қазақстан үшін барынша қолайлы, жергілікті өзін-өзі басқару органдары қызыметін ұйымдастырушылық, қаржылық, кадрлық қамтамасыз ету жүйелерін, сондай-ақ мемлекеттік органдармен өзара іс-қимыл жасау тетігін қалыптастыру қажет. Шетелдік он тәжірибелі ескере отырып елдің мемлекеттік құрылымын, өнірлік ерекшеліктерін (улken аумақ, халық тығыздығының төмен болуы, халықтың жинақы тұратын топтары арасында елеулі арақашықтық), ауылдың өзін-өзі басқару саласында жинақталған пайдасы көп отандық тарихымыздың өткен тәжірибесін, жергілікті дәстүрлери мен мәдениетін, экономикалық және басқа да ерекшеліктерді ескере отырып, Қазақстанда жергілікті өзін-өзі басқаруды жетілдірудің кешенді шаралары әзірленетін болады [13].

Жергілікті өзін-өзі басқару жүйесін реформалау және дамыту төменгі деңгейлерден – атап айтқанда селолық округтен, ауылдан (селодан) және қаладағы ауданнан басталатын болады.

Өзін-өзі басқару органдарының қаржылық базасы олардың жеке кірістері мен мемлекеттік бюджеттен бөлінетін дотациядан құралады.

Жергілікті өзін-өзі басқаруды мемлекеттің тануы және оған кепілдік беруі мемлекет жергілікті өзін-өзі басқарудың дамуы үшін қажетті экономикалық, қаржылық және басқа да жағдайлар мен алғышарттар тудыру бойынша өзіне белгілі бір міндеттерді жүктейтіндігін болжайды.

Муниципалды органдардың меншік басты кіріс көзі – салық пен халықтың жинаған қаржысы. Оларды муниципалитет орталық орган бақылауымен бекітіп, жинайды. Төлемдердің негізгі үлесін жылжымайтын мүлік (иеліктері үйлер мен шаруашылық құрылымдар, жер телімдері) салығы құрайды. Муниципалитеттер мектеп салығы, кең сұраныстағы тауарлардың қосымша салығы, табыс салығы сияқты басқа да жергілікті салық-

тарды тағайындауды. Муниципалды шаруашылық табыстары әдетте жергілікті өзін-өзі басқару органы бюджетінің аз мөлшерін ғана құрайды.

Бірақ жергілікті өзін-өзі басқару органдарының табысы жергілікті салықтың өсуіне қарамастан, муниципалды шығындарды, әсіресе құрылым жұмыстарының шығындарын жабу үшін жеткіліксіз. Сондықтан муниципалитеттерге үкіметтік субсидиялар бөлу тәжірибесі кең ауқымда пайдаланылуда. Әртүрлі елдерде олар әдетте, жергілікті бюджеттің 15-тен 60 %-ға дейінгі мөлшерін құрайды.

Жергілікті өзін-өзі басқарудың өкілеттілігіне оның материалдық және қаржылық ресурстарының сай болу мәселесі аса өзекті мәселелер қатарына жатады. Бұл сәйкестіктің қажеттілігі Жергілікті өзін-өзі басқаруды Еуропалық Хартиясы бекіткен жергілікті өзін-өзі басқаруды ұйымдастыруға қойылатын талаптардың бірі болып табылады.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Дмитриев Ю., Тарасов О. Жергілікті өзін-өзі басқарудың Еуропалық Хартиясы және ресейлік заңнама // Құқық және өмір. - 2007. - №12. - 163-169 бб.
2. Жергілікті өзін-өзі басқаруды ұйымдастырудың жалпы принциптері туралы: 1997 жылғы 6 желтоқсандағы ТМД елдерінің Модельді Заңы // www.zakon.kz
3. Мишин А.А. Шетел мемлекеттерінің конституциялық (мемлекеттік) құқығы. - М.: Юстицинформ, 2006.
4. Лучшие практики развития местного самоуправления в Восточно-Казахстанской области: Сборник / Под. ред. Сафоновой Н.В., Фунтовой Л.Г. - Усть-Каменогорск, 2012.
5. Жергілікті өзін-өзі басқару. Құжаттар жинағы. - М.: «Книга сервис», 2004.
6. Кравченко А.И. Әлеуметтану мен саясаттану негіздері. Орта кәсіптік оқу орындарының студенттеріне арналған оқу құралы. - М.: «Трикста», 2004.
7. Кудинов О.А. Шетел мемлекеттерінің конституциялық құқығы. Оқу-тәжірибелік құралы. - М., 2003.
8. Игнатюк Н.А., Замотаев А.А., Павлушкин А.В. Муниципалды құқық. Оқу құралы. - М.: Юстицинформ, 2004.
9. Нудненко Л.А. Непосредственная демократия и местное самоуправление в России: Монография. - Барнаул, 2000.
10. Мишин А.А. Шетел мемлекеттерінің конституциялық (мемлекеттік) құқығы. Оқулық. - М., 2006.
11. Кудинов О.А. Шетел мемлекеттерінің конституциялық құқығы. Оқу-тәжірибелік құралы. - М., 2003.
12. Қазақстан Республикасының Президенті – елбасы Н.Ә. Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауы / «Қазақстан-2050» Стратегиясы - қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты. - 14 желтоқсан, 2012.

УДК 351/354

ИЗБРАНИЕ МЕТОДА ОПТИМАЛЬНОГО ПРИМЕНЕНИЯ БЮДЖЕТНЫХ СРЕДСТВ НА ГОСУДАРСТВЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Грищенко Е.А., Непшина В.Н.

Сведения об авторах. Грищенко Елена Александровна – студент специальности «Финансы» Казахстанско-Американского свободного университета; Непшина Виктория Николаевна – PhD, доцент кафедры бизнеса Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. Целью статьи является анализ рационального применения бюджетных средств КГП ПХВ «Риддерская городская больница». В статье ставится задача определить направления повышения эффективности использования бюджетных средств и рассчитать эффективность рекомендаций при использовании выбранного метода бюджетных вложений в долгосрочные активы. В результате работы впервые введен конкретный метод повышения эффективности использования

бюджетных средств на основании проведенного анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия; установлены причинно-следственные связи между уровнем эффективности бюджетных вложений и показателями оснащенности медицинским оборудованием и укомплектованностью персоналом. Научно обоснованы основные направления повышения эффективности использования государственных средств на предприятии. Авторы считают, что повышение качества использования бюджетных средств прямо зависит от наличия кадров, имеющих профессиональные навыки по эксплуатации нового оборудования. Полученные данные будут представлять интерес для руководителей в процессе планирования деятельности предприятия.

Ключевые слова. Бюджет, рациональное исполнение бюджета, укомплектованность кадрами, оснащенность оборудованием.

Авторлар туралы мәліметтер. Грищенко Елена Александровна – Қазақстан-Американдық еркін университеттің «Қаржы» мамандығының студенті, Непшина Виктория Николаевна – PhD, Қазақстан-Американдық еркін университеттің «Бизнес» кафедрасының доценті.

Аннотация. Мақала мақсаты «Риддер қалалық ауруханасы» ШБҚ КММ-дағы мемлекеттік қаражатты оңтайлы жұмысауга талдау жасау болып табылады. Мақалада мемлекеттік қаржыны жұмысаудың тиімділігін арттыратын тәсілдерді анықтау міндегі қойылған. Жұмыстың нәтижесінде өнеркәсіптің қаржы-шаруашылық қызметіне талдау жасау барысында мемлекеттік қаржыны тиімді жұмысаудың әдістемесі бірінші рет енгізілді. Мемлекеттік салымдар мен медициналық жабдықталу және қызметкерлердің жинақталуы арасындағы себеп-салдарлық қатынастар анықталған. Өнеркәсіптегі мемлекеттік қаржыны тиімді пайдаланудың негізгі бағыттары ғылыми түрғыда негізделген. Авторлар мемлекеттік қаражатты пайдалану сапасын арттыру жаңа жабдықтауды дұрыс қолдану дағдылары бар кадрларға тікелей байланысты деп санайды. Алынған мәліметтер өндірістің қызметін жоспарлау барысында жетекшілер үшін құнды болып табылуы мүмкін.

Түйін сөздер. Қаржы, қаржыны оңтайлы пайдалану, кадрлармен жабдықталу, жабдықтаудың болуы.

Information about authors. Grischenko Elena - a student of the specialty "Finances" of Kazakh-American Free University; Nepshina Viktoria - PhD, associate professor of the Business Department of Kazakh-American Free University.

Annotation. The purpose of the article is to analyze the rational use of the budgetary funds of the "Ridder City Hospital". The aim of the article is to determine the directions for increasing the efficiency of using budget funds and to calculate the effectiveness of recommendations when using the chosen method of budget investments in long-term assets. As a result of this work, for the first time, a concrete method for increasing the efficiency of using budgetary funds was introduced on the basis of the analysis of the financial and economic activities of the enterprise; causal relationships between the level of effectiveness of budgetary investments and indicators of the availability of medical equipment and staffing were established. The main directions of increasing the efficiency of the use of public funds at the enterprise are scientifically substantiated. The authors believe that improving the quality of using budget funds directly depends on the availability of personnel who have professional skills in operating new equipment. The data obtained will be of interest to managers in the planning process of the enterprise.

Keywords. Budget, rational budget execution, staffing, equipment.

Рациональное и целевое направление использования государственных средств, выделяемых бюджетным предприятиям для осуществления деятельности, способствует повышению качества жизни людей, максимально полному выполнению государством своих функций и задач, а также возможности получения прибыли за счет реализации платных товаров и услуг. Бюджетные средства являются одним из основных факторов деятельности государственных предприятий. Они формируют качественный состав оказываемых услуг, а также обеспечивают производственный процесс. В свою очередь, оказываемые услуги удовлетворяют нужды и потребности общества. Именно поэтому благосостояние общества напрямую зависит от того, как используются бюджетные средства, насколько эффективен процесс их использования с точки зрения предоставления услуг.

Конкретного метода для повышения эффективности использования бюджетных средств в казахстанской практике нет, поэтому предлагается внедрить на предприятие

авторский метод бюджетных вложений в долгосрочные активы.

Данный метод основывается на идее вложений государственных средств в долгосрочные активы в форме медицинского оборудования.

Эффективность использования нового современного оборудования выражается не только в повышении качества и уровня жизни людей в подотчетном территориальном секторе, но и повышении объема средств, полученных за счет реализации платных услуг с использованием нового оборудования [1].

Внедрению данного метода препятствует ряд проблемных направлений в деятельности. Проблемные направления представлены в виде ограниченного объема средств, предоставляемых в пользование организации и не укомплектованности штата необходимыми сотрудниками. Также для проведения работы с помощью нового оборудования предприятию необходимо получить лицензию по данному виду деятельности.

Для получения лицензии для осуществления отдельных видов медицинской деятельности учреждению необходимо предоставить ряд документов, включающих в себя заявление на осуществление деятельности, а так другие нотариально заверенные документы, которые свидетельствуют о возможности использования нового оборудования в больнице.

Срок выдачи лицензии составляет 1 месяц со дня получения заявления со всеми необходимыми документами. Размер лицензионного сбора составляет 10 МРП [2].

Недостаточный уровень материально-технической базы выступает одним из поводов, препятствующих внедрению представленного метода. Причинами возникновения этой проблемы могут выступать:

- быстро изнашиваемая и устаревающая медицинская техника;
- здания старой постройки, которым требуется капитальный ремонт.

Для решения данной проблемы необходимо:

- привлечение спонсорских средств для приобретения медицинского оборудования и ремонта зданий;

- своевременная подача заявок на оборудование от отделений, утверждение потребности в Комитет Оплаты Медицинских Услуг ВКО.

Заявки на оборудование согласно потребности ежегодно подаются в УЗ ВКО. Управление Здравоохранения не может в полной мере удовлетворить существующую потребность. Также следует учесть, что при рассмотрении заявок принимается во внимание наличие специалистов. Так как существует дефицит специалистов, медицинская техника не может быть закуплена (так как оборудование будет простаивать). Тем не менее, с 2014 по 2017 год из различных источников (за счет средств местного бюджета (УЗ ВКО), ТОО «Казцинк», за счет республиканского бюджета) было закуплено медицинское оборудование на сумму 232552тыс.тг. Таким образом, оснащенность «Риддерской городской больницы» с 2014 года поднялась с 68% до 78,82%.

Ответственными за это лицами выступают главный врач, заместитель главного врача по экономическим вопросам, заведующие отделениями.

Процесс закупа оборудования для больницы проходит несколько конкретных этапов:

1) Подается заявка в Управление Здравоохранения ВКО на перечень необходимого оборудования;

2) При условии, если заявка одобрена, между КГП на ПХВ «Риддерская городская больница» и поставщиком оборудования заключается договор на поставку;

3) КГП на ПХВ «Риддерская городская больница» перечисляет средства для покупки на счет поставщика, после чего происходит поставка оборудования в больницу.

При условии, если финансирование закупа происходит со стороны ТОО «Казцинк», заключается договор между КГП на ПХВ «Риддерская городская больница» и ТОО «Казцинк» по поводу поставки конкретного перечня оборудования в больницу. ТОО «Казцинк» сам заключает договора с поставщиками по поставке основных средств и оплачивает их.

Финансирование со стороны частного сектора ослабляет нагрузку на бюджетные расходы, позволяя использовать в большей мере государственные средства на покупку медикаментов и продуктов питания [3].

Дефицит врачебных кадров (врачей терапевтов, акушер-гинекологов, рентгенологов, лаборантов, ВОП) выступает второй проблемой при попытке внедрения «метода бюджетных вложений в долгосрочные активы». Причинами существования такой проблемы являются:

- наличие врачей пенсионного и предпенсионного возраста, уход которых в ближайшее время может резко повлиять на обеспеченность врачебными кадрами;

- отток медицинских кадров [1].

Данная проблема должна решаться следующими методами:

- привлечение молодых специалистов и квалифицированных специалистов из других медицинских организаций;

- проведение конкурсов «Лучший врач года», конкурсов лучших медсестер для удовлетворения социальных потребностей медицинского персонала;

- привлечение городского акимата и спонсорских средств для обеспечения социальным пакетом (предоставление жилых помещений, земельных участков, жилищных субсидий);

- переподготовка и повышение квалификации медперсонала,

- применение дифференцированной системы оплаты труда медицинских работников, которая ориентирована на конечный результат.

Дефицит узких специалистов на 01.01.2017 года составил 9 человек, 19 – ВОП (врачи общей практики). Укомплектованность врачами на предприятии составляет 60%. Учитывая особые условия профессиональной деятельности, сохраняется высокий уровень текучести кадров. Одной из причин является уровень заработной платы сотрудников, несоизмеримый с физическими и психо-эмоциональными нагрузками медицинских работников, а также невысокий уровень заработной платы молодых специалистов. Так как качество оказания медицинской помощи зависит от профессиональной подготовки медицинских кадров, опыта работы, требуют решения вопросы повышения квалификации, постдипломной подготовки врачей и среднего медперсонала. Ответственными за это лицами выступают главный врач, начальник отдела кадров, заместитель главного врача по сестринскому делу.

Медицинским работникам, оказывающим медицинские услуги в рамках гарантированного объема бесплатной медицинской помощи, в зависимости от качества и объема медицинской помощи, оказываемой в больнице, на основе критериев оценки осуществляющей деятельности, утвержденных первым руководителем больницы по согласованию с комиссией, производится оплата за счет сложившейся экономии бюджетных и внебюджетных средств (дифференцированная доплата).

Внедрение дифференцированной оплаты труда, поощрение стимулирующего характера в зависимости от объема и качества оказываемых услуг возможно при отсутствии кредиторской задолженности и за счет сложившейся экономии бюджетных и внебюджетных средств.

Сумма экономии средств на дифференцированную доплату определяется по результатам планирования расходов и доходов, рационального использования имеющихся ресурсов.

Распределение средств экономии, направляемых на выплату дифференцированной доплаты, между работниками, структурными подразделениями, медицинскими работниками и руководителями (заместителями руководителей) структурных подразделений с медицинским образованием осуществляется в соответствии с их трудовым вкладом в достижении результата деятельности больницы [4].

Трудовой вклад работника в достижении результата деятельности больницы для дифференцированной доплаты определяется на основе критериев оценки работников, отражающих:

- повышение качества предоставляемых услуг;
- выполненный дополнительный объем работы;
- выполненный больший объем работы за относительно меньший временной интервал;
- результаты и качество работы;
- внедрение современного оборудования, осуществление инновационной деятельности;
- эффективность использования имеющихся ресурсов;
- выполнение важных и ответственных работ, как индивидуально, так и коллективно в течение конкретного временного периода;
- трудовую дисциплину;
- уровень удовлетворенности внешних пользователей (пациентов);
- качественное и предельно прозрачное ведение учетно-отчетной документации.

Дифференцированная доплата работникам осуществляется на основании решения комиссии.

Комиссия принимает решение о дифференцированной доплате работникам не позже 3 числа месяца, следующего за отчетным. Решение оформляется протоколом заседания комиссии и передается кадровой службе организации здравоохранения для издания и подписи соответствующего приказа [5].

Вследствие проведенного анализа над источниками финансирования предприятия необходимо сказать, что объем финансирования за счет внебюджетных средств стабильно растет. Однако присутствует риск снижения объема внебюджетных средств. Изменениям в негативную сторону могут способствовать такие факторы, как:

- изменения в прейскуранте цен для оказания платных услуг. Он утверждается на основании Тарификатора, который не в полной мере учитывает затраты на услуги;

- конкуренция со стороны частных и областных организаций.

Для предотвращения появления проблем, связанных с этим риском необходимо:

- разработка и утверждение Прейскуранта цен для оказания услуг негосударственным предприятиям, с учетом фактических затрат;
- расширение перечня оказываемых услуг за счет лицензирования видов деятельности;
- улучшение материально-технической базы, повышение качества и сервиса обслуживания.

Для наглядного отображения эффективности использования «метода бюджетных вложений в долгосрочные активы» на предприятие приведем пример на основе покупки сканера для УЗИ. Главным отличием от стандартного УЗИ-сканера является более широкий спектр областей применения и возможность предоставлять услуги 3D и 4D сканирования.

В итоге мы получили положительный экономический эффект от использования нового оборудования, увеличение количества проdiagностированных людей и суммы выручки от реализации платных услуг.

Увеличение объема оказания медицинских услуг говорит о большей степени удовлетворения пользователей данными услугами, что является показателем эффективности бюджетных средств. Так же за счет эксплуатации более современного оборудования повышается качество оказываемых услуг, что тоже положительно отражается на эффективности расходования бюджета.

При использовании нового аппарата становится возможным предоставлять более широкий спектр услуг, за счет чего повышается количество направлений, по которым предприятие действует для достижения главной цели – повышение оперативности и качества оказания медицинской помощи населению города для улучшения основных параметров его здоровья, снижение материнской и младенческой смертности путем внедрения современных подходов с доказанной эффективностью.

Следовательно, в плане средняя сумма выручки при предположенном увеличении

количества платных посещений больше текущей средней суммы выручки за отчетный период на (13761тыс.тг. – 9248тыс.тг. = 4513тыс.тг.).

Положительным финансовым результатом является увеличение объемов выручки за счет расширения спектра предоставляемых услуг и увеличения количества посещений. Это отражает повышенную эффективность использования нового оборудования, так как, кроме повышения удовлетворенности населения, предприятие получает дополнительный доход за счет вложений в долгосрочные активы.

Подведя итог прогнозов, на основании взаимосвязи технического оснащения предприятия и предполагаемой эффективности, на основе данных анализа прошедшего отчетного периода необходимо заметить, что стопроцентное оснащение оборудованием будет способствовать повышению эффективности деятельности организации и приносить доход при реализации платных услуг только в том случае, если в больнице будет присутствовать персонал, имеющий возможность и необходимые навыки работы с новым оборудованием.

Также следует отметить, что стопроцентная техническая обеспеченность медицинским оборудованием будет приносить положительный функциональный эффект только в том случае, если будет соблюдаться стопроцентная укомплектованность штата медицинским персоналом. При этом работники должны иметь знания и навыки пользования предоставляемым оборудованием. В противном случае оборудование будет простаивать, и не будет положительных показателей, влияющих на эффективность использования бюджетных средств [6].

Для его эксплуатации необходимо выделить определенный объем средств, получить лицензию на виды деятельности, которые реализуются в форме платных услуг при использовании нового оборудования, а также иметь кадровую единицу, способную эксплуатировать новоприобретенный аппарат.

Таким образом, на основании проведенных расчетов эффективности рекомендаций внедрения *метода бюджетных вложений в долгосрочные активы* можно сделать следующий вывод. При покупке нового медицинского оборудования и при его эксплуатации эффективность использования бюджетных средств растет. Это отражается на результатах деятельности, которые представляют собой не только эффективность в социальной сфере в форме увеличения количества выявленных заболеваний и повышения качества лечения, но и получение дохода за счет реализации услуг, предоставленных при использовании оборудования.

ЛИТЕРАТУРА

1. План мероприятий по управлению рисками КГП на ПХВ РГБ, 2016г.
2. Лицензирование медицинской и врачебной деятельности: <https://www.damu.kz/515>
3. Бовин А.А. Чередникова Л.Е., Якимович В.А. Управление инновациями в организациях. - М., 2011.
4. Кадыров Ф.Н. Методы распределения затрат медицинских учреждений // Менеджер здравоохранения. 2010. № 3. - С. 43-50.
5. Положение «О порядке выплаты стимулирующих надбавок, премий и других видов материального поощрения работникам КГП на ПХВ «Риддерская городская больница» УЗ ВКО акимата» 2014 г., 2015 г., 2016 г.
6. Артиюхов И.П., Калмыков А.А., Сенченко А.Ю. От концепции выживания к стратегии развития: стратегический менеджмент в здравоохранении // Сибирский медицинский журнал, 2011, № 2. - С. 75-80.

УДК 351.84

ӘЛЕУМЕТТІК САЛАЛАРДЫ ДАМЫТУГА ЖҰМСАЛАТЫН ШЫҒЫСТАР ТУРАЛЫ

Сейітқан Ә.Ж.

Автор туралы мәліметтер. Сейітқан Әділ Жақсыбекұлы – Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Мемлекеттік және жергілікті басқару» мамандығының студенті.

Аннотация. Мақалада әлеуметтік саланы дамытуға жұмысалатын шығын, мемлекеттік әлеуметтік бағдарламаларды жүзеге асыру мәселелері, білім беру, медицина, ғылыми-зерттеуді қаржыландастыру мәселелері қарастырылған. Елдің индустріалды дамуы кезінде әлеуметтік салалардың дамуы маңызды болып табылады. Олар ұлттық экономиканың бәсекеге қабілеттілігіне бағытталады. Кез-келген елдің даму денгейі әлеуметтік саланы, ғылыми-зерттеу және білім беру салаларын қаржыландастыру көлемінде байланысты. Елбасы Н.Ә. Назарбаев ғылым мен технологияларды, инновациялар мен инвестицияларды дамытуға ерекше мән береді. Мақалада көрсетілген мәліметтерге сүйенетін болсақ, қаржыландастыру денгейі жылдан-жылға артып келе жатқанын байқауға болады. Қазіргі кезде жоғарыда көрсетілген салаларды дамыту өзекті болып табылады.

Түйін сөздер. Қаржыландастыру, бюджет, әлеуметтік сала, шығыстар, экономикалық даму, мемлекеттік бюджет, инновациялар, инвестициялар, ҒЗТКЖ.

Сведения об авторе. Сейітқан Әділ Жақсыбекұлы – студент специальности «Государственное и местное управление» Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы расходов, распределяемых на развитие социальной сферы, проблемы реализации государственных социальных программ, вопросы финансирования образования, медицины, научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ. Во время индустриального развития страны важным является экономическое развитие социальных сфер. Они направлены на повышение конкурентоспособности национальной экономики. Уровень развития любой страны зависит от объема финансирования социальной сферы, научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ. Президент РК – Лидер нации Н.А. Назарбаев уделяет особое внимание развитию науки и технологий, инноваций и инвестиций. Исходя из данных, приведенных в статье, можно заметить, что с каждым годом повышается уровень финансирования. В настоящее время актуальны вопросы бюджетирования вышеизложенных сфер.

Ключевые слова. Финансирование, бюджет, социальная сфера, расходы, экономическое развитие, государственный бюджет, инновации, инвестиции, НИОКР.

Information about the author. Seyitkan Adil - is a student of the specialty "State and Local Administration" of Kazakh-American Free University.

Annotation. The article deals with the issues of expenses allocated for the development of the social sphere, the problems of implementing state social programs, the financing of education, medicine, research and development. During the industrial development of the country, the economic development of social spheres is important. They are aimed at increasing the competitiveness of the national economy. The level of development of any country depends on the volume of financing of the social sphere, research and development. President of the Republic of Kazakhstan - National leader N.A. Nazarbayev pays special attention to the development of science and technology, innovation and investment. Based on the data given in the article, you can see that the level of funding is increasing every year. At present, the issues of budgeting of the above-mentioned spheres are urgent.

Keywords. Financing, budget, social sphere, expenditures, economic development, state budget, innovations, investments, R & D.

Мемлекеттің индустріалды даму үрдісінде, әлеуметтік салалардың экономикалық дамуы маңызды мәнге ие.

Олар ұлттық экономиканың бәсекелестік қабілеттің көтеруге бағытталған, инновациялық жүйенің маңызды элементі сипатында болады.

Индустріалды даму кезінде инновациялық жүйе, экономиканың әр түрлі салаларын жоғары дәрежедегі кәсіби маманданған мамандармен қамтамасыз ету, жаңа технологияларды құру мен оларды өндіріске кеңінен енгізуге ықпал ету, іргелі және қолданбалы ғылыми зерттеулерді жүргізу, ғылыми білімдерді тарату құралы ретінде қызмет атка-

рады.

1-кестеде 2012-2016 жылдарға арналған мемлекеттік бюджеттің шығыстарының үлес салмағы келтірілп отыр.

Жалпы шығындарды 100 пайыз деп алғатын болсақ, 2012-2016 жылдар аралығында жалпы сипаттағы мемлекеттік шығындардың мемлекеттік бюджет шығыстарындағы үлесі 1,5 пайызға, қорғаныс шығындары 0,3 пайызға, қоғамдық тәртіп шығындары 0,7 пайызға, білім беру саласының шығындары 0,8 пайызға төмендесе, денсаулық сақтау шығындарының үлесі 8,2 пайыздан 9,5 пайызға артып отыр.

Ресми трансфертердің үлесі 2012 жылы 0 пайыз болатын болса, ол соңғы бес жыл аралығында 19 пайызға көтерілген.

Кез келген елдің даму деңгейі, оның экономикалық қуаты, халықаралық беделі, елдің тәуелсіздігін нығайту, ең алдымен даму деңгейі мен елдің ғылыми-техникалық әлеуетінің жағдайына байланысты болады және ғылым мен технологиялық жетістіктері арқылы анықталады.

Тәжірибеде іргелі және қолданбалы ғылымның нәтижелерін кеңінен пайдалану экономиканың дамуының және елдің халқының әл-ауқатын жақсартудың маңызды факторы болып саналады [1].

Ғылым үшін бюджеттен бөлінетін қаражаттардың минимум мөлшерінде ғылымның елдің экономикалық және әлеуметтік өркендеуінің анықтаушы факторы ретіндегі мәселесін шешудің кейінге қалдыруға болмайтын жағдайда тәсіл төмендегідей болуы қажет: Қазақстанның күнделікті қажеттіліктерімен талап етілетін ғылымды құру және ол үшін ақша іздеу қажет [2].

Қазіргі таңда Казақстан Үкіметі ғылым мен білім беру саласына аса көп көңіл бөліп отыр, оны төмендегі 3-кестеден көруге болады. Зерттеу жұмыстарына арналған бюджеттік қаражаттар мөлшері 39,9 пайыздан 51,2 пайызға артса, меншікті қаражаттар 22,4 пайыздан 20,4 пайызға кеміген. 2016 жылы даму институттарының қаражаттары 0,5 пайызды құрады.

Кесте 1. 2012-2016 жылдарға мемлекеттік бюджет шығыстарының үлесі, пайызбен

Көрсеткіштер	2012 ж.	2013 ж.	2014 ж.	2015 ж.	2016 ж.
Шығындар	100	100	100	100	100
Жалпы сипаттағы мемлекеттік қызметтер	6,8	5,5	6,1	6,3	5,3
Қорғаныс	4,3	4,5	4,4	4,4	4,0
Қоғамдық тәртіп, қауіпсіздік, құқықтық, сот, қылмыстық - атқару қызметі	8,5	9,3	8,6	9,0	7,8
Білім беру	14,0	14,5	14,0	14,4	13,2
Денсаулық сақтау	8,2	8,5	8,4	10,0	9,5
Әлеуметтік көмек пен әлеуметтік қамсыздандыру	24,6	24,1	22,4	20,6	17,8
Мәдениет, спорт, туризм және ақпараттық кеңістік	2,4	2,7	3,2	3,3	3,0
Тұрғын үй коммуналды шаруашылығы	4,0	3,0	3,2	5,2	6,2
Отын-энергетикалық кешенді және жер қойнауын пайдалану	0,7	0,9	0,8	2,0	1,3

Ауыл, су, орман, балық шаруашылықтары, қоргалатын табиғи аймақтар, қоршаған ортаны және жануарлар әлемін қорғау, жер қатынасы	3,0	3,4	4,4	5,4	3,4
Өнеркәсіп, сәулеттегендіру, қала құрылышы мен құрылым қызметі	0,6	0,7	0,4	0,2	0,2
Көлік және байланыс	5,8	6,9	7,7	8,0	6,1
Басқалар	7,7	5,8	8,1	5,4	1,7
Қарызға қызмет көрсету	5,0	4,7	3,4	2,5	1,5
Ресми трансфертер	0	1,5	1,3	0,7	19
Несиелеу	4,4	4,0	3,9	2,6	0

Шетелдік инвестициялар көлемі соңғы жылдары кеміп отыр, оның үлес салмағы 2012 жылы 2,75 пайызды құраса, 2016 жылы 1,5 пайызды құрады. Тапсырыс берушілердің қаражаттары 35,2 пайыздан 26,4 пайызға кеміген [3].

Кесте 2. Фылыми-зерттеу және тәжірибелі - конструкторлық жұмыстарды қаржыландырудың ішкі шығындарының қайнар көздері, пайызбен

Көрсеткіштер	2012 ж.	2013 ж.	2014 ж.	2015 ж.	2016 ж.
Зерттеу жұмыстарына арналған ішкі шығындар, оның ішінде:	100	100	100	100	100
Бюджеттік қаражаттар	39,9	41,2	41,9	50,0	51,2
Меншікті қаражаттар	22,4	26,4	13,9	18,3	20,4
Даму институттарының қаражаттары	-	-	-	-	0,5
Шетелдік инвестициялар	2,75	0,8	5,6	3,8	1,5
Тапсырыс берушілердің қаражаттары	35,2	31,1	38,6	29,0	26,4

F3TKЖ-ды қаржыландырудың қайнар көздері бойынша шығындар құрылымында бюджеттік қаражаттар 52 пайызды, меншікті қаражаттар 20 пайызды, тапсырыс берушілердің қаражаттары 26 пайызды, шетелдік инвестициялар 2 пайызды құрайды [4].

Инновациялық қызметке кедергі келтіретін факторлар жалпы макроэкономикалық көрсеткіштерге және инвестицияларды ынталандырудың мақсатты - бағдарламалы тәсілдерінің тиімділігінің жеткіліксіздігімен де байланысты. Осындағы факторлардың ішінде: мемлекет тарапынан жеткіліксіз қаржылық қолдауы, қазақстандық компаниялардың өз меншігіндегі ақшалай қаражаттарының жеткіліксіздігін, нарықтық инфрақұрылымының жеткіліксіз дәрежеде дамуын, сонымен қатар, несие жүйесінің кемшіліктерін айтуда болады. Инновациялық қызметке кедергі келтіретін басты факторлар қаржы факторлары және әр түрлі деңгейде экономикаға мемлекеттік реттеудің тиімділік мәселесі болып саналады [5].

Индустриядан кейінгі дамудағы адам капиталының ролін өз дәрежесінде бағаламау әрі инновациялық қагидаларда экономикалық өсіуді мемлекет тарапынан ынталандырудың мақсатты әрекеттерінің болмауы елдің экономикалық құрылымын консервациялауга және оның одан әрі қарай бәсекелестік қабілеттің төмендеуіне әкеліп соқтырады. Шығарылатын өнеркәсіп өнім көлеміндегі, инновациялық өнімінің үлес салмағының төмендеу себебі болып, инновациялық жүйелердің негізгі тармақтары арасында, яғни жоғары оқу орындары, ғылыми үйымдар, инновациялық кәсіпорындар, несие үйымдары мен өнер-

кесіп арасында – тұрақты қаржылық қатынастың болмауы саналады [6].

Қалыптасқан жағдайда ғылым мен білімді мемлекет тараپынан қолдауда, Қазақстан экономикасын инновациялық даму траекториясына шығуына кедергі келтіреді, өйткені ол келесі кемшіліктеге ие:

- ғылым мен білім саласын мемлекеттік қаржыландыру тек қана бөлінетін қаражаттардың жеткіліксіздігімен ғана емес, сонымен қатар, оларды институттар мен ғылыми орталықтардың арасында және осы сферадағы нарықтың нақты қажеттіліктерін есепке алмай тиімсіз бөлу арқылы да сипатталады;

- ғылым саласы дамуының басымдықтарының анық сыйзық сипаты [7].

Мемлекеттік бюджеттің ғылым мен білім саласына бөлген қаражаттарының бөлшекті мәліметтері инновациялық саладағы мемлекеттік басымдық туралы және осы шығындардың олардың экономиканың бәсекелестік қабілетін көтеруге ықпал ететіндігі жағдайын сипаттай алмайды [8].

Тұтас алғанда, қаражаттарды жүмсау бағыттары туралы шешім қабылдау механизмі лоббистік әсерде және нарықтық қажеттіліктеріне көніл бөлмеу болып табылады:

- ғылым мен білімге мемлекеттік шығындар мемлекеттің инновациялық саласындағы нақты мақсаттарына қол жеткізуге емес, негізінен мекемелер мен ұйымдардың әрекеттегі құрылымын ұстауға бағытталған;

- бюджеттік мекемелердің заңды және мүліктік мәртебесінің анық сыйзығы барлық бюджеттік саланың жалпы мәселесі болып табылады;

- бюджеттік қаражаттарды пайдалануды бақылау жүйесінің жеткілікті дәрежеде тиімді болмауы, қаражаттарды шығындауды бақылау формалды сипатта болып отыр және қаражаттарды мақсатты жүмсауды, бөлу ассигнациясы рәсімі мен есептілікті дұрыс жүргізуі тексеруге бағытталған, сонымен қатар, қабылданған бағдарламалардың ғылыми-тәжірибелік нәтижелерін тексеруге байланысты мәселелерге дұрыс көніл бөлінбей келеді;

- бюджеттік реттеу қолда бар бәсекелестік басымдықтың дамуына және жаңасын құруга ықпал етуі, осылайша ұзақ мерзімді экономикалық есуге негіз қалауы керек, Қазақстанда бәсекеге қабілетті экспортты өнім шығаруының ішінде ғылыми сиымды және жоғары технологиялық салаларда әлеует бар, осы әлеуеттерді бюджеттік реттеуді жетілдіру жолымен жүзеге асыруға болады [9].

Инновациялық саланы мемлекеттік қаржыландыруға байланысты басты қыншылық индустриядан кейінгі дәүірде технологиялық және инновациялық болжаудың уақытша көкжиегінің тарылуы болып табылады. Мемлекет нарықтың басқа субъектілері сијакты, болашақта ең үлкен әлеуметтік-экономикалық нәтижелілік әкелетін қаражаттарды салу бағытын нақты түрде аныктай алмайды. Тек қана бюджеттік қаржыландыру механизмиңе негізделген инновациялық белсенділікті қолдау жүйесі тиімсіз болып саналады. Салық механизмін инновациялық дамуды ынталандырудан пайдалану, осы саладағы мемлекеттің қатысуын толықтыруы керек. Салық бойынша ынталандырудың басты артықшылығы – ол жеке сектордың автономдығын сақтайтын және зерттеу бағытын таңдау мен оны ендірге экономикалық жауапкершілігін қалыптастырады.

Инновацияны салық бойынша ынталандырудың әлемдік тәжірибесі F3TKЖ шығындарын шығындар құрамына енгізу инновациялық кәсіптің дамуына және кәсіпорындарды ғылыми-зерттеу жұмыстарына қаражаттар салуын ынталандыратындығын көрсетеді. Сонымен қатар, инновациялық дамуды ынталандыруға бағытталған женілдіктердің болуына қарамастан осы мәселе бойынша кешенді тәсіл жасалынбаған.

Әлемдік қауымдастықтың әлемдік беталысы инновациялық қызметтің экономикалық есү қарқынына әсерінің өсіп отыргандығын күэландырады. Әлемдік нарыкта зияткерлік еңбек өнімі экономикалық қызметтің басқа салаларымен салыстырғанда жоғары құнга ие. Нарықтың талабы жаңалықтарды кеңінен қолдануға жағдай жасауды, инновациялық қызметті қүштейтуді талап етеді [10].

Ғылым мен білімнің дамуы жеке сектор мен мемлекеттің тығыз байланысы кезінде ғана жүзеге асуы мүмкін. Жақын болашақта ғылым мен білім саласындағы мемлекеттің ролі батыс елдеріне қарағанда едәуір өсуі керек. Осы салаларға нарықтық тетіктерді ен-

гізу, халықтың табысының аз көлемімен және жеке сектордың әлсіздігімен сипатталады, нәтижесінде инновациялық сектор мемлекеттік қолдауды талап етеді.

Қазақстан жағдайында жоғары дәрежедегі кәсіби маманданған мамандардың жетіспеушілігінен компаниялардың қарқынды өсуі төжеледі. Осыған байланысты елдің ұзақ мерзімде экономикалық дамуына кедергі келтіреді. Жоғары дәрежеде кәсіби маманданған мамандардың жетіспеушілік себебі көптеген жағдайларда бюджеттік қаржыландырудың тапшылығы және ғылым мен білім саласының нарық қажеттіліктерінен алшақтығымен түсіндірледі.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Бенке О., Горбачева Е. Проблемы и перспективы совершенствования стратегии развития здравоохранения Казахстана // Транзитная экономика, 2007. - №6.- С. 58-64.
2. Оспанова А. Разработка детального плана финансирования и исполнение сметы расходов по бюджетным средствам учреждений здравоохранения // Қаржы-қаражат. - Алматы, 2006. - №2. - С. 42-47.
3. Мамедова С. Основные системы финансирования здравоохранения // Финансы. - М., 2008. - №4. - С. 68-70.
4. Қазақстан Республикасының Конституциясы
5. Саханова А.Н. Сборник кейсов по курсу «Государственное регулирование экономики»: учеб. пособие. - Алматы: «Экономика», 2006.
6. Эффективность и результативность использования государственных средств / Министерство экономики и бюджетного планирования РК // Бухучет и налоги в государственных и бюджетных организациях. - Алматы, 2008. - № 21.- С. 5-7
7. Черемисинова С. Важнейший механизм социально-экономического развития страны - система государственных и отраслевых программ (процесс развития, анализ проблем и тенденций) // Экономика и статистика, 2007. - №4. - С. 23-27.
8. Конакбаева С. Эволюция бюджетного процесса в РК: исторические и практические доминанты // Финансы Казахстана. - Алматы, 2008. - №5.- С. 83-87.
9. Исқаков Н. Специфика процесса приватизации объектов социальной сферы в постсоциалистических странах и отличия в Казахстане // Экономика и статистика, 2005. - №4. - С. 22-27.
10. Четыркин Е.М. Статистические методы прогнозирования. - М.: «Статистика», 2007. - С. 200.

УДК 351.84

МЕМЛЕКЕТТІК ӘЛЕУМЕТТІК САЯСАТТЫ ЖҰЗЕГЕ АСЫРУШЫ МЕМЛЕКЕТТІК БАСҚАРУ ОРГАНДАРЫНЫҢ ҚЫЗМЕТІН ЖЕТІЛДІРУ

Рахимбаева Ұ.Т.

Автор туралы мәліметтер. Рахимбаева Ұлпан Темірбекқызы - Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Мемлекеттік және жергілікті басқару» мамандығының студенті.

Аннотация. Макалада мемлекеттік әлеуметтік саясатты жүзеге асыратын мемлекеттік басқару органдарының қызметін жетілдіру сұраптары карастырылған. Әлеуметтік қызмет, әлеуметтік демеу, тұтынушы корзинасы, күнкөріс минимумы сияқты ұғымдар қарыстырылған. Әлеуметтік қамсыздандыру саласындағы мемлекеттік бағдарламаларды жүзеге асыру сұраптары карастирылады. Тұрғындарды әлеуметтік қорғау мен мемлекеттік әлеуметтік саясатты жүзеге асыру саласындағы мемлекеттік органдардың қызметінен нақты мысалдар келтірілген. Тұрғындардың әлеуметтік жағдайын үздіксіз жақсартып отыру – КР Елбасы Н.Ә. Назарбаевтің негізгі мақсаты болып табылады. Макалада бұл мәселелерді шешудің негізгі бағыттары мен ұсыныстары бар.

Түйін сөздер. Әлеуметтік саясат, әлеуметтік қорғау, әлеуметтік қызмет, әлеуметтік қолдау, мемлекеттік бағдарлама, әлеуметтік теңсіздік, зейнеткерлік, әлеуметтік төлемдер, күнкөріс

денгейі, жұмыссыздық, мемлекеттік орган.

Сведения об авторе. Рахимбаева Үлпан Темірбеккызы - студент специальности «Государственное и местное управление» Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы совершенствования деятельности органов государственного управления, реализующих государственную социальную политику. Рассмотрены такие понятия, как социальная функция, социальная поддержка, потребительская корзина, прожиточный минимум и др. Рассмотрены вопросы реализации государственных программ в сфере социального обеспечения. Приведены примеры работы государственных органов в сфере социальной защиты населения и реализации государственной социальной политики. Постоянное улучшение социального положения населения – главная цель стратегического плана Президента РК Н.А. Назарбаева. Государство берет на себя ответственность социальной поддержки каждого жителя страны. В статье приведены основные проблемы и предложения и пути решения этих проблем.

Ключевые слова. Социальная политика, социальная защита, социальная функция, социальная поддержка, государственная программа, социальное неравенство, пенсия, социальные выплаты, прожиточный уровень, безработица, государственный орган.

Information about the author. Rakhimbaeva Ulpan - a student of the specialty "State and Local Administration" of Kazakh-American Free University.

Annotation. The article deals with the issues of improving the activities of government bodies implementing state social policy. Such concepts as social function, social support, consumer basket, subsistence minimum, etc. are considered. The issues of realization of state programs in the sphere of social security are considered. Examples are given of the work of state bodies in the sphere of social protection of the population and the implementation of state social policy. The constant improvement of the social status of the population is the main goal of the strategic plan of the President of the Republic of Kazakhstan N.A. Nazarbayev. The state assumes the responsibility of social support for every resident of the country. The article presents the main problems and proposals and ways to solve these problems.

Keywords. Social policy, social protection, social function, social support, state program, social inequality, pension, social payments, subsistence level, unemployment, state body.

Қоғамды әлеуметтік басқарудағы мемлекеттің атқаратын жұмыстарының негізгі бағыттары мен әдістері мемлекеттің басты функциясы.

Мемлекеттің ішкі функцияларының арасындағы ең маңыздысы – әлеуметтік функция. Әлеуметтік функция – мемлекеттің негізгі міндеттерінің бірі – халықтың әлеуметтік жағдайын жан-жақты қамтамасыз етіп, жақсы дәрежеде дамыту. Мемлекеттің саясаты екі бағытқа болінеді: бірінші бағыты – адамдардың қоғамдағы еңбегіне қарамай мүгедектерге, зейнеткерлерге, науқас адамдарға, көп балалы жанұяға, студенттерге мемлекеттік көлемде жан-жақты көмек жасап, олардың әлеуметтік жағдайын жақсарту; екінші бағыты – адамдардың денсаулығын қорғауға, жақсартуға, мәдениетті дамытуға, халықтың жақсы тұрып, жақсы демалуына қамқорлық жасап, мемлекеттік бюджеттен тиісті мөлшерде қаржы боліп отыру.

Жалақының ең төменгі мөлшері, зейнетакы, ең төменгі күнкөріс деңгейінің шамасы және аймақтағы тұтыну себетіне енетін азық-түлік, азық-түлік емес тауарлар мен көрсетілетін қызметтер арасындағы теңсіздік, Шығыс Қазақстан облысындағы отбасы бюджетіне ауыр салмақ түсіретін бағалар динамикасы ылғи талқылау үстінде болады. Президенттің «алдымен – экономика, содан кейін – саясат» деген қагиданы басшылыққа ала отырып, әлеуметтік қамсыздандыру маңызды, өзекті мәселе болып табылады.

Еліміздегі әлеуметтік төлем көрсеткіштері заңнамамен бекітілген, атап айтсақ, «Ең төмен күнкөріс деңгейі туралы» Қазақстан Республикасының 1999 жылғы 16 қарашадағы №474 Заңы, Қазақстан Республикасының Еңбек кодексінің 122-бабы Қазақстандағы минималды жалақыны анықтау және пайдалану үшін заңдық негізді бекітеді. Сонымен қатар, Қазақстанда зейнетакы, жәрдемақы, өзге де әлеуметтік төлемдерді есептеу үшін, сондай-ақ айыппул, салық төлемдерін пайдалану және есептеу үшін мемлекет жыл сайын белгілейтін айлық есептік көрсеткіш ағымдағы сәйкес жылға «Республикалық бюджет туралы» Қазақстан Республикасының Заңымен бекітіледі. Ең төменгі күнкөріс деңгейі

Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2004 жылғы 30 қарашадағы №1241 қаулысымен бекітілген.

2012 жылғы 14 желтоқсандағы Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә. Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауында әлеуметтік саясаттың жаңа принциптері – әлеуметтік кепілдіктер және жеке жауапкершілікті негізгі басымдықтардың бірі ретінде көрсетеді.

Елбасымыз аталған Жолдауда әлеуметтік саясаттың жаңа қағидаларын ұсынды:

Біріншіден, мемлекет, әсіресе, жаһандық дағдарыс жағдайында, азаматтарға ең төменгі әлеуметтік стандарт кепілдігін беруі тиіс, яғни басты міндеп – кедейшіліктің өсуіне жол бермеу. Кедейшілік ешбір қазақстандық үшін әлеуметтік перспективаға айналмауы керек. Біз өз азаматтарымыз үшін экономика мен бюджеттің өсіміне тікелей тәуелді болатын ең төменгі әлеуметтік стандарттар мен кепілдіктер белгілеуіміз керек. Олар мынаны қамтуға тиіс: ең алдымен, тұлғаның қажеттіліктері тізімін кеңейту және оған білім беру мен деңсаулық сақтау баптарын енгізу (соның ішінде, жұмыссыздар мен еңбекке қабілетсіздер үшін оларды барынша әлеуметтендіру максатында), саламатты тамақтану және саламатты өмір салты, зияткерлік және ақпараттық сұраныстарын өтеу, т.б.; нақты бағалар бойынша тұлғаның қажеттіліктерінің құнының есебі (тиісінше, елдегі статистиканы жетілдіру қажет); экономиканың өсіміне байлаулы өмір сапасының стандарттарын кезең-кезеңмен сапалы арттыру.

Екіншіден, мемлекет әлеуметтік қолдауды тек бұған мұқтаж топтарға ғана көрсетуі тиіс. Мемлекет қоғамның әлеуметтік жағдайы төмен топтарына – зейнеткерлерге, мүгедектерге, еңбекке жарамсыздарға, науқас балаларға және т.б. атаулы көмек үшін толық жауапкершілік алатын болады; ұдайы әлеуметтік және зейнетақылық қамтамасыз ету жүйесін жетілдіріп отыру, аナンЫ және баланы жан-жақты қорғау қажет.

Ен төмен құнқөріс деңгейінің шамасын есептеуді статистика жөніндегі уәкілетті орган және халықты әлеуметтік қорғау мәселелері жөніндегі уәкілетті мемлекеттік орган жүргізеді. Ен төмен құнқөріс деңгейінің шамасы ең қажетті азық-түлік емес тауарлар мен қызметтерге жұмсалатын шығыстардың тіркелімді үлесіне көбейтілген азық-түлік себетінің құнына қарай есептеледі.

Облыс бойынша оргаша ең төмен құнқөріс деңгейі облыс орталығы, аудан орталықтары мен облыстық маңызы бар қалалар бойынша қалыптасқан шамаларға қарай, оларды өлшемдеу жолымен, республика бойынша – облыстар, астана және республикалық қала бойынша айқындалады.

Ең төмен құнқөріс деңгейі жалпы республика, облыстар, республикалық маңызы бар қала, астана, аудандар және облыстық маңызы бар қала бойынша орта есеппен жан басына шаққанда және негізгі жыныстық - жас топтары бойынша есептеледі.

Құнқөріс минимумын анықтау әдістемесі бүкіл отбасының немесе бір қызметкердің шығыны мен табысының теңгерімі болып табылатын тұтыну бюджеттін (құнқөріс минимумының бюджеттін) құрауга негізделеді.

Әдетте құнқөріс минимумына анықтау үш мақсат үшін жасалады. Ол арқылы біз, біріншіден, тіршілік ету жағдайының бағасын біліп, кедейліктің соңғы шегін анықтаймыз, екіншіден, әлеуметтік саясаттың бағыттарын айқындаپ алып, тұрғындарға әлеуметтік қолдау көрсету жөніндегі шараларды жүзеге асырамыз, үшіншіден, бекітілетін ең төменгі айлық жалақының, зейнетақының, жәрдемақы және басқа да әлеуметтік төлемдердің мөлшерін негіздел алады. Ал ең төменгі айлық жалақы мен ең төменгі зейнетақының көлемі жыл сайын оларды құнқөріс минимумының мөлшеріне дейін сатылап жеткізу ұстанымы ескеріле келе, сол кездеңі құнқөріс минимумының негізінде заң актілерімен бекітіліп отырады.

Азық-түлік қоржының деңсаулық сақтау саласының уәкілетті органы физиологиялық нормасын анықтап берген азық-түлік тағамдарының ғылыми негізdemесі бойынша статистикалық орган есептеп шығарады. Ол тұрғындардың әр түрлі жас - жыныстық топтары үшін белгіленген азық-түлік қоржынына кіретін азық-түліктік тұтыным тағамдарының ғылыми негізделген физиологиялық нормасын айдың ортасында респуб-

ликалық маңызы бар қаладағы, астанадағы, облыстар мен аудандар орталықтарындағы бөлшек сауда жүйесінің көрнекті нысандарында тіркелген орта бағаға көбейту арқылы жасалады.

Ал азық-тұлік емес тауарлар мен қызметтер шығындарының құны ең төменгі азық-тұлік себетінің құнын Үкімет белгілеп берген тәртіппен алған азық-тұлік емес тауарлар мен қызметтерінің ең төменгі шығындар үлесіне ұлғайту жолымен анықталады.

Бір түсініксіздігі, бұл есептеу кезінде коммуналдық төлем, салық, киім-кешек, баспа на жайы сияқты адамның өмір сүруіне қажетті мұқтаждықтар санакқа енгізілмей қалған. Құзырлы органдардың қара халықтың тұтыну себетін 43 түрлі азық-тұлікке негіздел бекітілті. Ал, мына көрші Ресейде төменгі өмір сүруге қажетті тауарлар мен қызметтердің саны – 156. Сондай-ақ олар әр тұрғын үшін 18 шаршы метрлік баспа на шығын да есепке алған. Кейінгі кездері өзіміз «бой таластырып» жүрген дамыған елдерде, мәселен, Германияда тұтыну коржыны – 475, Англияда – 350, АҚШ-та – 300 тағам және қызмет түрімен жасақталған [1].

Осы құнкөріс минимумына жоғарылатуға негіз бар. Мемлекеттік бюджет кірістері мен шығыстары арасындағы балансты қарасақ, бұл ұсынысты жүзеге асыру әбден мүмкін.

Ең төменгі құнкөріс деңгейінің жартысынан астам мөлшерін азық-тұлік, яғни тұтыну себеті құрайды. Азық-тұлік өнімдерінің бағасын арнайы электронды жүйе бүкіл Қазақстан Республикасы бойынша реттессе деген ұсынысымыз бар. Ол тауарлардың құнын реттеп қана қоймай, оны айтартылғай төмендетуге мүмкіндік бермек.

Тауар жеткізуінің жүйе, оның негізгі мақсаты – отандық өнім өндірушілер мен сауда орындары арасында тікелей байланыс орнатып, делдалсыз азық-тұлік өнімдерін халыққа жеткізу. Ол үшін бірыңғай логистикалық жүйе, яғни азық-тұлік қоймаларына дейінгі қысқа әрі тиімді жолдар анықталмақ. Соның арқасында жұқ тасушылар азық-тұлік өнімдерін тікелей қоймаға жеткізеді де, тауар сол жерден барлық қалаға таралады. Тапсырысты электронды тұрде беріп, онын орындалуын онлайн режимінде бақылауға да мүмкіндік бар. Міне, осылайша логистика және қосымша жұмысқа жұмсалатын шығынды қысқартып, азық-тұліктің бағасын арзандату жоспарланған. Егер жаңа жүйе іске қосылса, азық-тұлік өнімдерінің бағасын 15 пайызға төмендетеді [2].

Климаттың өзгеруі, шикізаттың, әсіреле қуат көздерінің тапшылығы, қоршаған ортаның ластануы, халық санының өсуі азық-тұліктің қымбаттауына әсер етеді. Адамзатты қамтамасыз ету үшін 2050 жылға қарай азық-тұлік өндіру екі есеге артуы тиіс [3].

Был бағаның бүкіл әлем бойынша шарықтап кетуі АҚШ, Ресей және Украина дағы құрғақшылықпен байланысты болды. БҰҰ-ның Азық-тұлік және ауыл шаруашылығы бағдарламасы был «дәнді дақылдардың әлемдік өндірісінің көлемі төмендейді» деген болжам жасады [4].

Ауыл шаруашылық министрлігінің ақпараты бойынша, жазғы құрғақшылықтан соң, Қазақстанда 600 мың гектар жер жарамсыз деп танылды. Бағаның өсуінің бір себебі – елдің аграрлық саласының жылдан жылға құлдырап бара жатуы. Азық-тұлік өнімдері бағасының өсуіне алыпсатарлықтың да ықпалы бар.

Қазақстан Республикасында білім беру мен денсаулық сактау сияқты әлеуметтік саланың маңызды аяларында қызмет көрсетулерді тегін ету маңызды мәселе болып табылады. Олардың ақылы, кейде қол жетпес жоғары бағалар мәселе сақталуда. Нарықтық экономика әлеуметтік саясатты жүргізуде жаңа ұстанымдарды талап етеді. Республиканың билік органдарымен қабылданатын заңды актілер, басқа нормативтік құжаттар әлеуметтік сферадағы үрдістерді реттейді. Бірақ мемлекетке кез-келген ұйымдастыруышылық-құқықтық нысандағы және меншік түріндегі кәсіпорындар қызметіне қатысты бақылау функциясы бекітілген. Әлеуметтік үрдістерді мемлекеттік реттеудің маңызды теңізтері Қазақстан Республикасы заңдары, Президент Жарлықтары, Үкімет Қаулылары, ведомстволық бүйірліктер, қаулылар, нұсқаулар болып табылады.

Мемлекеттік (мәдени, денсаулық сактау, ағарту, кадрларды даярлау, халықты әлеуметтік қолдау мекемелері) немесе жергілікті (тұрғын үй, коммуналдық шаруашылық, ха-

лыққа тұрмыстық қызмет көрсету) сфераларында кәсіпорындарды басқару жүйесі өз жұмыстарын үкіметтік деңгейде қабылданып, үйлестірілетін ведомстволық нұсқауларға, қауылдар мен басқа нормативті құжаттарға сәйкес ұйымдастырады. Жеке секторға қызмет көрсететін сфера кәсіпорындарының қызметіне де мемлекеттің әсері сөзсіз. Елдегі әлеуметтік үрдістерге әсер етуін ңегұрлым ықпал етуші әдістерінің бірі қаржы-несие теңіктерін пайдалану болып табылады. Әлеуметтік инфрақұрылымның көптеген салалары не толықтай бюджеттік қаржыландыруды, не мемлекет тарапынан қаржылық қолдауга мүкта�.

Республикалық бюджеттің шығыс бөлігінде бюджеттік салалар деп аталатын деңсаулық сактау, ағарту, мәдениет, дene шынықтыру қаржыландырылатын статья қарастырылады.

Әлеуметтік инфрақұрылымның басқа салалары – тұрғын үй, коммуналдық шаруашылық, туризм, халықтың демалысы – ақылы қызмет көрсетеді және соның есебінен өз шығындарының бөлігін жабады. Бірақ олар да мемлекеттің қаржылық қолдауынсыз мүмкін емес. Мемлекет әлеуметтік сфера кәсіпорындарының қызметін коммерциалдандыру үрдісін реттейді. Бір салаларда ақылы қызметтер басым (тұрмыстық қызмет көрсету, тұрғын – үй - коммуналдық шаруашылық, өнер), басқаларында ақылы қызметке жол беріледі, бірақ шектеулі көлемде (денсаулық сактау, кадрларды даярлау, дene шынықтыру), үшіншілерінде ақылы қызметке кейбір жағдайда ғана жол беріледі (мәдениет, мектептік білім беру).

Білім беру және денсаулық сактау саласындағы қызметкерлерге жалақы бюджет есебінен төленеді. Осы сала қызметкерлеріне төмен жалақы мәселесі тән. Жалпы дәрігерлер санына жыл аяғына емдеу, санитарлық ұйымдарда, әлеуметтік қорғау мекемелерінде, ғылыми-зерттеу институттарында, кадрлар дайындаумен айналысатын мекемелерде, денсаулық сактау органдарының аппараттарында және басқаларда жұмыс істейтін жоғары медициналық білімі бар барлық дәрігерлер кіреді. Жалпы орта медициналық қызметкерлер санына орта медициналық білімі бар (емдеу, санитарлық ұйымдарда, әлеуметтік қорғау мекемелерінде, мектепке дейінгі мекемелерде, мектептерде, балалар үйінде жұмыс істейтін тіс дәрігерлері – дантистерді қоса) барлық адамдар кіреді. Аурухана мекемелерінде қажетті құрал-жабдықпен жабдықталған және аурулар қабылдауға дайын төсек жыл соңында, аурулар бар немесе жоқтығына қарамастан, есепке алуға жатады. Халыққа амбулаториялық-емханалық көмек көрсететін дәрігерлік мекемелер санына амбулаториялық қабылдау (емханалар, амбулаториялар, диспансерлер, аурұхана мекемелеріндегі емханалық бөлімдер, дәрігерлік денсаулық пункттері және басқалары) жүргізетін барлық медициналық мекемелер кіреді. Ауру-сырқаулық деңгейі бірінші рет диагноз қойылған аурулар санының тұрақты халықтың орташа жылдық санына қатынасымен анықталады. Халықтың ауру-сырқаулығы туралы статистикалық талдама үшін ауру-сырқаулық және өлім-жітім туралы мәліметтердің салыстырмалылығын қамтамасыз ететін оныншы рет қайта қаралған Аурулардың халықаралық сыйыптамасы қолданылады. Медицина қызметкерлеріне жүктелген мол жауапкершілікке қарамастан, еңбекақы аз төленеді. Бұл осы саладағы басты мәселе болып табылады [5].

Аймақтағы халықтың жақсы әлеуметтік жағдайы бүкіл елдің экономикасына он әсерін тигіздеді. Осы орайда табиғи - экологиялық әлеует маңызды орынға ие. Қоршаган ортаның адамдардың тіршілік ету қабілеті мен өмір сүру сапасына әсер етуін сипаттайтын экологиялық экономика да әлеуметтік экономикаға жатқызылуға тиіс. Қызметі бірінші кезекте адамның, отбасының қажетін қанағаттандыруға бағытталған және әлеуметтік сұраныстардың көздейтін экономика әлеуметтік бағдарланған деп аталады. Жоғарыда айтылғандай, Шығыс Қазақстанның өнеркәсіптік өндірісі жақсы жолға қойылған, осыған орай экологиялық жағдайы өте ауыр екені айтпаса да түсінікті. Нашар экологияның салдарынан аймақтағы онкологиялық ауруларға шалдыққандар саны тым көп. Осы орайда, денсаулық сактау мекемелерінің, яғни аурұханалардың жағдайын жақсарту өте маңызды. Дәрігерлердің ауруға шалдыққандарға адамгершілік тұрғысынан қарым-қатынасын жақсартса екен деген тілек бар. Экология, денсаулық сактау және халықты әлеу-

меттік қорғау саласындағы мемлекеттік органдар бірлесіп, әріптестік қатынастарын жақсартса деген ұсынысымыз бар.

Әрбір адам тек өзінің еңбегі мен жинақтарының арқасында ғана емес, сонымен қатар әлеуметтік көмек механизмдерінің көмегімен де қалыпты өмір деңгейін қамтамасыз етуге тырысады. Кейбір азаматтар тек қана осы әлеуметтік төлемдердің арқасында өмір сүреді. Әлеуметтік қорғау жүйесі мақсаттарының қөшпілігі адамдардың табыстарының тұрақтылығын қолдау, медициналық көмек пен қажетті әлеуметтік қызметтерге деген тен қол жету шілдіктерді ұсынумен сипатталады.

Халықтың әл-ауқатын үнемі жақсартып отыру Мемлекет басшысы Нұрсұлтан Әбішұлы Назарбаевтың стратегиялық бағытының басты мақсаты болып табылады. Сондыктан мемлекеттік азаматтардың әлеуметтік қолдауға зәру секілді белгілі бір топтарын жүйелі және тұрақты турде ерекше қамкорлыққа алады. Әр адамның қогам мүшесі ретінде, әлеуметтік жағынан қамсыздандырылуына және оның қадір-қасиеті қолдау табуына, жеке басы еркін кемелденуіне қажетті экономикалық, әлеуметтік және мәдени салалар бойынша құқықтары ұлттық ықпал және халықаралық ынтымақтастық арқылы жүзеге асырылуына құқығы бар. Қазақстан Республикасы Конституциясының 1-бабында: Қазақстан Республикасы өзін демократиялық, зайырлы, құқықтық және әлеуметтік мемлекет ретінде орнықтырады, оның ең қымбат қазынасы – адам және адамның өмірі, құқықтары мен бостандықтары, – деп айттылады.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Алимбаев А.А. Экономиканы мемлекеттік реттеу. – Алматы: Институт рыночных отношений МН и ВО РК, 2009.
2. Толыбеков С.Е. Қазақстан Республикасы экономикалық ғылымның өзекті мәселелері. – Алматы: «Экономика», 2009.
3. Баймағамбетов С. Қазіргі әлеуметтік - мәдени саясат. – Астана: «Елорда», 2013.
4. Бопиева Ж.К. Қазақстан Республикасы экономикасын жаңарту әдістемесі. – Қарағанды, 2005.
5. Құлпыбаев С. Қаржы. – Алматы: «Экономика», 2008.

УДК 336.531.1

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ МЕМЛЕКЕТТІК ОРГАНДАРЫНДА ЫНТАЛАНДЫРУ ЖҮЙЕСІ

Алтай А., Кинашева Ж.Б.

Авторлар туралы мәліметтер. Алтай Абай – Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Мемлекеттік және жергілікті басқару» мамандығының студенті. Кинашева Жадыра Болатовна – экономика ғылымдарының кандидаты, Қазақстан-Американдық еркін университетінің доценті.

Аннотация. Мақалада мемлекеттік қызметкерлерді ынталандыру сұраптары қарастырылған. ҚР-дағы мемлекеттік қызметтегі ынталандырудың материалдық және материалдық емес түрлері қарастырылған. Конкурс негізінде мемлекеттік қызметке қабылдау жағдайлары қарастырылып, мемлекеттік қызметкерлердің ары қарай аудан, облыс, қала деңгейінде ынталандыру зерттелген. Мемлекеттік қызмет академиясындағы біліктілікті арттырудың статистикалық мәліметтері көлтірілген. Мемлекеттік қызметкерлердің мемлекеттік жоспарды жүзеге асырудың мадақтау қорытындылары болу керек. Мемлекеттік қызметкерлердің қызметін бақылау мен мониторингін жүргізу ынталандырудың дұрыс жүйесін құруға мүмкіндік береді.

Түйін сөздер. Мемлекеттік қызмет, ынталандыру, мемлекеттік қызметші, материалдық ынталандыру, еңбек нәтижесі.

Сведения об авторах. Алтай Абай – студент специальности «Государственное и местное управление» Казахстанско-Американского свободного университета; Кинашева Жадыра Болатов-

на – кандидат экономических наук, доцент Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы мотивации государственных служащих. Рассмотрены материальные и нематериальные виды мотивации на государственной службе Республики Казахстан. Рассмотрены вопросы принятия на государственную службу на конкурсной основе и дальнейшее мотивирование государственных служащих на районном, городском и областном уровнях. Приведены статистические данные повышения квалификации в Академии государственной службы. Выполнение плана государственным служащим должно влечь за собой значительные поощрительные итоги. Контроль и мониторинг деятельности государственных служащих позволит выстроить правильную систему мотивации.

Ключевые слова. Государственная служба, мотивация, государственный служащий, материальная мотивация, результаты труда.

Information about authors. Altai Abai - a student of the specialty "State and Local Administration" of Kazakh-American Free University; Kinasheva Zhadira - candidate of economic sciences, associate professor of Kazakh-American Free University.

Annotation. In the article questions of motivation of civil servants are considered. Material and non-material types of motivation in the public service of the Republic of Kazakhstan are considered. The issues of admission to the civil service on a competitive basis and further motivation of civil servants at the regional, city and regional levels are considered. The statistical data of qualification improvement in the Academy of State Service is given. Implementation of the plan by civil servants should entail significant encouraging results. Monitoring the activities of civil servants will help to build a proper system of motivation.

Keywords. Public service, motivation, civil servant, material motivation, labor results.

Мемлекеттік қызметшілердің жеке қызығушылықтарын және ұйым мұқтаждықтарының теңдігін есепке ала отырып мемлекеттік қызметшілердің қызметін тұрақты ынталандыру үрдісі олардың себептері мен мұқтаждықтарын зерттеуге негізделеді.

Мемлекеттік қызметшілерді ынталандыруды материалдық қызықтыру, ең алдымен ақшалай қамсыздандыру жүйесі айтартылғатады.

Сонымен бірге, заннамамен ескерілген шектеулерге байланысты, мемлекеттік қызметшілермен негізгі жұмыс орнынан тыс басқа табыстар қабылдау мүмкіндігіне байланысты, ақшалай қамсыздандыру негізгі табыс көзі болады және еңбек нәтижелерін жоғарылатудың маңызды себебі болып табылады.

Бұғынгі күнге Қазақстанда екі үлкен блокқа бөлінген ынталандыру жүйесі қалыптасты: материалдық (монетарлы және монетарлы емес) және материалдық емес. Мемлекеттік қызметшілер рұқсат етілген біліктіліктері дәрежесінде қызметтік қарызды орындауға өз күштері мен қабілеттерін береді, ынталандырудың монетарлы түрлері соған төлем болып табылады.

Ынталандырудың монетарлы емес түрлері «клубтық» игіліктермен қамтамасыз ету жолымен қажет еңбек нәтижелеріне жету үшін мемлекеттік қызметшілердің қызығушылықтарын жоғарылатуға бағытталған. Сондай-ақ, ынталандырудың монетарлық емес түрінің кұраушыларын жалпы игіліктермен ұсынылған, өйткені олар тек мемлекеттік қызметшілерге ғана емес, тұргындардың басқа санаттарына да қолжетімді (сурет 1).

Бірақ, мемлекеттік қызметшілерді ынталандырудың қолданыстағы жүйесі, тәжірибе көрсеткендей, жеткілікті тиімді емес. Мемлекеттік қызметшілерді мадақтау шаралары өз алдына еңбек қызметіне жағдай жасамайды, тек тиімді еңбек үшін қолайлы орта жасайды.

Осыған байланысты, Қазақстан Республикасы Президентінің жанындағы мемлекеттік басқару Академиясында қайта даярлау және біліктілікті жоғарылату курсарында оқыған мемлекеттік қызметшілер арасында 2016 жылдың мамырынан қазанына дейін Қазақстан Республикасындағы мемлекеттік қызметте ынталандыру жүйесімен қанағаттану дәрежесіне зерттеу өткізілген. Сауалнама үшін зерттеу қатысушыларын іріктеу рәсімі үш максаттық топты сұраумен сипатталады [1]:

– бірінші мақсаттық топты мемлекеттік қызметшілер құрайды: сарапшылар, же-

текші мамандар және бас мамандар, барлығы – мемлекеттік қызметшілерді қайта даярлау курстарын өткен 146 адам;

– екінші мақсаттық топты жетекші лауазымдарды алатын мемлекеттік қызметшілер құрайды: бастықтар, бастықтардың орынбасарлары, барлығы – мемлекеттік қызметшілерді қайта даярлау курстарын өткен 32 адам;

– үшінші мақсаттық топты Қазақстан Республикасының сот жүйесінің өкілдері құрайды: судьялар – біліктілікті жоғарылату курстарын өткен 22 адам.



Сурет 1. Қазақстан Республикасында мемлекеттік қызметшілерді ынталандыру құрылымы

Бірінші кезекте мемлекеттік қызметшілердің өз жұмысымен қанағаттануын бағалау қажет, өйткені бұл көрсеткішке ынталандыру жүйесі жалпылай негізделеді.

Мемлекеттік қызметшілерді ынталандырудың құралдар жиынтығы оларды қолдану ауқымы сияқты әжептәуір кең. Әлемдік тәжірибелі талдауы жеке секторда пайдаланылатын ынталандыру әдістері тиімділіктің жетерліктері жоғары көрсеткіштерін беретінін көрсетті.

Бірақ ынталандырудың кез-келген құралын қолданғанда, материалды немесе материалды емес мадақтау болсын, бірнеше маңызды шарттарды ұстану қажет.

Біріншіден, міндетті түрде материалды және материалды емес қызықтыру кешенін пайдалану. Әлдекайда жоғары деңгейдегі қажеттіліктер жүзеге асу үшін жұмысшылардың алғашқы мұқтаждықтарын қанағаттандыру қажет. Ынталандырудың осы түрі негізгі болмау керек, бұл мемлекеттік қызмет саласының ерекшелігіне байланысты.

Екіншіден, материалды емес қызықтыруларға ерекше назар аудару қажет. Бұл ретте олардың қызметкерлер үшін әлдекайда позитивті және айтулы болғаны маңызды.

Үшіншіден, ұжымдық қызықтыруды («team-building») менсінбеуге болмайды, себебі мемлекеттік қызмет жұмысшылар арасында да, түрлі мекемелердің құрылымдық бөлімшелерінің арасында да өзара аракатынастың анықталған деңгейін көрсетеді.

Қорыта келгенде, түрлі қажеттіліктер көп себептерде жүзеге асуы мүмкін, яғни қалағанды алу қызықтырудың түрлі элементтері арқылы мүмкін болады. Өз кезеңінде себептердің әрқасысы өзара байланысқан, біртіндеп іске асырылатын мақсаттар жиынтығымен жүзеге асуы мүмкін. Жеке және мемлекеттік салалар бір-бірінен міндеттер сипатымен де, ұжымды қызықтыру тәсілдері бойынша да айтарлықтай ажыратылса да, тек коммерциялық саланың төл сипаты болып саналатын ықпал ету тәсілдерін менсінбеуге болмайтынын түсінү өте маңызды. Жағдай айтарлықтай өзгерді. Орта өз шарттарын келтіреді, сондықтан әлдеқайда тиімді жұмыстың, демек, ұйымның ұжымына әлдекайда тиімді ықпал етудің жаңа жолдарын іздеу қажет.

Мемлекеттік басқару жүйесінің тиімділігін арттыру мақсатында 1990-шы жылданың аяғынан бастап Қазақстан тиімді әкімшілік реформаларды жүргізуге кірісті. Осы жылдардың ішінде мемлекеттік басқару құрылымын оңтайландыру жүргізілді, Мемлекеттік қызмет істері жөніндегі агенттік құрылды, «Мемлекеттік қызмет туралы», «Сыбайлас жемқорлыққа қарсы күрес туралы», «Әкімшілік рәсімдер туралы» зандар, Мемлекеттік қызметшілердің арнамыс кодексі қабылданды. Мемлекеттік қызметке қабылдаудың конкурстық жүйесі енгізілді. Мемлекеттік органдардың басқару тәжірибесіне жауапты хатшылар институты енгізілді [2].

Алайда қазақстандық мемлекеттік басқару жүйесіндегі кадрлық саясат және оны жүзеге асыру механизмі әлі де жетілдіру жұмыстарын талап етуде. Бұл ретте, Қазақстан Республикасы Мемлекеттік қызметті істері агенттігі Төрағасының 2012 жылғы 16 қантардағы №02-01-02-/9 бүйрығымен «Персоналды басқару тиімділігін бағалау әдістемесі» бекітілді [3].

Персоналды басқару тиімділігін бағалау әдістемесі «Орталық мемлекеттік органдар мен облыстардың, республикалық маңызы бар қаланың, астананың жергілікті атқарушы органдары қызметінің тиімділігін жыл сайынғы бағалау жүйесі туралы» Қазақстан Республикасы Президентінің 2010 жылғы 19 наурыздағы № 954 Жарлығын іске асыру мақсатында әзірленген. Әдістеме орталық мемлекеттік органдар мен облыстардың, республикалық маңызы бар қаланың, астананың жергілікті атқарушы органдарында персоналды басқару жөніндегі шаралардың тиімділігін анықтауга арналған.

Мемлекеттік органдардың есептері, статистикалық деректер, осы Әдістеменің өлшемдеріне сәйкес келетін бағыттар бойынша уәкілетті органдар жүргізген тексерістердің барысында алынған мәліметтер персоналды басқару тиімділігін бағалау үшін ақпарат көзі болып табылады.

Персоналды басқару тиімділігін бағалау Агенттікке Әдістемеге сәйкес мемлекеттік органдар жолдаған ақпаратты талдау, мемлекеттік қызметшілердің арасында сауалнама жүргізу арқылы жүргізіледі [4].

Персоналды басқару тиімділігін бағалау үшін қажет ақпарат көздері:

- 1) мемлекеттік органдардың статистикалық деректері;
- 2) осы Әдістеменің өлшемдеріне сәйкес келетін бағыттар бойынша уәкілетті органдар жүргізген тексерістердің барысында алынған мәліметтер;
- 3) мемлекеттік қызметшілерге жүргізілген сауалнамалардың нәтижелері болып табылуы мүмкін.

Мемлекеттік органның персоналды басқару тиімділігін бағалау мынадай өлшемдер бойынша іске асырылады:

- 1) адам ресурстарын пайдаланудың тиімділігі;
- 2) мемлекеттік қызметшілерді оқыту;
- 3) мемлекеттік органдардағы сыбайлас жемқорлық деңгейі;
- 4) мемлекеттік қызметшілердің қанағаттану деңгейі.

Осы ретте, мемлекеттік басқару тиімділігін бағалауда алдағы уақытта жаңғыртуды жүзеге асыруда келесі ұсыныстарды ұсынамыз:

1) мемлекеттік қызметшінің жоспарды орындаудың қамтамасыз етуі – жетекшінің сыйықтық жоспарды бекіте отырып, оның орындалу тәртібін қадағалауы (тапсырманы мерзімінде орындауда жауапты атқарушыға ынталандыру формасын белгілеу), орындалған тапсырманы бақылау (тапсырма немесе міндептің дұрыс орындалуы, орындалу барысының тиімділігі, соңғы нәтиже);

2) мансапты жоспарлаудың тиімділігін бағалау – көп жағдайда жұмыс нәтижелілігін тексеру барысында орындалған жұмыстың саны мен мерзімінде орындалуы бірінші орынға қойылады. Бұл өз кезегінде нақты мақсаттардың міндепті әрекетіндегі қателік болып табылады. Орындалған жұмыстың нәтижелілігін қызметшінің кәсіби - біліктілігі мен кәсіби - қызметтік арақатынасы қорытындысының артуымен бағалау қажет.

Кадрлармен жұмыс істеудің бірыңғай жүйесі, ең алдымен, қызметкерлерді іскерлік және жеке басының қасиеттеріне сәйкес кәсіби және қызмет бабында өсіру, олардың қабілеттері мен бейімділіктерін ғылыми негізде зерттеу, сондай-ақ әкімшілік мемлекеттік қызметшілерді зерттеудің іс жүзіндегі тетіктері жоқ. Кадрларды жаңарту дұрыс жүргізилген жағдайда мемлекеттік қызметшілердің құрамын жасартуға, оларды көлденең шкала бойынша ауыстыру тәжірибесін кеңейтуге ықпал етеді. Мемлекеттік қызметтегі кадрлар құрамын жаңартуға мынадай міндеттерді шешу арқылы қол жеткізуге болады:

- мемлекеттік қызметшілерді ауыстыру үдерісін реттеу;
- персоналды басқару; кадрларды қабілеттері мен кәсіби шеберліктеріне қарап іріктеу.

Жалпы мемлекеттік кадр басқару жүйесі мәселесі, мемлекеттік қызмет пен басқаруда, ең негізгі мәселелердің бірі. Бір қарағанда, мемлекеттік қызмет саласындағы кадр мәселесінің бір жүйеде қызмет етуіне ықпал етіп отырган Қазақстан Республикасының мемлекеттік істері жөніндегі Агенттік болып табылады. Бірақ агенттік – Президентке тікелей бағынатын мемлекеттік орган. Және өз құзіреті шамасында замен белгіленген ретпен мемлекеттік қызмет саласындағы ортақ мемлекеттік заңнамалық түрде жүзеге асырады.

Осылан орай, бұқіл атқарушы биліктің жүйесін дамыту, мемлекеттік орган қызметтерінің қайталануының алдын алу, бұқіл басқару жүйесін экономиканың реформалануы деңгейінде әкелу, мемлекеттік қызмет тәжірибесіне заманауи әдістемелердің енгізу мақсатында, Елбасы үнемі мемлекеттік басқару мен қызметтің реформасына назар аударып келді.

Қазақстан Республикасы Мемлекеттік қызмет істері агенттігінің мәліметтеріне сәйкес 2016 жылдың 1 қаңтарындағы мәліметке сәйкес республикада мемлекеттік лауазымдардың штат саны 91 839 бірлікті құрады, бұл 2016 жылғы 1 шілдесі жағдайына қарағанда 230 бірлікке көп, ал нақты саны – 86887 адам, оның ішінде мемлекеттік саяси қызметшілер саны 439 бірлікті құрап отыр.

Әйелдер саны 48378 адамға келеді, бұл 55,7% құрайды және 2014 жылдың 1 қазақына қарағанда 0,03% өсken. Сонымен қатар, саяси мемлекеттік қызметшілердің арасында әйелдердің саны 10% құрайды, былтырғы жылмен салыстырғанда 1,1% аз.

Мемлекеттік қызметшілердің орта жасы 39,4 жасты құрап отыр, бұл ретте мемлекеттік саяси қызметшілердің орта жасы 47,6 жасты, ал мемлекеттік әкімшілік қызметшілердің орта жасы 39,1 жасты құрайды. Мемлекеттік қызметке конкурс бір орынға 5,22 адам құрады.

Мемлекеттік қызметшілердің көп мөлшерін экономикалық (28938), зандық (15170), техникалық 8088) және педагогикалық (6667) мамандықтар құрап отыр, яғни мемлекеттік қызметшілердің жартысынан көбі 67,7% құрайды.

Мемлекеттік қызметтің жаңа моделінде мемлекеттік қызметтің оң имиджін қалыптастыру, оның ішінде уақтылы ақпарат беру мен азаматтардың өтініштерін қарau және қол жеткізілген нәтижелері негізінде мемлекеттік органдардың қызметі туралы оң пікірді қалыптастыру басты бағыт болуға тиіс.

Мемлекеттік қызметтің оң имиджін қалыптастыруда мемлекеттік қызметтер көрсету сапасын арттыру және жұртшылықпен байланыстар орнату тиісінше негізгі бағыттар

болып табылады.

Азаматтарға бағдарлану, кәсіблік, шұғыл әрекет ету, ашықтық және қолжетімділік мемлекеттік органдар жұмысының негізгі қагидаттары болуға тиіс.

Мемлекеттік басқару жүйесінің тиімділігін арттыру мақсатында 1990-шы жылданың аяғынан бастап Қазақстан тиімді әкімшілік реформаларды жүргізуге кірісті. Осы жылдардың ішінде мемлекеттік басқару күрылымын оңтайландыру жүргізілді, Мемлекеттік қызмет істері җөніндегі агенттік құрылды, «Мемлекеттік қызмет туралы», «Сыбайлас жемқорлықка карсы күрес туралы», «Әкімшілік рәсімдер туралы» заңдар, Мемлекеттік қызметшілердің ар-намыс кодексі қабылданды. Мемлекеттік қызметке қабылдаудың конкурстық жүйесі енгізілді. Мемлекеттік органдардың басқару тәжірибесіне жауапты хатшылар институты енгізілді.

«Орталық мемлекеттік органдар мен облыстардың, республикалық маңызы бар қаландың, астананың жергілікті атқарушы органдары қызметінің тиімділігін жыл сайынғы бағалау жүйесі туралы» Қазақстан Республикасы Президентінің 2010 жылғы 19 наурызды № 954 Жарлығын іске асыру мақсатында «Персоналды басқару тиімділігін бағалау әдістемесе» бекітілді.

Осы ретте, мемлекеттік басқару тиімділігін бағалауда алдағы уақытта жаңғыруды жүзеге асыруда келесі ұсыныстарды ұсынамыз:

– мемлекеттік қызметшінің жоспарды орындауын қамтамасыз етуі – жетекшінің сыйықтық жоспарды бекіте отырып, оның орындалу тәртібін қадағалауы (тапсырманы мерзімінде орындауда жауапты атқарушыға ынталандыру формасын белгілеу), орындалған тапсырманы бақылау (тапсырма немесе міндеттің дұрыс орындалуы, орындалу барысының тиімділігі, соңғы нәтиже);

– мансапты жоспарлаудың тиімділігін бағалау – көп жағдайда жұмыс нәтижеле леңін тексеру барысында орындалған жұмыстың саны мен мерзімінде орындалуы бірінші орынға қойылады. Бұл өз кезегінде нақты мақсаттардың міндетті әрекетіндегі қателік болып табылады. Орындалған жұмыстың нәтижелілігін қызметшінің кәсіби - біліктілігі мен кәсіби - қызметтік арақатынасы қорытындысының артуымен бағалау қажет.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. - М: «Логос», 2010.
2. Гумилович. Л. Общее учение о государстве. - СПб., 2000.
3. «Персоналды басқару тиімділігін бағалау әдістемесін бекіту туралы» 2012 жылғы 16 қантардағы №02-01-02/9 ҚР Үкіметінің Қаулысы.
4. Хиль В. Базисные концепции исследований в менеджменте // Проблемы теории и практики управления, 2000. № 6. - С. 33-34.

УДК 69.003.12

АНАЛИЗ СТРОИТЕЛЬНОГО СЕКТОРА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Лапатина А.И., Непшина В.Н.

Сведения об авторах. Лапатина Алена Игоревна - студент специальности «Финансы» Казахстанско-Американского свободного университета; Непшина Виктория Николаевна – PhD, доцент кафедры бизнеса Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. В статье рассматриваются перспективы развития строительной отрасли в современных экономических условиях. Немаловажное значение для повышения уровня развития отрасли в отдельных регионах является их экономическая самостоятельность и снижение зависимости экономики региона от внешних факторов, от мировой конъюнктуры, рыночных рисков. Для достижения конкурентных преимуществ строительной фирмы даны рекомендации по выработке долгосрочной стратегии развития, по средствам ориентация на региональные приоритеты развития. Выявлены проблемы, связанные с развитием инвестиционно-строительного комплекса, а также указаны наиболее привлекательные отрасли для инвесторов. Проанализированы ключевые показатели, отражающие экономическое положение отрасли в текущем периоде. Определено влияние строительного сектора на экономику Казахстана в целом, путем проведения анализа доли строительства в ВВП РК, выявлена тенденция увеличения объемов вводимого жилья в Республике Казахстан.

Ключевые слова. Строительство, инвестиционная деятельность, управление, динамика, категории строительства, проблемы строительной отрасли, показатели объемов вводимого жилья, жилищное строительство, финансовые ресурсы, инвестиции в основной капитал, конкурентоспособность.

Авторлар туралы мәліметтер. Лапатина Алена Игоревна - Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Қаржы» мамандығының студенті Непшина Виктория Николаевна – PhD, Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Бизнес» кафедрасының доценті.

Аннотация. Мақалада қазіргі экономикалық жағдайдағы құрылымдық саласының даму болашағы қарастырылған. Жеке аймактардағы саланың даму деңгейін арттыру үшін сол саланың өз бетіндік әрекеті мен саланың сыртқы факторлардан, әлемдік конъюнктурадан, нарық тәуекелдерінен тәуелді болмауы өте маңызды болып табылады. Құрылымдық фирмасының белгілі бір жетістіктерге жетуі үшін дамудың аймақтық басымдықтарына бағдар қою жолымен дамудың ұзак мерзімді стратегиясын құру бойынша ұсыныстар жасалған. Инвестициялық-құрылымдық кешенінің дамуына байланысты проблемалар анықталған. Соңдай-ақ инвесторлар үшін негұрлым тартымды салалар көрсетілген. Ағымдағы кезеңде саланың экономикалық жағдайын көрсететін негізгі көрсеткіштерге талдау жасалған. ҚР ГЖӨ-дегі құрылымдық салмағына талдау жасау жолымен құрылымдық саласының Қазақстанның экономикасына жалпы әсері анықталған, Қазақстан Республикасындағы кірме баспаңа көлемінің арту тенденциясы байқалуда.

Түйін сөздер. Құрылымдық, инвестициялық қызмет, баскару, динамика, құрылымдық категориясы, құрылымдық саласының проблемалары, кірме баспаңа көлемінің көрсеткіштері, тұрғын үй құрылымдық, қаржы ресурстары, негізгі капиталға инвестиция жасау, бәсекеге қабілеттілік.

Information about authors. Lapatina Alena - a student of the specialty "Finances" of Kazakh-American Free University; Nepshina Victoria - PhD, associate professor of Business Department of Kazakhstan-American Free University.

Annotation. The article examines the prospects for the development of the construction industry in the current economic conditions. An important factor for increasing the level of development of the industry in certain regions is their economic independence and the decrease in the dependence of the regional economy on external factors, on the world market situation, and on market risks. To achieve the competitive advantages of the construction firm, recommendations are given on the development of a long-term development strategy, with a focus on regional development priorities. The problems associated with the development of the investment and construction complex are identified, and the most attractive sectors for investors are indicated. Key indicators reflecting the economic situation of the industry in the current period are analyzed. The influence of the construction sector on the economy of Kazakhstan as a whole has been determined, by analyzing the construction share in the GDP of the Republic of Kazakhstan, a trend has been found to increase the volume of housing in the Republic of Kazakhstan.

Keywords. Construction, investment activities, management, dynamics, construction categories,

problems of the construction industry, indicators of the volume of housing, housing construction, financial resources, investments in fixed assets, competitiveness.

Строительство как отрасль экономики участвует в создании основных фондов, их расширенном воспроизводстве для всех отраслей национального экономики, обеспечивая тем самым общее экономическое развитие страны и региона в частности.

Место отрасли в экономике и ее роль в общественном производстве определяются воздействием конечных результатов ее функционирование на экономическое и социальное развитие региона.

Главной задачей строительного сектора является формирования системы способствующей поэтапному развитию всей экономики страны. Роль строительного комплекса заключается в нескольких составляющих: производство материальных ценностей, участие в наполнении бюджетов различных уровней и внебюджетных фондов, его градообразующей, институциональной, консолидирующей и стабилизирующей функциями.

Строительная отрасль призвана осуществлять обновление на современной технической основе производственных фондов, развитие, совершенствование социальной сферы, реконструкцию, модернизацию, техническое перевооружение производства материальных благ.

Все это подтверждает значимость данной отрасли и потребность в сохранении стабильности с помощью государства. Хорошее положение строительной отрасли будет благоприятно отражаться на экономике, обеспечивая приток финансовых средств.

Строительное производство является одной из наиболее динамично отраслей материальной сферы современного этапа экономического развития Республики Казахстан.

В условиях регионализации экономики, децентрализации и перераспределения функций управления особое внимание должно быть уделено формированию конкурентной среды в сфере строительных услуг, а также анализу и оценке экологического и социального потенциала данного региона.

Интенсивность действия конкурентоформирующих факторов может иметь различную степень, т.е. может быть определяющим или иметь незначительное влияние. Например, ценовой фактор может иметь приоритет по сравнению с эстетическими требованиями, что характерно для потребительского сегмента с низким уровнем дохода и пр.

Для достижения высокого уровня развития экономических отношений в строительной отрасли, необходимо создание здоровой конкурентной среды, которая необходима как потребителям, так и производителям. В свою очередь, отсутствие конкурентной среды повлечет за собой возникновение монополии определенной строительной корпорации или монопсонии заказчика продукции [1].

Региональная конкурентоспособность строительной организации зависит от природно-ресурсного потенциала и пространственных факторов, в то время как отраслевая конкурентоспособность зависит в большей степени от специализации строительного предприятия.

Для фирмы, специализирующейся на жилищном строительстве, в отличие от аналогичной фирмы, ориентированной на дорожное строительство, конкурентная среда имеет значительные отличия, что должно найти соответствующее отражение при анализе конкурентообразующих факторов, в виде оценки состояния жилого фонда и жизнеобеспечивающей инфраструктуры, анализа условий развития сопутствующей социальной сферы, определении уровня доходов, социального статуса, психологических факторов, потребительских предпочтений различных сегментов рынка строительных услуг, менталитета населения и т.п.

В целом повышение конкурентоспособности региональных строительных комплексов должно осуществляться на основе обеспечения устойчивого развития территории, которое можно характеризовать стабилизацией состояния экономики в регионе и ростом объемов материального производства и услуг в регионе; составом и положением инфраструктуры; параметрами качества жизни, соответствующими мировым стандартам; заня-

тостью населения региона и снижением уровня безработицы, показателями качества окружающей среды; рациональным использованием ресурсов с учетом потребностей развития будущих поколений за счет применения ресурсосберегающих, малоотходных и безотходных технологий [2].

Немаловажное значение для повышения уровня развития региона является его экономическая самостоятельность и снижение зависимости экономики региона от внешних факторов, от мировой конъюнктуры и рыночных рисков.

Для успешного конкурирования на строительной рынке любой организации необходимо разработать долгосрочную стратегию развития, ориентирующуюся на приоритет развития областей, а также формирование и поддержание имиджа и в перспективе создание собственного бренда строительной фирмы.

Оценка конкурентоспособности региональной строительной продукции предполагает выяснение позиций и состояния развития строительной отрасли Республики в целом.

Подъем экономики Казахстана, а также стремление большей части населения к улучшению своих жилищных условий обусловили актуальность жилищного строительства в республике. Жилищное строительство признано одним из приоритетных направлений стратегии развития Казахстана 2030 года и является одной из наиболее важных задач общенационального характера.

Интеграция Казахстана в мировую экономику в рамках Таможенного союза и в перспективе Всемирной торговой организации требует скорейшего обновления строительной отрасли и, в частности, строительной науки, которая ставит своей целью совершенствование и повышение эффективности строительного производства. Сегодня наши ученые занимаются разработкой новых материалов на основе нанотехнологий, вопросами энергосбережения, модернизации строительного оборудования и организации производства и так далее, что соответствует параметрам современной научно-технической политики, проводимой в Казахстане.

В условиях современного рынка Казахстана, с ростом числа конкурирующих строительных организаций существенно увеличивается роль и значение маркетинговых подходов в организации и продвижении услуг на рынок. Очевидно, что в конечном итоге почти все основные рынки в Казахстане поделят между собой несколько относительно крупных предприятий, которые сумеют создать о себе в глазах Потребителей определенное представление (имидж) как о солидных предприятиях, предлагающих качественную продукцию, удобные условия оплаты и гарантию послепродажного обслуживания, знающих истинные потребности рынка [3].

Строительство в Казахстане является одной из ведущих отраслей, оказывающей значительное влияние на развитие огромного количества смежных отраслей экономики РК. Так, в России на долю строительства по итогам 2016 года приходится порядка 5,3% ВВП, а в Белоруссии – примерно 8,3% к ВВП [4].

В Казахстане данная отрасль экономики занимает в среднем 6,5% в период с 2010 по 2016 гг., что изображено на рис. 1.

Максимальный показатель в 9,8% к ВВП был зафиксирован в 2006 году в связи с присутствующими в тот период спекулятивными настроениями на рынке недвижимости, приведшими к высокому росту цен на данном рынке и, в конечном итоге, кризису в ипотечной сфере.



Рис. 1. Доля строительства в ВВП РК, %

Объем выполненных строительных работ (услуг) за рассматриваемый период 2011-2016 гг. составил чуть более 14,2 млрд. тенге, ежегодно возрастая, в среднем на 8%. Основную долю строительных работ (услуг) – примерно 85% - составляют строительно - монтажные работы. Примерно 9% приходится на услуги по капитальному ремонту и 6% - на текущий ремонт. При этом до 80% выполненных строительных работ (услуг) по форме собственности приходится на частный сектор, 19% - на иностранный и 1% - на государственный. По итогам 2016 года наибольшая доля строительных работ была выполнена на объектах строительства и складирования (38%), промышленных объектах (34%) и объектах недвижимости (17%). Объем выполняемых строительных работ, являясь опережающим показателем, коррелирует с объемом ввода в эксплуатацию новых зданий, среднегодовое увеличение которых составляет порядка 105% за период 2011-2016 гг. Всего за рассматриваемый период в эксплуатацию было введено порядка 63 тыс. кв.метров новых зданий. Из них примерно 65% или 41,1 тыс. кв.метров приходится на долю жилых зданий.

Ежегодно увеличивается, в среднем на 6%, такой показатель, как средние фактические затраты на строительство 1 кв. метра общей площади жилых домов, в том числе жилые дома, построенные населением. Так, в 2011 году затраты на строительство 1 кв. метра составляли порядка 69,4 тыс. тенге, а в 2016 году эти затраты возросли до 92,6 тыс. тенге [5].

Индекс физического объема также демонстрирует ежегодный рост. Комитетом по статистике РК на момент написания данного анализа еще не были обнародованы данные по индексу физического объема строительных работ, но можно уже с высокой долей вероятности предположить, что его значение сложилось на уровне 106% в 2016 году. Для наглядности изобразим показатели на рис. 2.

Строительная отрасль в Казахстане на данный момент представляет собой достаточно большое количество самостоятельных фирм, которые обладают индивидуальными особенностями. Так, по итогам 2016 года в отрасли действуют порядка 10,8 тыс. подрядных и строительных организаций, большинство из которых имеет частную форму собственности, государственных компаний только 23.



Рис. 2. Общая площадь введенных в эксплуатацию новых зданий

По данным National Business, в рейтинг-500 крупнейших компаний по уровню дохода по итогам 2016 года входят 86 компаний, специализирующихся на строительстве и производстве строительных материалов [6].

Таблица 1. Строительные компании в рейтинге 500 крупнейших компаний

Место в рейтинге 500	Компания	Сектор	Доход от реализации, в млн. тенге
15	BI Group	Строительство и производство строительных материалов	241 571 34
34	АО «НГСК КазСтрой-Сервис»	Инфраструктурное строительство	108 09
46	ТОО «Дочерняя организация Китайской нефтяной инженерно-строительной группы»	Инфраструктурное строительство	69 640
50	Филиал «Sembol Investments & Development»	строительство	61 320
59	ТОО «Highvill Kazakhstan»	строительство	53 240
76	АО «Имсталькон»	строительство	41 086
78	АО «Алматыинжстрой»	Инфраструктурное строительство	40 353
98	АО «Трест Средазэнергомонтаж»	Инфраструктурное строительство	32 745
100	ТОО «Казахдорстрой»	Строительство автодорог	32 090
113	Группа компаний «Базис»	Жилая и коммерческая недвижимость	28 630

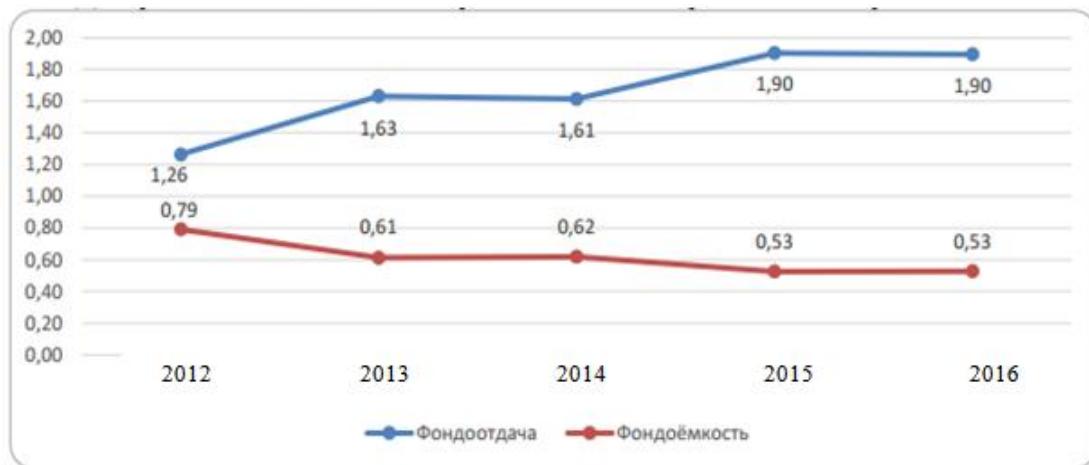


Рис. 3. Фондоотдача и фондоёмкость в строительной отрасли Казахстана

При проведении анализа фондоотдачи и фондоёмкости использовалась первоначальная стоимость основных фондов строительной отрасли вместо среднегодового значения, в связи с чем мы не исключаем погрешности, т.к. расчеты данных показателей проводятся в тенге и не исключают инфляционной составляющей в переоценке основных фондов. Однако в рассматриваемом периоде высокие значения потребительской инфляции наблюдались только в 2007 году. В среднем же, без учета инфляции 2007 года, показатель инфляции составлял 7,2%. Анализ фондоотдачи основных фондов строительной отрасли демонстрирует тенденцию к увеличению данного показателя. Так, в 2012 году на один тенге ОФ создавалось 1,26 тенге конечного продукта, а в 2016 году - уже 1,9 тенге. Данный факт указывает на эффективность использования основных средств. Снижение показателя фондоёмкости, которое мы наблюдаем в рамках анализируемого периода показывает, что в 2012 году основных фондов приходилось 0,79 тенге на один тенге выпущенной продукции, а в 2015 году коэффициент составил 0,53 тенге на один тенге продукции. Это также указывает на то, что эффективность использования ОФ в строительном секторе только увеличивается. В качестве источника финансирования инвестиций в основной капитал строительные организации, преимущественно, используют собственные средства, среднегодовая доля которых в общем объеме инвестиций варьирует в пределах 54%. Участие банков в кредитовании в строительном секторе за последние 2 года было незначительно – и составило примерно 9% от общего объема инвестиций.

По итогам проведенного анализа можно сказать, что строительный сектор в Республике Казахстан является одним из преобладающих факторов активного развития смежных отраслей экономики страны. В текущем периоде анализируемая отрасль представляется посредством подрядных строительных организаций, в большинстве своём с частной формой собственности. Ежегодный рост доли строительства в ВВП страны свидетельствует о существовании здоровой конкуренции на рынке строительства.

ЛИТЕРАТУРА

- Королев С.А. Экономика строительного предприятия. - М., 2012.
- Бахтубаева С.С. Пути развития строительной отрасли Казахстана // Экономика Казахстана. - Алматы, 2016.
- Строительство в Казахстане:2015. Статистический сборник // Саясат. – 2014. – №2. – С. 4-5.
- Официальный сайт Комитета по статистике РК // <https://www.stat.gov.kz>
- Официальный сайт АО «Рейтинговое Агентство Регионального Финансового Центра города Алматы» <http://rfcaratings.kz/>
- Электронный журнал National Business <http://nb.kz/>

УДК 553

**ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА КАЧЕСТВА ПРОИЗВОДСТВА
ПРОДУКЦИИ И ОКАЗЫВАЕМЫХ УСЛУГ В СФЕРЕ РЕАЛИЗАЦИИ
ОБОРУДОВАНИЯ И ИЗДЕЛИЙ ДЛЯ ГОРНОДОБЫВАЮЩЕЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Макышева А.Б., Кайгородцев А.А.

Сведения об авторах. Макышева Алтынай Болатбековна – магистрант специальности «Менеджмент» Казахстанско-Американского свободного университета; Кайгородцев Александр Александрович – доктор экономических наук, профессор Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. В статье систематизированы подходы и методы оценки качества производства продукции и услуг для предприятий горнодобывающей промышленности. Даны рекомендации по совершенствованию системы управления качеством производства продукции и оказания услуг в условиях турбулентности мировой экономики. Основным приоритетом развития казахстанской экономики является увеличение в товарном портфеле отечественных производителей доли продукции высокого качества. Это позволит в перспективе интенсифицировать национальную экономику, повысить уровень жизни населения, а также укрепить конкурентоспособность отечественных производителей на внутреннем и внешнем рынках.

Ключевые слова. Качество, уровень качества, планирование качества, контроль качества, система управления качеством, международные стандарты качества, эффективность системы управления качеством.

Авторлары туралы мәліметтер. Макышева Алтынай Болатбековна – Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Менеджмент» мамандығының магистранты; Кайгородцев Александр Александрович – экономика ғылымдарының докторы, Қазақстан-Американдық еркін университетінің профессоры.

Аннотация. Мақалада кен өндіру өнеркәсібі кәсіпорындарының өнім мен қызмет көрсету өндірісінің сапасын бағалаудың әдістері мен тәсілдері жүйелендірген. Әлемдік экономиканың турбуленттілігі жағдайында өнім мен қызмет көрсету өндірісінің сапасын басқару жүйесін жетілдіру бойынша нұсқаулар берілген. Қазақстандық экономиканы дамытудың негізгі басымдығының бірі – жоғары сапалы өнімнің тауар портфелінде отындық өндірушілер санының артуы болып табылады. Бұл үлттық экономиканы интенсификацияларға, тұрғындар күнкөрісінің сапасын арттыруға, сондай-ақ ішкі және сыртқы нарықта отандық өндірушілердің бәсекеге қабілеттілігінің деңгейін арттыруға мүмкіндік береді.

Түйін сөздер. Сапа, сапа деңгейі, сапаны жоспарлау, сапаны бақылау, сапаның халықаралық стандарттары, сапаны басқару жүйесінің тиімділігі.

Information about authors. Makysheva Altynay - master of the specialty "Management" of Kazakhstan-American Free University; Kaygorodtsev Alexander - Doctor of Economics, Professor of Kazakhstan-American Free University.

Annotation. The article systematizes approaches and methods for assessing the quality of production of goods and services for mining enterprises. Recommendations are given on improving the quality management system for the production of goods and services in the turbulence of the global economy. The main priority of the development of the Kazakh economy is the increase of a share of high quality products in the product portfolio of domestic producers. This will make it possible in the future to intensify the national economy, improve the standard of living of the population, and strengthen the competitiveness of domestic producers in the domestic and foreign markets.

Keywords. Quality, quality level, quality planning, quality control, quality management system, international quality standards, the effectiveness of the quality management system.

Управление повышением качества производимой продукции и оказываемых услуг на сегодняшний день является одним из критериев успешной деятельности предприятий во всех промышленно развитых странах. Повышение доли продукции высокого качества в товарном портфеле отечественных производителей в итоге позволит интенсифицировать темпы развития экономики, повысить уровень жизни населения, а также укрепить

конкурентоспособность отечественных производителей, что будет способствовать их успешному продвижению на внешнем и внутреннем рынке [1, с. 75].

Качество продукции и услуг может быть рассмотрено как ключевой критерий оценки, основанный на совокупности свойств и характеристик, лежащих в основе и определяющих предпочтение потребителей относительно выбора продукции и услуг того или иного производителя [2, с. 107]. Качество продукции и услуг представляет собой комплексное понятие, раскрывающее потенциал продукции и услуг к удовлетворению требований, потребностей и запросов потребителей [3, с. 91].

В данном контексте управление качеством продукции и услуг осуществляется посредством многоуровневого и многоступенчатого регулирования, которое производится в рамках государственного, регионального, отраслевого и корпоративного контроля.

Уровень современной конкуренции определяет необходимость повышения качества производимой продукции и оказываемых услуг и является одним из критериев успешной деятельности предприятий во всех промышленно развитых странах. Влияние фактора неценовой конкуренции и перенасыщенности рынков сбыта только высокое качество продукции и услуг определяет конечный успех бизнеса.

В качестве примера и объекта исследования рассмотрим анализ и оценку системы управления качеством на предприятии ТОО «Октеракт», которое осуществляет производство оборудования и изделий, а также оказывает услуги в сфере их монтажа для предприятий горно-обогатительной промышленности с использованием широкого спектра материалов, в частности полиуретановых эластомеров [4, с. 75].

Основные виды производимой продукции и перечень оказываемых услуг ТОО «Октеракт» отражены наглядно на рис. 1.



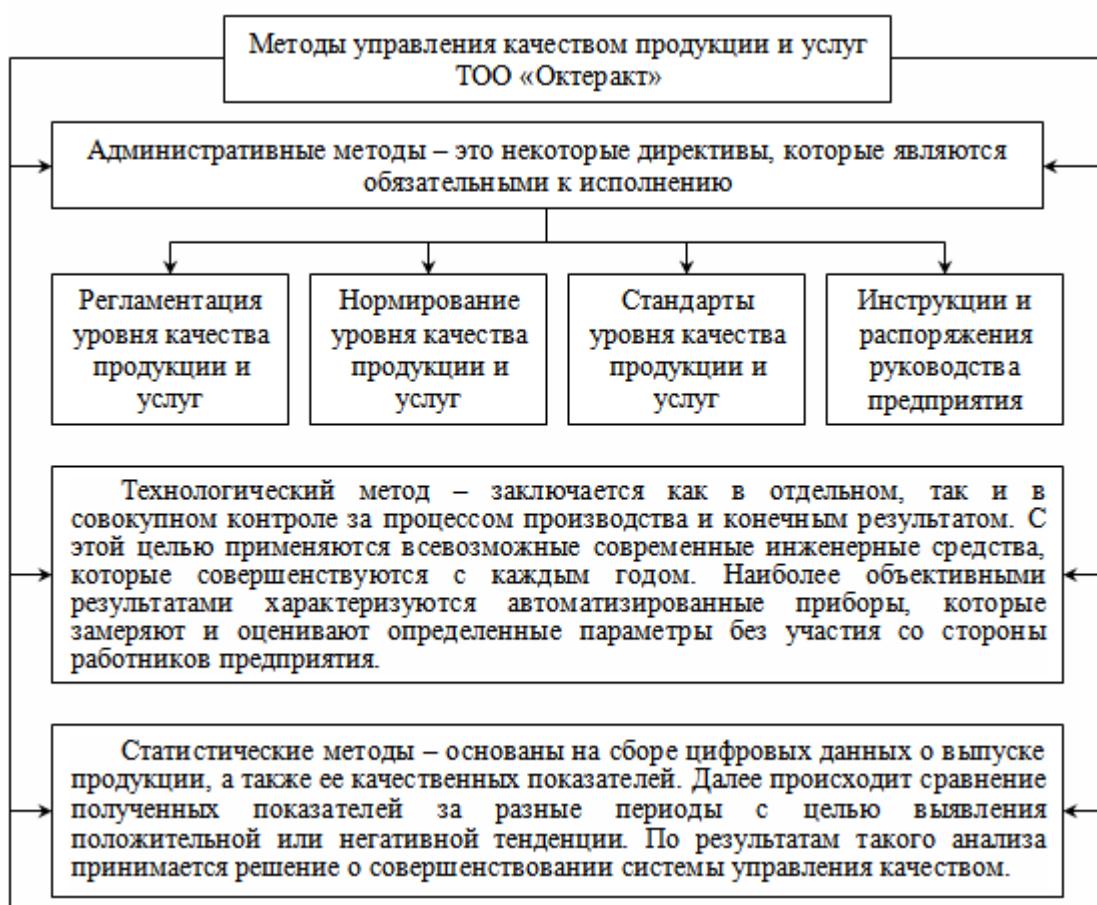


Рис. 1. Основные виды и направления деятельности ТОО «Октеракт»

В перечень технических услуг ТОО «Октеракт» входят:

- доставка, монтаж и настройка оборудования и инженерных систем;
- консалтинг в области правил эксплуатации и обслуживания оборудования и инженерных систем;
- услуги экспертов различного профиля;
- техническое сопровождение и поддержка;
- консалтинг и обучение специалистов [5, с.126].

Основные методы системы управления качеством продукции и услуг ТОО «Октеракт» отражены наглядно на рис. 2.



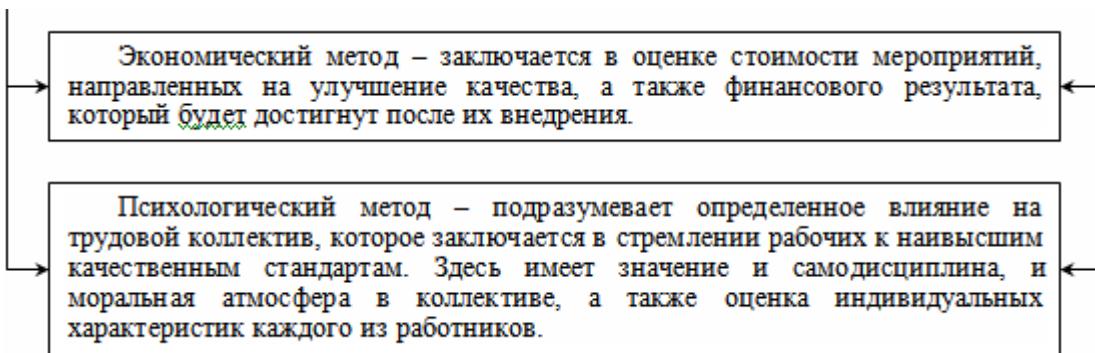


Рис. 2. Методы управления качеством продукции и услуг ТОО «Октеракт»

ТОО «Октеракт» предлагает широчайший спектр собственного и импортного оборудования и технологий. В рамках оказываемых услуг предприятиям горнодобывающей промышленности специалисты ТОО «Октеракт» проводят исследования, осуществляют услуги проектирования и инжиниринг, а также другие работы в рамках реализации проектов горнодобывающей промышленности.

Важно понимать, что качество продукции и услуг – представляет собой очень распространенное и ёмкое понятие, которое может отражать самые разные нюансы и аспекты оценки и контроля. Именно от выбранного подхода и чётко прописанных критерии оценки качества зависит спектр методов, используемых в процессе оценки качества.

Необходимо отметить, что руководство и менеджеры среднего звена ТОО «Октеракт» обладают достаточно большим опытом в сфере управления качеством продукции и услуг предприятия и активно используют как комплексный подход к использованию разных методов на разных участках, так и индивидуальный подход к каждой производственной операции и в рамках каждого бизнес-процесса.

Важно отметить, что функции управления качеством ТОО «Октеракт» в целом совпадают с функциями системы управления организацией.

На данном этапе исследования необходимо выявить основные бизнес-процессы управления качеством производства продукции и услуг и осуществить их привязку к центрам ответственности в рамках системы управления качеством ТОО «Октеракт».

Основные бизнес-процессы системы управления качеством продукции и услуг предприятия наглядно представлены на рис. 3.

Субъектами управления повышением качества в рамках деятельности большинства предприятий зачастую выступают уполномоченные квалифицированные специалисты и службы корпоративного контроля, которые реализуют контроль качества на разных уровнях производства и управления [6, с. 161].

Управление качеством проектирования ТОО «Октеракт» предполагает всесторонний охват всех функций управления, которые в свою очередь, обеспечивают обратный эффект и определяют политику в сфере обеспечения качеством, и осуществляются посредством совокупности процедур наблюдения, анализа и контроля качества производимой продукции и оказываемых услуг [3, с. 126].

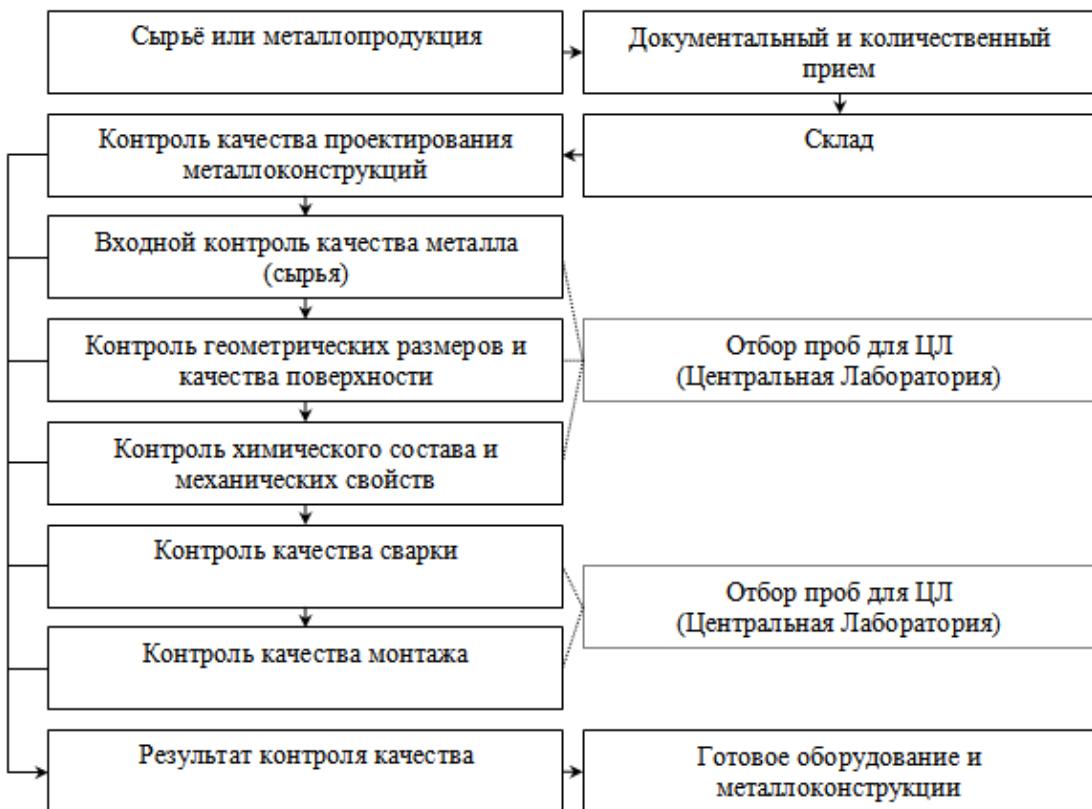


Рис. 3. Основные бизнес-процессы системы управления качеством продукции ТОО «Октеракт»

Таким образом, в процессе исследования выделены 6 основных бизнес-процессов контроля качества продукции и услуг ТОО «Октеракт».

Центры ответственности системы управления качеством и бизнес-процессы, лежащие в зоне ответственности должностных лиц ТОО «Октеракт» отражены наглядно на рисунке 4

Отметим, что каждое должностное лицо (центр ответственности) осуществляет деятельность строго в согласии с инструкцией, утвержденной при создании предприятия и зафиксированной в уставных документах ТОО «Октеракт».

Оценку системы управления качеством продукции и услуг целесообразно осуществить в два этапа:

- 1) экспертная оценка качества продукции и услуг организации;
- 2) оценка эффективности системы управления качеством продукции и услуг организации [6, с. 161].

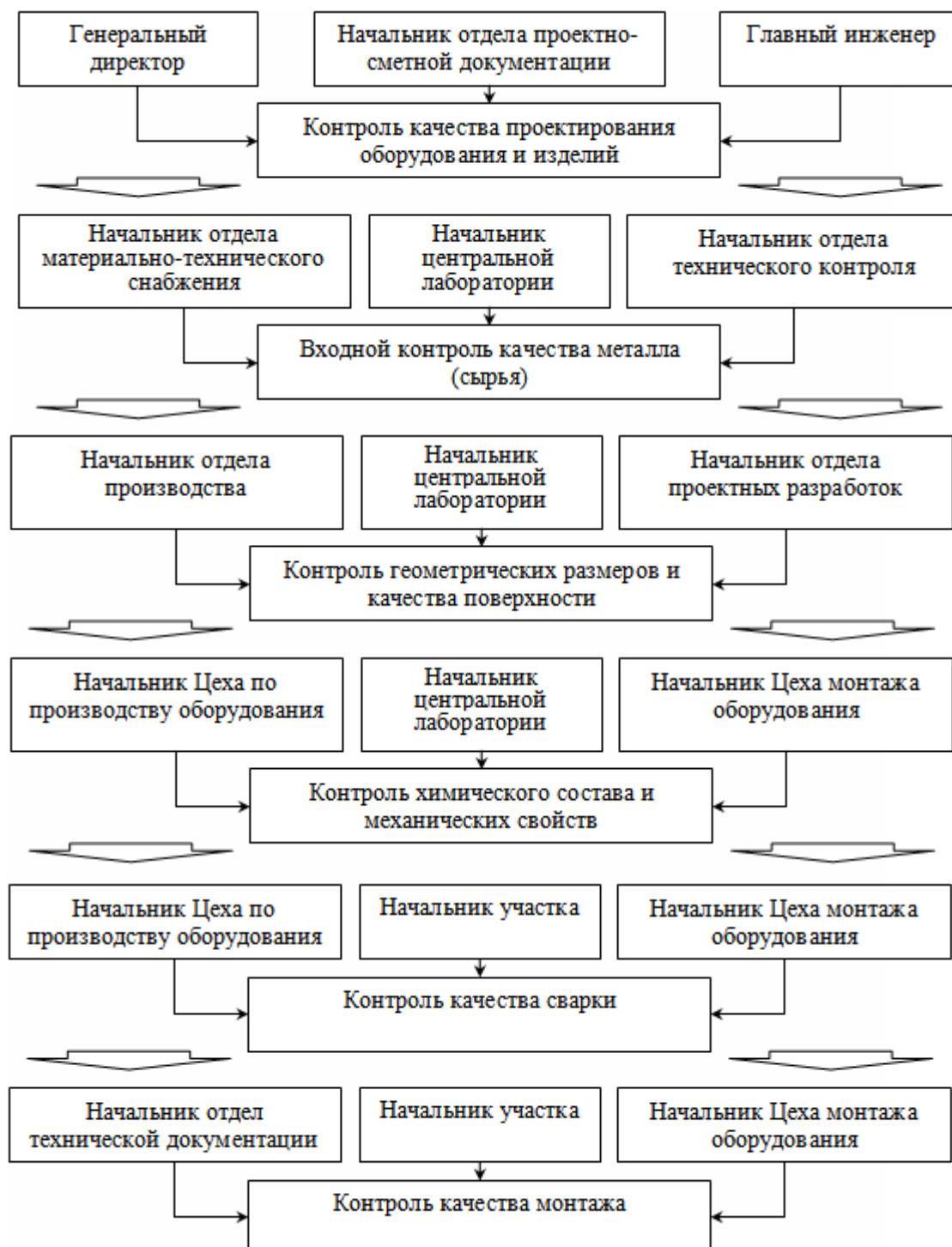


Рис. 4. Центры ответственности системы управления качеством продукции и услуг ТОО «Октеракт»

В качестве основной методики исследования использован опрос экспертов, в ходе которого, были заполнены формуляры и дана оценка в баллах по пятибалльной шкале по каждому из выбранных критериев [7, с. 109].

Опрос экспертов необходимо провести по каждому бизнес-процессу системы управления качеством продукции и услуг ТОО «Октеракт», в том числе:

- контроль качества проектирования оборудования и изделий;

- входной контроль качества металла (сырья);
- контроль геометрических размеров и качества поверхности;
- контроль химического состава и механических свойств;
- контроль качества сварки;
- контроль качества монтажа [8, с. 82].

С целью обобщения полученных результатов и определения интегрированного коэффициента качества продукции и услуг ТОО «Октеракт», оформляем полученные в результате экспертизы оценки данные в таблицу 1.

Таблица 1. Результаты оценки контроля качества ТОО «Октеракт»

Подсистема управления качеством	Оценка экспертов, балл
Качество проектирования металлоконструкций	4,42
Входной контроль качества металла	4,86
Контроль геометрических размеров и качества поверхности	4,38
Контроль химического состава и механических свойств	2,18
Контроль качества сварки	4,65
Контроль качества монтажа	4,72
Итоговый балл	4,20

Наглядное сопоставление значений экспертных оценок и итоговая оценка – интегрированный коэффициент качества продукции и услуг ТОО «Октеракт» отражено на рис. 5.

На основании результатов анализа можно сделать вывод, согласно которому наиболее высокий рейтинг присужден экспертами бизнес-процессам:

- контроль качества сырья (исходный материал);
- контроль качества монтажа;
- контроль качества сварки металлоконструкций и изделий.

Наиболее отстающим и слабым звеном является контроль химического состава и механических свойств сырья и готовой продукции, который имеет рейтинг 2,18 из 5, поскольку данный этап характеризуется относительной трудоемкостью и научностью и отличается относительно высокой стоимостью процедур оценки качества.

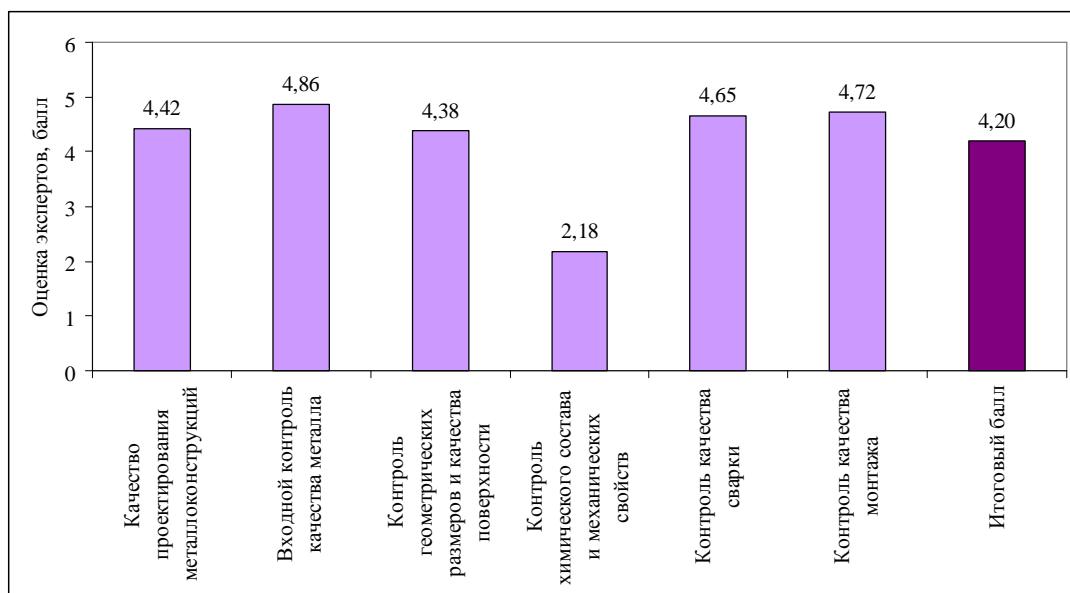


Рис. 5. Результат оценки качества продукции и услуг ТОО «Октеракт»

В целом, уровень эффективности системы контроля и управления качеством ТОО «Октеракт» может быть охарактеризован как относительно высокий и приемлемый. Экспертное значение интегрированного коэффициента качества продукции и услуг соответствует 4,2 баллам по пятибалльной системе.

На заключительном этапе оценки системы управления качеством продукции и услуг ТОО «Октеракт» используем анализ ряда относительных показателей – коэффициентов качества продукции и услуг.

В таблице 2 приводятся расчетные значения коэффициентов качества продукции и услуг ТОО «Октеракт» в период с 2014 по 2016 год.

На основании результатов анализа и оценки системы управления качеством продукции и услуг ТОО «Октеракт» можно сделать вывод, согласно которому за период с 2014 по 2016 год, расчетное значение коэффициент соответствия продукции и услуг рыночным требованиям сократилось с 0,073 до 0,066.

Среди прочих показателей оценки системы управления качеством продукции и услуг ТОО «Октеракт»: расчетная величина коэффициента соответствия продукции и услуг международным стандартам качества повысилась с 0,492 до 0,554.

Таблица 2. Оценка системы управления качеством ТОО «Октеракт»

Наименование показателей	Значение за период			Изменение за период	
	2014 год	2015 год	2016 год	Отклонение (-, +)	Прирост, %
1	2	3	4	5	6
Объём производства продукции и услуг, не соответствующий требованиям рынка и условиям заказчика, тыс.тенге	2699,60	3443,80	3011,11	311,51	11,54
Объём производства продукции и услуг, полностью соответствующим мировым стандартам качества, тыс.тенге	18282,74	21641,54	25300,18	7017,44	38,38
Объём производства продукции и услуг с привлечением экспортного сырья, оборудования и технологий, тыс.тенге	8520,64	10570,50	13481,21	4960,57	58,22
Объём брака в процессе производства продукции и услуг, тыс.тенге	2004,60	2089,67	1887,91	-116,69	-5,82
Объём продукции и изделий, возвращённых заказчиками на доработку, тыс.тенге	3924,02	4163,65	40718,93	36794,91	937,68
Объём производства и реализации продукции и услуг, тыс.тенге	37180,44	42468,38	45689,46	8509,02	22,89
Коэффициент соответствия продукции и услуг рыночным требованиям	0,073	0,081	0,066	-0,007	-9,23
Коэффициент соответствия продукции и услуг международным стандартам качества	0,492	0,510	0,554	0,062	12,61
Коэффициент использования экспортной продукции и сы-	0,229	0,249	0,295	0,066	28,75

рья в производстве					
Коэффициент брака	0,054	0,049	0,041	-0,013	-23,36
Коэффициент возврата продукции и изделий на доработку	0,106	0,098	0,891	0,786	744,43

И, наконец, расчетное значение коэффициента использования экспортной продукции и сырья в производстве ТОО «Октеракт» возросло с 0,229 до 0,295; значение коэффициента брака снизилось с 0,054 до 0,041; расчетный показатель коэффициента возврата продукции и изделий на доработку возрос с 0,106 до 0,891.

В процессе анализа эффективности системы управления качеством продукции и услуг ТОО «Октеракт» был выявлен ряд недочетов, в частности, сложность взаимодействия и наличие противоречий между политикой маркетинга и функциями системы управления качеством предприятия. Несмотря на приоритет повышения показателей доходности и необходимость повышения эффективности деятельности, руководство предприятия соблюдает все нормативы и требования потребителей и заказчиков в сфере соблюдения стандартов качества продукции и услуг. Кроме того, в процессе анализа было выявлено, что непрерывный контроль качества на каждом этапе производственного процесса на сегодняшний день затруднителен (низкая эффективность контроля химического состава и механических свойств сырья и готовой продукции – коэффициент равен 2,18). И, наконец, существенным недостатком в системе управления качеством продукции и услуг ТОО «Октеракт» является недостаток высококвалифицированных специалистов, владеющих технологиями контроля качества, а также обладающих опытом в сфере совершенствования качества продукции и услуг, предназначенных на удовлетворение нужд предприятий горнодобывающей промышленности.

В качестве мероприятий, способствующих повышению эффективности системы управления качеством ТОО «Октеракт», целесообразно рассмотреть ряд приоритетных направлений совершенствования системы управления качеством предприятия:

1) адаптация используемых на предприятии стандартов качества к международным стандартам качества;

2) модернизация производства и внедрение в производственный процесс ТОО «Октеракт» инновационного оборудования с целью производства изделий и оборудования более высокого качества;

3) повышение квалификации персонала в сфере управления качеством продукции и услуг предприятия.

Наиболее приоритетным направлением развития является адаптация специалистов ТОО «Октеракт», ответственных за уровень качества продукции и услуг предприятия к международным стандартам качества.

Целью планирования процессов управления качеством продукции и услуг, согласно положениям Международных стандартов качества, служит регламент, определение и согласование требований к качеству проектируемой и реализуемой продукции, а также аспекты реализации указанных требований на всех стадиях и этапах оказания услуг в горнодобывающей промышленности.

Важно отметить, что адаптация системы управления качеством продукции и услуг ТОО «Октеракт» к международным стандартам качества обеспечит предприятию возможность выхода на международные рынки для дальнейшего совершенствования системы управления качеством и повышения качества производимой продукции и оказываемых услуг, а также для обмена опытом и освоения новых, в том числе инновационных, технологий производства изделий и оборудования для горнодобывающей промышленности.

Таким образом, адаптация системы управления качеством продукции и услуг ТОО «Октеракт» к международным стандартам качества будет способствовать повышению

конкурентоспособности организации, а также способствовать оптимизации расходов на функционирование и повышению эффективности системы управления качеством ТОО «Октеракт» как в ближайшем будущем, так и в долгосрочной перспективе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Басовский Л.Е. Управление качеством: Учебник / Л.Е. Басовский, В.Б. Протасьев. – М.: ИНФРА-М, 2011.
2. Иванов Н.М., Колупаева С.Р., Кочетков Г.Б. США: управление наукой и нововведениями. - М.: «Наука», 2012.
3. Инновационный менеджмент: Справ. пособие / под ред. П.Н. Завлина, А.К. Казанцева, Л.И. Миндели. Изд. 2-е, переработ. и доп. - М., ЦИСН, 2012.
4. Инструкция по заполнению формы федерального государственного статистического наблюдения за технологическими инновациями предприятия.
5. Квитко А.В. Управление качеством: Учебное пособие. - М.: МГУЭСиИ, 2012.
6. Мазур И.И. Управление качеством: Учеб. пособие / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро. - М., 2013.
7. Мишин В.М. Управление качеством: Учебник. - М., 2015.
8. Завлин П.Н., Васильев А.В. Оценка эффективности инноваций. – СПб.: Издательский дом «бизнес-пресса», 2011.

УДК 379.831

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В КАЗАХСТАНЕ

Волохов А.И., Калиева А.Е.

Сведения об авторах. Волохов Александр Игоревич – студент специальности «Туризм» Казахстанско-Американского свободного университета; Калиева Арайлым Ериковна – магистр экономических наук, преподаватель Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. В статье рассматривается перспектива развития одного из основных сегментов сферы туризма, индустрия общественного питания в Республике Казахстан, в частности, в Восточно-Казахстанской области. Представлена динамика развития общественного питания за 2012-2016 гг. Выявлены особенности рынка Казахстана, в сравнении с западными странами. Рассмотрены отдельные регионы и их особенности в данном сегменте. Также рассмотрены наиболее востребованные направления в данной сфере.

Ключевые слова. Сфера общественного питания, перспектива развития, специфика рынка услуг, деловой туризм, окупаемость, сегменты заведений общественного питания, негативное влияние, уровень развития, цена-качество, инвестиции.

Авторларды туралы мәліметтер. Волохов Александр Игоревич – Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Туризм» мамандығының студенті, Калиева Арайлым Ериковна – экономика ғылымдарының магистрі, Қазақстан-Американдық еркін университетінің оқытушысы.

Аннотация. Макалада туризм саласының негізгі сегменттерінің бірі тамақтану саласы қарастырылған, соның ішінде Қазақстан Республикасындағы Шығыс Қазақстан облысындағы қоғамдық тамақтану индустриясы қарастырылады. 2012-2016 ж.ж.-дағы тамақтану саласының даму динамикасы көлтірілген. Берілген сегменттегі жеке аймактар мен олардың дамуына талдау жасалған. Сондай-ақ айтылып отырған саладағы неғұрлым талап етілетін бағыттар да қарастырылған.

Түйін сөздер. Қоғамдық тамақтану саласы, даму болашағы, қызмет көрсетті нарығының ерекшеліктері, іскери туризм, өтімділік, қоғамдық тамақтану орындарының сегменттері, теріс әсер, даму деңгейі, баға - сапа, инвестициялар.

Information about authors. Volokhov Alexander - a student of the specialty "Tourism" of Kazakhstan-American Free University, - Kaliyeva Araiym - a master of economic sciences, a teacher of Ka-

zakh-American Free University.

Annotation. The article considers the perspective of development of one of the main segments of the tourism industry, the public catering industry in the Republic of Kazakhstan, in particular, in the East Kazakhstan region. Dynamics of development of public catering for 2012-2016 are presented. The peculiarities of the market of Kazakhstan in comparison with the western countries are revealed. Some regions and their features in this segment are considered. The most popular areas in this sphere are considered as well.

Keywords. The sphere of public catering, the prospect of development, the specifics of the services market, business tourism, payback, segments of public catering establishments, negative influence, level of development, price and quality, investments.

В настоящее время в нашей стране наблюдается интенсивное развитие сферы общественного питания. Этот процесс затрагивает почти каждого, поскольку потребителями услуг общественного питания в значительной степени являются все жители и гости города. Современная жизнь немыслима без отдыха в уютном кафе или ресторане. Сотрудники многих предприятий и организаций пользуются услугами ресторанов, кафе, буфетов во время рабочего дня. В последние годы все большее количество людей выбирает в качестве места проведения банкетов по случаю каких-либо торжественных мероприятий рестораны различного уровня и класса.

Доля услуг торговли, в которую входит и сфера общественного питания, в общем объеме ВВП Республики Казахстан в 2016 году составила 13,2%.

Предприятия общественного питания стремительно развиваются и опережают в динамике своего роста многие другие отрасли экономики Казахстана. Срок окупаемости инвестиций в этом сегменте в среднем составляет 3-4 года.

Особое место в системе общественного питания занимают рестораны. Ресторанный бизнес – это специфический вид деятельности, способствующий не только удовлетворению потребностей населения в качественном питании, но и обеспечивающий качественное обслуживание клиентов, удовлетворяя их эмоциональные и эстетические потребности, создавая тем самым лучшие условия для проведения досуга.

Ресторанный бизнес - одна из немногих сфер отечественной экономики, в которой практически с самого начала экономических реформ в полной мере проявились рыночные отношения, и сегодня, спустя десятилетие, это наиболее динамично развивающийся и высокодоходный, следовательно, перспективный для инвестиций и привлекательный для предпринимателей сегмент.

Во многом развитие ресторанных бизнеса в современном Казахстане происходило стохастически, методом проб и ошибок, а научные методы организации и управления отечественными предпринимателями по ряду причин практически не были востребованы. Однако в посткризисный период ситуация коренным образом изменилась: на рынке ресторанных услуг возникла реальная конкуренция, а потребитель стал более искушенным, что поставило перед менеджментом предприятий этой сферы услуг целый ряд новых задач, таких, как необходимость повышения эффективности производства, укрепление конкурентной позиции.

Деятельность ресторанов в Казахстане за годы становления рыночной экономики также подверглась значительным изменениям. Рост уровня жизни населения повлиял на повышение спроса на услуги сферы культурно - досугового характера, что способствовало увеличению количества кафе, ресторанов,очных клубов.

О развитии сферы общественного питания в последние годы свидетельствует динамика объема услуг предприятий данной сферы. Так, например, только за период с 2008 по 2016 гг. объем услуг предприятий общественного питания возрос в 3,8 раза, значительно опережая темпы роста объемов производства в других сферах экономической деятельности.

Определенное негативное влияние на развитие сферы общественного питания оказал глобальный финансовый и экономический кризис. В целом по республике это влияние проявилось в снижении темпов роста объема услуг. В 2016 г. объем услуг по сравне-

нию с 2010 г. возрос только на 8%. В отдельных регионах наблюдалось даже абсолютное сокращение данного показателя.

Рассматривая динамику развития сети предприятий питания в РК за 2008-2016 гг. можно отметить, что в структуре предприятий общественного питания наиболее динамичный рост их количества за исследуемый период приходится на столовые (в 4,1 раза). Несколько более низкими темпами росло число кафе и баров, а также ресторанов.

Структура отечественных предприятий питания резко отличается от развитых европейских стран, в которых сфера общественного питания состоит, в основном, из ресторанов и кафе. В Казахстане по данным официальной статистики, в структуре предприятий общественного питания доля ресторанов занимает всего лишь 4,5%, кафе, баров – 50%, а столовых – 44,5%.

Развитие ресторанных бизнеса в значительной мере зависит от регионального фактора. Наибольшее количество ресторанов зафиксировано в г. Алматы (246), г. Астане (152) и в Южно-Казахстанской области (108). Наряду с этим, в Костанайской области в этот период работали 21 ресторанов, Жамбылской – 27, Акмолинской – 36, Западно-Казахстанской области – 24.

Лидер Республики по количеству ресторанов, столовых,очных клубов или кофеен, безусловно, г. Алматы. В самом крупном городе Республики с советских времен сохранилась развитая система общественного питания с соответствующей инфраструктурой, квалифицированными кадрами и устойчивой традицией питания вне дома.

Уровень сервиса в г. Алматы до сих пор остается высоким по качеству и разнообразным по содержанию, по сравнению с другими регионами.

В столице Казахстана, городе Астана, развитие отрасли питания в этот за последние годы идет бурными темпами. Доля предприятий общественного питания г. Астаны в общем объеме составляет 5,1%, сети ресторанов составляет 14,5% и посадочных мест 14,9%.

Значительный интерес для инвесторов представляют регионы высокой плотности населения (юг Республики, г. Шымкент) или высокого уровня доходов (нефтедобывающий запад – Актау, Атырау, Актюбинск). На многолюдном, плотно населенном юге сильны традиции восточного питания, много мелких закусочных, частных шашлычных, которые содержат члены одной семьи.

В западных областях ситуация обстоит противоположным образом, уровень дохода значительный, в связи с нефтедобывающей и перерабатывающей спецификой региона, а плотность населения довольно низкая.

Анализ показал, что уровень развития ресторанных бизнеса в других регионах Казахстана низкий, а точки общественного питания г. Астаны чаще всего копируют алматинские. Что касается качества сервиса, то основная проблема заключается в относительно низкой конкуренции на этом рынке.

Важным фактором, влияющим на развитие ресторанных бизнеса в Казахстане, является деловой туризм, казахстанские бизнесмены по опыту развитых стран предпочитают проводить деловые переговоры за ужином или ланчем в ресторане.

Развитие ресторанных бизнеса также имеет большое значение для создания и модернизации туристской инфраструктуры региона. По мнению большинства исследователей, основным фактором, сдерживающим развитие въездного туризма в Казахстан, является отсутствие индустрии туризма и гостеприимства, отвечающей современным международным стандартам.

Поэтому в настоящее время имеется необходимость в исследовании вопросов управления на предприятиях питания, а также в разработке предпринимательских решений в ресторанном бизнесе. Планирование развития является одним из важнейших элементов управления предпринимательской структурой, деятельность которой характеризуется высоким уровнем инноваций, высокой степенью риска и умением адаптироваться к быстроменяющимся внешним условиям.

В последние годы все большее внимание уделяется развитию информационных технологий. В связи с этим актуальной задачей для предпринимателей и менеджеров среднего звена становится внедрение автоматизированных систем управления в производственный процесс.

Ресторанная отрасль, как и другие сферы, подверженные влиянию девальвации, испытывает тревожное падение сразу по нескольким пунктам. Эксперты отмечают, что посещаемость многих заведений за полгода упала на 35-40%, а средний чек понизился на 20%. Как переживают такие изменения участники рынка, какие форматы ресторанов не выдержали конкуренции, а какие, напротив, движутся в сторону процветания?

Эксперты отмечают, что колебания валютных курсов и стремление потребителей к экономии средств, в первую очередь, отразились на прибыльности ресторанов. Буквально за несколько месяцев им пришлось менять концепцию, оптимизировать свои бизнес-процессы, понижать цены, а то и вовсе разрабатывать антикризисное меню. Но, несмотря на все трудности, рестораторы не унывают, а новые места премиум-класса появляются с завидной регулярностью.

Культура потребления еды вне дома уже достаточно сильно закрепилась у нас, особенно, если мы говорим об Алматы и Астане. Этому способствует и развитие ресторанных рынка Казахстана в целом, и различные внешние и внутренние факторы, которые влияют на наш распорядок дня: мы уже привыкли завтракать в кофейнях, проводить деловые встречи в обеденное время или просто ужинать с друзьями в любимом заведении. Поэтому сейчас рестораторы не могут обойтись только хорошей и доступной едой. Время диктует свои тренды – необходимо вкладывать в процесс потребления пищи некую "ценность" для Гостя, разрабатывать более детально концепт заведения – начиная от интерьера, заканчивая тематическими блюдами, музыкой, аромамаркетингом и другими составляющими, которые формируют атмосферу и общее восприятие.

На сегодняшний день в Усть-Каменогорске работает около 47 ресторанов, нацеленных на различную кухню, и на любой кошелек. Все эти рестораны предлагают различный набор услуг, какой-то больше, какой-то меньше.

Таблица 1. Перечень ресторанов и список предоставляемых услуг г. Усть-Каменогорска

Название ресторана	Кухни	Список услуг	Меню	Персонал
BARCELONA	европейская, казахская	Живая музыка, банкеты, парковка, Wi-Fi, бильярд	Меню на: русском	Официанты говорят на: русском, казахском
Барбапис	Европейская, Казахская, Узбекская, Уйгурская	Wi-Fi, Парковка, фоновая музыка,	Меню на: русском	Официанты говорят на: русском, казахском
Ресторанный двор Восток Запад	Европейская, Японская, Итальянская, Восточная, Роллы, Суши, Пицца, Паста, Шашлык	3 зала и летняя веранда 120 мест, есть место для курения, Wi-Fi, парковка на 20 мест, фоновая музыка, живая музыка, дискотека, караоке, кальян, банкеты, просмотр футбольных матчей, Доставка готовых блюд	Меню на: русском, казахском, английском	Официанты говорят на: русском, казахском, английском
Жар Жар	Европейская, Казахская	есть место для курения, Парковка, фоновая му-	На русском	Официанты говорят на: рус-

		зыка, банкеты,		ском, казахском
Золотая рыбка	Европейская, Казахская, Смешанная	залы для курящих и не курящих, Парковка, живая музыка,	На русском	Официанты говорят на: русском, казахском
Старый Тбилиси	Европейская, Грузинская	Залы для курящих и не курящих, парковка, фоновая и живая музыка	На русском	Официанты говорят на: русском
Султан	Европейская, Китайская	Есть курилка, Wi-Fi, парковка, фоновая музыка, Dj, живая музыка	На русском,	Официанты говорят на: русском, казахском
Той Думан	Казахская	Парковка, фоновая музыка, живая музыка, банкеты	На русском, английском, казахском	Официанты говорят на: русском, казахском
Царица Тамара	грузинская, казахская, Европейская	Wi-Fi, Парковка, фоновая музыка, после 20.00 живая музыка, доставка готовых блюд	на русском, казахском	Официанты говорят на: русском

Все эти рестораны, безусловно, предлагают что-то свое, и каждому есть, что предложить.

Также об этих ресторанах есть отзывы посетителей. В большинстве своем кухня и интерьер, по мнению потребителей, на вполне хорошем уровне. Менее всего посетителям нравилось обслуживание. Посетители жаловались на то, что их медленно обслуживали, или во время банкетов на столах были не те блюда, или блюда подавались с большой задержкой и посетители ели блюда остывшими.

Наиболее уютным из этих списков гражданам нашего города нравится ресторан «Жар Жар»: посетители довольно тепло отзываются об этом ресторане. По мнению посетителей, в ресторане уютно, как у себя дома, они положительно отзываются об обслуживании, так же они оценили и кухню в позитивном ключе. Те посетители кто проводили банкеты в данном заведении.

Наиболее богатый в плане услуг и разнообразности меню - «Ресторанный двор Восток-Запад». Данный ресторан открылся сравнительно недавно, но больше - не всегда лучше, в плане разнообразности услуг этот ресторан на первом месте среди ресторанов.

Об остальных ресторанах сложилось впечатление, что у них примерно одинаковый перечень услуг, у них схожая кухня. В основном разница в цене, но, в общем и целом, рестораны очень похоже друг на друга.

В качестве заключения отметим, что динамично развивающаяся отрасль, одна из наиболее гибких сфер экономики. Тем не менее, имеются специфические трудности, которые есть в любой сфере бизнеса. Данный сегмент рынка не перенасыщен качественным предложением. Большинство заведений закрывается практически сразу после открытия, возможно, потому, что предприниматель не рассчитал свои силы и уходит с рынка.

Соотношение цены - качества спорное, большинство заведений либо копируют зарубежные заведения, либо же заведение прибыло из-за рубежа как многие заведения fast-food. Сфере питания есть, куда двигаться, имея опыт зарубежных заведений. На сегодняшний день питание вне дома является частью повседневной жизни. Все возможные переговоры в ресторане, посиделки с друзьями после работы и многое другое. Человек хочет есть постоянно, поэтому индустрия питания последней ощущает на себе влияние кризиса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ресторанный рынок Казахстана [Электронный ресурс].//Сайт Капитал центр деловой

- информации <https://kapital.kz/business>
2. Анализ развития внутренней торговли (розничной, оптовой) и общественного питания Республики Казахстан. <http://palata.kz/uploads/content>
 3. Как выживает ресторанный бизнес в период кризиса //Сайт последние новости Казахстана и мира на сегодня: прогнозы, аналитика, политика. <http://www.kursiv.kz/news>
 4. Усть-Каменогорск: Рестораны и кафе. Каталог гостиниц, ресторанов, такси, зон отдыха в Казахстане. <https://realkz.com>

УДК 334

КӘСПОРЫНДАРДА КӨТЕРМЕ САУДА КОММЕРЦИЯЛЫҚ ҚЫЗМЕТТІ ҰЙЫМДАСТЫРУДЫҢ ЕРЕКШЕЛІГІ

Ожекенева Б.Д.

Авторлары туралы мәліметтер. Ожекенева Бакыт Давлетчановна – Қазақстан-Американдық еркін университеті колledgeнің экономикалық пәндер оқытушысы.

Аннотация. Мақалада көтерме сауда - тауар айналымының алғашқы сатысы ретінде қарастырылған. Өндіріс құрал-жабдықтарымен көтерме сауда жасау тұтыну тауарларымен көтерме сауда жасаудан үйімдік тұрғыдан өзгеше болып, айналыстың ерекше саласын – материалдық-техникалық жабдықтауды құрады. Нарықтық экономика жағдайында көтерме сауда өнеркәсіп орындары, шаруашылық жүргізуі субъектілер мен көтерме сауда кәсіпорындарының арасындағы және көтерме сауда кәсіпорындарының өз арасындағы делдалдық буынға айналды. Қазақстанда шикізат, материалдар, қарапайым жабдықтар көтерме сауда фирмалары арқылы сатылады. Ал, арнайы қызмет көрсетуді қажет етегін зауыт қондырылары, технология желілер өндіруші кәсіпорындар арасындағы тікелей байланыстар негізінде өткізіледі.

Түйін сөздер. Көтерме сауда, көтерме өтім, маркетинг, ассортимент, тасымалдау, тәуекел, интеграция, тауар, табыс, жарнама

Сведения об авторе. Ожекенева Бакыт Давлетчановна – преподаватель экономических дисциплин колледжа Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. Политическая, экономическая и социальная жизнь Республики Казахстан коренным образом повлияла на изменения в экономическом рассмотрении новых путей развития предприятий. Экономическая эффективность предприятия, в первую очередь, зависит от получения максимальной прибыли от продажи товаров и услуг. Один из путей успешного развития предприятия - это формирование системы маркетинга. В настоящее время система продаж на предприятиях должна включать все аспекты планирования, организации и управления. Эта ситуация соответствует современным представлениям о роли и значимости продукта. На самом деле, для эффективного управления предприятием необходимо разработать единое и последовательное направление, которое включает в себя современный маркетинг. Оптовая торговля - один из хороших способов продать свой товар за короткие сроки, это купля-продажа товаров. В статье рассматриваются указанные вопросы.

Ключевые слова. Оптовая торговля, оптовый сбыт, маркетинг, ассортимент, транспортировка, риск, интеграция, товар, прибыль, реклама.

About the author. Ozhekeneva Bakyt - teacher of economic disciplines of the college of Kazakh-American Free University.

Annotation. The political, economic and social life of the Republic of Kazakhstan has fundamentally affected the changes in economic considerations of new ways of enterprise development. The economic efficiency of an enterprise, first of all, depends on obtaining maximum profit from the sale of goods and services. One of the ways of successful development of an enterprise is the formation of a marketing system. At present, the sales system in enterprises should include all aspects of planning, organization and management. This situation corresponds to the current understanding of the importance of the product. In fact, for effective management of the enterprise, it is necessary to develop a single and consistent direction, which includes modern marketing. Wholesale trading is one of the good ways to sell your goods for a short time, this is the purchase and sale of goods. In the article these questions are con-

sidered.

Keywords. Wholesale trade, wholesale marketing, marketing, assortment, transportation, risk, integration, product, profit, advertising.

Қазақстан Республикасының саяси, экономикалық және қоғамдық өмірінде өтіп жатқан іргелі өзгерістер кәсіпорындардың шаруашылық іскерліктің жаңа жолдарын қарастырумен қатар, экономикалық тиімділікті қамтамасыз етуде бірқатар маңызды мәселелердің шешімін табуын талап етеді. Солардың бірі ретінде маркетинг жүйесінің қалыптасуын атап өтуге болады. Бұл үшін осы жүйе қызметін талдау және өнімді өткізу қәсіпорынның өндірістік - өткізу қызметінде қолдану технологиясын әзірлеген жөн.

Қазіргі кезде өнімді өткізу қәсіпорындардың шаруашылық қызметін жоспарлау, өндірісті ұйымдастыру мен басқарудың барлық жақтарын қамтуы тиіс. Бұл жағдай осы заманғы өнім өткізу үшін ролі мен маңызы туралы көзқарастарға сәйкес келеді. Шындығында кәсіпорын тиімді қызметін басқару үшін қазіргі замандағы маркетинг біртұтас және жүйелі бағытта дамуы қажет, бірақ мұндай бағыт әзірге жузеге асырыла қойған жоқ.

Кәсіпорындардың өткізу қызметіне жүргізілген талдау, нақты мақсаттарға іс жүзінде қол жеткізу үшін оның жекелеген бөлшектерінің маркетингтік шаралар турінде қолданылатындығын көрсетті. Сонымен қатар, отандық өнеркәсіп орындарындағы маркетинг көп ретте жарнама және өнімді өткізу ісіне бағытталған. Ал тауар саясаты маркетинг қызметінің негізгі құрамдас бөлігі екенін ескере кетсек, онда тауар саясатына тоқталмай айналып өту мүмкін емес.

Көтерме сауда қызметі – тауарларды үлкен көлемде өндірушілерден сатып алып, оларды делдалдарға, қайта өндірушілерге (өнеркәсіп), бөлшектік саудагерлерге, корпоративтік клиенттерге қайта сату. Көтерме сауда түрлері бір - бірінен ассортименттерінің кеңдігіне, тауарларды сактау және жеткізу тәсілдеріне орай ажыратылады. Нарықтық жүйе қатынастарында көтерме кәсіпорындары тәуелді және тәуелсіз делдалдық ұйымдар деп екі топқа бөледі.

Көтерме сауда тауарлар мен қызметтерді сату бойынша кез-келген қызметті білдіреді. Көтерме саудагерлер бөлшек саудагерлерден төмендегі қызметтері бойынша ерекшеленеді:

- көтерме сауда қызметкерлері ынталандыруға, сауда кәсіпорынының орналасқан жеріне аса мән бермейді;
- көтерме сауда қызметкерлері көбінесе кәсіби клиенттермен жұмыс жасайды;
- көтерме сауданың келісім-шарттары бөлшектікten ірі көлемді болып келеді;
- көтерме сауда қызметкерінің сауда ауданы әдетте бөлшек саудагердікімен үлкен болып келеді;
- көтерме және бөлшек сауда қызметкерлерінің құқықтық нормалары мен салық саясаты бір-бірінен ерекшеленеді.

Көтерме сауда қызметі сауда үрдісінің тиімділігін қамтамасыз етеді. Бөлшек өндірушіге шектелген ресурстармен тікелей маркетингті тудырып, ұйымдастыруға мүмкіндік аз. Қажетті капитал көлеміне ие болса да, өндіруші өзінің өндірісін дамытуға бағыттауды жөн көреді. Көтерме сауда қызметкерінің қызмет тиімділігі оның жүргізетін операцияларының көлемділігімен түсіндіріледі.

Көтерме сауда қызметкерлерінің көмегімен келесі қызметтерді атқаруға болады (сурет 1):



Сурет 1. Көтерме сауда қызметтері

Көтерме сауданың соңғы жылдардағы дамуы қазіргі экономикадағы маңызды тенденциялармен туสіндіріледі:

- дайын өнімнің негізгі пайдаланушыларынан алыстағы ірі кәсіпорындарда массалық өндірістің өсімі;
- өндіріс көлемінің нақты тапсырысты орындау үшін емес, жалпы өсімге ие болуы;
- аралық өндірушілер мен тұтынушылар санының өсімі;
- тауарлардың аралық және соңғы тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандау үшін өндіруге бағыттау.

Көтерме сауданың микроэкономикалық талдауы көтерме кәсіпорындарды ішкі үйымдастыру мәселелерін қамтиды.

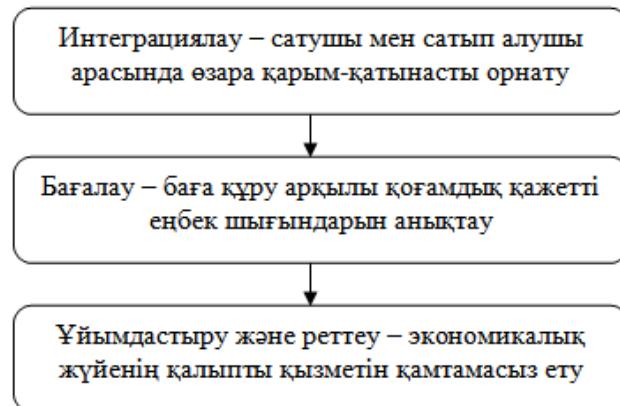
Көтерме сауда нарықтық экономикасы дамыған мемлекеттерде маңызды орын алады, себебі өндірушілер үшін біршама артықшылықтар береді:

- а) тауарлардың сыртқы түрін өзгертпестен жеткізеді;
- б) құжаттардың көп түрлерін толтырудың қажеті жоқ;
- в) өнімді өткізу бойынша шығындар азаяды, себебі көптеген бөлшек сауда қызметкерлерінің орнына жеткізуді ірі көтерме сауда кәсіпорындары жүзеге асырады.

Сонымен, көтерме сауда айналымы өндірістік және сауда кәсіпорындарымен тауарлардың жиынтық көлемін жүзеге асыруды білдіреді.

Көтерме сауданың ролі мен мәні оның қызметтерін толық қарастырған кезде айқындала бастайды.

Макроденгейде көтерме сауда келесі нарықтық қызметтерді аткарады (сурет 2):



Сурет 2. Макроденгейдегі көтерме сауда қызметтері

Көтерме сауданың микроэкономикалық қызметтері төмендегілерді қамтиды:

- территориялардың экономикалық интеграциялануы мен кеңістік үзілісті болдыру мау қызметі;
- өндірістік ассортименттің тауарлық ассортиментке айналу қызметі;
- тауарға деген сұраныстың өзгеруін сақтандыру үшін қорларды қалыптастыру қызметі;
- бағалық реттеу қызметі;
- сақтау қызметі;
- тауарды қажетті сапаға дейін жеткізу қызметі;
- өзінің клиенттерін несиелендіру қызметі;
- нарық пен жарнаманы маркетингтік зерттеу қызметі.

Тауар – өткізумен айналысатын қасіпорын үшін бірінші және ең маңызды элемент.

Тауар саясаты жеке тауар бірліктеріне, тауар ассортиментіне және тауар номенклатурына қатысты өзара келістірлген шешім қабылдауды талап етеді. Фирма клиенттерінің қажет етегін және бәсекелестермен күресте тиімді қару болатын қызметтер кешенін дайындау қажет. Пайда табу үшін әрбір қасіпорын өзіндік тауар шыгару, оның бағасын анықтау, сонымен қатар ол тауармен сыртқы немесе ішкі нарыққа шыгу керек.

Пайдалану мерзімі бойынша тауарлар ұзақ мерзімде және қысқа мерзімде қолданылатын тауарлар деп белгінеді. Қысқа мерзімдегі тауарларды бір немесе бірнеше рет пайдалануға болады. Тұрғын тұтынылуына байланысты тұтыну тауарлары және өндіріске арналған тауарлар деп белгінеді. Тұтыну тауарларына негізгі тұтынушының қолдануы үшін сатып алатын тауарлар жатады.

Әлемде орта есеппен алғанда, сауданың ЖІӨ-дегі үлесі шамамен алғанда, 10%, ал жалпы жұмыспен қамтуда 13% құрайды (Eurostat, US Census деректері). Ресейде сауда үлесі ЖІӨ-нің – 20%, Словенияда – 13%, Нидерландта – 13%, АҚШ-та шамамен 12%, Қытайда 8% құрайды.

Саудада елдің барлық жұмыспен қамтылған халқының 14,8% жұмыс істейді. Бұл ретте, Қазақстанның саудасындағы жұмыспен қамтылған халықтың саны жыл сайын орта есеппен алғанда, 33 мың адамға есу үрдісі бар. Мәселен, егер 2014 жылы саудада жұмыспен қамтылғандардың саны 1 038,5 адамды құраган болса, ол 2016 жылы – 1 170,6 мың адамды құрады, ол бұл сектордагы еңбек өнімділігінің артуын растамайды, өйткені ЖІӨ құрылымындағы сауданың үлесі өзгеріссіз қалды.

Саудадағы жұмыспен қамту көрсеткіші экономикада жұмыспен қамтылған жалпы халықтың 10% құрайтындығы АҚШ-та (15%), Ұлыбританияда (15%), Францияда (13%), Словакияда (19%), Нидерландта (17%), Польшада (15%) және Ресейде (17%) бар екенін атап өту қажет.

Соңғы жылдарды салық түсімдерінің құрылымында үлкен бөлік тау-кен өндіруші өнеркәсіпке тиесілі, оның үлесі 2014 жылы шамамен 52,6% құрады.

Көтерме сауда бөлшек сауданы жүзеге асыру орнын алыс, оқшауланған жерлердің болуы кезінде мамандандырылған немесе аралас дүкендерде, сауда үйлерінде және базарларда жүзеге асырылады.

Қазақстан Республикасы Статистика агенттігінің деректеріне сәйкес 2014 жылы 2010 жылмен салыстырғанда көтерме тауар айналымы (ағымдағы бағада) 127,5%-ға ұлғайып, 6 872,3 млрд. теңгені құраған. 2014 жылы көтерме тауар айналымында азық-тұлік тауарларының үлесі 16,9%, азық-тұлік емес тауарларының үлесі – 83,1% құрады.

Соңғы бес жылда елдің көтерме тауар айналымындағы елеулі үлесті Алматы алады – 3 075,3 млрд. теңге немесе көтерме сауданың жалпы қолемінен 45%. Екінші көрсеткіш Астана қ. бойынша 1 002,5 млрд. теңге (немесе 15%) мөлшерінде, үшінші орында – Қарағанды облысы (495,1 млрд. теңге немесе 7%).

Соңғы бес жыл үшін көтерме сауда қолемдерінің жыл сайынғы өсуінің негұрлым көп пайызы Астанада (64%), ең төмені – Солтүстік Қазақстан облысында (19%) байқалды.

2013 жылы республиканың көтерме сауда құрылымында ең көп үлесті мұнай өндіреу өнімдері – дизель отыны мен автомобиль бензині, сондай-ақ, қара металдар мен астық, яғни, халық тұтыну емес тауарлары мен азық-тұліктік емес тауарлар алды.

Алматы бойынша базар үлесінің және көтерме сауданың өсуінің жоғары көрсеткіштері бұл қаланың айрықша рөлімен түсіндіріледі. Алматы аса ірі автопаркі бар қала (ЖЖМ елеулі тұтыну және автомобилдерді көп сату), сондай-ақ тамақ өнімдерін елеулі бөлігін орналастыру орны (сыра, шарап, ас суын, шырындарды және сүт және кондитер өнімдерін өндіру) болып табылады.

Қолемдерді тең бөлінбеуі себептерінің бірі өзара байланыстардың бұзылуы және көтерме сауда кәсіпорындарында меншікті айналым қаражатының жеткілікті қолемінің болмауы болып табылады, бұл қебінесе ірі өткізу базарларының маңында, яғни өнімді тұтынудың негұрлым көп деңгейі бар өнірлерде тауарлардың үлкен қолемінің шоғырлауына алып келеді.

Қазақстандағы көтерме сауда бүгінгі күні ең алдымен, ЖЖМ, астық, қара металдар, құрылым материалдары сияқты тұтынушылық емес тауарлардағы қажеттілікті қамтамасыз ете отырып, сауданың жеке буыны болып табылады. Көтерме сауда бөлшек саудамен байланыстыруши буын рөлін атқармайды, тауар ағындарын реттегіш функциясын орындаамайды, бұл ондағы айналыстағы тауарлардың құрылымынан көрінеді, мұнда бөлшек саудада өткізілетін тауарлардың түрлері айтартықтай емес.

Сауда өндірушілер мен сауда ұйымдарының өзара іс-қимыл үдерісінде мемлекет тарапынан араласудың төмен деңгейімен ерекшеленеді, бұл атап айтқанда көтерме сауда және дистрибуциялық компанияларды реттеудің жоқтығынан тауарлық позициялардың көпшілігі бойынша бағаны бақылаудың болмауынан көрінеді.

ӘДЕБІЕТТЕР

1. Сауда қызметін реттеу туралы 2004 жылғы 12 сәуірдегі № 544-II Қазақстан Республикасының Заңы (2014.29.12. берілген өзгерістер мен толықтырулармен)
2. 2007 жылдың 21 шілдесіндегі № 303 Мемлекеттік сатып алу туралы заң (2011. 03. 24.берілген өзгерістер мен толықтырулармен)
3. 2007 ж. 12 қаңтардағы № 224-III ҚР Жеке кәсіпкерлік туралы Заңы (2009.20.02. берілген өзгерістер мен толықтырулармен)
4. Жумина Г.Е. Кәсіпорынның тауар қозғалысындағы маркетингтің қызметі // Вестник Каз ГУ. Сер. экономическая. - 2011. - №2-3. - Б. 105-109.
5. Тауарларды жылжытуға тауарлық саясатпен стратегияны қалыптастыру // Халықаралық ғылыми тәжірибелік конференция. «Көлік коммуникациялық кешені да-муының қаржы-экономикалық механизмін жетілдіру». – Алматы, 2011. – 229-231 б. -0,2 б.т.
6. Кәсіпорындардың бәсекелік қабілеттілігін бағалауга арналған көрсеткіштер жүйесін дамыту // АльПари экономикалық журналы.- Алматы, 2012.– №4. 183-188 б. – 0,7 б.т.

УДК 330.3

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ АУЫЛ ШАУАШЫЛЫҒЫНЫҢ ДАМУ ДЕНГЕЙІ

Сандыбаев Е.Е.

Автор туралы мәліметтер. Сандыбаев Ерхат Ерланович – Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Мемлекеттік және жергілікті басқару» мамандығының студенті

Аннотация. Қазақстанның халық шаруашылығының ең негізгі маңызды саласы - ауыл шаруашылығы болып табылады. Оның маңыздылығы - ең алдымен халықты азық-түлік өнімдерімен қамтамасыз ету, ал өндеші өнеркәсіптің қажетті ауыл шаруашылық шикізатымен. Ауыл республика экономикасы дамуындағы маңызды фактор болса, ауыл халқы еліміздің қоғамдық-саяси тұрақтылығының да шешуші факторы болып есептеледі. Республика халқының 40%-ы бүгінде ауылдық жерлерде тұрады. Еліміздің аграрлық саласындағы әлеуметтік-экономикалық жағдайға сүйене отырып, Қазақстандағы аграрлық дағдарыстың негізгі себептеріне: халық шаруашылығы көлемінде агроөнеркәсіп кешеніндеңі ұдайы өндірістің терең үйлеспеушілігі, теңгермешіліктің және өсу резервін, өндірістің шығындылығын жасыруды тудыратын орталықтан табыстарды бөлудің орын алуын, жоғары өнімділікті өндекке ынталылықтың болмауын көрсетеді.

Түйін сөздер. Агроөнеркәсіп кешені, ауыл шаруашылығы, отандық өнім, инвестиция, аграрлық реформа, жаңа технологиялар.

Сведения об авторе. Сандыбаев Ерхат Ерланович – студент специальности «Государственное и местное управление» Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация: В статье рассмотрен уровень развития сельского хозяйства Республики Казахстан, приведены данные развития агропромышленного комплекса, приведены статистические данные агропромышленного комплекса. В Республике Казахстан много возможностей для развития и совершенствования агропромышленного комплекса с учетом природно-климатических, экономических особенностей каждого региона. Агропромышленный комплекс является одним из ключевых рычагов развития социально-экономического состояния страны. Роль сельского хозяйства в экономике страны очень значительна. 40 % экономически активного населения в мире работает в сельском хозяйстве. В настоящее время, в связи с повышением цен на сельскохозяйственную продукцию, вливание капитала в эту отрасль очень актуально. В статье приведены основные проблемы и пути их решения.

Ключевые слова. Агропромышленный комплекс, сельское хозяйство, отечественный продукт, инвестиции, аграрная реформа, новые технологии.

About the author. Sandibaev Erkhat - a student of the specialty "State and Local Administration" of Kazakh-American Free University.

Annotation. The article considers the level of development of agriculture in the Republic of Kazakhstan, presents the development of the agro-industrial complex, and presents statistical data of the agro-industrial complex. In the Republic of Kazakhstan, there are many opportunities for the development and improvement of the agro-industrial complex, taking into account the natural and climatic, economic features of each region. The agro-industrial complex is one of the key levers for the development of the socio-economic state of the country. The role of agriculture in the economy of the country is very significant. 40% of the economically active population in the world works in agriculture. At present, in connection with the increase in prices for agricultural products, the infusion of capital into this industry is very important. The main problems and ways of their solution are given in the article.

Keywords. Agro-industrial complex, agriculture, domestic product, investments, agrarian reform, new technologies.

Республика Президенті Н.Ә. Назарбаев өзінің әлемге белгілі «Қазақстан егеменді мемлекет ретінде қалыптасуы мен дамуының стратегиясы» атты еңбегінде «Барлық стратегиялық басымдылықтардың көш басында агроөнеркәсіп кешенін дамыту, оны дәйекті де батыл реформалау, сондай-ақ тұтыну нарығын өнеркәсіп тауарларымен толтыру шаралары жүретін болады» – деп атап көрсеткен болатын.

ҚР-да агроөнеркәсіп кешенінің барлық салаларын, оның ішінде ауыл шаруашылығын әлеуметтік-экономикалық дамытуға мүмкіндік мол. Егер де осы әлеуетті мүмкіндікті

нарық жағдайында әрбір жекеленген аймақтардың табиги - экономикалық өзгешеліктерін еске ала отырып ауыл шаруашылығының әлеуметтік салаларын дамыта білсек, еліміздің экономикасын бұдан да биік деңгейге көтеруге мүмкіндік жасар едік.

2017 жылы тиісті мемлекеттік қолдау көрсету арқылы агроөнеркәсіптік кешенін тұрақты дамыту жөніндегі шаралар кешенін іске асыру нәтижесінде:

- АӨК салаларын тұрақты дамыту;
- ауыл шаруашылығының жалпы өнім көлемін 2013 жылмен салыстырғанда 2017 жылы 2 есеге ұлғайту;
- жыл сайын ауыл шаруашылығы жалпы өнімінің өндірісін 5 %-ға ұлғайту;
- ауыл шаруашылығында еңбек өнімділігін өсіру;
- отандық өнімнің ұлттық бәсекелік артықшылықтарын дамыту;
- инновациялық технологияларды енгізу арқылы ауыл шаруашылығы өнімін қайта өндеде бойынша қосымша қуаттылыктарды енгізу;
- еліміздің азық-тұлғытік қауіпсіздігі;
- 2017 жылы балық аулауды 350-400 тоннаға дейін ұлғайту;
- ауыл тұрғындарының мақсаттық топтарындағы 3,5%-дық үй шаруашылықтарына шағын несие беру;
- агроөнеркәсіптік кешен салаларының жұмысын басқаруда жогары деңгейге қол жеткізу қамтамасыз етілетін болады [1].

Кез-келген елдің экономикасындағы ауыл шаруашылығының алатын рөлінің көрсеткіші ретінде экономикалық белсенді халықтың ішіндегі ауыл шаруашылығында жұмысбастылық үлесін, сондай-ақ ЖІӨ-нің құрылымындағы ауыл шаруашылығының үлес салмағын қолданады. Элемде жалпы экономикалық белсенді халықтың 40%-ы ауыл шаруашылығында жұмыс істейді, ал бұл шамамен 1,1 млрд. адамды құрайды. Дұние жүзілік банк мәліметтері бойынша, Қазақстанда аграрлық секторын инвестиция жұмсау тиімділігі мұнай өндіруден кейінгі екінші орынды алады. Ауыл шаруашылығы өнімдеріне әлемдік бағалардың өсуіне байланысты, бұл салага капитал құю тартымды болып, келеді. Бұған статистика да куә бола алады. Мысалы, 2011 жылы осы секторға инвестиция тарту 17,3 млрд. теңгені құраса, ал 2016 жылы олар 3 еседен артық, яғни 55,9 млрд. теңгеге дейін өскен.

Негізгі капиталға инвестициялар соңғы жылы 21%-ға өсіп, ауыл шаруашылығы өнімінің жалпы көлемінің өсу қарқыны 17%-ды құрады. Үкіметтің, Ұлттық банктің және экономика мен қаржы аясын тұрақтандыру жөніндегі қаржылық бақылау Агенттігінің бірлескен қызметтік жоспарына сәйкес агроөнеркәсіп кешеніне мол капитал құю жүзеге асырылып жатыр, ал бұл экономиканың көтерілуіне сөзсіз әсер етпек. 2017 жылы 2016 жылмен салыстырғанда ауыл шаруашылығы өнімдерінің жалпы өндірісі 20,7%-ға өсіп, оның құны 1,3 трлн. теңгеге жетпек.

Ағымдағы жылы Қазақстан экономикасын тұрақтандыруға бөлінетін 15 млрд. доллардың басым белігі ауыл шаруашылығы сапасын дамытуға жұмсалады және 18,9 млн. долларды Еуразиялық банк астық экспорттын дамыту мақсатында ұсынбақ. Бұгінгі күні Қазақстанның аграрлық секторына шетел инвесторлары да аса көніл аударуда. Егер бұрын табигат ауа райынан тәуелді, тәуекелді жоба ретінде бұл сала капитал құралы ретінде сирек қарастырылса, ағымдағы жағдайда тاماқ саласы ең бір қажетті, яғни келешегі бар сала ретінде саналып отыр. Біздің аймақтың мүмкіндіктеріне Сауд Араб елдерінің инвесторлары да қызығушылық танытып отыр, олар астық пен мал шаруашылығына байланысты жобаларға ақша салуға дайындықтарын білдірді. Ауыл шаруашылығы климат жағдайларының құбылмалығына байланысты жогары тәуекелді болып келеді. Осылан қарастыран Қазақстан Үкіметі саланы дамытуға ұлken bas tіgіp отыр, себебі қазіргі жағдайда аграрлық сектордың әлеуеті өте салмақты болып отыр. Қазақстанда аграрлық секторға еңбекке қабілетті тұрғындарының 23%-ы жұмыс істейді. Солардың еңбектерінің нәтижесінде біз республиканың жалпы өнімдерінің 25%-ын аламыз. Сонымен қатар біздің елімізде ауыл шаруашылығы мемлекетаралық маңызы бар сала болып табылады. Астық, ет, макта, қант қызылшасы сияқты өндіріс өнімдері Қазақстанмен серіктес елдер арасында

едәуір артықшылық береді.

Бүкіл әлемдік банк тобына кіретін халықаралық қаржы корпорациясы (IFC) таяу екі жылда Қазақстанның агроөнеркәсіптік кешеніне 100 млн доллар құюға ниеттенуде. Ауыл шаруашылығы бойынша IFC сарапшылары дағдарыс кезеңінде ауыл шаруашылығы саласына басымдық беру керек, бұл экономикага жақсы жемісін береді деп есептейді. Ауыл шаруашылығы реформаларының өршіл бағдарламасын мемлекеттік органдар ДСҰ-на кіру жөнінде мәселе көтерілуіне байланысты іске асыра бастады. Мұндай масштабты қарым-қатынастар жүйесіне қатысушы елдің азық-тұлік тәуелсіздігі мен бәсекеге қабілетті болуы тиіс.

Отандық өнімнің дамуын ынталандыру үшін 2014 жылдан бастап мемлекет есебінен фермерлер мен қайта өңдеуші кәсіпорындарға несие бойынша пайыздық мөлшерлеме арзандатылып ауыл шаруашылық техникасы мен қайта өңдеуші жабдықтар алуға лизинг енгізілді. Ауылдың экономикасын көтеру үшін соңғы 10 жылдың ішінде қаржы ресурстарымен бекітілген арнайы бағдарламалар көптеп қабылданады. Осылайша түрлі субсидиялар олардың шығын бөлігін едәуір қысқартпак. Егер жобаның рентабелдігін ескерсек, онда шаруа қожалықтарының іесі үшін шығындар минималды болмақ. Мысалы, элиталы тұқымдар 40%-ға субсидияланады.

Егер оларды өндірумен айналысса, онда мемлекет 40%-дан 100%-ға дейін шығынды өз мойнына алмақ. Аграрлық секторын дамытуға қабілетті шаруашылық субъектілері арасында жобаларды жасауға түрлі бәсеке жарыстар жүргізілуде, женгендеге оларды іске асыруға гранттар бөлінбекші. Жеміс ағаштарын есірумен, минералдық тыңайтқыштар, мал шаруашылығын дамытумен байланысты жобаларға да қолдау көрсетіледі. Көрсетілетін көмек шығынның 40-50%-ын жабуға мүмкіндік береді. Көктемгі егістік және жинау жұмыстарын жүргізуге жанар-жагармай материалдарының құнын төмендетуге Республика бюджетінен жыл сайын қорлар бөлінуде. Соңғы бес жыл ішінде агроөнеркәсіптік кешенін мемлекеттік қолдау көлемі бес есеге өсті [2].

Бізде мамандандырылған банк құру көп уақыттан бері талқылануда. Бірак мұндай коммерциялық мекеменің құрылу ықтималдылығы тек қазіргі қызмет етуші банктердің бірін қайта құру негізінде болып отыр. Қазіргі уақытта логистикалық және өнеркәсіптік жобалармен жүріп жатыр. Қаспий төңірегіндегі нарықтар мен соған жақын жатқан елдермен тығыз сауда ынтымақтастырының стратегиялық маңызды міндеттері шешіліп, Қаспий теңізі арқылы терминалдардың сатып алу және құрылышын салу жөнінде келісіздер жүргізілуде.

Отандық ет өндірісінің сапасы мен бәсекеге қабілетін көтеруге мүмкіндік беретін заманауи жем беру аландарын ұйымдастыру бойынша жобаларды жүзеге асыру жоспары бар. Сондай-ақ түрлі аймақтарда жергілікті өнімдерді қайта өндейтін жаңа өндірістер салу мүмкіндіктері қарастырылада. Жүргізілген реформалар нәтижесінде, біздің еліміз накты жетістіктерге қол жеткізді. Елдің жалпы экспортында мақта (15%), тері және жұм (25%) едәуір үлеске ие. Ауыл шаруашылығының жалпы өнімінің көлемі 2016 жылдың алғашқы жартысында, 2015 жылмен салыстырмалы кезеңге қатынасында 2,7%-ға өсті, бұл нәтиже мал шаруашылығы саласының 3%-ға даму есебінен болды.

Экономика және бюджеттік жоспарлау Министрлігінің акпараты бойынша ағымдағы жылдың жартыжылдығында бидай ұнының экспортты 19,6%-ға өсіп және 924,4 тоннаны құрады. 2016 жылы, өсімдік шаруашылығында барлық түрлерінен жақсы жиналғым алынды. Бункерлік салмақта астықтың жалпы жиыны 22,7 миллионды құрады, бұл 2013 жылдың жиналышынан 5,7 млн тоннаға артық. Биылғы жылы да бұдан кем емес нәтиже күтілуде.

2017 жылы егіс алқаптары 21 млн көлемінде қарастырылып отыр. Жаздық (дәнді дақылдар) 17,8 млн-ға, дәнді дақылдар – 1,6 млн-ға, зәйтүнді 825 мың гектарға егілмек. Алдыңғы жылмен астық дәнді дақылдар мен жем дақылдары сәйкесінше 0,4 млн га және 0,8 млн га-ға артпақ. Қант қызылшасы үшін ағымдағы жылы егіс алқабы 16 мың га-ға қысқарды. Құнбағыс алқабын 43 мың гектарға, сондай-ақ рапс пен мақсатының қысқарту есебінен тамыр дақылдарын 81 мың гектарға азайтты.

Ағымдағы жылдағы егіс көлемдерінің осынша қысқаруына қарамастан зығыр, картоп және мақта сияқты дақылдар, сондай-ақ мал шаруашылығы бойынша елде 3-7%-га жылдық есімге келешекте жоспар құрылған. Дегенмен мал шаруашылығы үшін мұндай есім тиімді емес екенін айта керек. Ет өндірісі ұзақ жылдар бойы Қазақстанның ұлт дәстүрлі қызмет түріне айналды. Ал тыңды игеру жылдарында жайылым жерлердің жетіспеушілігінен еліміз зардап шекті, бұрынғы қолда бар базарларды сол күйі қалпына келтіре алмады. Соңғы жылдары мал басы солтүстік Америкадан желдерді сатып алу есебінен өсті. Дегенмен, сарапшылар қазіргі есім әлі ұзақ уақыт бойы зардаптардың орнын толтыра алмайды дейді. Біріншіден, АӨК-нің есуінің оң динамикасы жеткілікті төмен старттық деңгейден орын алып отыр. Ауыл шаруашылығы өндіріс көлемі бойынша еліміз ондаған жылдарға артқа тасталды. Әсіреле, дамыған елдерден мал шаруашылығын да-мыту тиімділігінен артта қалу көп.

Екіншіден, экономикалық есуге бәрінен бұрын энергетикалық ресурстарға әлемдік жоғары бағалармен байланысты факторлар есебінен қол жетті. Оң динамика терең құрылымдық реформалармен бекітілмеген, бәрінен бұл ауыл шаруашылық жерлерін нарықтық айналымға енгізуден көрінеді.

Үшіншіден, экономикалық есу ақаулы және секторлық сипат алуда. «Жана операторлар» секторында және «дәстүрлі» шаруашылық түрлерінің кең ауқымының экономикалық жағдайының төмендеуі мен туралау стагнацияның жалғасу аясында орын алып отыр. Өсімдік шаруашылығындағы сатылу көлемі мен пайданың еселенуі әзірге мал шаруашылығында да экономикалық жағдайың жақсаруымен жалғаспай отыр. Мал шаруашылығы өнімінің импорттының етептегендегі есуі байқалады.

Төртіншіден, аграрлық сектордағы білікті мамандардың сыртқы және ішкі эмиграцияға ұшырауынан және біліксіз жұмыс күшінің қалуынан болған, мамандар әлеуеті мәселесі өзекті болуда.

Бесіншіден, аграрлық секторды жерді қайта бөлу мен меншік құқығы сәйкесінше макроэкономикалық қайта құрылымдармен және нарықтық институттардың дамуымен бекітілмеген, ал реформа жылдары ауыл шаруашылығын жүргізуің жалпы экономикалық жағдайлары едәүер төмендеді.

Мемлекеттің рөлінің әлсіреуі ауыл шаруашылығы кем өнеркәсіп өнімдері бағаларының теңсіздігінің өсуіне, мемлекеттік бюджеттегі аграрлық бағаның төмендеуіне, ауыл шаруашылығы өнімдерін сатып алу жөніндегі билік және басқару органдарының міндеттерін орындауына алып келді. Қазақстанның ауыл шаруашылығының жоғары өзіндік құны бірнеше факторлармен байланысты. Мәселен, климат тұрақсыз жер өндеу аймақты, нәтижесінде – жоғары өндірістік шығындар. Осыдан импорттық өнімдермен – негізінен, терең қайта өндеуден өткен, мәселен, консервілер баға бойынша бәсекелесуге мүмкіндігі болмауы.

Өндіріс пунктінің қайта өндеу және тұтыну пункттеріне алыстыры, авто жолдары мен теміржол тораптарының дамымағанда көлік шығындарын өсіріп, мәселе тудырады. Техникалық көзқараспен, жана импорттық ауыл шаруашылық техникасын сатып алу белсene шешшуге жеткіліксіз көлемде жүргізіледі.

Трактор - комбайн бактарының тозуы орын алады. Ауыл шаруашылығы техникасына жүктеме нормативтен жоғары екі есеге өсті. Шетел инвестициялары негізінен, тікелей шоғырланған азық-түлік тізбегі шегінде бағытталады: ауыл шаруашылығы өнімдерін қайта өндеушілер мен трейдерлер солар арқылы жеке меншік шикізат базаларын құрады. Бүгінде агроЭнеркәсіп кездерінде, әсіреле ауыл шаруашылығында жеткілікті инвестиацияның болмауы маңызды мәселенің бірі болып отыр.

Астықтың көп болігі техниканың жетіспеушілігінен ысырапқа ұшырап жатады. Қазақстан экономикасының заманауи ауыл шаруашылығы машиналарының жетіспеушілігінен астықты жинау кезіндегі климаттық жағдай мен астық науқанына байланысты жыл сайынғы ысыраптары 45-тен 90 млн долларды құрайды. Бүгінгі күні ауыл шаруашылығы техника бағы 80%-ға тозған. Егер оны жаңартумен бүгін айналыспаса, төрт жылдан соң елдегі ауыл шаруашылығы техникасы бағының қуаты 23%-ға тең, келеді, ал

бұл әрине үлкен жоғалтуларға әкеледі [3].

Ғалымдардың ойынша олар өндіріс, қайта өндеу, өткізу бағыттары бойынша кооперацияланатын болса тиімдірек болар еді дейді. Акционерлік қоғамдарға және басқа да ірі ұйымдық құрылымдарға кооперациялау, ұсақ ұйымдарды біріктіру арқылы өндіріс көлемін ұлғайтуға бағытталған өнім бәсекеге қабілетті өнім өндіру және ресурстарды пайдалану тиімділігін арттыру мақсатында экономикалық негізделген отандық тауар өндірушілерді қолдау мен дамыту бағдарламасы осы күнге дейін аймақта жасалған жоқ, ал бұл дағдарыстың инфляциялық зардаптарын азайтуға әсер етер еді. Ғалымдар алдында үлкен міндет түр – ауыл шаруашылығында жұмыстың жаңа реформалары мен әдістерін өндеу, ауыл тұрғындары аяқтарына тұрып кетулері үшін инновациялық технологияларды дамыту болып табылады.

Аграрлық сектордың даму деңгейі Қазақстан қоғамының экономикалық, қоғамдық-саяси тұрақтылығының, анықтаушы факторлары болып табылады.

Ауыл шаруашылығы мәселелерінің бірі – ауыл шаруашылығы алқаптарының сапасы мен дақылдарды қорғау төмендеп кетті. Қазақстан жерлері табиғи күйінде төмен өнімділік қасиетке ие, сондықтан оны жақсартып отыруды қажет етеді. Республиканың барлық аймақтарындағы егістік жерлердегі құнарлы заттар статистикалық есепте жылдан жылға теріс баланс беріп келеді, құнарлылық элементтерінің жоғалуы тыңайтқыштар бедруден асып кетеді.

Химизациялау қызметтерінің мәліметтері бойынша Қазақстан егістіктері жыл сайын 2,5 млн тонна құнарлы заттарды қайтара жоғалтады екен, ал жерді қалпына келтіру үшін оған 1,8 млн тонна фосфорлы, 1,1 млн азотты және 0,1 млн тонна кальций тыңайтқыштарын өндіріс жерлерге себу керек. Соның арасында 2014 жылмен салыстырганда тыңайтқыштардың жалпы өндірісі 73 есе, ал соның ішінде фосфорлық тыңайтқыш 87 есе, азоттық 49 есе азайтып, ал калий түктеге сонғы жылдары тіпті өндірілмей де кетті.

Ауыл шаруашылығы Қазақстанның АӨК-н негізгі бұрыши. Оnda еңбекке қабілетті тұрғындардың 23%-ы жұмыс басты және ол республиканы халық шаруашылығының барлық өнімдерінің 25%-ын береді. Қазақстанның ауыл шаруашылығы сатуға мол астық, ет, жүн, тағы да басқа өнімдерін жеткізе отырып, мемлекетаралық маңызға ие.

Қазақстанда ірі ауыл шаруашылығының дамуына ең бастысы, егістік, жайылма, өрістер кіретін көлемдегі ауыл шаруашылығы алқаптары бар үлкен жер қорының болуы ықпал етеді. Қазақстанның егін шаруашылығына қарағанда азырақ өнім береді, бірақ онда ауылдың еңбекке қабілетті тұрғындарының көп болігі жұмылдырылған.

Ғалымдардың пікірінше, ауыл шаруашылығында ірі шаруашылықтардың материалды-техникалық базасын, жерді айдаудағы шағын шаруа және фермерлік құрылымдардың, әсіресе осы жерді өндеуге мүмкіндігі барлардың қажеттіліктеріне сай бейімдеуге бағытталған түбірлі реформа жүргізілуі тиіс.

Аграрлық реформаға қарсы келудің субъективті факторларына шаруашылықтың әкімшілік басқару персоналының, қоғамдық өндірістен еңбек пен әлеуметтік қорғау жағдайларын жасап алған тауар өндірушілердің елдерін жатқызуға болады. Аграрлық саланы қолдауда мемлекет үлкен роль атқарады. Аграрлық кешенді мемлекеттік қолдаудың азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ете отырып аграрлық өндірісті тұрақтандыру мен дамыту басты міндетіне жатады.

Бұл жоспарда Қазақстанның инновациялық технология жөніндегі заңы отандық тауар өндірушілерге жәрдемі тиді. Агроөнеркәсіп кешенінің даму болашағын анықтау үшін Үкімет 2016 жылға дейінгі тұрақты даму Концепциясын қабылдады. Концепция саланың техникалық жабдықталуының, оның индустріализациялауы, дайындық инфрақұрылымын дамыту, ауыл шаруашылығы өнімдерін қайта өндеу мен өткізудің, Қазақстанның бәсекелестік артықшылықтарын асырып, АӨК бөлімдері нарығын мемлекеттік реттеуді жетілдіріп және елдің азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз етудің сапалық өсуін қарастырады.

Үкімет ауыл шаруашылығы дақылдарының өндірістік құрылымын қайта қарауды және ресурс үнемдеуші технологиялар есебінен саланың тиімділігін арттыру міндетін

қойып отыр. Мұндай технологияларды енгізу біршама қаражатты талап етеді, бірақ Үкімет жақын жылдардың өзінде жемісін беретін жобага шығын жұмсауға дайын түр. Екі жылдан кейін 5 млн гектар дақылдар осындай технологиялармен қамтылуы тиіс. Бұл кезде 1 гектарға шығындар 15 долларға қысқарады, жанар-жағармайдың тұтынылуы бір жарайм есеге азайып, пайдаланылатын техниканың саны азаяды.

Дегенмен, астық экспортын өсіріп, әрі астық экспорттаушы – әлемдік ірі елдер бес тігіне кіру үшін, ауыл шаруашылығы өнімі өндірісінің субсидия тау түрі мен көлемін арттыру, өсімдік шаруашылығын сақтандыру механизмін қайта қарау, мемлекеттің ауыл шаруашылығына құйған қаржыларының жұмсалуына бақылауды қүшешту қажет.

Үкімет ауылдық аудандарда шағын жабдықтағы 100 шағын кәсіпорындар салынуды көздейтін Ұлттық бағдарлама жасалуда, ал бұл өз кезеңінде ауыл шаруашылығы шикізаттарының ысырапқа ұшырауын азайтып, сол жерде жоғары сапалы соңғы өнім шығару, ауыл жастарына келешегі бар жұмыс орындар жасауға мүмкіндік бермек.

Сонымен ауыл шаруашылығы дамуын мемлекеттік реттеу қоршаған ортаны қорғау, қолайлы баға бойынша тұрғындардың жеткілікті және сапалы тамақ өнімдеріне қажеттіліктерін қанағаттандыру, ауыл шаруашылығы дамуы үшін тұрақты экономикалық, құқықтық және әлеуметтік шарттарды құру бойынша шаруашылық аралық және сала аралық қатынастарды, ауылдың әлеуметтік құрылымын, аграрлық нарықты, фермерлер табысын, ауыл шаруашылық өндіріс құрылымын қамтитын, қурделі, көп жақты механизм.

Шет елдерде ауыл шаруашылық өндірісінің, азық-тұліктің ұлттық нарықтарының қызмет етуі мемлекеттік реттеу жүйесіне, субсидия және сыртқы сауда шектеулеріне неғізделген. Осыланысты Қазақстан экономикасының аграрлық саласының өзінің дамуы, сонымен қатар Қазақстанның әлемдік азық-тұлік нарықтарымен өзара қатынасы, болашақта, өнім сапасын сертификацияларды, өндіріс технологиясын стандартизацияларды, ішкі нарықты қорғауды, отандық тауар өндірушілерді мемлекеттік қолдауды көздейтін, негізін қалаушы бірқатар факторлардың түсініктерінен құрылады.

Мемлекеттік реттеу механизмінің айырмашылықтарына қарамастан, әлемнің алдынғы қатарлы елдерінде ауыл шаруашылық өнімін өндіру, қайта өңдеу және өткізу үрдістеріне, экономикалық және әкімшілік тұтқалар арқылы ғылыми-зерттеу және тәжірибе конструкторлық қызметтерді ұйымдастыруға мемлекеттің қатысуына негізделген, жалпы көзқарастар мен қағидалар қызмет етеді.

Ауыл шаруашылығы Қазақстанның АӨК-ң негізгі бұрышы. Онда еңбекке қабілетті тұрғындардың 23%-ы жұмыс басты және ол республиканың халық шаруашылығының барлық өнімдерінің 25%-ын береді. Қазақстанның ауыл шаруашылығы сатуға мол астық, ет, жүн, тағы да басқа өнімдерін жеткізе отырып, мемлекетарлық маңызға ие.

Қазақстанда ірі ауыл шаруашылығының дамуына ең бастысы, егістік, жайылма, өрістер кіретін көлемдегі ауыл шаруашылығы алқаптары бар үлкен жер корының болуы ықпал етеді. Қазақстанның егін шаруашылығына қараганда азырақ өнім береді, бірақ онда ауылдың еңбекке қабілетті тұрғындарының көп бөлігі жұмылдырылған.

Аграрлық реформаға қарсы келудің субъективті факторларына шаруашылықтың әкімшілік басқару персоналының, қоғамдық өндірістен еңбек пен әлеуметтік қорғау жағдайларын жасап алған тауар өндірушілердің елдерін жатқызуға болады. Аграрлық саланы қолдауда мемлекет үлкен роль атқарады. Аграрлық кешенді мемлекеттік қолдаудың азық-тұлік қауіпсіздігін қамтамасыз ете отырып аграрлық өндірісті тұрақтандыру мен дамыту басты міндеттіне жатады [4].

ӘДЕБІЕТТЕР

1. Жузбаева А.Т., Купешов Ш.К. Повышение эффективности АПК ЮКО. НиОЮК, 2007.
2. Чернявский П.Ф. Инфраструктура сельскохозяйственного производства: вопросы теории и практика. - М.: «Экономика», 2001.
3. Белгібаев Қ.М. Ауылшаруашылығы экономикасы. ЖОО студенттеріне арналған оқулық. - Алматы, 2002.
4. Райхан Н. Дамудың индустриялық-инновациялық стратегиясы // Ақиқат, 2008, №7.

УДК 334.784

**ШЫҒЫС ҚАЗАҚСТАН ОБЛЫСЫНДАҒЫ БИЗНЕСТІҢ ДАМУЫН
ТАЛДАУ**

Нұрсоветов Б.Е.

Автор туралы мәліметтер. Нұрсоветов Біржан Ерланұлы – Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Мемлекеттік және жергілікті басқару» мамандығының студенті

Аннотация. Мақалада Шығыс-Қазақстан облысының бизнесі даму мәселелері қарастырылған. Жыл өткен сайын кәсіпкерлік субъектілерін қаржыландыруға кететін өтінімдер сана өсіп келуде. «Бизнестің жол картасы» бағдарламасының шенберінде жобаларды қаржыландыру жыл сайын өсіп келуде. Өндірістік цехтер мен бөлмелерді орналастыруға арналған шаруашылық меншікпен қамтамасыз ету қажеттілігі өзекті болып отыр. Бизнес субъекттері үшін ыңғайлы бизнес-климатты орнату бойынша жұмыстар жүргізілуде. «Даму» қоры ұйымдастыратын конкурстар жүргізіліп, кенес беру тренингтері, шеберлік-сыныптары, оқыту семинарлары ұйымдастырылады.

Түйін сөздер. Кіші және орта бизнес, кәсіпкерлік, бизнесті қолдау, әлеуметтік жауапкершілік, бәсеке, мемлекеттік бағдарлама, тұрғындардың жұмыспен қамтылуы, жұмыссыздық, Бизнестің жол картасы, бизнес субъектілері.

Сведения об авторе. Нұрсоветов Біржан Ерланұлы – студент специальности «Государственное и местное управление» Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы развития бизнеса в Восточно-Казахстанской области. С каждым годом растет количество заявок для финансирования субъектов предпринимательства. В рамках программы «Дорожная карта бизнеса» финансирование проектов возрастает с каждым годом. Актуальным является обеспечение предпринимателей имуществом для хозяйствования в целях размещения там производственных цехов и помещений. На постоянной основе ведется работа по созданию удобного бизнес-климата для субъектов бизнеса. Проводятся конкурсы от фонда «Даму», ведутся консультационные тренинги, мастер-классы, обучающие семинары и т.д.

Ключевые слова. Малый и средний бизнес, предпринимательство, поддержка бизнеса, социальная ответственность, конкуренция, государственная программа, занятость населения, безработица, Дорожная карта бизнеса, субъекты бизнеса.

About the author. Nursovetov Birzhan - student of the specialty "State and Local Administration" of Kazakh-American Free University.

Annotation. The article examines the issues of business development in the East Kazakhstan region. Every year the number of applications for financing business entities is growing. Within the framework of the "Business Road Map" program, the financing of projects is increasing every year. Provision of entrepreneurs with property for management of locating production shops and premises there is a topical question. On an ongoing basis, work is under way to create a comfortable business climate for business entities. Contests from the Damu Foundation, consulting trainings, master classes, training seminars, etc. are held.

Key words. Small and medium business, entrepreneurship, business support, social responsibility, competition, state program, employment of population, unemployment, road map of business, business entities.

2015 жылдың 1 маусым облыстағы шағын және орта бизнестің белсенді субъектілерінің саны 72148 бірлікке немесе 2014 жылдың осыған ұқсас кезеңімен салыстырығанда 112,3% (орташа респубикалық көрсеткіште 114,0%) құрады. Шағын және орта бизнес субъектілерімен шығарылатын өнімдер (тауарлар, қызметтер) 2014 жылға 177,2 млрд. теңге немесе 107,1% құрады.

Шағын және орта бизнесте жұмыспен қамтылғандар саны 266707 адам немесе 2014 жылмен салыстырығанда 102,5% (орташа респубикалық көрсеткіште – 103,6%) құрады.

2015 жылдың қантар - мамыр аралығында шағын және орта бизнес субъектілерінен салық түсімдерінің көлемі 28,5 млрд. теңгені құрады, бұл 2014 жылдан 16,9% немесе 4,1 млрд. теңгеге артық, соның ішінде жергілікті бюджетке осы санаттағы салық төлеуші-

лерден 10,7 млрд. теңге аударылған, 2014 жылға 120,3% құрады немесе 1,8 млрд. теңгеге артты.

«Бизнестің жол картасы 2020» бағдарламасын іске асыру шенберінде Шығыс Қазақстан облысы кәсіпкерлерінен жалпы құны 47,3 млрд. теңге сомасына несиелерді қаражаттандыруға 263 өтінім түсіп, соның ішінде:

1. «Жаңа бизнес бастамаларды қолдау» бірінші бағыты бойынша 21,3 млрд. теңге несие сомасына 217 өтінім;

2. «Кәсіпкөрліктің саласын сауықтыру» екінші бағыты бойынша 8,8 млрд. теңге со- масына 22 өтінім;

3. «Кәсіпкөрлердің валюталық тәуекелділігін азайту» үшінші бағыты бойынша бан- ктерге облыстың экспортшы - кәсіпорындарынан жалпы құны 17,2 млрд. теңге сомасына 24 өтінім түсті.

Бағдарламаның бірінші және үшінші бағытын іске асыру шенберінде жалпы құны 39,2 млрд. теңге несиелер сомасына Өнірлік Үйлестіру кенесімен 229 өтінім макұлданып келісілді.

«Кәсіпкөрліктің саласын сауықтыру» Бағдарламасының екінші бағыты шенберінде ҚР Үкіметі жаңындағы Жұмыс тобының қарауына 16 жоба жолданды. Ағымдағы уақытты қаражаттандыруға жалпы сомасы 7,9 млрд. теңгеге 13 жоба макұлданып, 7 өтінім бойынша қаражаттандыруға шарт жасалынды. Облыс бойынша ӨҮК және Жұмыс тобымен қаражаттандыруға жалпы құны 47,1 млрд. теңге сомасына 242 өтінім макұлданып, және ҚР ЭДСМ-мен келісілген.

Шағын және орта бизнеске тоқтатын болсақ, 2014 жылдың 1 желтоқсанында облыстағы шағын және орта бизнестің белсенді субъектілерінің саны 67982 бірлікке немесе 2013 жылдың осыған ұқсас кезеңімен салыстырғанда 103,2% (орташа республикалық көрсеткіште 100,9%) құрады.

Шағын бизнестің белсенді кәсіпорындар саны өткен жылмен салыстырғанда 239 бірлікке өсіп және 4722 кәсіпорынды құрады, 2013 жылға 106,4% (орташа республикалық көрсеткіште 98,8%) құрады. Шағын және орта бизнес субъектілерімен шыгарылатын өнімдер (тауарлар, қызметтер) 2013 жылға 417,6 млрд. теңге немесе 106,5% құрады. Шағын және орта бизнесте жұмыспен қамтылғандар саны 227887 адам немесе 2013 жылмен салыстырғанда 102,5% (орташа республикалық көрсеткіште – 103,6%) құрады. 2014 жылдың қантар-қазан аралығында шағын және орта бизнес субъектілерінен салық түсімде- рінің көлемі 52,1 млрд. теңгени құрады, бұл 2013 жылдан 19,0% немесе 8,3 млрд. теңгеге артық, соның ішінде жергілікті бюджетке осы санаттағы салық төлеушілерден 20,1 млрд. тең-ге аударылған, 2013 жылға 127,9% құрады немесе 4,4 млрд. теңгеге арттық [1].

«Бизнестің жол картасы 2020» бағдарламасын іске асыру шенберінде бұл жылы Шығыс Қазақстан облысы кәсіпкерлерінен жалпы құны 46,5 млрд. теңге сомасына несие- лерді қаражаттандыруға 237 өтінім түсіп, соның ішінде:

1. «Жаңа бизнес бастамаларды қолдау» бірінші бағыты бойынша 18,3 млрд. теңге несие сомасына 191 өтінім;

2. «Кәсіпкөрліктің саласын сауықтыру» екінші бағыты бойынша 8,7 млрд. теңге со- масына 23 өтінім;

3. «Кәсіпкөрлердің валюталық тәуекелділігін азайту» үшінші бағыты бойынша бан- ктерге облыстың экспортшы - кәсіпорындарынан жалпы құны 19,5 млрд. теңге сомасына 23 өтінім түсті.

Бағдарламаның бірінші және үшінші бағытын іске асыру шенберінде жалпы құны 35,5 млрд. теңге несиелер сомасына Өнірлік Үйлестіру кенесімен 187 өтінім макұлданып келісілді.

«Кәсіпкөрліктің саласын сауықтыру» Бағдарламасының екінші бағыты шенберінде ҚР Үкіметі жаңындағы Жұмыс тобының қарауына 16 жоба жолданды. Ағымдағы уақытты қаражаттандыруға жалпы сомасы 7,9 млрд. теңгеге 12 жоба макұлданып, 7 өтінім бойынша қаражаттандыруға шарт жасалынды. (2014 жылғы атаптап бағыт бойынша жаңа жоба- лар қаралмайды).

Облыс бойынша ӨҮК және Жұмыс тобымен қаражаттандыруға жалпы құны 43,4 мрд. теңге сомасына 199 өтінім мақұлданып, және ҚР ЭДСМ-мен келісілген. Бағдарламаны іске асыру шенберінде жеткіліксіз инфрақұрылымды тарту барысында жалпы құны 1038,6 млн. теңгеге 5 жоба соның ішінде, 2012 жылы – 297,314 млн.теңгеге, 2013 жылы – 741,29 млн. теңге іске асырылды.

Ағымдағы жылы ӨҮК-мен 2,0 млрд. теңгеден артық сомаға инфрақұрылымды тарту бойынша мақұлданған жобалар іске асырылуда. Жұмыспен қамту 2020 бағдарламасының екінші бағыты шенберінде ауылда кәсіпкерлікті дамыту мақсатында өнірлік үекілдегі ұйым соңғы қарызгерлерді шағын несиелендіру үшін 123 несиелік серікtestіктермен 1915,2 млн. теңге сомасына шарт жасалды.

Шығыс Қазақстан облысының 2013 жылғы 1 қазандағы шағын және орта бизнестің белсенді субъектілер саны 2012 жылдың ұқсас кезеңін 2,2% артты және 5130 бірлікті құрады. Облыс бойынша шағын және орта бизнестің белсенді субъектілерінің саны өткен жылмен салыстырганда 147 бірлікке артты және 4664 кәсіпорынды құрады, 2012 жылдан 3,3% артық. Шағын және орта бизнестегі жұмыспен қамтылғандар саны 2012 жылмен салыстырганда 122015 адам немесе 106% құрады. Шағын және орта бизнес субъектілерімен өнім (тауарлар, қызметтер) шығару 271,8 млрд. теңгегі немесе 2012 жылға 102,5% құрады. 2013 жылғы 9 айдагы шағын және орта бизнес субъектілерінен түскен салық тусімінің көлемі 42,3 млрд. теңгегі құрады, ол 2012 жылдан 32,7% немесе 10,4 млрд. теңгеге артық, соның ішінде жергілікті бюджетке аталған салық төлеушілер сатысымен 14,1 млрд. теңге ақша аударылды, ол 2012 жылы 118,2% немесе 2,2 млрд. теңгеге артық.

Қаржылай қолдау мақсатында өткен жылғы сәуірден бастап «Бизнестің жол картасы 2020» Бағдарламасын іске асыру басталды. Аталған бағдарламаны іске асыру шенберінде 1, 3 және 4 бағыттары бойынша 2013 жылы Шығыс Қазақстан облысы бойынша 3 419 933,6 мың теңге сома қаражат қарастырылды, соның ішінде *бірінші бағыт*:

- пайыздық мөлшерлемесі субсидиялау 316 770,4 мың. теңге;
- кредиттерді кепілдік ету 161 255,5 мың. теңге;
- индустримальық инфрақұрылымды дамыту 1 383 590,0 мың. теңге.

үшінші бағыт:

- пайыздық мөлшерлемесі субсидиялау 1 180 150,1 мың. теңге.

екінші бағыт:

- сервистік қызметтер 97 818,0 мың. теңге;
- іскер байланыстар 13 350,0 мың. теңге.

Бағдарламаның үш бағыты бойынша облыс кәсіпкерлерінен Екінші деңгейдегі банктерге қарауга кредиттерінің жалпы сомасы 27,7 млрд. теңгеге субсидиялауға 80 өтінім келіп түсті. Бағдарламаның бірінші бағыты «Жаңа бизнес - бастамашылықты қолдау» бағыты бойынша Екінші деңгейдегі банктерге қарауга кредиттерінің жалпы сомасы 9,6 млрд. теңгеге 42 өтінім келіп түсті. Қазіргі уақытта кредиттің жалпы сомасы 5,7 млрд. теңгеге 29 өтінім субсидиялауға Өнірлік Үйлестіру Кеңесімен мақұлданды және Экономикалық даму және сауда министрлігімен келісілді.

«Кәсіпкерлік саланы сауықтыру» екінші бағытты іске асыру шенберінде банктерге қарауга жалпы сомасы 8,9 млрд. теңгеге 27 өтінім ұсынылды. ҚР Үкіметі жанындағы Жұмыс тобымен қарауга 16 жоба жолданды. Қазіргі уақытта жалпы сомасы 6 млрд. теңгеге 7 жоба субсидиялауға мақұлданды.

«Кәсіпкерлердің валюталық қауіптілігін төмендету» үшінші бағытты іске асыру шенберінде Банктерге экспортқа бағытталған өнімді қолдауга жалпы сомасы 11,4 млрд. теңгеге 11 өтінім келіп түсті, (3 бағыт бойынша ЕКБ түскен өтініштер саны нақты мәліметтерге сәйкес емес).

Кредиттерінің сомасы 13,9 млрд. теңгеге 12 өтінім Өнірлік үйлестіру кеңесімен мақұлданды және ҚР Экономикалық даму және сауда министрлігімен келісілді [2].

Жеткіліксіз өндірістік инфрақұрылым өткізу шенберінде 2014 жылы ӨҮК мақұлданған 427,2 млн. теңге сомаға «Арматура зауыты ауданындағы Машиностроителей көшесі бойынша бизнесті индустримальық дамыту аймагын құру» және «Өскемен қаласын-

дағы Защита станциясына «Азия Авто» темір жол торабының кіріс жолы» 2 жоба іске асырылуда.

Ағымдағы жылы «Шемонаиха қаласындағы шекара жанындағы ынтымақтастық үшін агроөндірістік, көлік логистикалық орталық» жобасын іске асыру шенберінде 162,7 млн. теңге сомага сумен жабдықтау, көріз, электрмен жабдықтау желілерін тарту жөніндеңі жұмыстар жүргізу же ЖК «Арман» өтінімі ӨҮК мақұлданды және ЭДСМ келісілді. 277,8 млн. теңге сомага («Шығыс Қазақстан облысы Зайсан қаласындағы «СМУ-Шығыс» ЖШС (су тартатын желілер, жылу желісі, көріз желісі, электрмен жабдықтау, ішкі аландық жолдар) өндірістік базасының инфрақұрылым» жұмыс жобасы) «СМУ-Шығыс» ЖШС өндірісітік инфрақұрылымды өткізу ЖК Г.С. Еңсебаеваның 17,5 млн. теңге сомага өндірістік инфрақұрылымды өткізу жөнінде «Семей қаласындағы емхана құрылышы» жобасы шенберінде іске асырылуда.

«Өскемен құс фабрикасы» АҚ ШҚО Ұлан ауданындағы кәсіпорын инфрақұрылымының (индустримальық) объектілерін қайта құрумен жылына 20000 тонна ет «ӨҚФ» АҚ кенеңтү» жобасы шенберінде 1811,7 млн.теңге сомаға жеткіліксіз өндірістік инфрақұрылым өткізу жөнінде ҚР ЭДСМ келісуге жолданды.

«Бизнестің жол картасы 2020» Бағдарламасының «Кәсперлік әлеуетті арттыру» төртінші бағыты шенберінде кәсіпкерлік және өнеркәсіп басқармасымен мамандандырылған сервистік қызмет көрсету үшін ағымдағы жылы мемлекеттік сатып алу жөніндеңі конкурс өткізілді. Қызмет көрсету бойынша жеткізуіші анықталды – «Алтай» Шығыс Қазақстан Өңірлік ғылыми-технологиялық парк» ЖШС консорциум және «КазБизнес – Консалтинг» ЖШС.

Ағымдағы жылғы мамырдан шағын және орта бизнес субъектілеріне заңды кеңестер, консалтингтік, маркетингтік және басқа қызметтер көрсету жөніндеңі жұмыс өткізіледі.

2015 жылғы 1 қазандығы жағдай бойынша Сервистік орталықпен 42,8 млн. теңге соомага облыс кәсіпорындарына 671 қызмет көрсетілді, соның ішінде: бухгалтерлік есеп енгізу және есептілік құру бойынша 191 қызмет, статистикалық есеп құру бойынша 30 қызмет, кеден рәсімдері бойынша 73 қызмет, маркетинг және сапа менеджменті мәселелеріндегі кенес бойынша 192 қызмет, ақпараттық технологиялар саласындағы қызмет көрсету жөніндеңі 82 қызмет. Қазіргі уақытта Сервистік қызметтер ұсынуға 44 өтінім істе жатыр.

«Бизнес-Кенесші» құраушы бойынша Кәсперлік және өнеркәсіп басқармасы «Даму» кәсперлікті дамыту қоры» АҚ-мен екінші жартыжылдықта бизнес негізіне оқыту семинарларын өткізу кестесін бекітті. Курстар облыстың әрбір өнірінде ағымдағы жылғы 15 қазанға дейін өткізу жоспарлануда. «Шағын және орта бизнестің топ-менеджментіне оқыту» құраушы бойынша «Назабаев Университет» АҚ базасында ЭДСМ бекітуге шағын және орта бизнестің 20 өтінімі жолданды, 13 өтініш беруші оқыды.

«Іскер байланыс» құраушы бойынша қазіргі уақытта облыстан «Даму» КДҚ» АҚ-на шағын және орта бизнестен 30 өтініш ұсынылды, 4 кәспер оқыды. Қазіргі уақытта шетелде (Германия) сынақ мерзімін өткізу үшін 1 кәспер (ЖК К.Ж. Азарбаева, Семей қаласы) мақұлданды. 2 кәсіпорын бекітуде жатыр («ШҚ бұғы мүйізімен емдеу орталығы» ЖШС, «КрисАналит» ЖШС, Өскемен қаласы).

2014 жылда қаржылай қолдау мақсатында шағын және орта бизнес субъектілерінің жобаларына екінші деңгейдегі банктер арқылы «Даму» кәсперлікті дамыту қоры» АҚ қаражатын шартты орналастыру бағдарламасы бойынша 8,7 млрд. теңге сомасында қаржылай қолдау көрсетілді. 2014 жылы ауылдағы шағын және орта бизнесі кредиттеу бағдарламасы бойынша облыстық бюджет қаражатынан 100 млн. теңге болінді. 49 қарыз алушылар қаржы дырылды, қосымша 182 жұмыс орындары құрылатын болады. «Продкорпорация» АҚ өкілдігі арқылы көктемгі егіс және жинау жұмыстарына АӨК субъектілеріне 198,3 млн. теңге болінді. «ҚазАгроКаржы» АҚ филиалы арқылы ауыл шаруашылық техникасын сатып алуға, инвестициялық жобаларды қаржыландыруға және қайта өндідеу құрал-жабдықтарын алуға 4100,94 млн. теңге, соның ішінде қаржылық лизинг бой-

ынша 1237,96 млн. теңге, құрал-жабдық лизингі бойынша 36,0 млн. теңге, инвестициялық жобалар бойынша 2826,98 млн. теңге. бөлді. Екінші деңгейдегі банктер шағын кәсіпкерлік үшін қаражат ұсыну қөлемі бойынша негізгі кредит көзі болып табылады. Ағымдағы жылы шағын бизнес субъектілеріне 32,9 млрд. теңге бөлді. «Бизнестің жол картасы – 2020» бағдарламасын іске асыру аясында екінші деңгейдегі банктер кәсіпкерлердің 21,7 млрд. теңге сомасындағы кредит бойынша 55 өтінімін қарауға алды, соның ішінде 1-бағыт бойынша – 382,4 млн. теңге сомасындағы кредитке 12 өтінім, 2-бағыт бойынша – 9,2 млрд. теңге сомасындағы кредитке 36 өтінім (9 өтінім АФК кредиттеу комитетіне жолданды), 3-бағыт бойынша – 12,1 млрд. теңге сомасындағы кредитке 7 өтінім. Барлық үш бағыт бойынша субсидиялауға кредиттердің жалпы сомасы 18,9 млрд. теңгеге 17 өтінімдері мақұлданды. 2014 жылы 162,6 млн. теңге сомасында субсидиялау шарттары жасалды, 2015 жылғы болжанған субсидиялық қажеттілігі – 1255,2 млн. теңге.

Кәсіпкерлерді мүліктік қолдау мақсатында өндірістік үй-жайлармен қамтамасыз ету үшін бос тұрган немесе пайдаланылмайтын мемлекеттік меншік обьектілерін ақысыз жалға немесе сенімгерлік басқаруға беру жүргізілуде. 2014 жылы сенімгерлік басқаруға 6 меншікке 9 обьект берілді. Кәсіпкерлік қызметті ұйымдастыру мақсатында 954 жер телімі табысталды, 197 пәтерді қайта жоспарлауға рұқсат берілді.

Шағын бизнес кәсіпорындарынан тауарлар мен қызметтер сатып алу мақсатында шағын кәсіпкерлік субъектілерінің облыста өткізілетін мемлекеттік сатып алу конкурста-рына қатысуы қамтамасыз етілуде, субъектілердің аталған санатындағы қөлемі 21,6 млрд. теңгені немесе жалпы қөлемнің 43,4% құрады [3].

Әкімшілік кедергілерді жою жөніндегі Республикалық жұмыс тобы отырысының хаттамалық тапсырмасын орындау барысында және әрбір облыстық және аймақтық мемлекеттік органдарында әкімшілік кедергілерді жою жөніндегі атқарылған жұмыстар шен-берінде рұқсат беру жүйесін оңтайландыру бойынша Жұмыс тобы құрылды. Олардың құрамына мұдделі мемлекеттік органдар әкілдерінен басқа да бизнес-қауымдастық әкілдері кірді («Атамекен» Одағы) ҚҰЭП, Қазақстанның кәсіпкерлер Форумы, өнірлік кәсіпқой құрылышылар, қауымдастықтар, жарнама өндірушілер, көлік қауымдастыры және басқа да тәуелсіз сарапшылары).

Облыс әкімінің әкімімен (2009 жылғы 5 ақпандағы №1-31) құрылған Әкімшілік кедергілерді жою жөніндегі облыстық жұмыс тобы өнірде рұқсат беру жүйесін оңтайландыру органы болып белгіленді. Жұмыс тобына кәсіпкерлік мәселелерін жетекшілікке алған облыс әкімінің орынбасары басшылық етеді. Құрамына мұдделі облыстық мемлекеттік органдар мен қоғамдық кәсіпкерлер бірлестігінің басшылары кіреді [4].

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Официальный интернет-ресурс акима ВКО <http://www.akimvko.gov.kz>
2. Дүйсембаев К. Ш. Кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдау.- Алматы, 2002.
3. Қабдиев Д.Қ. Экономикалық саясат. Лекциялар. – Алматы: «Экономика», 2002
4. Мынбаев С. Большие перспективы малого бизнеса // Промышленность Казахстана №2, 2005.

УДК 379.831

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ҚОНАҚ ҮЙ БИЗНЕСІНІҢ ҚАЗІРГІ ДАМУ ЖАҒДАЙЫ

Дәүлетқанова Ж.Д.

Автор туралы мәліметтер. Дәүлетқанова Жансая Дәүлетканқызы – Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Туризм» мамандығының студенті

Аннотация. Мақалада қонақүй бизнесінің даму сапасының 2012-2016 жылдардағы көрсеткіштері көлтірілген. Төмен бағалы қонақ үйлердің даму деңгейі жоғары классты қонақ үйлерден

біршама төмөнірек. Мұндай құбылыстың ең басты жағымсыз жағы – әлсіз бәсекелестіктің пайда болуы. Бірақ, жалпы Қазақстан экономикасының дамуын ескерсек, қонақ үй шаруашылығы одан әрі дами түспек деген болжам жасай аламыз дейді мақала авторы.

Түйін сөздер. Туризмнің дамуы, қонақүй бизнесі, туристік ағым, қонақүй бизнесінің дамуы, толтырымдылық, орналастыру, келушілер, туристік әлеует, туризминфраструктурасы, конакжайлышы, тамактандыру, бай туристік ресурстар, мәдени көрнекті жерлер.

Сведения об авторе. Даuletқанова Жансая Даuletқанқызы – студент специальности «Туризм» Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. В статье рассматривается современное состояние развития гостиничной деятельности в Казахстане. Также дана информация о количестве посетителей по целям поездок в Казахстане за 2016 год и о предприятиях, занимающихся размещением посетителей, за 2012-2016 годы. Обозначены основные причины низкого уровня развития гостиничного бизнеса. Также, помимо проблем, отражены перспективы развития гостиничной деятельности в будущем.

Ключевые слова. Развитие туризма, гостиничный бизнес, туристский поток, развитие гостиничного бизнеса, заполняемость, размещение, посетитель, туристский потенциал, инфраструктура туризма, гостеприимство, питание, богатые туристские ресурсы, культурные достопримечательности.

About the author. Dauletkanova Zhansaya - a student of the specialty "Tourism" of Kazakh-American Free University.

Annotation. The article considers the current state of development of hotel business in Kazakhstan. Also information is given on the number of visitors on the purpose of travel in Kazakhstan for 2016 and on enterprises engaged in the placement of visitors for 2012-2016. The main reasons for the low level of development of the hotel business are indicated. Also, in addition to problems, the prospects for the development of hotel activities in the future are reflected.

Keywords. Tourism development, hotel business, tourist flow, hotel business development, occupancy, accommodation, visitor, tourist potential, tourism infrastructure, hospitality, food, rich tourist resources, cultural attractions.

Өткен XX ғасыр мен XXI ғасырдың бірінші онжылдығы туризмнің даму жолында көптеген оқиғалар мен құбылыстарға толы болды. Бүгінгі туризм әлем экономикасындағы маңызды әлеуметтік-экономикалық тармақтарын басқарып, халықаралық деңгейдегі экономикалық байланысын дамуына зор ықпал етуде.

Қонақ үй индустриясы қогамдағы экономикалық мәселелерін шешуде маңызды әсер етуде. Дамыған елдерде туризмнен түскен табыс қара және түсті металлдардың халықаралық саудасынан түскен табыстан екі есе жоғары екені белгілі. Туризмнен түскен табыс сол аумақтың экономикасын көтеруге қабілетті.

Қонақ үй индустриясы дамып жатқан аумақтың инфрақұрылымына, тұтынушылық нарығына және басқа да кәсіпкерлік қызметтердің дамуына экономикалық ықпалын тиғізді.

Әлемде туризмнің дамуына көп көңіл белуде, себебі бұл салалар жоғары табысты және тез өтуші. Валюталы түсіміне қарай туризм әлемде үшінші орынға ие. ДТҰ сарапшыларының болжамы бойынша туризм XXI ғасырда да ілгері дамиды және әлем экономикасының қозғалтқышы болады.

Е.А. Джанлжугазова әлемдік қонақжайлышық индустриясының сегіз даму тенденцияларын бөліп көрсеткен. Ол бойынша қонақ үй әлемдік нарығының негізгі даму тенденцияларына келесілер жатады:

- қонақ үй бизнесі мұдделерінің басқа саладағы кәсіпорындар ұсынатын өзге қызмет көрсетулер мен өнімдер сферасына таралуы; мысалы, тамактану, ойын-сауық, көрмелік қызметтегі үйлімдары және т.б.;

- көпшілік тұтынушылар үшін қонақ үй қызметтің қол жетімділігін көтеруге айтартылған деңгейде жағдай жасайтын қонақжайлышық индустриясын ұдемелі демократияландыру;

- әртүрлі белгілерді ескере отырып тұтынушылардың белгілі бір буынына барынша

нақты бейімделуге мүмкіндік беретін қонақ үй бизнесінің мамандандырылуы күш салу;

- тақырыптық бағыттары тұтынушылардың кез-келген категориясының қызығушылықтарын ескеруге мүмкіндік беретін және туристік өнімді сан қырлы қып көрсететін жаңа туризм түрлерінің дамуы, мысалға, экстремалдық, экологиялық, шытырман оқиғалы;

- туристік бірлестік және қонақ үйлік тізбектің құрылуында қажет ететін қонақ үй бизнесінің шоғырлануы мен жаһандануы, сонымен қатар қонақ үй қауымдастығы, одак, халықаралық, үкіметтік және үкіметтік емес үйлімдардың құрылуы;

- қызмет көрсетуді жетілдіру және клиенттің сауалдары мен қажеттіліктеріне толық зер салу;

- терең және жүйелік экономикалық диагностикалауды өткізуге мүмкіндік беретін ақпараттық технологиялар мен байланыстың жаңа құралдарын енгізу;

- қонақжайлыштық индустриясы кәсіпорындарының іскерлік стратегиясына жаңа технологияларды енгізу. Соның ішінде, қонақ үй қызметі мен өнімдерін алға жылжыту мақсатымен кең түрде ғаламтордың қолданылуы, сонымен қатар брондау мен резервердің заманауи компьютерлік жүйесінің таралуы.

Қонақжайлыштық индустриясын дамытуда халықтың жас аралық, отбасылық және әлеуметтік құрамы үлкен мәнге ие. Саяхаттаушылардың жас аралығындағы айырмашылықтар жас, орта жастағы және егде жастағы тұлғалар үшін мамандандырылған орналастыру құралдарының пайда болуына әкелді. Туристердің әлеуметтік беделі ауқаттылығы әртүрлі адамдарға есептелген қонақүйлердің әр алуан баға категорияларының пайда болуына әкелді. Сонымен бірге саяхаттаушылардың отбасылық құрамы да маңызды фактор бол табылады, ол отбасымен саяхаттап жүрген туристер үшін жеңілдіктердің икемді жүйесін, балалары бар отбасылар үшін отельдердің және т.б. пайда болуына әкелді.

Қонақ үй индустриясы Қазақстан Республикасындағы іскерлік шенберде қызығушылықтарды арттырады. Демек, ішкі нарықтағы мемлекеттік емес экономикалық және өндірістік құрылымдардың жаңа бастау алған кәсіпкерлердің табыс көзі болып табылады. Сондықтан, Қазақстандағы қонақ үй индустриясы мен туризм нарығындағы персонал имиджін қалыптастыруды ішкі туристік саудасы мен халықаралық байланысын қүшешту мәселесі түр.

Қазақстан егемендігін алғалы бері кәсіпкерлердің алдында қонақ үй бизнесін және туризмді дамытуға зор мүмкіндіктері туындағы. Үкімет туризмнен түскен табыс халықтың әлеуметтік және экономикалық жағдайын көтереді. Бірақ топталып шыққан заңнамалар туристік нарықта Қазақстанның жағымды имиджін қалыптастыра алмады. Қонақ үй бизнесінің даму мәселесіне жанама немесе тікелей қатысты құқықтық құжаттар (заң шығарушы және нормативті актілер) ықпал ете алмады.

Әлемдегі туризмге салынған қаражаттардың аз мерзімде өтелетіні туралы жарияланған мақалалар да кәсіпкерлік белсенділікті көрсетпеді және персонал имиджінің көтерілуіне алып келмедин.

Қонақ үй бизнесіне кәсіпкерлер көніл бөлмеуде, соның бір себебі туризмде қонақүй имидждің болмауында.

Сонымен қатар, Қазақстандағы қонақ үй секторы ұзақ уақыт бойы кенсе және сауда секторының көлеңкесінде қалды. Инвесторларды қонақ үй бизнесінің бағдарламасын ұзақ уақыт бойы сатып алу ерекшелігі қызықтырмады. Бірақ, соңғы жылдарды шетел қонақтары лек-легімен келіп жатыр. Сондықтан, қазіргі кезде Қазақстанда қонақ үй кешені да муда.

Шетелдік және отандық инвестиция салынуда, яғни Қазақстанның қонақ үй бизнесі даму үстінде. Бұл нарық халықаралық қонақ үй желісінің дамуына зор мүмкіндік береді. 90-жылдармен салыстырғанда қазіргі кездегі отельдердің жағдайы 45%-ға көтерілді.

Қазақстанға келетін туристер категориясы көбінесе іскерлік және конгресстік туризмге жатады. Көбінесе келетін туристердің 82%-ы бизнес - қонақтар қатарына кіреді, олар негізінен Астана және Алматы қаласына келушілер.

Төмөндеғі кестеде Қазақстан Республикасына 2016 жылы келушілер саны мен мақ-

саты көрсетілген.

1 – кесте. Қазақстанға сапар мақсаттары бойынша келушілер саны (2016 ж.)

	Барлығы	Жеке	Іскерлік
Қазақстан Республикасы	11 513	9 057	2 456
Ақмола облысы	793	734	59
Ақтөбе облысы	485	443	42
Алматы облысы	864	685	179
Атырау облысы	504	292	212
Батыс Қазақстан облысы	694	544	150
Жамбыл облысы	737	626	111
Қарағанды облысы	677	575	102
Қостанай облысы	727	664	63
Қызылорда облысы	458	344	114
Манғыстау облысы	448	337	111
Оңтүстік Қазақстан облысы	799	702	97
Павлодар облысы	550	507	43
Солтүстік Қазақстан облысы	570	535	35
Шығыс Қазақстан облысы	709	583	126
Астана қаласы	1261	786	475
Алматы қаласы	1237	700	537

Кесте деректеріне үнілсек, Қазақстанға шетел мемлекеттерінен келген туристің біраз бөлігі еліміздің бас қаласы Астана мен Алматы қалаларында, индустримальық жағынан маңызды болып есептелетін Шығыс Қазақстан, Ақмола облыстарында қонақтаған.

Қазақстан Республикасы туризм саласын дамыту да өзінің қолайлы климаттық жағдайына, қайталанбас мәдени ескерткіштеріне және т.б. факторларына байланысты ерекше мүмкіндіктерге ие. Бірақ, өкінішке қарай, бұл мүмкіндіктер көбіне өз деңгейінде қолданылмай жататындығын байқаймыз. Сондықтан да, елімізде заман талабына сай жасалған инфрақұрылымдық кешендер мен халықаралық стандарттарға сай туристік нысандардың орналастыру секторларын ұйымдастыра білу өте қажет. Әсіресе, қонақ үй бизнесі туризм саласының ең маңызды құрамдас бөлігі болып табылады. Себебі, қонақ үй саласы туризтің демалыс кезеңіндегі орналасу, тамақтану, жеке бастың қауіпсіздігі, денсаулық сақтау сияқты бірінші кезектегі қажеттіліктерін толықтай қамтиды. Жоспарлы экономика кезеңінде қонақ үй шаруашылығын жүргізу тек мемлекет тарапынан арнайы талаптар мен шарттар бойынша ғана жүргізілгені белгілі. Ал кейін еліміз Тәуелсіздік алғаннан соң, туризм саласын бизнес регінде қарастыру мәселесі алға тартылды. Қазақстан Республикасының Президенті Н.А. Назарбаевтің «Қазақстан-2050» халқына жолдауында туризм саласының дамуы тарихи-мәдени және табиғи қорларды игерумен қатар экономикалық шешімдерді қабылдауда басты бағыттардың бірі болып табылатынын анықтап көрсетті. Бүгінде Қазақстанда қонақ үй бизнесінің дамуына барлық жол ашылып, мемлекет тарапынан қолдау көрсетіліп отыр.

Әсіресе, қонақ үй бизнесі жаңа жұмыс орындарын ашу мүмкіндігіне ие, мемлекет қазынасын толтыруды маңызды рөл атқара алатын көпфункционалды сала екенін естен шығармаған жөн. Қонақ үй бизнесіне ерекше назар аударудың тағы бір себебі - шет мемлекеттер тарапынан инвесторлардың отандық туризмді дамытуға шақыра алу. Яғни, бұл дегеніміз мемлекеттің аймақтық әр түрлі туристік фирмалар, қонақ үйлер, мейрамханалар шетелдік ірі компаниялармен серіктес болуына мүмкіндігінің ашылуы. Сондай-ақ, әлемдік деңгейдегі атауы брендке айналған «Hilton Garden Inn», «Radisson SAS Astana», «Rixos», секілді қонақ үйлердің ашылуы шетел туристерінің арасында Қазақстанның «сыртқы имиджін» қалыптастыруды маңызды рөл атқаратындығын атап өтерлік жайт. Сонымен қатар, шетел инвесторларының тікелей қолдауымен ашылған қонақ үйлер

халықаралық стандарттарға негізделіп қызмет атқаратын ескерсек, бұл қонақ үйлер сырттан келетін туристтердің қойған талаптарына сай келеді.

Жоғарыда аталып өткен қонақ үйлер 4-5 жүлдүзді деңгейлі болып келгендейктен, бағасы өте жоғары болып есептеледі. Сондықтан, бұл қонақ үйлердің шет елдерден келген іскер азаматтар мен отандық бизнесмендер немесе қогамда «жоғарғы класс» деп атаптын топ өкілдерің арасында кеңінен танымал болуы заңдылық. Алайда, шетел азаматтары тарапынан, әсіресе, 90-жылдары шетел мамандарынан Қазақстанның «Алтын Адам», «Ұлы Жібек Жолы», көне Түркістан, Тараз қалалары, Ұлытау, Ордабасы сынды көптеген тарихи жерлер мен мәдени мұраларға қызығушылық ояна бастады. Бірақ, өкінішке қарай, кез келген отандық немесе шетелдік турист осындан елді мекендерге саяхаттап барған кезде төмендегідей мәселелермен бетпе-бет кездесуі мүмкін:

- аймақтардағы инфрақұрылымның дамуының төмен көрсеткіші;
- теміржол, әуе жолы бағыттарының жиілігінің төмендігі;
- жоғары деңгейдегі сервис қызметіндегі кадрлардың жетіспеушілігі;
- шетел қонақтары үшін визаны алу, тіркеу сияқты іс-қағаз мәселелерінің шешілу үзактығы.

Аталмыш мәселер шағын және орта бизнестің туризмнен де тыс басқа да салала-рымен байланысты. Сондықтан, қонақ үй иелері ойын-сауықтық сегменттегі, нотариатты - зангерлік және т.б. кәсіпорындармен бизнес - серікtestіk орната білуі қажет.

2-кесте. Келушілерді орналастырумен айналысатын кәсіпорындар

	2012	2013	2014	2015	2016
Қазақстан Республикасы	1 526	1 678	2 056	2 338	2 708
Ақмола облысы	165	228	292	319	316
Ақтөбе облысы	50	47	61	70	80
Алматы облысы	135	172	243	306	397
Атырау облысы	55	46	65	65	72
Батыс Қазақстан облысы	51	43	48	58	72
Жамбыл облысы	54	65	88	126	140
Қарағанды облысы	148	165	182	208	229
Қостанай облысы	70	80	95	107	111
Қызылорда облысы	49	55	72	75	85
Манғыстау облысы	44	53	55	63	78
Оңтүстік Қазақстан облысы	122	102	114	131	167
Павлодар облысы	58	60	68	78	97
Солтүстік Қазақстан облысы	49	54	60	66	91
Шығыс Қазақстан облысы	245	277	331	371	444
Астана қаласы	140	141	160	160	177
Алматы қаласы	91	90	122	135	152

Байқап отырғанымыздай еліміздегі келушілерді орналастыру орындары жыл сайын артуда. Көрсеткіштер бойынша 2016 жылы Қазақстанда орналастыру орындары 2708 бірлікті құрады. Немірлік қорлардың негізгі болігі Алматы (5,6%) Астана (6,5%) қаларында, Шығыс Қазақстан облысында (16,4%), Ақмола облысында (11,6%), Қарағанды облысында (8,4%), Алматы облыстарында (14%) орналасқан. Орындардың толуы 2016 жылдың қаңтар айынан наурыз айы аралығында тек 20% қана болды. Бұл өте төмен көрсеткіш. Бұның негізгі себептері қызмет көрсету деңгейінің төмендігі мен бағалардың жоғарылығы. Осының барлығы Қазақстанның әлемдік туристік нарықта бәсекелестікке қабілетсіз етеді.



Сурет 1. Орналастыру орындарының бір уақыттағы толтырымдылығы

Суретке назар аударсак, бір уақыттағы толтырылдық бойынша алдағы орында Шығыс Қазақстан болып табылады. Оның негізгі себебі Шығыс Қазақстандағы туристік потенциалдың жоғары деңгейдегімен байланысты, яғни Шығыста орналасқан Алакөл, Сібі, Бұқтырма, Катон-Қарағай курорттық аймақтары көп туристерді қабылдайды және орналастырады.

Бағалаудың нәтижесіне сүйенсек, Қазақстандағы қонақ үй шаруашылығы тек 2 қаладаға дамыған - Астана және Алматы. Қазіргі таңда отандық қонақ үй нарығында колайлыш, қымбат емес сапалы қызмет көрсетуі бар апартаментті қонақ үйлер, және қаралайым қонақ үйлерде жетіспейді.

Бірақ, жалпы Қазақстан экономикасының дамуын ескерсек, қонақ үй шаруашылығы одан әрі дами туспек деген болжам жасай аламыз.

Қазірдің өзінде инвесторлар тарапынан Қазақстандағы қонақ үйлердің құрылышына белінген қаржы қоры Ресей мен Еуропа елдерімен салыстырғанда инвестиция қорынан асып түседі. Ғалымдардың зерттеулеріне сүйенсек 2030 жылға қарай қонақ үй бизнесінің даму мүмкіншіліктері ете зор.

Алдағы болатын ЭКСПО-2017 Бүкіләлемдік көрмесі отандық қонақ үй секторының дамуына белсенді әсер етеді деп күтілуде. Елімізді әлемдік аренада дамуына, туристер ағынының көбеюіне, инфрақұрылымның артуына және туристік саладағы мамандардың қызметкерлік дәрежелерін арттыруда маңызды өзгерістер болады деп күтілуде.

Қонақ үй индустрисы және туризм туристік қызметтерді өндіру саласында бастауышы бола отырып, кәсіпкерліктің дамуы үшін үлкен мүмкіндіктері береді.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Бесекей Е. Қонақ үй бизнесі. - Алматы, 2012.
2. Мазбаев О.Б., Омаров Қ.М. Қонақ үй шаруашылығы – Алматы, 2007.
3. Барлықов Е.К., Онаев Б.Т. Сервистік қызмет – Алматы, 2013.
4. Туризм салалар бойынша статистикалық мәліметтер [Электрондық ресурс] // Қазақстан Республикасының статистика агенттігінің ресми сайты. – [URL://www.stat.gov.kz](http://www.stat.gov.kz)

УДК 336.77.01 : 336.747

**ТРАНСМИССИОННЫЙ МЕХАНИЗМ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ
ПОЛИТИКИ И ЕГО ОСОБЕННОСТИ В РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ
ЭТАПЕ**
Климова Н.Н.

Сведения об авторе. Климова Наталья Николаевна - кандидат экономических наук, доцент. Преподаватель Московского промышленно-экономического колледжа РЭУ им. Г.В. Плеханова

Аннотация. Устойчивость финансовых институтов, которая обеспечивается Банком России в рамках выполнения функций по регулированию и надзору, является необходимым условием нормальной работы трансмиссионного механизма денежно-кредитной политики. Скорость и четкость передачи сигнала от ключевой ставки к реальному сектору и инфляции во многом зависит от уровня развития финансового сектора, его роли в формировании сбережений и кредита. Банк России также продолжает работу по повышению качества финансового посредничества, принимая меры, направленные на расширение спектра и повышение доступности финансовых услуг при усилении защиты прав потребителей, на внедрение новых технологий, а также повышение финансовой грамотности участников финансового рынка.

Ключевые слова. Денежно-кредитная политика, трансмиссионный механизм денежно-кредитной политики, ключевая ставка, инфляционные ожидания, сегмент межбанковских кредитов.

Автор туралы мәліметтер. Климова Наталья Николаевна – экономика ғылымдарының кандидаты, доцент. Г.В. Плеханов атындағы РЭУ Мәскеу өнеркәсіптік - экономикалық колледж оқытушысы.

Аннотация. Реттеу және бақылау жасау бойынша қызметтерін орындау шенберінде Ресей Банктері қамтамасыз ететін қаржы институттарының тұрақтылығы ақша-несие саясатының трансмиссиялық механизмінің қажетті тұрақты шарты болып табылады. Негізгі мөлшерлемеген шынайы сектор мен инфляцияға сигнал жеткізуіндік анықтығы мен жылдамдығы қаржы секторының даму деңгейі және ақша жинау мен несие құрудағы рөлімен тығыз байланысты. Ресей Банкі жаңа технологияларды ендіру бойынша тұтынушылар құқықтарын қорғауды қүштейтудің қаржы қызметінің қол жетімділігін арттыру мен спектрін кеңейтуге бағытталған қаржы делдалдығының сапасын арттыру бойынша жұмысын жалғастырып жатыр.

Түйін сөздер. Ақша-несие саясаты, ақша-несие саясатының трансмиссиялық механизмі, негізгі мөлшерлеме, инфляциялық күтімдер, банкаралық несиелердің сегменті.

About the author. Klimova Natalia - candidate of economic sciences, associate professor. Teacher at the Moscow Industrial and Economic College of the G.V. Plekhanova Russian Academy of Economics.

Annotation. The stability of financial institutions, which is provided by the Bank of Russia in the performance of regulatory and supervisory functions, is a prerequisite for the normal operation of the transmission mechanism of monetary policy. The speed and clarity of signal transmission from the key rate to the real sector and its inflation largely depends on the level of development of the financial sector, its role in the formation of savings and credit. The Bank of Russia is also continuing to improve the quality of financial intermediation, taking measures aimed at expanding the range and increasing the availability of financial services while strengthening consumer protection, introducing new technologies, and increasing the financial literacy of participants in the financial market.

Keywords. Monetary policy, the transmission mechanism of monetary policy, the key rate, inflation expectations, the segment of interbank loans.

Денежно-кредитная политика, как и иные виды экономической политики, осуществляется в рамках реализации общей стратегии экономического развития России. Большинство направлений макроэкономической политики по природе своей не могут быть обоснованными и оказывают взаимное влияние, как на условия реализации, так и на результаты принимаемых мер. Поэтому успешность проведения экономической политики в целом, перспективы преодоления структурных ограничений в значительной мере зависят от координации действий органов государственной власти на всех уровнях, в том числе

Банка России и Правительства Российской Федерации.

Отвечая за несколько направлений экономической политики, включая поддержание ценовой и финансовой стабильности, устойчивость и развитие финансового сектора и платежной системы, Банк России обеспечивает их взаимную согласованность, комплексно применяя имеющиеся инструменты и учитывая их взаимное влияние. В частности, ключевая ставка, являясь инструментом широкого воздействия, используется в первую очередь для достижения цели по инфляции. Меры взвешенной денежно - кредитной политики, имея стабилизационный характер, одновременно способствуют поддержанию финансовой и общей макроэкономической стабильности. Однако ценовая стабильность сама по себе не способна предупредить накопление системных финансовых рисков.

Для обеспечения устойчивости финансового сектора Банк России применяет инструменты регулирования, включая меры макропруденциального регулирования. К числу мер макропруденциального регулирования в том числе относится антициклическая надбавка к нормативу достаточности капитала кредитных организаций, которая позволяет сформировать буфер капитала на случай нарастания системных рисков. На снижение рисков для финансовой стабильности, повышение устойчивости банковского сектора и надежное выполнение им своих функций также направлены действия по выводу с рынка недобросовестных участников и меры по повышению эффективности процедуры финансового оздоровления кредитных организаций.

Банк России имеет в своем распоряжении и инструменты, позволяющие оказывать точечное влияние на отдельные сегменты рынка в случае появления признаков их перегрева. В их числе – использование повышенных коэффициентов риска к отдельным видам активов для расчета норматива достаточности капитала, например, по кредитам в иностранной валюте и по необеспеченным потребительским кредитам. Эти меры призваны обеспечить дополнительный буфер капитала банкам по таким активам.

Безусловно, регулятивные меры оказывают влияние на денежно-кредитные условия, что учитывается Банком России при разработке макроэкономического прогноза и определении уровня ключевой ставки. Например, уточнение обязательных нормативов деятельности может способствовать формированию более сбалансированного подхода банков к проведению операций, что может отражаться в том числе на динамике денежных агрегатов.

Устойчивость финансовых институтов, которая обеспечивается Банком России в рамках выполнения функций по регулированию и надзору, является необходимым условием нормальной работы трансмиссионного механизма денежно-кредитной политики. Скорость и четкость передачи сигнала от ключевой ставки к реальному сектору и инфляции во многом зависит от уровня развития финансового сектора, его роли в формировании сбережений и кредита. Банк России также продолжает работу по повышению качества финансового посредничества, принимая меры, направленные на расширение спектра и повышение доступности финансовых услуг при усилении защиты прав потребителей, на внедрение новых технологий, а также повышение финансовой грамотности участников финансового рынка.

В России сохраняется большой потенциал для развития данного направления. Наряду с повышением эффективности трансмиссионного механизма, эти меры способствуют усилению вклада финансовых институтов в создание благоприятных условий для экономической деятельности, формирование инвестиций.

При проведении денежно-кредитной политики Банк России учитывает, что инфляция формируется под воздействием ряда факторов. Во-первых, динамика цен зависит от соотношения спроса и предложения на рынке товаров и услуг. Возможности обеспечить тот или иной уровень производства товаров и услуг определяются, прежде всего, наличием материальных, трудовых, управлеченческих ресурсов в экономике, что находится вне области инструментов воздействия центрального банка. Объем спроса зависит как от индивидуальных предпочтений в потреблении, так и от готовности домашних хозяйств сделять сбережения или взять кредит. Склонность к сбережениям и заимствованиям, в свою

очередь, формируется под влиянием процентных ставок по кредитам и депозитам, на которые оказывает влияние центральный банк, определяя уровень ключевой ставки.

Таким образом, центральный банк воздействует на инфляцию, управляя внутренним спросом через процентные ставки. Другим фактором, оказывающим влияние на инфляцию, является динамика валютного курса. Это связано с тем, что в потребительскую корзину, наряду с отечественными, входят импортные товары, цены которых зависят как от себестоимости товара за рубежом, так и от колебаний курса национальной валюты. Если цены за рубежом находятся вне рамок воздействия центрального банка, то на динамику валютного курса он может оказать влияние. В условиях плавающего курса центральный банк не регулирует валютный курс напрямую, но должен учитывать влияние на его динамику уровня процентных ставок в экономике. В частности, если процентные ставки внутри страны выше ставок на международных рынках, то это повышает относительную привлекательность отечественных активов, по сравнению с зарубежными, создает предпосылки для притока капитала и укрепления национальной валюты, что отражается в снижении инфляционного давления. Таким образом, изменения ключевую ставку, центральный банк должен учитывать эти эффекты.

Еще одним важным фактором динамики цен являются инфляционные ожидания населения и бизнеса. В зависимости от того, какое изменение инфляции участники экономических отношений ожидают в будущем, формируются их текущие решения о потреблении, сбережениях, инвестициях, соглашения о заработной плате, цены в контрактах на поставку товаров и иные формы соглашений. Соответственно, чем ниже инфляционные ожидания, тем более низкие темпы роста цен будут закладываться в ценовые и зарплатные контракты в экономике. В результате инфляция будет ниже. Поэтому центральные банки придают большое значение формированию низких инфляционных ожиданий. Этому способствует последовательная денежно-кредитная политика, направленная на поддержание инфляции вблизи целевого уровня.

Денежно-кредитная политика оказывает влияние на инфляцию, воздействуя через изменение ключевой ставки, в первую очередь, на процессы в финансовом секторе, которые затем отражаются на реальном секторе и динамике потребительских цен. При этом действенность политики центрального банка зависит от четкости и широты передачи сигнала от ключевой ставки к финансовой сфере и ее влияния на деятельность предприятий и домашних хозяйств, то есть от эффективности так называемого трансмиссионного механизма денежно-кредитной политики (далее – ТМДКП). Работа ТМДКП в России, как и в других странах, имеет свои особенности и во многом определяется уровнем развития тех или иных сегментов финансового рынка, а также сложившимися деловыми практиками. В России изменение ключевой ставки Банком России почти мгновенно отражается в ставках сегмента овернайт денежного рынка, являющегося отправной точкой действия ТМДКП. В силу минимальной срочности операций однодневные ставки денежного рынка включают наименьшую премию за финансовые риски (процентный и кредитный риски, риск ликвидности) и их уровень может быть максимально близок к ключевой ставке. Банк России создает для этого условия, регулируя уровень банковской ликвидности через операции с кредитными организациями.

Среди всех сегментов денежного рынка Банк России наибольшее внимание уделяет сегменту межбанковских кредитов (МБК), так как ставки в смежных сегментах денежного рынка (рынки валютных свопов и рынок репо) могут колебаться под влиянием изменений спроса на иностранную валюту или ценные бумаги. Поскольку для банков многократное совершение краткосрочных операций на денежном рынке является альтернативой операциям на более длительный срок, ожидания относительно будущей динамики ставок денежного рынка влияют на ставки по средне- и долгосрочным операциям. Изменения этих ожиданий при повышении или снижении ключевой ставки в течение нескольких недель приводят к изменению ставок на рынке межбанковских кредитов, процентных деривативов, рынке ценных бумаг, то есть сегментах рынка, которые характеризуются высокими оборотами. Если изменение ключевой ставки ожидаемой участниками рынка,

ставки по средне- и долгосрочным операциям могут отчасти корректироваться еще до изменения ключевой ставки и слабее отреагировать на ее непосредственное повышение или снижение. В случае, если на рынке преобладают ожидания дальнейшего изменения ключевой ставки в том же направлении, то последующая реакция ставок по операциям в финансовом секторе может быть более существенной.

Для банков привлечение депозитов или предоставление кредитов выступает в качестве альтернативы операциям на денежном или фондовом рынке. При установлении ставок по кредитным и депозитным операциям банки учитывают ставки на соответствующие сроки, сложившиеся на денежном или фондовом рынке (межбанковские ставки, котировки процентных свопов, доходность ОФЗ), корректируя их на размер дополнительных расходов, связанных с кредитными и депозитными операциями, или рисков по этим операциям. Поскольку принятие решения об изменении условий стандартных кредитных и депозитных продуктов требует времени, причем, разные банки принимают такие решения не синхронно, изменение ставок на депозитном и кредитном рынках может потребовать больше времени – до 3–6 месяцев. В результате изменения ключевой ставки постепенно происходит ответная подстройка всего спектра процентных ставок в экономике по всей длине кривой доходности. Через процентные ставки Банк России влияет на выбор участников экономических отношений между сбережениями и потреблением, что отражается на динамике депозитов и кредитов и далее – на внутреннем спросе и инфляции. Изменение ключевой ставки в полной мере отражается на динамике потребительских цен на горизонте до 3–6 кварталов. Канал процентных ставок достаточно хорошо работает в России, при этом сохраняется потенциал для его дальнейшего усиления по мере повышения роли депозитных и кредитных операций в формировании сбережений и заимствований в экономике. Этому будет способствовать дальнейшее развитие финансового рынка, повышение доверия к нему и расширение практики использования финансовых услуг хозяйствующими субъектами в России, в том числе под воздействием мер, принимаемых Банком России. Изменение процентных ставок также отражается на стоимости активов, которыми обладают компании и домашние хозяйства, и, следовательно, на оценке ими собственного финансового положения, а также на возможности брать в долг под обеспечение имеющимися активами. Активы, как финансовые (акции, облигации), так и нефинансовые (недвижимость), в периоды снижения ставок растут в цене, а в периоды роста ставок – дешевеют. Это, в свою очередь, влияет на решения собственников активов о потреблении, сбережениях и инвестициях, что в итоге транслируется в динамику внутреннего спроса.

В России этот механизм пока работает слабо, с учетом того, что значительная часть населения не является постоянным участником финансового рынка, не имеет вложений в активы, а в деловых практиках реального сектора ограниченно применяются операции с ликвидными залогами, цены которых существенно зависят от уровня ставок. Роль данного канала постепенно будет возрастать по мере расширения спектра и доступности финансовых продуктов и услуг, развития инфраструктуры финансового рынка, повышения финансовой грамотности его участников, а также увеличения благосостояния российских граждан. Процентные ставки внутри страны оказывают влияние на валютный курс через изменение привлекательности российских активов относительно зарубежных. При этом, наряду со ставками, воздействие на валютный курс оказывает широкий набор факторов, в том числе со стороны внешних условий.

Как отмечено выше, динамика валютного курса отражается на стоимости импортных товаров, которые входят в потребительскую корзину, и, таким образом, на инфляции. Косвенный эффект изменений валютного курса связан с его влиянием на ценовую привлекательность отечественной продукции относительно импортной, которое приводит к изменению спроса и цен на эти группы товаров. Учитывая существенную долю импортных товаров в потребительской корзине в России, валютный курс является значимым фактором динамики цен. Эффект переноса изменения валютного курса в цены оценивается в 0,10–0,15%, то есть при изменении валютного курса на 1% общая инфляция

изменяется на 0,10–0,15 п.п., что происходит в течение нескольких месяцев. При этом влияние пока является несимметричным: потребительские цены в большей мере реагируют на ослабление рубля, чем на его укрепление. Это связано с характером инфляционных ожиданий, которые еще остаются более чувствительными к факторам, оказывающим повышательное давление на цены, чем к факторам противоположного действия. По мере закрепления инфляционных ожиданий на низком уровне и повышения доверия к политике Банка России по поддержанию ценовой стабильности влияние колебаний валютного курса на динамику цен будет снижаться, как и степень асимметричности эффекта переноса (когда цены товаров сильнее реагируют на ослабление рубля, чем на его укрепление). Этому также будет способствовать продолжение постепенного снижения доли импорта в потреблении. Меры центрального банка оказывают воздействие на инфляцию и экономические процессы в целом как через процентные ставки, так и через влияние на ожидания участников финансового рынка, предприятий и домашних хозяйств в отношении динамики цен и изменения финансовых условий. Этот канал играет важную роль, особенно учитывая, что наряду с изменением ключевой ставки приобретают значение прогнозы центрального банка, а также комментарии и заявления его представителей. В России возрастает роль информационных сигналов центрального банка при формировании ожиданий по динамике ставок на финансовом рынке, что позволяет оказывать дополнительное влияние на кривую доходности. При этом политика Банка России, в том числе публикуемые прогнозы, пока еще слабо влияет на инфляционные ожидания участников экономики, которые в основном ориентируются на прошлую или текущую динамику цен. Сохраняется большой потенциал для усиления действия данного канала, чему будет способствовать последовательная денежно-кредитная политика Банка России по закреплению инфляции вблизи 4%, сопровождаемая активной коммуникацией и разъяснительной работой.

В дальнейшем повышению четкости и увеличению широты передачи импульса от ключевой ставки к процентным ставкам в экономике, усилинию роли информационных сигналов Банка России будут способствовать развитие и укрепление устойчивости финансового рынка. Банк России предпринимает действия, направленные на повышение его ликвидности, расширение круга участников, снижение издержек и кредитных рисков по совершаемым сделкам, совершенствует правовые основы его регулирования. В 2017 г. для повышения ликвидности денежного рынка Банк России оказал содействие запуску нового сегмента денежного рынка Московской Биржи, обеспечением на котором выступают клиринговые сертификаты участия (КСУ). Запуск сделок с КСУ будет способствовать снижению издержек участников рынка за счет сокращения затрат на работу с обеспечением по сделкам, учитывая, что КСУ позволяет объединить имущество в пуле активов и снизить число трансакций с ним. Кроме того, принято решение о допуске на денежный рынок корпоративных участников, что создаст условия для более эффективного перераспределения средств на нем, в том числе с участием некредитных финансовых организаций. Кроме того, с июня 2017 г. сделки репо с Банком России стали заключаться на Московской Бирже с системой управления обеспечением через Национальный расчетный депозитарий. Таким образом, у кредитных организаций появилась возможность и здесь работать с корзиной обеспечения, то есть подавать на участие в репо с Банком России одну заявку, а не несколько заявок по разным видам принимаемых ценных бумаг, и при необходимости заменять переданные в обеспечение ценные бумаги. Банк России проводит мероприятия по развитию рынка производных финансовых инструментов (ПФИ). В 2017 г. Банк России продолжил осуществлять оценку качества формирования финансовых индикаторов и их администраторов на финансовом рынке, поскольку их надежность чрезвычайно важна для развития срочного рынка и появления инструментов хеджирования рыночных рисков с использованием указанных индикаторов. Банк России также проводит реформу внебиржевого рынка ПФИ, которая направлена на повышение устойчивости данного сегмента рынка и расширение круга его участников. В частности, этому будет способствовать перевод стандартизованных внебиржевых деривативов на центра-

лизованный клиринг, что позволяет минимизировать кредитные риски по сделкам. При этом для внебиржевых ПФИ, в отношении которых не осуществляется централизованный клиринг, планируется введение маржинальных требований, которые предполагают внесение залога участниками рынка по занятым позициям. Это снижает чувствительность рынка к действию негативных внешних факторов за счет снижения числа необеспеченных открытых позиций возможности использования обеспечения для покрытия обязательств по сделкам. Расширение круга участников и снижение рисков рынка ПФИ будут способствовать повышению ликвидности рынка процентных деривативов, которые отражают усредненные ожидания будущих процентных ставок всех участников рынка, что усилит доверие к ним. Наряду со ставками Банка России, ожиданиями их изменения, макроэкономическими, в том числе инфляционными рисками, на ставки по кредитным и депозитным операциям банков влияет широкий спектр других факторов: кредитные риски по конкретным заемщикам, трансакционные издержки, уровень конкуренции на конкретном сегменте рынка.

Действия Банка России по обеспечению устойчивости финансового сектора, повышению доступности финансовых услуг, стимулированию технологического развития российской финансовой системы, помимо прочего, обеспечивают снижение трансакционных издержек, операционных рисков участников рынка и повышение эффективности их деятельности. На это же направлены меры Банка России по стимулированию конкуренции в финансовом секторе, а также оптимизации регуляторной нагрузки в соответствии с масштабом деятельности (в частности, через готовящееся внедрение системы пропорционального регулирования банков). В результате можно ожидать повышения прозрачности ценообразования на кредитном и депозитном рынках, что будет способствовать четкости передачи сигнала от ключевой ставки к финансовому сектору и далее в экономику страны.

ЛИТЕРАТУРА

1. Официальный сайт Банка России <http://www.cbr.ru>

УДК 303.823.3

ПРИЗНАНИЕ И ОЦЕНКА НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ В ПРОЦЕССЕ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЫ

Клиновицкая Т.Г.

Сведения об авторе. Клиновицкая Татьяна Григорьевна – старший преподаватель ВКГТУ им Д. Серикбаева

Аннотация. В статье рассмотрены понятие и классификация нематериальных активов в соответствии с МСФО 38, их признание и оценка. Отмечено, что при принятии в бухгалтерском учете активов в качестве нематериальных необходимо единовременное выполнение определенных условий. Подчеркнуто, что практическое использование нематериальных активов в экономическом обороте предприятий есть процесс коммерциализации инновационной сферы. Особое внимание уделено стадиям процесса коммерциализации инновационной сферы.

Ключевые слова. Нематериальные активы, патенты, лицензии, товарные знаки, знаки обслуживания, интеллектуальная собственность, деловая репутация, первоначальная стоимость, оценка, коммерциализация нематериальных активов.

Автор туралы мәліметтер. Клиновицкая Татьяна Григорьевна – Д. Серікбаев атындағы ШҚМТУ аға оқытушысы.

Аннотация. Макалада ҚЕХС 38-ге сәйкес материалдық емес активтердің ұфымы мен топтастырылуы, оларды мойындау мен бағалау қарастырылған. Бухгалтерлік есепте активтерді материалдық емес ретінде қабылдауда бір уақытта белгілі бір шарттарды орындау қажеттілігі туралы айтылған. Кәсіпорындардың экономикалық айналымдарындағы материалдық емес активтердің іс

жүзінде пайдалану инновациялық саланың коммерциализациялауының белгісі екені баса айтылған. Инновациялық саланың коммерциализациялау үрдісінің кезеңдеріне ерекше мән берілген.

Түйін сөздер. Ақша-несие саясаты, ақша-несие саясатының трансмиссиялық механизмі, негізгі мөлшерлеме, инфляциялық күтімдер, банкаралық несиelerдің сегменті, материалдық емес активтердің коммерциализациялау.

About the author. Klinovitskaya Tatyana - senior teacher of the D. Serikbayev EKSTU

Annotation. The article deals with the concept and classification of intangible assets in accordance with IAS 38, their recognition and assessment. It is noted that when accounting assets are accepted as intangible, a one-time fulfillment of certain conditions is necessary. It is emphasized that the practical use of intangible assets in the economic turnover of enterprises is the process of commercialization of the innovation sphere. Particular attention is paid to the stages of the process of commercialization of the innovation sphere.

Keywords. Intangible assets, patents, licenses, trademarks, service marks, intellectual property, business reputation, initial cost, valuation, commercialization of intangible assets.

В условиях рыночных отношений практически невозможно управлять сложным экономическим механизмом хозяйствующего субъекта без своевременной экономической информации, основную часть которой дает четко наложенная система бухгалтерского учета. Данные бухгалтерского учета используются для оперативного руководства работой хозяйствующих субъектов и их структурных подразделений, для составления экономических прогнозов и текущих планов и, наконец, для изучения и исследования закономерностей развития экономики страны.

Нематериальные активы по-английски называются гораздо более романтично – *intangible* («неосязаемые»). То есть в эту категорию имущества входит то, что нельзя пощупать, ощутить, к чему нельзя прикоснуться. И вот такую своеобразную субстанцию бухгалтерам приходится учитывать, потому что она, как это ни странно, не только вполне реально существует, но и достаточно ощутимо участвует в хозяйственном обороте, производственной или, по меньшей мере, управлеченческой деятельности множества активно функционирующих компаний.

Вообще говоря, что бы ни утверждали, но настоящим двигателем прогресса являются человеческие идеи. Просто для того, чтобы идея заработала, ее нужно воспринять, сформулировать и воплотить.

Для того, чтобы иметь возможность учесть экономический и налоговый «выход» от данного объекта интеллектуальной собственности, требуется новый процесс – уже не соиздательный, а учетный - в ходе которого осуществляется классификация и оценка нематериального актива.

В настоящее время в имуществе предприятий неуклонно возрастает роль нематериальных (неосязаемых) активов. Это обусловлено полной поглощения одних предприятий другими, быстротой и масштабами технологических изменений, распространением информационных технологий, усложнением и интеграцией финансового рынка Казахстана.

Вопросы методики и организации учета данного вида имущества активно обсуждаются во всем мире. Можно смело сказать, что нематериальные активы – один из самых проблемных в настоящее время вопросов казахстанской методологии бухгалтерского учета.

Практическое использование нематериальных активов в экономическом обороте предприятий есть по сути процесс коммерциализации инновационной сферы, который условно можно свести к следующим стадиям.

Первая стадия - это грамотная классификация объектов интеллектуальной собственности, на базе которой должна формироваться предварительная оценка их рыночной стоимости. Однако в настоящее время предприятия либо ее не выполняют, либо делают это по-дилетантски. Поэтому необходима профессиональная разработка базовых методологических и методических рекомендаций.

Вторая стадия - это включение стоимости объектов нематериальных активов в со-

став имущества предприятий. В соответствии с законодательством РК, эти средства подлежат амортизации: ежемесячно относятся на себестоимость продукции (работ, услуг) по нормам, которые рассчитывает предприятие (фирма) исходя их первоначальной стоимости и срока их полезного использования, но не более срока деятельности самого предприятия (фирмы), затем реализуются и оседают на расчетном счете предприятия. В дальнейшем они используются исключительно на развитие данного производства, на вознаграждение авторам разработок (а также лицам, которые содействовали созданию или использованию этих разработок), и потому не должны облагаться налогами.

Третья стадия - коммерциализации нематериальных активов заключается:

- в активном выходе предприятий на рынок научно-технической продукции;
- в умении найти своего покупателя, овладевать искусством предпринимателя, т.е. самому искать заказчика (потребителя) для своей идеи или разработки;
- в умении рекламировать их;
- в умении писать в журналы, пробиваться на телевидение и т.д.

Все это превращает проблему нематериальных активов в одну из наиболее актуальных экономических и правовых проблем на данном этапе движения казахстанской экономики в целом, а в частности, к цивилизованным рыночным отношениям.

При организации учета нематериальных активов руководствуются МСФО № 38 «Нематериальные активы».

В соответствии с МСФО 38, нематериальный актив- это идентифицируемый немонетарный актив, не имеющий физической формы, удерживаемый для использования в производстве или поставке товаров или услуг, в целях сдачи в аренду другим сторонам или в административных целях.

По своим функциональным особенностям нематериальные активы делятся на 4 группы:

1 НМА, связанные с производством (Ноу-Хай - совокупность технических знаний, выраженных в форме документации, производственного опыта, навыков; права на использования производственной информации; программные обеспечения ЭВМ).

2 НМА, связанные с коммерческой деятельностью (товарные знаки, знаки обслуживания).

3 НМА, связанные с правами пользования (патент, привилегии, лицензии, формулы, технологии, промышленные образцы).

4 НМА, прочие (гудвилл, организационные расходы, интеллектуальная собственность).

Под деловой репутацией понимается разница между покупной ценой организации и стоимостью чистых активов по бухгалтерскому балансу (гудвилл).

Под организационными расходами понимают расходы, связанные с открытием хозяйственного объекта.

При принятии к бухгалтерскому учету активов в качестве нематериальных необходимо единовременное выполнение следующих условий:

- отсутствие материально-вещественной (физической) формы;
- возможность идентификации (выделения, отделения) организацией от другого имущества;
- использование в производстве продукции, при выполнении работ или оказании услуг либо для управленческих нужд организации;
- использование в течение длительного периода времени, то есть срока полезного использования продолжительностью свыше 12 месяцев или обычного операционного цикла, если он превышает 12 месяцев;
- организацией не предполагается последующая перепродажа данного имущества;
- способность приносить организации экономические выгоды (доход) в будущем;
- наличие надлежаще оформленного документов, подтверждающих существование самого актива и исключительного права у организации на результаты интеллектуальной деятельности (патенты, свидетельства, другие охранные документы, договор уступки

(приобретения) патента, товарного знака и тому подобное).

Нематериальные активы признаются в бухгалтерском учете по первоначальной стоимости. Первоначальная стоимость определяется для объектов:

- внесенных в счет вкладов в уставный капитал – по договоренности сторон (согласованной стоимости), если иное не предусмотрено законодательством РК;

- приобретенных за плату у других организаций и лиц – по фактически произведенным затратам на приобретение объектов и доведение их до состояния, пригодного к использованию;

- полученных безвозмездно у других организаций и лиц – по рыночной стоимости на дату оприходования;

- полученных по договорам, предусматривающим исполнение обязательств (оплату) не денежными средствами, определяется исходя из стоимости товаров (ценностей), переданных или подлежащих передаче организацией. Стоимость товаров (ценностей), переданных или подлежащих передаче организацией, устанавливают исходя из цены, по которой в сравнимых обстоятельствах обычно организация определяет стоимость аналогичных товаров (ценностей). При невозможности установления такой цены, величина стоимости нематериальных активов устанавливается исходя из цены, по которой в сравнимых условиях приобретаются аналогичные нематериальные активы.

Затраты по приобретению нематериальных активов включают суммы, выплаченные продавцу объекта, посредникам, за информационные и консультационные услуги, регистрационные сборы и пошлины, таможенные расходы и другие расходы, связанные с приобретением объектов, за исключением НДС и иных возмещаемых налогов (кроме случаев, предусмотренных законодательством РК).

Не включаются в фактические расходы на приобретение, создание нематериальных активов общехозяйственные и иные аналогичные расходы, кроме случаев, когда они непосредственно связаны с приобретением активов.

Нематериальные активы, поступающие в организацию в порядке обмена на какое-либо имущество, оцениваются исходя из стоимости обмениваемого имущества.

Оценка нематериальных активов, стоимость которых при приобретении определена в иностранной валюте, производится в тенге по курсу НБ РК, действующему на дату приобретения объекта.

Стоимость нематериальных активов, по которой они приняты к учету, не подлежит изменению, кроме случаев, установленных законодательством РК.

Положения НК РК практически полностью повторяют требования к формированию стоимости нематериальных активов в бухгалтерском учете, однако при одинаковом составе расходов их величина может не совпадать в связи с различиями в методике исчисления в бухгалтерском и налоговом учете.

Нематериальные активы признаются в учете по фактической (первоначальной) стоимости. Первоначальная стоимость – это стоимость нематериального актива, по которой он первоначально учитывается. Эта стоимость состоит из затрат на создание (или приобретение) актива и его доведение до состояния, в котором он может использоваться на предприятии

При этом фактическими расходами на приобретение признают:

- суммы, уплачиваемые в соответствии с договором об отчуждении исключительного права на результат интеллектуальной деятельности или на средство индивидуализации правообладателю (продавцу);

- таможенные пошлины и таможенные сборы;

- невозмещаемые суммы налогов, государственные, патентные и иные пошлины, уплачиваемые в связи с приобретением нематериального актива;

- вознаграждения, уплачиваемые посреднической организации и иным лицам, через которые приобретен нематериальный актив;

- суммы, уплачиваемые за информационные и консультационные услуги, связанные с приобретением нематериального актива;

- иные расходы, непосредственно связанные с приобретением нематериального актива и обеспечением условий для использования актива в запланированных целях.

При создании нематериального актива к расходам также относятся:

- суммы, уплачиваемые за выполнение работ или оказание услуг сторонним организациям;

- расходы на оплату труда работников, непосредственно занятых при создании нематериального актива;

- расходы на содержание и эксплуатацию, амортизацию основных средств и иного имущества, использованных непосредственно при создании нематериального актива;

- иные расходы, непосредственно связанные с созданием нематериального актива и обеспечением условий для использования актива в запланированных целях.

Для определения первоначальной стоимости нематериальных активов используется «Справка о затратах, включенных в первоначальную стоимость нематериального актива».

Первоначальная стоимость актива определяется для объектов:

- внесенных учредителями в счет их вкладов в уставный капитал предприятия - по договоренности сторон;

- приобретенных за плату или безвозмездно у других предприятий и лиц - экспертным путем (с помощью эксперта-оценщика) [1, с. 239].

Стоймость нематериальных активов, по которой они приняты к бухгалтерскому учету, не подлежит изменению, кроме случаев, установленных законодательством РК.

Изменение фактической (первоначальной) стоимости нематериального актива, по которой он принят к бухгалтерскому учету, допускается в случаях переоценки и обесценения нематериальных активов.

Организация может не чаще одного раза в год (на конец отчетного года) переоценивать группы однородных нематериальных активов по текущей рыночной стоимости, определяемой исключительно по данным активного рынка указанных нематериальных активов. При принятии решения о переоценке нематериальных активов следует учитывать, что в последующем данные активы должны переоцениваться регулярно (не чаще одного раза в год).

Переоценка нематериальных активов производится путем пересчета их остаточной стоимости. Результаты проведенной по состоянию на конец отчетного года переоценки подлежат отражению в бухгалтерском учете обособленно.

Нематериальные активы могут проверяться на обесценение в порядке, определенном МСФО 36 «Обесценение активов» [2].

Единицей бухгалтерского учета нематериальных активов является инвентарный объект. На балансе нематериальные активы учитываются по остаточной стоимости, которая определяется как разница между первоначальной (или переоцененной) стоимостью, накопленной амортизацией и обесценением.

Таким образом, понятие нематериального актива многогранно: это и бухгалтерское понятие, и экономическое, и юридическое. Разнообразен и состав нематериальных активов: обладание такими активами связано для организации, как с наличием конкурентных преимуществ, так и с использованием компонентов интеллектуального капитала, очень важен в бухгалтерском учете правильный порядок признания и оценки нематериальных активов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аринушкин Н.С. Бухгалтерский учет в организациях – Алматы: «Арко», 2006. – 482 с.
2. Назарова В.Л. Бухгалтерский учет хозяйствующих субъектов: Учебник / Под ред. Н.К. Мамырова. – Алматы: «Экономика», 2007. – 298 с.
3. Нурсеитов Э.О. Бухгалтерский учет в организациях. Учеб. пособие. - Алматы: «Лем», 2006. – 472 с.
4. Швецкая В.М. Бухгалтерский учет для менеджеров: учебник / В.М. Швецкая, Н.А. Головко. - 2-е изд. - М.: «Дашков и К», 2007. - 383 с.

5. Международные стандарты финансовой отчетности (официальный перевод, редакция 2013 г.) // www.minfin.kz

УДК 336.64

ОЦЕНКА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АО

«КАЗАГРОФИНАС»

Контарбаева А.М., Богородская О.Г.

Сведения об авторах. Контарбаева Анар Муборакқызы – студентка специальности «Финансы» Казахстанско-Американского свободного университета; Богородская Оксана Григорьевна – старший преподаватель Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. Статья посвящена оценке финансовых результатов деятельности Акционерного общества «КазАгроФинанс», являющегося дочерним предприятием и входящим в группу компаний АО «Национальный Управляющий холдинг «КазАгроН». Авторами проведен анализ баланса АО «КазАгроФинанс», позволяющий выявить состав его средств, тенденции его изменения, возможные негативные и позитивные сдвиги, а так же дающий возможность установить размер абсолютного и относительного прироста или уменьшения, как в целом, так и отдельных статей. В статье обозначено, что показатели рентабельности являются основными характеристиками эффективности хозяйственной деятельности АО «КазАгроФинанс». Проведенная оценка финансовых результатов деятельности общества обозначила актуальность изучения данной проблемы в целях поддержки развития аграрного сектора Республики путем предоставления доступных финансовых услуг и осуществления лизинговой деятельности по его техническому и технологическому обновлению на основе высоких стандартов ведения бизнеса и надежности.

Ключевые слова. Баланс, финансовая отчетность, рентабельность, ликвидность, финансовые коэффициенты, активы, капитал, обязательства, самофинансирование, финансовая независимость.

Авторлар туралы мәліметтер. Контарбаева Анар Муборакқызы – Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Қаржы» мамандығының студенті; Богородская Оксана Григорьевна – Қазақстан-Американдық еркін университетінің аға оқытушысы.

Аннотация. Мақала «КазАгроФинанс» АҚ кызметіндегі қаржы нәтижелерін бағалауға арналған. «КазАгроФинанс» АҚ еншілес үйім болып табылады және «КазАгроН». Үлттық басқарма Холдингі» АҚ-ның компаниялар тобына кіреді. Авторлар «КазАгроФинанс» АҚ-ның қаржы құрамын анықтауға, өзгеріс тенденцияларын, мүмкін болатын позитивті және негативті өзгерістердің анықтауға мүмкіндік беретін талдауын жүргізді. Мақалада рентабельділік көрсеткіштері «КазАгроФинанс» АҚ-ның шаруашылық кызметі тиімділігінің негізгі ерекшеліктері болып табылатыны көрсетілген. Өткізілген қонамдық жетістіктердің қаржылық жетістіктерін бағалау Қазақстан Республикасының аграрлық секторын дамытуды қолдау мақсатында берілген мәселені зерттеудің өзектігін ашып отыр.

Түйін сөздер. Баланс, қаржы есептемесі, табыстырылған, өтімділік, қаржы коэффиценттері, активтер, капитал, міндеттер, өзіндік қаржыландыру, қаржылық тәуелсіздік.

About the authors. Kontarbayeva Anar - a student of the specialty "Finances" of Kazakh-American Free University; Oksana Grigoryevna Bogorodskaya is a senior teacher of Kazakh-American Free University.

Annotation. The article is devoted to the evaluation of financial results of the activity of KazAgroFinance Joint-Stock Company, which is a subsidiary of the KazAgro National Holding Company. The authors analyzed the balance of JSC KazAgroFinance, which allows to identify the composition of its funds, the trends of its changes, possible negative and positive changes, as well as giving the opportunity to determine the size of the absolute and relative increase or decrease, both in general and in separate articles. The article indicates that profitability indicators are the main characteristics of the economic performance of JSC KazAgroFinance. The assessment of the financial results of the company's activity has indicated the urgency of studying this problem in order to support the development of the agricultural sector of the Republic by providing affordable financial services and carrying out leasing activities for its

technical and technological renovation based on high standards of business conduct and reliability.

Keywords. Balance sheet, financial statements, profitability, liquidity, financial ratios, assets, capital, liabilities, self-financing, financial independence.

Динамика основных финансовых показателей деятельности АО «КазАгроФинанс» за последние три года имеет устойчивую тенденцию к росту, что подтверждается результатами аудиторской проверки аудиторской компании «Ernst&Young». Более подробно ознакомиться с финансовыми показателями можно в таблице 1 [1].

Таблица 1. Динамика основных финансовых показателей, млн. тенге

Показатели	2014 год	2015 год	2016 год
Активы	152 296,7	206 561,4	256 437,0
Обязательства	68 231,7	112 250,1	154 875,3
Собственный капитал, в том числе	84 065,0	94 311,3	101 561,8
Уставный капитал	75 653,2	80 883,5	82 837,2
Совокупные доходы	10 071,6	13 574,8	18 439,8
Совокупные расходы	5 576,3	8 235,7	14 189,7
Чистый доход	605,8	3 005,7	3 173,3

На начало 2016 года активы АО увеличились на 68,38%, по сравнению с 2014 годом. Такой рост обусловлен увеличением дебиторской задолженности по финансовой аренде на 78,2% и денежных средств на 214,5%.

Увеличение обязательств АО на начало 2016 года на 126,98% произошло за счет роста задолженности перед акционером на 143,7%. Динамика активов и обязательств АО представлена на рис. 1.



Рис. 1. Динамика активов и обязательств АО «КазАгроФинанс» за 2014-2016 годы, млн. тенге

Собственный капитал Общества на начало 2016 года составил 101 561,8 млн. тенге, увеличившись на 20,81%, по сравнению с показателем 2014 года. Динамика капитала подробнее представлена на рис. 2.

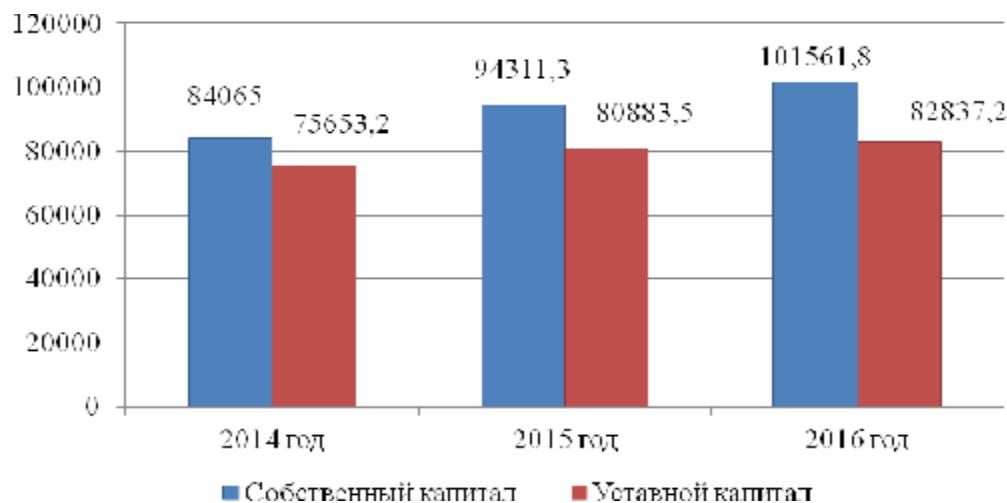


Рис. 2. Динамика собственного и уставного капитала АО «КазАгроФинанс», млн. тенге

В структуре капитала за анализируемый период прослеживается увеличение уставного капитала на 9,5% за счет увеличения количества объявленных акций, а также дополнительный капитал на 106,46% в результате получения кредитов от материнской компании. Нераспределенная прибыль выросла на 98,58%, составив 6 387,6 млн. тенге.

В 2016 году совокупные доходы АО «КазАгроФинанс» составили 18 439,9 млн. тенге, при этом произведены расходы на сумму 14 189,7 млн. тенге. В структуре доходов АО «КазАгроФинанс» в 2016 году наибольший удельный вес занимают доходы, связанные с получением вознаграждения, в том числе: по лизингу – 61%, по предоставленным кредитам – 26%.

Расходы Общества в 2016 году составили 14 189,7 млн. тенге и увеличились, в сравнении с 2015 годом, на 5 954 млн. тенге. В структуре расходов в 2016 году наибольший удельный вес занимают расходы, связанные с выплатой вознаграждения – 45,1%, расходы на резервы (привиджии) – 23,2%. Подробнее ознакомиться с динамикой доходов и расходов предлагается на рис. 3.

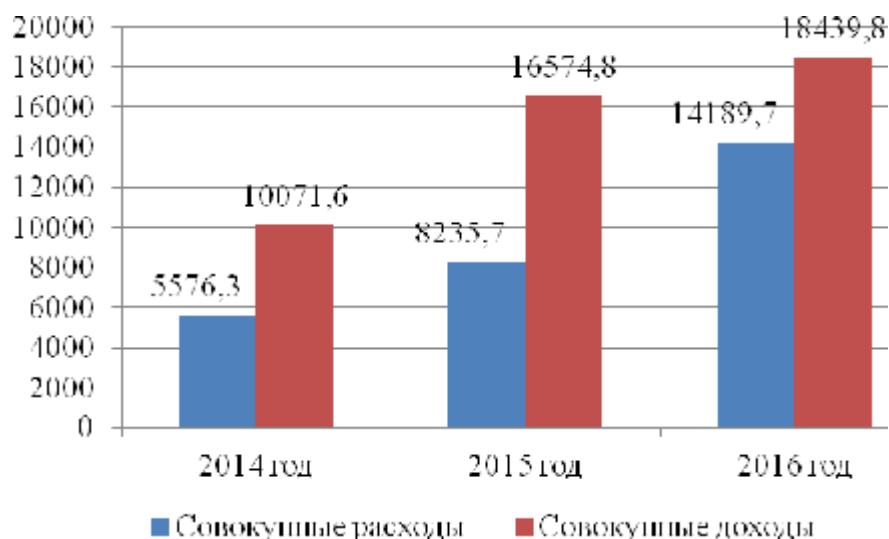


Рис. 3. Динамика доходов и расходов АО «КазАгроФинанс» за 2014-2016 годы, млн. тенге

Чистая прибыль Общества на начало 2016 года составила 3 173,3 млн. тенге, увеличившись на 423, 82%, по сравнению с показателем 2014 года. Рост чистой прибыли обусловлен, преимущественно, увеличением процентных доходов на 65,5%, дебиторской задолженности по финансовой аренде на 61,6% и кредитов клиентам на 76,9%. Отметим, что процентные расходы за анализируемый период выросли на 232,9%, составив 7 730,0 млн. тенге за счет увеличения задолженности перед акционером на 278,8% и средств кредитных организаций на 91,9%. В итоге, чистый процентный доход АО увеличился на 18,6%, по сравнению с 2014 годом, составив 9 820,1 млн. тенге. Динамика чистой прибыли АО более подробно представлена на рис. 4.

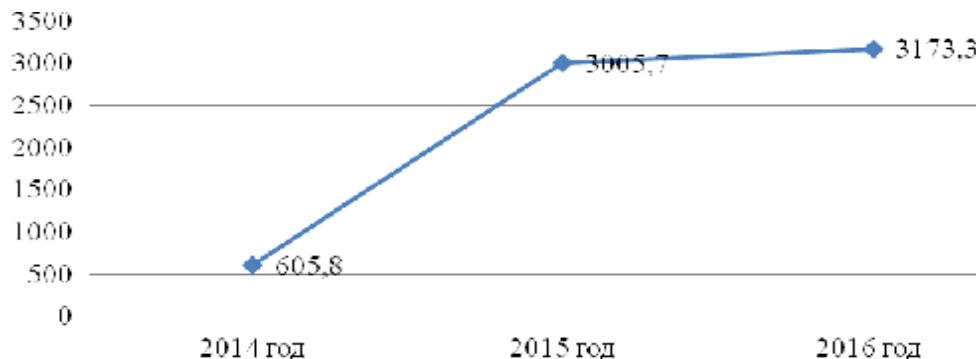


Рис. 4. Динамика чистой прибыли, млн. тенге

Финансовое состояние АО также можно оценить посредством анализа показателей, характеризующих обеспеченность собственными финансовыми ресурсами (коэффициенты устойчивости), а также способности своевременной мобилизации активов для исполнения своих обязательств (коэффициенты ликвидности) [2].

Коэффициенты устойчивости за 2014-2016 годы представлены в таблице 2.

Таблица 2. Коэффициенты устойчивости за 2014-2016 годы

Наименование показателей	Рекомендуемое значение	2014 год	2015 год	2016 год
Коэффициент финансовой независимости (Доля собственного капитала в валюте баланса) = (Собственный капитал) / (Валюта баланса)	$\geq 0,5$	0,6	0,5	0,4
Коэффициент финансовой напряженности (Доля заемных средств в валюте баланса) = (Заемный капитал) / (Валюта баланса)	≤ 2	0,4	0,5	0,5
Коэффициент задолженности (Соотношение между заемными и собственными средствами) = (Заемный капитал) / (Собственный капитал)	≤ 3	0,7	1,0	1,2
Коэффициент самофинансирования (Соотношение собственных и заемных средств) = (Собственный капитал) / (Заемный капитал)	$\geq 0,5$	1,5	1,0	0,8
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (Доля собственных оборотных средств в оборотных активах)	$\geq 0,03$	0,1	0,1	0,5

Коэффициент маневренности (доля собственных средств в собственном капитале)	>= 0,5	0,9	0,9	0,9
---	--------	-----	-----	-----

По коэффициенту финансовой независимости судят, насколько компания независима от заемных средств и способна маневрировать собственными средствами. Значение этого коэффициента снизилось с 0,5 в 2014 году до 0,4 в 2016 году в результате увеличения заемных средств.

Коэффициент финансовой напряженности показывает, сколько процентов от валюта баланса занимает заемный капитал - чем больше это значение, тем напряженнее финансовая ситуация, так как это свидетельствует о большой зависимости должника от внешних финансовых источников. Но степень заимствований сохраняется в рекомендуемых пределах, и степень зависимости компании от внешних источников финансирования не превышает допустимого значения.

Коэффициент задолженности показывает, сколько заемных средств привлекла организация на 1 тенге вложенных в активы собственных средств, и каких средств у организации больше – заемных или собственных. Коэффициент задолженности увеличился за счет роста задолженности перед акционером и средств кредитных организаций.

Коэффициент самофинансирования характеризует финансовую устойчивость компании, чем выше уровень этого коэффициента, тем для инвесторов и банков надежнее финансирование. Данный коэффициент соответствует рекомендуемым значениям, что свидетельствует о достаточности собственных средств компании для исполнения всех видов своих обязательств [3].

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами используется для определения степени обеспеченности компании собственными оборотными средствами. Значение этого коэффициента увеличилось за счет увеличения денежных средств и дебиторской задолженности по финансовой аренде.

Коэффициент маневренности показывает, какая часть собственных средств компании находится в мобильной форме, позволяющей относительно свободно маневрировать этими средствами, значение показателя стабильно, благодаря ежегодным инвестициям в уставной капитал со стороны единственного акционера.

Коэффициенты ликвидности всегда характеризовались высоким уровнем резерва, что вполне оправдано с учетом повышенной степени риска, связанной с сельским хозяйством. Статус АО предопределяет фокусировку деятельности на аграрном секторе без возможности диверсификации по другим сферам экономики. Социальная направленность инвестиций предусматривает предоставление льготных условий по проектам государственной важности, характеризующихся длительным временным разрывом между вложением денежных средств и их возвратом, обусловленным продолжительностью ввода в эксплуатацию объектов инвестирования.

Политика управления ликвидностью построена с учетом сезонной зависимости движения финансовых активов, а также ограниченного спектра возможных операций с финансовыми инструментами, с максимальной мобилизацией денежных ресурсов для эффективного решения задачи реализации государственных программ по поддержке сельского хозяйства. Коэффициенты ликвидности за 2014-2016 годы представлены в таблице 3.

Коэффициент абсолютной ликвидности показывает, какая часть текущей задолженности может быть погашена на дату составления баланса или в ближайшее время. За анализируемый период данный коэффициент соответствует общепринятым нормативам [4].

Таблица 3. Коэффициенты ликвидности за 2014-2016 годы

Наименование показателей	Рекомендуемое значение	2014 год	2015 год	2016 год
Коэффициент абсолютной ликвидности, равный отношению денежных средств и краткосрочных финансовых вложений к текущим пассивам	$\geq 0,2$	0,8	0,8	0,9
Коэффициент текущей ликвидности (покрытия), равный отношению текущих активов к текущим пассивам	$\geq 0,5$	0,8	3,1	2,9

Коэффициент текущей ликвидности дает возможность установить, покрывают ли ликвидные средства краткосрочные обязательства, и тем самым подтверждает не только степень устойчивости структуры баланса, но и способность организации быстро рассчитываться по своим краткосрочным долгам. Значение коэффициента находится в пределах нормы. Снижение в динамике данного показателя свидетельствует о том, что активы АО позволяют отвечать по любым видам своих обязательств [4].

Показатели рентабельности являются основными характеристиками эффективности хозяйственной деятельности АО «КазАгроФинанс»; они рассчитываются как относительные показатели финансовых результатов, полученных АО за отчетный период. В процессе анализа рентабельности исследуются уровень показателей, их динамика, определяется система факторов влияющих на их изменение [5].

На показатели финансовых коэффициентов влияет специфика деятельности АО - лизинг сельскохозяйственной техники, оборудования на срок до 7 лет при льготной фиксированной ставке вознаграждения. Кроме того, необходимо отметить сезонность поступления платежей от заемщиков в сельскохозяйственной отрасли. Показатели рентабельности представлены в таблице 4.

Таблица 4. Показатели рентабельности АО «КазАгроЦентр»

Наименование показателя	2014 год	2015 год	2016 год	Изменение (+/-) 2016 год к 2014 году
Рентабельность капитала = ЧП / Среднегодовая сумма капитала	0,73	3,37	3,24	+2,51
Рентабельность активов = ЧП / Среднегодовая стоимость общих активов	0,42	0,68	1,37	+0,95
Рентабельность продаж = Чистый процентный доход / процентный доход	78,11	68,92	55,95	-22,16

Эффективность использования капитала организации характеризуется его рентабельностью отношением итоговой (чистой) прибыли к среднегодовой сумме капитала. Этот показатель характеризует эффективность использования капитала компании. Показатель рентабельности капитала увеличился по сравнению с 2014 годом на (2,51) пункта, но снизился в сравнении с 2015 годом на (0,13) пункта. Динамика показателя рентабельности АО «КазАгроЦентр» предлагается на рис. 5.

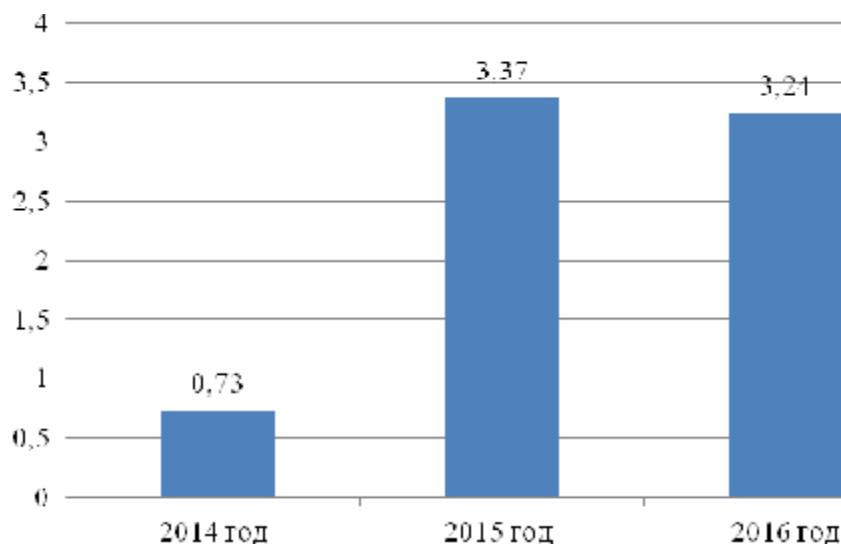


Рис. 5. Динамика показателя рентабельность капитала

Показатель рентабельности активов является одним из наиболее важных для характеристики эффективности использования активов любой компании, он показывает общую доходность от использования активов (имущества) предприятия.

Показатель рентабельности активов увеличился за анализируемый период на (0,95) пункта. АО «КазАгроФинанс» имеет достаточно низкий уровень показателя рентабельности активов по сравнению с другими финансовыми организациями, что связано со спецификой деятельности АО, уставной целью которой определена не высокая доходность активов, а льготное финансирование аграрного сектора республики. В этой связи, уровень доходности АО по основной деятельности предопределен установлением низкой (льготной) ставки вознаграждения по лизингу и кредитованию для сельскохозяйственных товаропроизводителей. Подробнее ознакомиться с динамикой рентабельности активов предлагается на рис. 6.

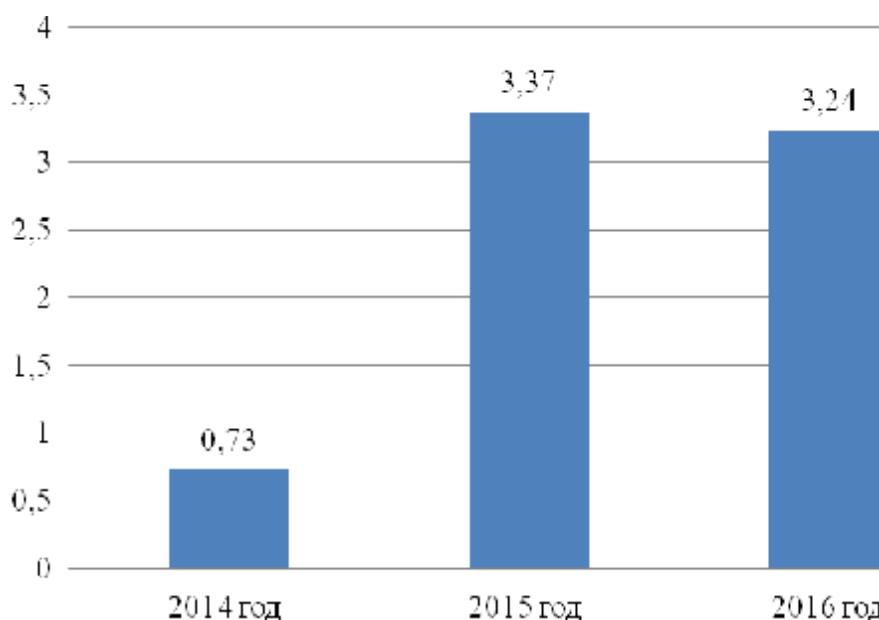


Рис. 6. Динамика показателя рентабельность активов АО «КазАгроЦинанс» за 2014 – 2016 годы

Рентабельность продаж характеризует эффективность производственной и коммерческой деятельности: сколько прибыли имеет организация с тенге продаж. За анализируемый период показатель рентабельности продаж снизился, по сравнению с 2014 годом, на (22,16) пункта. Данное снижение обусловлено влиянием негативных факторов: цикличность и сезонность деятельности АПК, плохие погодные условия, влияющие на урожай, изменение внутренних и мировых цен на рынке сельхозпродукции. Более подробно ознакомиться с динамикой показателя рентабельность продаж АО предлагается на рис. 7.

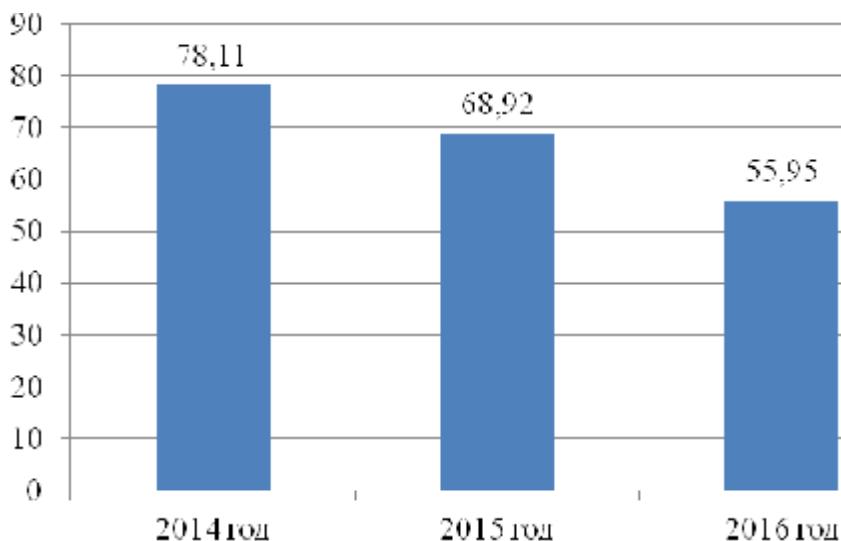


Рис. 7. Динамика показателя рентабельность продаж

Анализ финансово-хозяйственной деятельности позволил выявить специфические особенности АО «КазАгроФинанс»:

- во-первых, АО оказывает финансовые услуги узкому кругу субъектов сельского хозяйства и аграрного сектора;

- во-вторых, цель деятельности компании не носит коммерческого характера, а в соответствии с миссией общества, определенной Уставом АО «КазАгроФинанс» целью деятельности утверждена не высокая доходность активов, а льготное финансирование аграрного сектора Республики Казахстан.

Эти особенности демонстрируют специфику деятельности компании и определяют состав контрагентов, заемщиков и клиентов компании, а также ее финансовое состояние.

Таким образом, показатели рентабельности активов и рентабельности капитала являются низкими для данной компании, так как на них влияют:

- специфика деятельности АО - лизинг сельскохозяйственной техники и оборудования на срок до 7 лет при льготной фиксированной ставке вознаграждения;

- негативные факторы: цикличность и сезонность деятельности АПК, плохие погодные условия, влияющие на урожай, изменение внутренних и мировых цен на рынке сельхозпродукции.

АО «КазАгроФинанс», получая доход только от финансовой деятельности, имеет положительный финансовый результат на протяжении трех лет. Кроме того, анализ рассчитанных финансовых коэффициентов позволяет сделать вывод о достаточно стабильном финансовом состоянии компании.

ЛИТЕРАТУРА

1. Годовая финансовая отчетность. Официальный сайт АО «Каз АгроЦентр»// www.kaf.kz
2. Ефимова О.В. Финансовый анализ. - М.: «Бухгалтерский учет», 2014.

3. Румянцева Е.Е. Финансы организаций. - М.: «Инфра-М», 2016.
4. Чернов Л.В. Комплексный экономический анализ финансовой отчетности. - М.: «Дело и Сервис», 2012.
5. Шакуров Н.Б., Лещева В.Б., Дьякова В.Г. Анализ финансово - экономической деятельности предприятия: Учеб. пособие для вузов. – М.: «ЮНИТИ-ДАНА», 2013.

УДК 336.741.242.2

РАЗВИТИЕ КРИПТОВАЛЮТЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ: ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРОБЛЕМЫ

Абжанова А.Ж., Биханова А.С.

Сведения об авторах. Абжанова Алтынай Жалынбекқызы – студент специальности «Учет и аудит» ВКГТУ им. Д. Серикбаева; Биханова Алмагуль Советовна - магистр экономики по специальности «Финансы», старший преподаватель кафедры «Финансы, учет и налогообложение» ВКГТУ им. Д. Серикбаева.

Аннотация. Весь мир устремил взоры на новую цифровую валюту XXI века - Криптовалюту и его распространению в мировом финансовом пространстве. В данной статье проанализированы характерные особенности криптовалюты: его преимущества и слабые стороны. Проведен анализ развития криптовалюты в отдельных странах и в Казахстане. Ведь криптовалюта может в недалеком будущем стать лидером финансовых отношений в мире.

Ключевые слова. Криптовалюта, биткоин, блокчейн, цифровая валюта, майнинг, финансовые операции, шифрование, цифровизация.

Авторлар туралы мәліметтер. Абжанова Алтынай Жалынбекқызы – Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Есеп және аудит» мамандығының студенті; Биханова Алмагуль Советовна – «Қаржы» мамандығы бойынша экономика магистрі, Серікбаев атындағы ШҚМТУ-дың аға оқытушысы.

Аннотация. Әлем өз назарын XXI ғасырдың жаңалығы сандық валюта – Криптовалюта және оның әлемдік қаржы кеңістігіндегі таралуына аударып отыр. Беріліп отырған мақалада Криптовалютаның негізгі ерекшеліктері талданып, артықшылықтары мен кемшіліктері айтылады. Жеке елдер мен Қазақстандағы криптовалютаның дамуына талдау жасалған. Болжам бойынша, Криптовалюта болашакта әлемдік қаржылық қатынастардағы көшбасшы болуы әбден мүмкін.

Түйін сөздер. Криптовалюта, биткоин, блокчейн, сандық валюта, майнинг, қаржы операциялары, шифрлеу.

About the authors. Abzhanova Altynay - a student of the specialty "Accounting and Audit" of D. Serikbayev EKSTU; Bihanova Almagul - Master of Economics in Finance, Senior Lecturer of the Department of Finance, Accounting and Taxation, EKSTU. D. Serikbayev.

Annotation. The whole world was looking at the new digital currency of the 21st century - the crypto currency and its spread in the global financial space. In this article, the characteristic features of the crypto currency are analyzed: its advantages and weaknesses. The analysis of the development of the crypto currency in some countries and in Kazakhstan was conducted. After all, crypto-currency can become the leader of financial relations in the world in the near future.

Keywords. Crypto currency, bitcoin, block, digital currency, mining, financial operations, encryption, digitalization.

Огромную актуальность в современном мире обретает криптовалюта. Однако что это такое, как работает эта система, почему ей удалось конкурировать с классическими видами денег, знает только прогрессивная часть казахстанцев.

Первые идеи по созданию системы виртуальных денег стали возникать в 90-х годах прошлого века. В 2009 году мир увидел Bitcoin – валюту, с помощью которой можно расплачиваться на виртуальных торговых площадках (tigerdirect.com, amazon.com и других), оплачивать услуги в салонах красоты, магазинах одежды, ресторанах. Благодаря крипто-

валютам можно купить билет на самолет или даже в космос.

Криптовалюта - разновидность цифровой валюты, создание и контроль за которой базируются на криптографических методах. Физического аналога у этих денежных единиц нет, они существуют только в виртуальном пространстве. Криптовалюты, в том числе биткоин, ничем не подкреплена. Разве что – спросом на неё. Её никто не контролирует – нет какого-нибудь Центробанка в Интернете, как это принято в традиционной финансовой системе.

Эмиссия, то есть выпуск в обращение новых «денег», происходит посредством работы миллионов компьютеров по всему миру, которые используют программу для вычисления математических алгоритмов – этот процесс называется майнингом. Чтобы в сети появился очередной блок (выпуск биткоинов), необходимо сгенерировать для него криптографическую подпись.

Таблица 1. Преимущества и недостатки криптовалюты

Криптовалюта	
Преимущества	Недостатки
1. Открытый код алгоритма позволяет добывать её каждому желающему	1. Не обеспечена золотыми резервами и гарантиями государства
2. Нет зависимости от инфляции, т.к. ее эмиссия ограничена	2. Нет стопроцентных гарантий сохранности электронных кошельков.
3. Прозрачность транзакций. Абсолютно все операции с биткоинами было решено афишировать в открытом доступе	3. Риски, связанные с отношением властей в каждой отдельной стране. Нет налогового законодательства.
4. Безопасность расчётов. При создании биткоин - кошелька генерируется mnemonic фраза-пароль, которую невозможно подобрать, и которая будет требоваться при аутентификации	4. Высокая волатильность, то есть вероятность очень резкого изменения цены, которая может зависеть от взлома бирж, хакерских атак, даже от состояния Интернета и электричества.
5. Несмотря на прозрачность, биткоин - система гарантирует анонимность транзакций	5. Потеря пароля (mnemonic фразы) к крипто кошельку или его неработоспособность ведут к безвозвратной утрате всех находящихся в нём монет.
6. Децентрализованность системы – отсутствие контроля за платежами	6. С повышением уровня сложности майнинга для многих он становится нерентабельным.
	7. Анонимность транзакций может быть и недостатком, когда речь идёт о каких-либо преступных действиях.
	8. Наличие комиссий.

Проанализируем состояние развития криптовалюты в мире.

По состоянию на май 2017 года рыночная капитализация всех криптовалют оценивается в рекордный 91 миллиард долларов. На Bitcoin приходится около 70%, на другие пять популярных криптовалют (Ethereum, Ripple, Litecoin, Dash и Monero) – около 20%.

В разных странах отношение к этому платёжному инструменту сильно отличается (рис. 1). Например, в США, Германии и Сингапуре биткоин воспринимается как имущество граждан, и при их продаже нужно платить налог.

В России, например, подобную технологию активно продвигают платежная система Qiwi и Сбербанк. В Qiwi официально заявили о регистрации товарного знака «битрубль» и анонсировали запуск собственной криптовалюты ещё в 2016 году.



Рис. 1. Карта распространения криптовалют

Китай:

- преимущественно биржевые операции;
- популярность криптовалют связана с фондовым кризисом 2015-2016 гг.;
- снижение курса юаня;
- возможность вывести средства из-за излишнего государственного контроля за передвижением капитала.

США:

- инвестиции;
- покупки в магазинах (оффлайн и онлайн), веб-сервисы;
- азартные игры.

Германия:

- в основном, инвестиции и сбережения;
- оплата товаров криптовалютой.

Канада:

- тысячи мерчантов, принимающих платежи в криптовалютах;
- пользователи получают бонусы при оплате товаров и услуг биткойнами;
- 5 из 6 людей предпочитают рассчитываться бесконтактными способами оплаты, когда это возможно (растущий тренд).

Филиппины:

- одна из лучших платформ в Азии (coins.ph);
- денежные переводы, оплата товаров \ счетов и т.д.

В мире на данный момент биткоин и другие криптовалюты полностью запрещены в трёх странах: Исландия, Эквадор и Боливия (Рис. 2).

Причина: проблема сохранения капитала и контроль его перемещения.



Рис. 2. Регулирование криптовалюты в различных странах

Рассмотрим наиболее продвинутые страны в регулировании криптовалюты в мире:

Соединенные Штаты Америки

В США криптовалюту принято трактовать как товар, но отсутствие НДС не предполагает больших проблем для майнеров и тех, кто пользуется криптовалютой.

В 2016 году один из судов США постановил признать криптовалюту средством платежа, при использовании которой в целях легализации преступного дохода наступают соответствующие правовые последствия.

В штате Нью-Йорк ввёл специальную лицензию, регулирующую отдельные виды деятельности (майнинг и обмен) – New York Bitlicense.

В штате Вермонт разрабатывают законопроект, при котором smartcontracts получат юридическую силу.

Европейский Союз

ЕС расценивает криптовалюту в первую очередь, как средство платежа, что не позволяет облагать её налогом, что приветствуется стартап-компаниями, в частности майнинговыми компаниями.

В своём подходе власти ЕС придерживаются следующих принципов:

- объективно рассмотреть все возможности криптовалюты;
- оценить бизнес-модели, работающие с криптовалютой;
- мониторинг и анализ рынка.

Данные критерии используются для дальнейшего определения кого и как регулировать, снижения рисков противозаконного использования криптовалюты.

Китай

- физическим лицам полностью разрешены все операции с криптовалютой;
- юридическим лицам, в первую очередь – банкам, операции с криптовалютой запрещены полностью.

Россия

В России регулирование криптовалюты носит характер фрагментарный и не систе-

матичный:

- в 2014 году ЦБ РФ опубликовал информационное письмо, запрещающее банкам иметь какие-либо отношения с биткойн-бизнесом. В качестве основания приведены доводы: Биткойн – денежный суррогат (в РФ запрещены), а также утверждение, что криптовалюта может быть использована в отмывании денежных средств, полученных преступным путём;
- Росфинмониторинг подтвердил выводы ЦБ РФ.
- депутатские законопроекты, предполагающие административное наказание за любые действия с криптовалютой.
- 2016 год (октябрь) – письмо ФНС РФ (которое можно рассматривать как официальную позицию государства): операции с криптовалютой не запрещены; операции с криптовалютой похожи на валютные операции, поэтому они будут рассматриваться ФНС как валютные.

Вывод: ФНС смотрит на криптовалюту как на объект, с которым можно совершать сделки; но без утверждения, что криптовалюта может использоваться как средство платежа.

Сценарии развития регулирования криптовалюты:

1. Пессимистичный: законодатель запретит использование криптовалюты и введёт ответственность. Бизнес, как и после письма ЦБ РФ, попытается вывести свои активы за пределы страны.
2. Вероятный вариант: не будет чёткой позиции государства по данному вопросу, рассмотрение вопроса будет отложена. Выжидательная позиция.
3. Оптимистичный сценарий: криптовалюта будет признана законным средством платежа. Государство рассмотрит все точки зрения, услышит бизнес, примет во внимание мировую практику, проанализирует их.

Перспективы развития криптовалюты в Казахстане

В 2014 году Национальный банк РК запретил использовать биткоин, но только финансовым организациям. Представитель регулятора отметил, что этот инструмент ничем не обеспечен, и его пользователи могут все потерять в любой момент:

- Финансовым организациям запрещено проводить операции по таким инструментам, обслуживать клиентские операции. Сейчас у нас действует относительно жёсткий закон в области противодействия отмыванию денег, который запрещает банкам обслуживать такие сделки по неидентифицированному кругу пользователей.

Есть также версия, что Центральные банки многих стран относятся к явлению негативно, потому что видят в нём угрозу для традиционных национальных валют. В 2015 году в Казахстане появился первый биткоин-банкомат, установлен он был в торгово-развлекательном центре «Ritz Plaza» - Алматы. Достоверных данных о том, насколько криптовалюта распространена в Казахстане нет, и это заставляет задуматься.

На Астанинском экономическом форуме 2017 президент страны - Нурсултан Назарбаев признал инновационность такой системы и предложил всему мировому сообществу ввести единую криптовалюту.

По его мнению, это позволит избавить мир от валютных войн, спекуляций, избежать перекосов в торговых отношениях, а также снизить волатильность на рынках. Её введение возможно с помощью пула центральных банков при специально созданном комитете ООН, считает Н.А. Назарбаев, и добавляет: «Новая валюта должна быть демократичной и приниматься потребителями во всем мире, важно, чтобы она базировалась не на абстрактном доверии, а на обеспечении конкретными активами».

В 2017 году рабочая группа с участием представителей международного финансового центра "Астана", компаний "Делойт", Waves, Juscum и "Кесарев Консалтинг" занялась разработкой законодательства, регулирующего криптовалюты.

Рабочая группа разрабатывает законодательство, регулирующее криптовалютные транзакции; создает платформы для использования блокчейн-технологий, криптовалют и

проектов на блокчейне; сформирует благоприятную среду для инновационного развития Казахстана и наладит диалог между предпринимателями, гражданами и правительством, а также улучшит инвестиционный климат Казахстана для развития и поддержки инновационных технологий.

Юристы отмечают, что на текущий момент нормативные правила по регулированию криптовалют на просторах СНГ отсутствуют. Существует значительная потребность в создании необходимых условий для объединения правовой основы для блокчейн - проектов и криптовалют. В настоящее время нет такой юрисдикции, которая полностью удовлетворяла бы всем требованиям в отношении криpto-экономики. При этом, Астана имеет хорошие шансы оказаться на шаг впереди и занять эту нишу на мировом рынке.

Криптовалюта стала прогрессивным инструментом инвестирования классических денежных единиц в виртуальные капиталы. Биткоин и его клоны – золотая жила для людей, привыкших хранить собственные сбережения статично.

«Пришло время серьезно рассмотреть вопрос введения международной расчетно-платежной единицы. Она позволит избавить мир от валютных войн, спекуляции. С учетом цифровизации, развития технологий такая расчетная единица может быть создана в виде криптовалюты», - сказал Н.А.Назарбаев.

Сможет ли новый платежный инструмент стать лидером финансовых операций в мире станет известно в скором будущем. Ведь мир не стоит на месте, он постоянно развивается. И может технический прогресс пошатнет устоявшуюся в мире финансовую систему.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мащенко П.Л., Пилипенко М.О. Технология Блокчейн и ее практическое применение // Наука, техника, образование. - Олимп, 2017. - № 32.
2. Пещеров А.И. Понятие и место криптовалюты в системе денежных средств, 2016. - Т. 95, № 3.
3. www.coinspot.io - Интернет ресурс о цифровых валютах и финансовых инновациях.
4. www.zakon.kz - Информационный портал Казахстана.
5. www.wikipedia.org - Свободная энциклопедия.

УДК 330.322

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ СЧЕТА КАК НОВЫЙ СПОСОБ ЭФФЕКТИВНОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ

Мурсалимова В.Э., Трофимова Ю.В.

Сведения об авторах. Мурсалимова Валерия Эдуардовна – студент специальности «Финансы» Казахстанско-Американского свободного университета; Трофимова Юлия Владимировна – магистр учета и аудита, докторант специальности «Менеджмент» Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. Статья посвящена обоснованию внедрения нового банковского продукта – инвестиционные счета. Прослеживается мысль о том, что спектр услуг современных коммерческих банков довольно ограничен и не позволяет получать больший доход, чем операции на фондовом и валютном рынке. Это является одной из главных проблем, с которыми сталкиваются банки, решить которую возможно в случае применения методик инвестирования, используемых управляющими компаниями, а также на мировом валютном рынке. На основании этого предлагается внедрение продукта, способного сделать взаимоотношения «Трейдер-Инвестор» более простыми и взаимовыгодными. Авторы раскрывают сущность понятия «инвестиционные счета», их особенности и сильные стороны ПИФ и FOREX, лежащие в основе инвестиционных счетов. Особое внимание уделено механизму получения экономического эффекта для инвестора от НБП «инвестиционные счета», которое для него становится очевидным. В статье рассмотрена структура расчета при-

были на фондовом и валютном рынке для двух участников инвестиционного процесса, где на примере показана эффективность такого взаимодействия.

Ключевые слова. ПИФ, FOREX, трейдер, трейдинг, инвестор, торговый баланс, оферта, equity.

Авторлар туралы мәліметтер. Мурсалимова Валерия Эдуардовна – Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Қаржы» мамандығының студенті; Трофимова Юлия Владимировна – есеп және аудит магистрі, Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Менеджмент» мамандығының докторанты.

Аннотация. Мақала жана банктік өнім – инвестициялық шоттарға арналған. Фондтық және валюта нарығына қарағанда, заманауи коммерциялық банктердің қызмет көрсету спектрі әлде-қайда шектеулі деген үсіндік байкалып отыр. Бұл банктерге кезігіп отыратын негізгі мәселелердің бірі болып табылады. Бұл мәселені басқарушы компаниялар, сондай-ақ әлемдік валюта нарығында пайдаланатын инвестициялау әдістемелері арқылы шешуге болады. Осының негізінде «Трейдер-Инвестор»-дың өзара қарым-қатынастарын негұрлым қарапайым әрі екі жаққа да пайдалы қылуга мүмкіндігі бар өнім ендірге ұсыныс жасалады. Авторлар «инвестициялық шоттар» үғымының мәнін ашып, ПИФ және FOREX-тің ерекшеліктері мен әлді жақтарын ашып көрсетеді.

Түйін сөздер. ПИФ, FOREX, трейдер, трейдинг, инвестор, сауда тенгерімі, оферта, equity.

About the authors. Mursalimova Valeriya - student of the specialty "Finances" of Kazakh-American Free University; Trofimova Julia - master of Accounting And Audit, doctoral student of the specialty "Management" of Kazakh-American Free University.

Annotation. The article is devoted to the justification for the introduction of a new banking product - investment accounts. One can trace the idea that the range of services of modern commercial banks is rather limited and does not allow receiving more income than transactions in the stock and currency markets. This is one of the main problems that banks face, which can be solved if the investment methods used by management companies are applied, as well as in the world foreign exchange market. Based on this, the introduction of a product that can make the relationship of "Trader-Investor" more simple and mutually beneficial is proposed. The author reveals the essence of the concept of "investment accounts", their features and strengths of mutual funds and FOREX, which are the basis of investment accounts. Particular attention is paid to the mechanism of obtaining an economic effect for the investor from the "investment accounts", which becomes obvious. The article considers the structure of the calculation of profits on the stock and currency market for two participants of the investment process, where the effectiveness of such interaction is shown by an example.

Keywords. FOREX, trader, trading, investor, trade balance, offer, equity.

В настоящее время казахстанские банки предоставляют довольно ограниченный – классический – перечень банковских продуктов, позволяющих накопить и заработать. В то же время, инвестиционные (управляющие) компании могут предложить потенциальным инвесторам весьма интересные, с точки зрения прибыльности, продукты. Таким образом, перед казахстанскими предприятиями, имеющими свободные средства для инвестиций, встает проблема выбора – вложить денежные средства в банк, гарантирующий получение дохода, или передать собственные средства в управление инвестиционной компании, с возможностью более высокого заработка. Финансовый кризис повлиял на стратегию большинства инвесторов, сделав их менее склонными к риску. Исходя из этого, очевидно, что банки выглядят более привлекательными для инвестирования [1].

Для банков остается проблема более низкой доходности от предлагаемых банковских продуктов, по сравнению с доходностью от операций фондового и валютного рынков. Решение проблемы возможно в случае применения банками продуктов и методик инвестирования, используемых управляющими компаниями, а также на мировом валютном рынке. Одним из таких продуктов являются инвестиционные счета, объединяющие преимущества паевых инвестиционных фондов и рынка FOREX.

Эффективное инвестирование на международном валютном рынке – одна из самых актуальных, и, в то же время, сложных сфер трейдинга:

- с одной стороны, существует множество успешных банков и инвестиционных компаний, проводящих эффективную инвестиционную политику, и умеющих управлять

значительными суммами;

- с другой – существует достаточно много организаций, располагающих свободными средствами и желающих доверить их в управление трейдеру - профессионалу.

Инвестиционные счета – это инструмент, делающий взаимоотношения «Трейдер-Инвестор» простыми и взаимовыгодными. Основная идея здесь заключается в объединении сильных и сторон ПИФ и FOREX, как представлено на рис. 1.

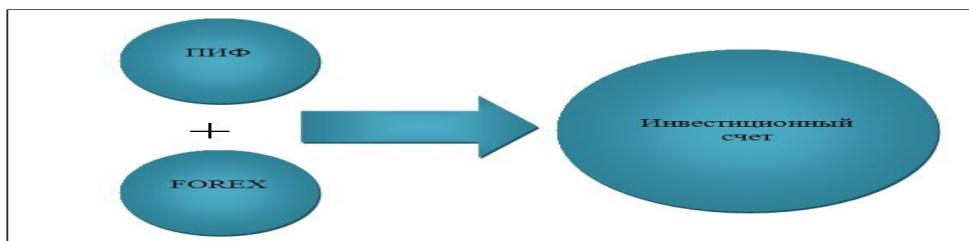


Рис. 1. Основная идея инвестиционного счета

В Таблице 1 со стороны сопоставления отображены сильные стороны ПИФ и FOREX, что позволяет создать более четкое представление об их деятельности и сформулировать видение того, как будут выглядеть инвестиционные счета.

Таблица 1. Сильные стороны ПИФ и FOREX, лежащие в основе инвестиционных счетов

Паевой инвестиционный фонд (ПИФ)	FOREX
1.Профессиональное управление средствами. Каждый желающий имеет возможность самостоятельно работать на современном фондовом рынке с ЦБ (через брокеров). В ПИФ управление осуществляют профессиональные менеджеры, которые прямо заинтересованы в успехе работы, поскольку их заработка зависит от результата работы	1. Ликвидность Огромные денежные потоки, которыми оперирует валютный рынок FOREX, полная свобода открытия и закрытия позиций по рыночной котировке, обеспечивают ему высокую ликвидность. Это является очень привлекательным для инвесторов, которые в результате могут работать с позициями любого объема
2. Диверсификация Портфель ПИФ обычно представлен большим количеством ЦБ предприятий различных отраслей экономики, что позволяет пайщикам ПИФ получать выгоду от роста одних ЦБ и компенсировать возможные потери от других.	2.Оперативность и доступность В отличие от регулируемых рынков, рынок FOREX работает круглосуточно. Это позволяет использовать информацию о происходящих событиях, поступающую в реальном времени, и мгновенно реагировать при совершении операций.
3.Защита интересов и прав инвесторов. Права пайщиков на долю в имуществе паевых инвестиционных фондов учитывает специализированный регистратор. Фонды подлежат обязательному, ежегодному аудиту и оценке активов уполномоченными аудиторами.	3. Однозначность котировок. Ликвидность рынка FOREX позволяет осуществлять большие объемы продаж по одной рыночной цене. Это устраняет неустойчивость, из-за которой лишь небольшое количество валюты может быть продано по одинаковой цене за один раз
4. Экономия на издержках. Масштабность ПИФа позволяет ему значительно снижать расходы по управлению, например, использовать самые низкие тарифы брокеров	4. Определенная направленность. Каждая валюта обладает индивидуальными особенностями изменения в течение отрезка времени. Валюта имеет возможность прогнозирования
5. Удобство и информационная прозрачность.	

Отчетность о деятельности ПИФ регулярно публикуется и находится в свободном доступе	
---	--

Инвестиционные счета – это новый перспективный продукт, это другой уровень инвестиционного мышления. Данный продукт позволяет совместить плюсы инвестирования через управляющих активами (УК) с высокой потенциальной доходностью операций на международном валютном рынке (FOREX). Таким образом, «Инвестиционные счета» предоставляют возможность инвесторам планировать свои инвестиции на валютном рынке с тем же успехом, что и на других финансовых рынках, где услуги доверительного управления стали уже привычными [2, 3].

На основании этого можно рассмотреть перспективы внедрения его для любого коммерческого банка в РК. Пусть банк реализует успешную инвестиционную стратегию и располагает торговым капиталом в 500 000 долларов. При этом банк зарабатывает, например, 80% годовых. Это довольно неплохая доходность, однако в абсолютных цифрах это всего лишь 400 000 долларов в год, или 33 333 долларов месяц, что совсем немного. Что бы было, если банк располагал бы торговым капиталом в 5, 100 или 500 миллионов долларов?

Очевидно, для того, чтобы зарабатывать больше (в абсолютных значениях), нужно располагать большим торговым капиталом, который можно увеличить посредством привлечения средств инвесторов.

На первый взгляд, выходом может казаться привлечение большого числа инвесторов с небольшими суммами, но, в этом случае, перечисленные выше вопросы не снимаются, более того, к ним добавляется еще одна проблема: если одновременно управлять большим количеством счетов, то это потребует кратно больших трудозатрат, особенно, если торговая стратегия предполагает достаточно частое совершение сделок и постоянное нахождение «в рынке».

Банк может увеличить свой торговый капитал и решить все сопутствующие проблемы, внедрив в перечень своих продуктов НБП «Инвестиционные счета»:

- потенциальные инвесторы смогут видеть результаты торговли банка в соответствующем разделе веб-ресурса банка и, таким образом, составить собственное мнение о профессионализме и успешности реализации той или иной стратегии торговли (агрессивная, сбалансированная и другие) и принять решение об инвестировании;
- выплата причитающегося вознаграждения банку происходит автоматически в установленные промежутки времени;
- появляется возможность одновременно управлять инвестициями сколь угодно большого количества инвесторов (независимо от размера их инвестиций), не требуя при этом лишних трудозатрат, так как торговля ведется на одном счете (счете банка), а торговые операции в автоматическом режиме дублируются на все счета, находящиеся в управлении.

Инвестор может рассматривать инвестиционные счета как составляющую своего инвестиционного портфеля наряду с другими финансовыми инструментами и оценивать их в привычных для него терминах. Например, сравнивая рискованность вложения, можно отметить схожесть инвестиционных счетов с акциями, однако их потенциальная доходность даже выше последних [4].

Эффективность для инвестора на фондовом и валютном рынках будет очевидной, даже не смотря на то, что для банка данный продукт является новым. Механизм получения экономического эффекта для инвестора от НБП «Инвестиционные счета» будет следующим:

- инвестиционный счет дает возможность получать прибыль от высокодоходных краткосрочных инвестиций на международном валютном рынке FOREX, не участвуя в нем лично. Инвестор может выбрать наиболее подходящую для него стратегию торговли из числа предлагаемых банком. Совершаемые банком на своем счете сделки будут авто-

матически дублироваться (пропорционально инвестициям) на счете инвестора;

– возможность работать на самом прибыльном финансовом рынке, не тратя свое время на активную торговлю и не передавая свои средства в управление третьим лицам. То есть, инвестор – владелец своих средств: деньги не переводятся на счет управляющего;

– полный контроль инвестиций позволяет инвестору при необходимости адекватно реагировать на изменение тенденций валютного рынка. Таким образом, инвестор может практически мгновенно инвестировать средства для получения максимальной прибыли и так же быстро выводить при изменении обстоятельств, а также по желанию выбирать временной горизонт инвестирования;

– широкая диверсификация инвестиций по разным стратегиям ведения торговли позволяет повысить доходность инвестиций и снизить риски.

Выбор той или иной стратегии торговли осуществляется инвестором на основе нескольких видов отчетности, что позволяет эффективно анализировать и грамотно оценивать ситуацию и вовремя фиксировать прибыль по своим инвестициям, избегая убытков. Так как деньги без потери прибыли можно извлечь в любой момент, то можно прийти к выводу, что инвестиционные счета будут более ликвидными, чем вложения в недвижимость или депозиты. Таким образом, инвестор может построить хорошо сбалансированный инвестиционный портфель [4].

Механизм взаимодействия банка и инвестора. Банк (управляющий), желающий привлечь некую сумму инвестиций, формирует в соответствующем разделе собственного веб-ресурса предложение (оферту) для потенциальных инвесторов, в котором будут указаны следующие характеристики (Таблица 2).

Таблица 2. Характеристики оферты для потенциальных инвесторов

Характеристики	Примечание
Дата окончания оферты (истечения срока инвестирования)	в этот момент все прикрепленные к счету банка, на котором ведется торговля, инвестиционные счета открепляются, и производится окончательный взаиморасчет между банком и инвесторами
Минимальный размер первой инвестиции	если инвестор в первый раз инвестирует в данную оферту, то размер его вложения должен быть не менее заданной величины
Максимальная совокупная сумма инвестиций от одного инвестора	
Вознаграждение банка от прибыли	процент от прибыли инвестиции, который причитается банку за управление
Торговый интервал	временной отрезок, по истечении которого между инвестором и банком производится взаиморасчет (банку выплачивается причитающаяся ему доля прибыли)
Срок, в течение которого возможно присоединение к оферте	Время, в течение которого возможно присоединение к оферте

Кроме того, банк будет вправе:

- сделать оферту неактивной. В этом случае к ней не могут присоединяться новые инвесторы, но старые продолжают работать с банком на тех же условиях;

- неактивную оферту в любой момент можно вновь активировать;

- продлить срок окончания оферты.

Для каждой оферты банк открывает обособленный виртуальный счет для торговли. В условиях оферты указывается величина данного счета в настоящий момент времени. Далее к этому счету прикрепляются инвестиции таким образом, что на них дублируются

все торговые операции со счета банка, но объем этих операций берется в соответствии с коэффициентом инвестиции, отражающим соотношение величины инвестиции к величине счета банка в момент прикрепления. Через определенные промежутки времени заранее оговоренная часть прибыли от инвестиций инвесторов выплачивается банку в качестве вознаграждения за управление. Оставшуюся часть прибыли получает инвестор.

Одним из главных преимуществ НБП «Инвестиционные счета», как для банка, так и для инвесторов, является отсутствие необходимости для банка корректировать позиции на счете для торговли после присоединения новых инвесторов или отсоединения старых. Это обеспечивается самим механизмом работы сервиса, который предполагает, что банк совершает сделки на одном счете, а на всех прикрепленных к нему субсчетах по инвестициям все сделки автоматически дублируются с учетом коэффициентов инвестиций. Таким образом, equity всех инвестиций изменяется пропорционально изменению equity счета банка, независимо от того, сколько инвестиций к нему прикреплено и каков их размер. Для инвесторов такой механизм также выгоден: отсутствует риск, который заключается в том, что банк забудет своевременно скорректировать позиции, и инвесторы в результате понесут убытки или недополучат прибыль [5].

Была рассмотрена структура расчета прибыли на фондовом и валютном рынках. Предложена система расчета прибыли для двух участников инвестиционного процесса: банка и инвестора. Предположим, инвестор (предприятие) открывает инвестиционный счет и переводит на него 10 000 долларов. Согласно оферте, 70% прибыли достается инвестору, а 30% – банку в качестве вознаграждения за управление. На момент открытия счета инвестором, у банка на счете для торговли (ассоциированном с данной офертой) имел 250 000 долларов (рис. 2). Таким образом, коэффициент инвестирования составит $0.04 = 10\ 000 / 250\ 000$ долларов.

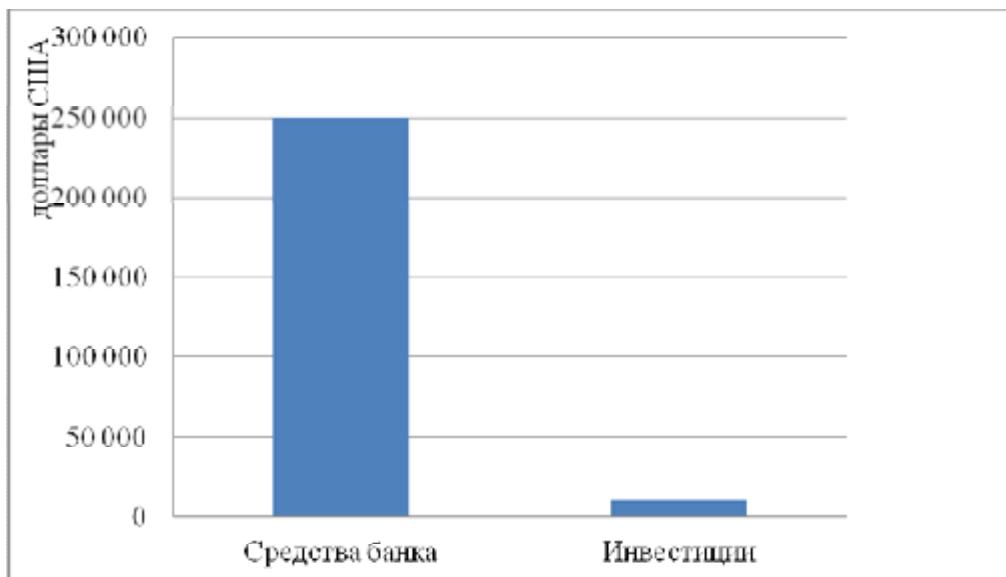


Рис. 2. Средства банка и инвестора в момент заключения сделки

По истечении торгового интервала сумма средств банка на счете для торговли в результате деятельности (ассоциированном с данной офертой) увеличилась до 320 000 долларов. Следовательно, инвестиция в 10 000 долларов возросла до 12 800 долларов = $10\ 000 + (320\ 000 - 250\ 000)*0.04$. Таким образом, прибыль составила 2 800 долларов или 28% от суммы инвестирования. Согласно оферте, прибыль распределяется в отношении 70/30, а именно 1 680 долларов (70%) достается инвестору, а 720 долларов (30%) – банку (Рис. 3).

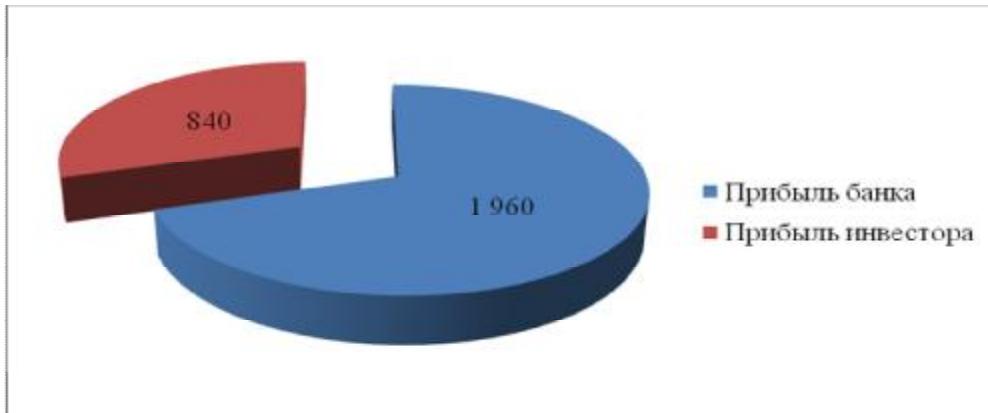


Рис. 3. Распределение прибыли между банком и инвестором

Подводя итоги, можно сделать следующие выводы:

1. «Инвестиционные счета» – это новый перспективный банковский продукт в сфере инвестиций, объединяющий преимущества инвестирования через управляющих активами с высокой потенциальной доходностью операций на международном валютном рынке FOREX. Данный продукт выгоден, как для инвестора – простота, удобство, однозначность и высокая доходность, так и для банка – получение дохода, не предпринимая дополнительных мер в совершении валютных сделок.
2. В работе выполнено обоснование внедрения НБП «Инвестиционные счета»: у инвестора появляется возможность выбрать инвестиционный инструмент, сочетающий в себе удобство ПИФ, высокую доходность и ликвидность FOREX и надежность банка;
3. У банка появляется высокодоходный инструмент с минимальными издержками, позволяющий привлечь денежные средства и значительно расширить клиентскую базу. Для чего стоит тщательно подойти к выбору инвестиционной компании, которая разместит средства инвестора у себя.
4. Большшим плюсом схемы инвестиционных счетов является повышенная мотивация банка, поскольку одновременно с управлением инвестиционным счетом клиента, банк проводит точно такие же операции и с собственными средствами. Таким образом, инвестор получает дополнительную гарантию того, что его деньгами будут управлять максимально эффективно.

ЛИТЕРАТУРА

1. Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований // <https://www.applied-research.ru/ru/article/view?id=5812>
2. Bridge Invest // Интернет-ресурс: <http://www.bridgeinvest.ru/>
3. Представляющий Брокер: Все о рынке FOREX // Интернет-ресурс: <http://evotrade.ru/>
4. Акмос Трейд: Веб-сайт инвестиционного брокера на валютном рынке FOREX // Интернет-ресурс: <http://www.akmos.ru>.
5. Рамблер / Финансы // Интернет-ресурс: <https://finance.rambler.ru>
6. Википедия – свободная энциклопедия // Интернет-ресурс: https://ru.wikipedia.org/wiki/Список_крупнейших_инвестиционных_компаний_мира (2015)

УДК 657

**РЕКОМЕНДАЦИИ ПО УЛУЧШЕНИЮ УЧЁТА, АНАЛИЗА И РАСЧЁТОВ
С ПОСТАВЩИКАМИ И ПОДРЯДЧИКАМИ**

Демешко Е.А.

Сведения об авторе. Демешко Евгения Александровна – студент специальности «Учет и аудит» Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. Статья посвящена рекомендациям по улучшению учёта, анализа и расчётов с поставщиками и подрядчиками. Современное общество уже нельзя представить без ежедневных расчётов. Они играют особую роль в оперативной деятельности любого предприятия. Для упрощения учёта расчётов авторы предлагают создание эффективной системы субсчетов, для более качественного аудита расчётов с поставщиками и подрядчиками предлагается создать службу внутреннего аудита.

Ключевые слова. Расчёты, поставщики, подрядчики, типовой план счетов, бухгалтерский учет, внутренний аудит, мониторинг, анализ, субсчета.

Автор туралы мәліметтер. Демешко Евгения Александровна – Қазакстан-Американдық еркін университетінің «Есеп және аудит» мамандығының студенті.

Аннотация. Мақала жеткізуіші және мердігерлермен есеп айрысу, талдау жасау мен есеп беруді жетілдіру бойынша ұсыныстарға арналған. Заманауи қоғамды күнделікті есеп-қисапсыз елестету қыын. Олар кез-келген кәсіпорынның жедел қызметінде ерекше рөл атқарады. Есептердің женилдегу үшін субесептердің тиімді жүйесін, есептердің негұрлым сапалы аудиті үшін жеткізуішілер мен мердігерлерге ішкі аудит қызметін құру ұсынылады.

Түйін сөздер. Есептер, жеткізуішілер, мердігерлер, есептердің типтік жоспары, бухгалтерлік есеп, ішкі аудит, мониторинг, талдау, субесептер.

About the author. Demeshko Evgenia - a student of the specialty "Accounting and Audit" of Kazakhstan-American Free University.

Annotation. The article is devoted to recommendations for improving accounting, analysis and settlements with suppliers and contractors. Modern society can no longer be imagined without daily calculations. They play a special role in the operational activities of any enterprise. To simplify the calculations, the authors suggest the creation of an effective system of sub-accounts, creation of an internal audit service for a better audit of settlements with suppliers and contractors is proposed.

Keywords. Calculations, suppliers, contractors, standard chart of accounts, accounting, internal audit, monitoring, analysis, sub-accounts.

Бухгалтерский учёт – неотъемлемый бизнес-процесс любого предприятия малого, среднего, крупного, торгового либо производственного. Без него невозможно организовать полноценную деятельность [1, с. 14].

Ведение достоверного учёта всех операций, а также составление всевозможных форм отчётности (включая оценку финансового состояния) помогает руководству принимать правильное управленческое решение.

В современных условиях, когда у предприятия появилось много заинтересованных сторон (собственники, руководство, поставщики и т.п.), доступ к надежной информации выходит на первый план.

Ведь не зря целью бухгалтерского учета и финансовой отчетности является обеспечение заинтересованных лиц полной и достоверной информацией о финансовом положении, результатах деятельности и изменениях в финансовом положении предприятия.

Бухгалтерский учёт - это уникальный источник потока информации о деятельности предприятия, на основании которого может формироваться оценка финансового состояния компании [3, с. 74].

Если предприятие хочет стablyно функционировать, а также расширяться и увеличиваться, оно должно постоянно следить за своим финансовым состоянием, т.е. проводить оценку и анализ показателей эффективности и результативности.

Современное общество уже нельзя представить без ежедневных расчётов. Они за-

нимают особое место в жизни любого человека – покупки в магазине, оплата коммунальных платежей, приобретение бытовой техники, недвижимости или иных предметов общего пользования.

Однако первое место по объему, частоте и сложности расчётов занимают юридические лица: различные предприятия производственного характера или сервисного обслуживания, мелкие, средние и крупные компании, банки, страховые или инвестиционные компании и иные хозяйствующие субъекты, ведущие предпринимательскую активность.

Любые расчёты связаны с образованием долгов даже на короткий период времени. Это неизбежно вызвано недостатком денежных средств для исполнения своих обязательств (платежа за товары или услуги). Долг может возникнуть из-за желания предпринимателя оставить часть финансовых ресурсов в обороте, для того, чтобы вернуть их позже дополнительной маржой.

Положение системы и механизма расчётов напрямую зависят от экономического развития и экономического состояния страны, в которой они осуществляются.

Основными показателями являются: средний размер кредиторской и дебиторской задолженности хозяйствующих субъектов, скорость их обращения [5, с. 15].

Несвоевременное закрытие кредиторской задолженности ведет к кризису платежеспособности и росту общих долгов, что, в свою очередь, приводит к ухудшению финансовой стабильности предприятия.

Поэтому компания будет вынуждена превращать все свои краткосрочные, а в худшем случае долгосрочные активы в денежные средства, то есть распродавать своё имущество. Иначе – банкротство и потеря фирмы.

В общей картине хозяйственного обеспечения, состояние обязательств и расходов отражает степень организации бухгалтерского учёта, который зависит от качества и эффективности контроля за текущими операциями.

Расчёты с поставщиками и подрядчиками несут существенные экономические риски – неисполнение обязательств, неэффективное расходование денежных средств, неэффективное кредитование – со всем этим приходится сталкиваться современному предприятию.

На данный момент в системе расчётов предприятий с поставщиками и подрядчиками сложился ряд проблем – не в полной мере отработаны моменты механизма и организации управлеченческого и финансового учёта расчётов, документального сопровождения данных расчётов, автоматизации по анализу и контролю за ними, перспективных направлений развития.

Как было отмечено ранее, расчёты сопровождаются формированием долгов и обязательств, которым некоторые предприятия не выделяют должного внимания.

Таким образом, предлагается улучшить анализ расчётов с поставщиками и подрядчиками путём использования стандартной таблицы в Excel, в которой бухгалтер по учёту дебиторской и кредиторской задолженности будет вести анализ по каждому поставщику и подрядчику (контрагенту) используя такие параметры, как номер договора, наименование поставщика, сроки погашения задолженности и тому подобное.

Такой механизм даст возможность соблюдения сроков поставки и своевременность расчётов.

Также вероятным решением может быть методика анализа оперативных обязательств, которая состоит в изучении структуры текущих обязательств, их обрачиваемости, нахождении уровня платежеспособности и ликвидности организации, которые рассчитывают на основе данных финансовой отчетности и в реализации расчета критической суммы текущих обязательств под влиянием таких факторов, как доходы, расходы деятельности, оборотные активы предприятия. Такая мера будет осуществлена с целью восстановления платежеспособности предприятия и предупреждения его банкротства.

Расчёты с поставщиками и подрядчиками отражаются каждой стороной в своей бухгалтерской отчетности в суммах, вытекающих из бухгалтерских записей и признаваемых ею правильными.

Структура счета 3310 "Расчеты с поставщиками и подрядчиками" представлена в таблице 1.

Таблица 1. Структура счета 3310

Дебет	Кредит
	Сальдо на начало периода - остаток задолженности поставщикам и подрядчикам на начало периода
Оплата счетов поставщиков и подрядчиков за поставленные товары, выполненные работы, оказанные услуги.	Счет фактура поставщиков за поставленные материальные ценности, выполненные работы, оказанные услуги (в том числе НДС)
Зачет выданных авансов (сумма авансов списывается со счета 1610)	
	Сальдо на конец периода - остаток задолженности поставщикам и подрядчикам на конец периода.
Примечание – таблица составлена автором	

Согласно типовому плану счетов, для расчётов все предприятия используют счёт 3310 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками», а также открывают по ним дополнительные субсчета, иногда усложняя тем самым себе работу.

Такой учет затрудняет работу бухгалтера, поскольку в такой ситуации достаточно сложно сразу оценить величину задолженности перед поставщиками за товары и перед подрядчиками за оказанные услуги (выполненные работы).

Поэтому в настоящее время сверка расчетов происходит вручную по каждому контрагенту на основании заключенных хозяйственных договоров и товаровопроводительных документов (актов выполненных и принятых заказчиком работ).

Предлагается следующее создание субсчетов по счёту 3310.

Первое - счету 3310 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» изменить действующие и добавить следующие субсчета:

- 3311 «Расчеты с поставщиками»;
- 3312 «Расчеты с подрядчиками»;
- 3313 «Неотфактурованные поставки».

Второе - к счету 1420 «НДС по приобретенным ценностям» добавить следующие субсчета:

- 1421 «НДС по приобретенным товарам»;
- 1422 «НДС по оказанным услугам»;
- 1423 «НДС по неотфактурованным поставкам».

Предполагается, что в связи с этими нововведениями объем работ бухгалтерских работников существенно сократится.

Данные рекомендации позволяют сделать учет расчетов с поставщиками и подрядчиками более прозрачным, наладить и систематизировать систему расчетов.

Предполагается, что в связи с этими нововведениями объем работ бухгалтерских работников существенно сократится, при этом отпадет необходимость в наборе дополнительных специалистов в бухгалтерскую службу как предполагалось ранее.

Внедрение системы бухгалтерского учёта ERP совершенствует не только процесс расчёта с поставщиками, но и всю систему учёта и анализа в целом.

Для усиления контроля за расчётом с поставщиками и подрядчиками, предлагается внедрение службы внутреннего аудита.

Мониторинг (система аудита и контроля) необходим в первую очередь крупным компаниям со сложной организационной структурой, географической раздробленностью и т.д. Система внутреннего контроля позволяет им избежать серьезных систематических

ошибок в принятии управлеченческих решений, управлении ресурсами и денежными средствами [8, с. 95].

В небольших компаниях создавать целые службы внутреннего контроля не имеет смысла. Возможны два варианта.

Вариант 1. Достаточно внести в учетную политику или должностную инструкцию работников положения о том, что они должны заниматься обеспечением функционирования системы внутреннего контроля.

Вариант 2. Разработать положение о внутреннем контроле, и ознакомить с ним подпись всех заинтересованных сотрудников. Затем возложить обязанности организации внутреннего контроля на ответственное должностное лицо (например, главного бухгалтера).

В то же время скромной компании, где все организационные вопросы на виду у собственника или генерального директора, отдельная служба внутреннего аудита или контроля не нужна.

Крупным и средним предприятиям, которые территориально разбросаны по всей стране с огромным количеством персонала и иных бизнес-единиц (филиалы, структурные подразделения, дочерние компании), формальное отношение к организации внутреннего контроля не только по расчёту с поставщиками, но и контролю бухгалтерского учёта в целом, не приемлемо.

Непосредственно структура управления в таких компаниях представляет собой сравнительно комплексный механизм обязанностей и зависимостей. Распределение материальных ресурсов децентрализовано и рассредоточено, низовой линейный персонал имеет непосредственный доступ к ним.

Следовательно, риск вероятных мошеннических действий возрастает в геометрической прогрессии.

Например, в сфере розничной торговли за один торговый месяц оборачивается около 20–30% товарного запаса. Очевидно, что даже небольшие в процентном соотношении потери материальных активов могут вылиться для предприятия в существенные финансовые убытки.

Менеджменту предприятия тяжело проверять правильность расчётов или наличие товарно-материальных ценностей только основываясь на документальных данных структурных подразделений по двум причинам:

- запаздывание информации;
- географическая удалённость активов от мест принятия управлеченческих решений.

Создание эффективной службы внутреннего аудита в такого рода организациях становится необходимостью.

Работа службы внутреннего аудита должна основываться на принципах:

- честности;
- объективности;
- компетентности (профессионализма);
- конфиденциальности.

Основными задачами Службы помимо контроля за расчёты являются:

1) обеспечение совершенствования системы внутреннего контроля и системы управления рисками;

2) аудит бизнес-процессов предприятия;

3) обеспечение улучшения системы корпоративного управления;

4) оценка достоверности, полноты, объективности системы бухгалтерского учета и надежности финансовой отчетности;

5) оценка выполнения требований законодательства Республики Казахстан, в установленном порядке распространяющихся на предприятие (комплаенс-контроль);

Для эффективного устранения нарушений, служба внутреннего аудита должна быть наделена широким кругом полномочий, в том числе издания распоряжений в области внутреннего контроля для всех сотрудников, в том числе высшего руководителя. По-

этому служба внутреннего аудита должна быть подчинена учредителю компании.

Все результаты комплексных проверок должны быть доведены как до руководителя объекта аудита, так и до первого руководителя предприятия, то есть область ответственности у службы внутреннего аудита должна быть разделена.

На уровень учредителей, акционеров, собственников выносятся вопросы критического характера – обнаруженные существенные нарушения, мошеннические действия персонала, то есть те моменты, которые в будущем могут привести к катастрофе или банкротству в целом [9, с. 34].

Служба внутреннего аудита должна работать рука об руку со службой безопасности, однако иметь разный функционал и должностные обязанности.

Как было отмечено выше, служба внутреннего аудита отвечает за комплаенс-контроль.

Комплаенс-контроль означает соответствие какого-либо процесса необходимым законодательным актам [11, с. 25]. Например, расчёты с поставщиками должны соответствовать Закону «О платежах и переводах», а также Правилам ведения бухгалтерского учёта и Закону «О бухгалтерском учёте».

На практике применяют различные способы организационной принадлежности службы внутреннего аудита. Кто-то выделяет их в подчиненность к Совету директоров, кто-то к Финансовому директору, а некоторые создают отдельные департаменты риска и контроля или вообще выводят в аутсорсинг.

Однако стоит отметить, что собственная служба снижает риск утечки коммерческой тайны, т.к. её проще контролировать, чем стороннюю организацию.

Примерная организационная структура отдела может выглядеть следующим образом:

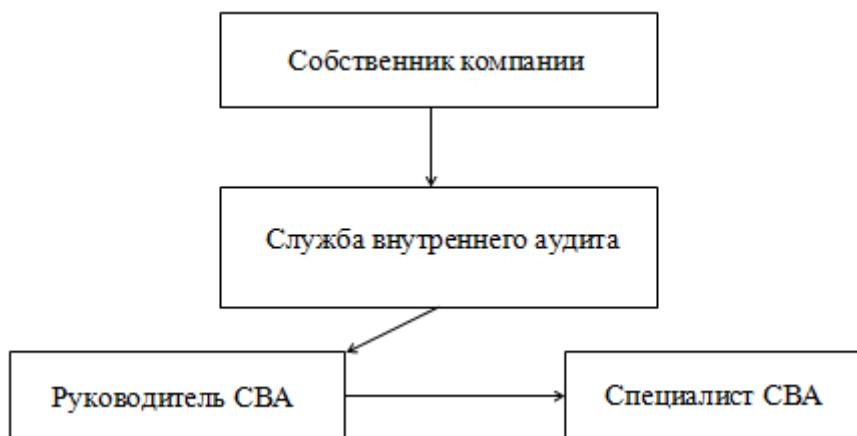


Рис. 1. Структура Службы внутреннего аудита

Для достижения поставленной цели, службе внутреннего аудита следует установить КПД её деятельности, на основе которого будет оцениваться эффективность её деятельности, а также выплачиваться годовые премии по результатам работы.

Примерным перечнем КПД может служить следующая таблица 2.

Таблица 2. КПД службы внутреннего аудита

№	Наименование КПД	Вес	Пороговое значение
1	Степень выполнения риска – ориентированного Годового плана аудита	20%	70%
2	Доля своевременно предоставленной отчетности объекту аудита	20%	80%

3	Доля рекомендаций, принятых и выполненных объектами аудита	20%	80%
4	Степень выполнения стратегического плана на трехлетний период	20%	80%
5	Количество замечаний со стороны собственника	20%	2

Используя данные КПД, можно оценивать работу службы внутреннего аудита, начислять вознаграждение.

Таким образом, для более эффективного учёта расчётов предлагается создать систему субсчетов, для анализа и учёта внедрить консолидированную таблицу, а для контроля создать службу внутреннего аудита.

ЛИТЕРАТУРА

1. Богородов А.М. Внутренний аудит. – М.: «Экзамен», 2014.
2. Яков И. А. Организация бухгалтерского учёта. - М.: «Гроссбух», 2014.
3. Быкова С.М. Аудит. - М.: «Финансы и статистика», 2012.
4. Герасимов Г.П. Управленческий, финансовый и инвестиционный анализ. - Ростов-на-Дону: «МарТ», 2013.
5. Любимов И.Е. Расчёты на современном предприятии. - М.: «Кнорус–Экор», 2012.
6. Краузе А.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие для вузов. - Изд.2-е, испр. и доп. - М., 2015.
7. Кириченко З.В. Теория учета. - М., 2012
8. Кайгородова В.Г. Экономический анализ. - М., 2013.
9. Кривошеина М.Н. Финансовое состояние организации. - М., 2013.
10. Кыштымова Е.А. Бухгалтерский учет. Сборник задач: Учебное пособие. - М., 2015.
11. Лысенко Д.В. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник. - М., 2016.

УДК 336.7

РАЗВИТИЕ СИСТЕМ МОМЕНТАЛЬНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ: МИРОВОЙ ОПЫТ В ПРАКТИКЕ КАЗАХСТАНА

Климова Н.Н.

Сведения об авторе. Климова Наталья Николаевна - кандидат экономических наук, доцент. Преподаватель Московского промышленно-экономического колледжа РЭУ им. Г.В. Плеханова

Аннотация. Системы моментальных платежей становятся новым шагом в развитии платежной индустрии как развитых, так и развивающихся стран мира. В этой связи они представляют собой стратегическую важность при модернизации платежной системы и требуют активных действий со стороны центральных банков. Построение аналогичной системы в Казахстане приведет к расширению безналичных платежей и достижению сбалансированного развития платежной отрасли. При этом необходима доработка банковских информационных систем в части обеспечения нового режима обслуживания клиентов.

Ключевые слова. Розничные платежи, межбанковский клиринг, система моментальных платежей, безналичные расчеты, система массовых электронных платежей.

Автор туралы мәліметтер. Климова Наталья Николаевна – экономика ғылымдарының кандидаты, доцент. Г.В. Плеханов атындағы РЭУ Мәскеу өнеркәсіптік - экономикалық колледж оқытушысы.

Аннотация. Мезеттік төлемдер экономикадағы соңғы жаңалықтардың бірі, және олар әлемнің дамыған елдерінде кеңінен пайдаланылады. Төлем жүйесін жетілдіруде маныздылығын алғып, орталық банктар тарарапынан белсенді әрекеттерді талап етеді. Осы сияқты төлем жүйесін Қазақстанда дамыту төлем жүйесіндегі көптеген мәселелерді шешуге мүмкіндік береді. Клиенттерге қызмет көрсетудің жаңа тәртібін қамтамасыз ету саласындағы банктік ақпараттық

жүйелерді жетілдіруді талап етеді.

Түйін сөздер. Жекелей төлемдер, банкарлық кларинг, мезеттік төлемдер жүйесі, қолма-қол ақшасыз төлемдер, жаппай электрондық төлемдер жүйесі.

About the author. Natalia Nikolaevna Klimova - candidate of Economic Sciences, associate professor. Teacher at the Moscow Industrial and Economic College of the G.V. Plekhanova Russian Academy of Economics.

Annotation. Instant payment systems are becoming a new step in the development of the payment industry of both developed and developing countries in the world. In this regard, they are of strategic importance in the modernization of the payment system and require active action from central banks. The construction of a similar system in Kazakhstan will lead to the expansion of non-cash payments and the achievement of a balanced development of the payment industry. At the same time, it is necessary to refine the banking information systems in terms of providing a new mode of customer service.

Keywords. Retail payments, interbank clearing, instant payment system, non-cash settlements, a system of mass electronic payments.

Динамичное проникновение смартфонов, планшетов и других мобильных устройств в современную жизнь, развитие Интернета привело к кардинальному изменению поведенческих и потребительских привычек населения. Сегодня клиенты ожидают от банков быстрых решений, которые будут органично вписываться в их цифровую жизнь и смогут адаптироваться к их растущим потребностям и желаниям.

Традиционно в большинстве стран обработка розничных платежей проходит через стандартные клиринговые системы и занимает от одного дня и более с момента его инициирования плательщиком. Также проведение и обработка платежа может быть ограничена определенным промежутком времени в течение рабочего дня. В Казахстане до 10 сентября 2016 года розничные платежи могли обрабатываться каждым из банков в течение 4 рабочих дней: 3 дня предоставлялись на акцепт платежа, после на следующий день платеж поступал от банка в Систему межбанковского клиринга для расчета, где в тот же день или на следующий (в зависимости от времени поступления) направлялся в банк бенефициара, у которого также имелось 3 дня на акцепт поручения. Законом РК «О платежах и платежных системах» процедура акцепта была исключена и в настоящее время срок для каждого из банков сокращен с 4 до 2 раб. дней. С 01.06.2017 года – до 1 рабочего дня [1].

Развитие технологий и спрос широкой публики на более быстрые услуги в области розничных платежей стал одним из факторов появления с начала 2000-х годов в целом ряде стран национальных схем моментальных платежей и переводов денег с банковского счета клиента (табл. 1). Под моментальным (также используются понятия «мгновенные / instant», «приближенные к реальному времени / near-real-time», «более быстрые / faster») платежом понимается платеж, в котором передача платежного сообщения и доступность денег для конечного бенефициара происходит в реальном или приближенном к реальному времени, в режиме 24/7 (или максимально близком к нему). Также подобные системы планируются к внедрению до 2020 года в США, Австралии, Гонконге, Саудовской Аравии. Европейский платежный совет в настоящее время работает над проектом системы мгновенных кредитных переводов на всей территории Европейского союза, запланированной к внедрению в конце 2017 года (SEPA Instant credit transfer, SCT Inst) [2].

Таблица 1. Страны, имеющие системы моментальных платежей [2]

Страна	Система, год	Расчетное время и др.
ЮАР	Real-Time Clearing (RTC), 2006 г.	- расчет за 60 секунд; - 3 расчетных цикла в течение дня
Великобритания	Faster Payments Service (FPS), 2008 г.	- расчет за 15 секунд; - 3 расчетных цикла в течение дня; - лимиты от 10000 до 100000 фунтов стерлингов в зависимости от банка

		- сервис бесплатен для физических лиц
Индия	Immediate Payment Service (IMPS), 2010г.	- расчет за 30 секунд; - 4 расчетных цикла
Китай	Internet Banking Payment System (IBPS), 2010 г.	- расчет за 20 секунд; - 6 расчетных циклов
Швеция	BiR/Swish, 2012 г.	- расчет за 1-2 секунды
Турция	BKM Express, 2013 г.	- расчет за 30 секунд; - 1 расчетный цикл
Италия	Cash in a flash (Jiffy), 2014 г.	- расчет за 2-3 секунды
Сингапур	Fast And Secure Transfers (FAST), 2014 г.	- расчет за 15 секунд; - 2 расчетных цикла в течение дня; - лимит 50000 синг. долларов
Швейцария	Twint. 2015 г.	- расчет за 2-3 секунды; - 1 расчетный цикл
Мексика	SPEI, 2004 г (в режиме 22,5/7) С 2015г. – в режиме 24/7	- среднее время обработки 13,6 секунды - нетто-расчеты каждые 3 секунды или после 300 новых платежей

Источник: Банк международных расчетов, ноябрь 2016 г.

Аналогом розничных платежей в режиме реального времени являются платежи с использованием платежной карточки. Карточные системы используют моментальную автоматизированную систему коммуникаций между банками-участниками (запросы, авторизация и др.) и доступны в течение дня, что сближает их с системами моментальных платежей. Однако, в отличие от систем моментальных платежей, фактическое получение денег конечным бенефициаром (торговой точкой) может занимать от 1 до 30 дней.

Системы моментальных платежей обладают следующими характеристиками:

В части взаимоотношений между банком и клиентом:

- 1) платежи в реальном/приближенном к реальному времени, мгновенная доступность денег для получателя;
- 2) операционная доступность в режиме 24/7;
- 3) мобильная связь или Интернет в качестве основных каналов доступа к услугам.

В части организации расчетов между банками можно выделить две типовые модели:

Первая модель нацелена на сквозную обработку всех розничных платежей в режиме реального времени, включая осуществление расчета. Таким образом, при межбанковских расчетах необходимо моментальное дебетование и кредитование счетов клиентов между клиентом и банком.

В результате использования такого дизайна сводятся к нулю финансовые / кредитные риски (при условии обеспечения участникам ликвидности), при этом к системе предъявляются высокие операционные требования - требуемая скорость, абсолютный объем операций, постоянная доступность расчетной системы. Примерами данного подхода являются Мексика и Австралия. В Мексике используются высокочастотные расчеты (каждые 3 секунды или через 300 платежных поручений), а в Австралии разрабатывается специально выделенный модуль в системе расчетов в режиме реального времени.

Вторая модель направлена на предоставление моментальных платежей с отложенным нетто-расчетом. Клиенты по-прежнему осуществляют мгновенные платежи, но межбанковские расчеты проводятся на основании многостороннего взаимозачета за несколько расчетных циклов в течение операционного дня.

При этом создаются определенные финансовые риски, которые подлежат управлению (в частности, с помощью залогового обеспечения, соглашений о распределении убытков и / или максимальных ограничений кредитовых-дебетовых позиций). Поскольку

системы функционируют в режиме 24/7, финансовые риски могут возникнуть до начала следующего рабочего дня или в течение выходных дней и государственных праздников, когда может происходить аккумулирование платежей в пределах расчетного цикла.

Большинство систем моментальных платежей (за исключением Турции, где используется локальная карточная система) построены на основе отложенных клиринговых расчетов (Великобритания, Швеция, Сингапур, ЮАР, Индия). Данные системы также иногда называют быстрые ACH/fast ACH (Automated clearing house). Необходимо отметить, что моментальность выходит за рамки платежей, поскольку все сопутствующие процессы также должны проводиться в режиме реального времени. Это накладывает требования к дизайну, внедрению, поддержке платформы и клиентскому сервису. Платежная платформа должна уметь проводить моментальные проверки на фрод мониторинг, отмывание денег и другие, принимать сложные решения по маршрутизации, управлять исключениями и обеспечивать операционную непрерывность и доступность 24/7/365 [2].

Постоянная операционная доступность может ставить задачи функционирования нескольких основных/активных центров для реализации процессов дублирования, восстановления и обновления «вживую». Таким образом, моментальный платеж представляет собой полный цифровой сервис.

Центральный банк может играть четко выраженную операционную роль, разрабатывая новые модули в RTGS, предназначенные для осуществления моментальных розничных платежей, или же у новых сервисов могут быть частные операторы.

Благодаря мгновенной доступности денег, для конечного получателя системы моментальных платежей обеспечивают значительное увеличение оборачиваемости денег между хозяйствующими субъектами. При этом для достижения максимального эффекта ключевым результатом наличия в стране системы моментальных платежей, помимо скорости, должна стать повсеместность данного сервиса (*ubiquity*).

Помимо того, что системы моментальных платежей с банковского счета в рознице сами по себе являются своего рода инновацией, еще большую ценность представляют дополнительные услуги, которые становятся возможными благодаря лежащему в основе механизму моментальных платежей. Благодаря разовой привязке номера банковского счета к номеру мобильного телефона проведение платежей на базе систем моментальных расчетов становится доступным просто по номеру мобильного телефона. Таким образом, значительно упрощается пользовательский интерфейс и взаимодействие, т.к. не нужно вводить чувствительной информации о номере банковского счета - клиент может выбрать номер получателя из своего списка контактов либо ввести номер телефона вручную.

Внедрение данных сервисов привело к росту использования мобильных приложений банков, предоставляющих такие услуги, и увеличению мобильных платежей вне традиционных банковских операционных часов. Индия, Швеция, Великобритания уже реализовали на базе систем моментальных платежей сервис с использованием только номера мобильного телефона, который в данном случае служит посредником / proxy между клиентом и номером его банковского счета. Сингапур планирует внедрение в системе FAST схемы, позволяющей использовать в платеже альтернативные идентификаторы – номер мобильного телефона, электронную почту, учетную запись в соцсети или национальный ID.

Платежи с использованием платежных карточек в торговых точках являются удобными, эффективными, быстрыми с точки зрения плательщика, а также безопасными с использованием PIN. Вместе с тем, в электронной и мобильной коммерции необходимость ввода всех данных платежной карточки нельзя назвать очень удобным и безопасным условием проведения платежа. В этом отношении платежи напрямую с банковского счета являются новым гарантированным способом оплаты в электронной коммерции (авторизация плательщика происходит через Интернет или мобильный банкинг).

На сегодня в Великобритании идут работы по созданию и развертыванию сервиса Zapp для оплаты товаров и услуг как в Интернет магазинах, так и в физических точках продажи. При этом в основе расчетов лежит система моментальных платежей Faster

Payments. В Сингапуре предлагается сервис request-to-pay (запрос на оплату), аналогичный электронному инвойсу. При согласии плательщика оплата происходит по системе моментальных платежей FAST. Прогнозируется большая популярность сервиса request-to-pay, поскольку он позволяет владельцу счета авторизовать каждую операцию/инвойс, повышая тем самым его осведомленность и непосредственное участие в расходных операциях (аналогично выставлению счетов на коммунальные услуги в системе Интернет-банкинга). Дополнительно клиент освобождается от необходимости заполнения банковских реквизитов получателя, что экономит время плательщику и снижает риски неверного заполнения документа.

Австралийская новая платежная платформа (NPP) изначально проектируется как трехслойная инфраструктура:

- базовая прослойка - центральный хаб, связывающий участников системы и обеспечивающий поток платежных сообщений между ними;
- надстройка – базовая прослойка будет способна поддерживать различные коммерческие платежные сервисы, которые участники платформы смогут выбрать для предоставления своим клиентам. Один из первых таких добавочных сервисов – платежи через мобильные телефоны;
- расчетный сервис в режиме реального времени [2].

Потребитель является самым главным выгодоприобретателем в результате внедрения систем моментальных платежей. Платежи становятся доступны ему круглосуточно, с использованием мобильного телефона, Интернета, физических отделений, а также в режиме реального времени. При построении баз промежуточных альтернативных идентификаторов платежи проводятся еще более удобным и надежным методом.

Для представителей бизнеса - системы моментальных платежей повышают оборачиваемость денег, улучшают управление ликвидностью. Возможные добавленные сервисы – электронное выставление счетов. Также моментальные платежи с банковского счета в точке продажи или в электронной коммерции не содержат interchange (комиссии взаимообмена в карточных схемах, оплачиваемого торговой точкой) и chargeback (автоматический возврат денег при опротестовании сделки покупателем), что приводит к снижению расходов предприятий торговли и сервиса. Предприятия могут использовать моментальные платежи для оперативной выплаты страховки, почасовой оплаты труда, оплаты поставщикам за оказанные работы и услуги.

Для банков - внедрение системы моментальных платежей является возможностью вывести обслуживание клиентов на новый уровень. Дополнительные сервисы возможны в секторе переводов между физическими лицами, платежей в пользу бизнеса (платежи в последнюю минуту – кредиты, коммунальные платежи), уплата налогов.

Несмотря на отсутствие interchange (комиссии, получаемой банком от выпуска и обслуживания платежной карточки), результаты анализа компании Vocalink (оператор Faster Payments, UK) показали, что прибыль банка от использования моментальных платежей в точке продажи даже превышает прибыль от использования платежной карточки, поскольку отсутствуют также другие комиссии, связанные с участием банка в карточной схеме (плата за использование схемы, процессинг, потери в результате мошенничества, 3D-Secure, расходы на chargeback).

Для государства – создание системы моментальных платежей может способствовать переводу наличных платежей в безналичные, тем самым увеличивая вовлеченность населения в банковскую сферу. Также создаются условия для дальнейшего развития электронной коммерции. Система моментальных платежей может обеспечить государству оперативное распределение средств, выплату адресной помощи, например, при чрезвычайных ситуациях.

Среди потенциальных проблемных вопросов построения систем моментальных платежей эксперты выделяют инвестиции на модернизацию инфраструктуры банковского сектора, обеспечение координации проекта на макроуровне и достижение критической массы участников и пользователей (клиентов).

Со стороны банковского сообщества - внедрение данной системы может отразиться на доходах банков в сегменте картовых платежей и денежных переводов. При этом в случае достижения широкого охвата пользователей моментальные платежи могут заменять наличные деньги и увеличить число банковских клиентов, в таком случае это будет служить банкам источником дополнительных доходов.

Таким образом, во –первых, системы моментальных платежей становятся новой нормой и новым шагом в развитии платежной индустрии как развитых, так и развивающихся стран мира. В этой связи они представляют собой стратегическую важность при модернизации платежной системы, а также требуют проактивных действий со стороны центральных банков.

Во-вторых, быстрые платежные услуги имеют потенциал для создания преимуществ / добавленной стоимости для всех задействованных сторон. В этой связи вопрос внедрения системы моментальных платежей в Казахстане стоит рассматривать не только с точки зрения ускорения прохождения платежей и повышения оборачиваемости ликвидности, но и как потенциальную альтернативу наличным платежам на небольшие суммы (ввиду быстроты и повсеместности приема), а также в качестве основы для появления новых сервисов и продуктов в секторе платежей населения и бизнеса.

В-третьих, для достижения общегосударственного эффекта от внедрения системы моментальных платежей критически важным является обеспечение повсеместности и доступности сервиса (охват всех банков и использование сервиса максимальным количеством клиентов банков): аналог телефонной сети – чем больше пользователей владеют телефонами, тем более ценным является использование сети для ее пользователя.

В-четвертых, практика показывает, что цели построения системы моментальных платежей достижимы в тесном сотрудничестве и партнерстве всех заинтересованных сторон. Конечный результат приводит к улучшению благополучия населения, бизнеса и общества в целом.

Построение аналогичной системы в Казахстане приведет к расширению безналичных платежей и достижению сбалансированного развития платежной отрасли. При построении системы может быть рассмотрен вопрос ее создания на базе Системы массовых электронных платежей РГП «Казахстанский центр межбанковских расчетов» (СМЭП-работа этой системы запущена 25 августа 2016 года. Участниками являются Комитет Казначейства МФ РК, АО «Народный Банк Казахстана», ДО АО «Банк ВТБ (Казахстан)». Еще с 4 банками ведутся работы по участию в СМЭП, обладающей рядом ключевых характеристик:

- круглосуточная работа СМЭП – 24/7;
- отложенные расчеты между банками-участниками с механизмом урегулирования финансовых рисков (вторая модель расчетов);
- моментальное информирование банка-участника о поступивших платежах в пользу его клиента [1].

При этом потребуется доработка банковских информационных систем в части обеспечения нового режима обслуживания клиентов – круглосуточно и через различные каналы (Интернет, мобильный банкинг, физические отделения). Возникновение удобного, быстрого, надежного и недорогого платежного инструмента, доступного по различным каналам, приведет к росту открытия населением банковских счетов и использованию каналов дистанционного банковского обслуживания, и, впоследствии - к большему замещению наличных платежей в стране. Конечный результат – улучшение благополучия населения, бизнеса и общества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Официальный сайт Национального банка Казахстана //<http://www.nationalbank.kz>
2. Джесси Рассел. Объединённая система моментальных платежей, VSD, 2013

УДК 336.221.24

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НАЛОГООБЛАЖЕНИЯ В СФЕРЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Абжанова А.Ж., Биханова А.С.

Сведения об авторах. Абжанова Алтынай Жалынбекқызы – студент специальности «Учет и аудит» ВКГТУ им. Д. Серикбаева; Биханова Алмагуль Советовна - магистр экономики по специальности «Финансы», старший преподаватель кафедры «Финансы, учет и налогообложение» ВКГТУ им. Д. Серикбаева.

Аннотация. Сегодня, малый и средний бизнес – опора экономического развития любого государства. Именно от него во многом зависит решение проблем занятости населения, наполнение внутреннего рынка отечественными товарами и формирование конкурентной среды. Налогообложение является одним из инструментов стимулирования малого бизнеса. В данной статье исследованы нововведения в проекте налогового кодекса 2018 в сфере МСБ, а также проанализирована международная практика налогообложения малого предпринимательства и развитие МСБ в отдельных странах.

Ключевые слова. Налоговый кодекс, МСБ, налогообложение, патент, упрощенная декларация, 100 конкретных шагов, ВВП, специальный налоговый режим.

Авторлар туралы мәліметтер. Абжанова Алтынай Жалынбекқызы – Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Есеп және аудит» мамандығының студенті; Биханова Алмагуль Советовна – «Каржы» мамандығы бойынша экономика магистрі, Д. Серікбаев атындағы ШҚМТУ-дың аға оқытушысы.

Аннотация. Шағын және орта бизнесті дамыту қазіргі нарық экономикасындағы ең негізгі және де нарық механизмдегі ерекше орыннымен белгілі. Шағын бизнес секторындағы ең негізгі мәселелердің бірі, ол бұл саладағы қаржы-несие ресурстарының жеткіліксіздігі. Оған себеп, шағын кәсіпкерлікте алғашқы капиталы аз және де алғашқы шығындарын жабуға жетпейді.

Түйін сөздер. Салық кодексі, МСБ, салық, патент, женілдетілген декларация, 100 накты қадам, ЖІӨ, әлеуметтік салық тәртібі.

Information about authors. Abzhanova Altynay - a student of the specialty "Accounting and Audit" of D. Serikbayev EKSTU; Almagul Sovetovna Bihanova - Master of Economics in Finance, Senior Lecturer of the Department of Finance, Accounting and Taxation, EKSTU. D. Serikbayev.

Annotation. Today, small and medium-sized businesses are the backbone of the economic development of any state. It solves the problems of employment of the population, the filling of the domestic market with domestic goods and the formation of a competitive environment. Taxation is one of the tools to stimulate small businesses. This article explores innovations in the draft tax code of the year 2018 in the field of SMEs, and also analyzes the international practice of taxing small businesses and the development of SMEs in individual countries.

Keywords. Tax Code, SME, taxation, patent, simplified declaration, 100 specific steps, GDP, special tax regime.

8 ноября 2017 года в Сенате состоялась презентация проекта нового Налогового кодекса, а также законопроектов «О введении в действие Кодекса Республики Казахстан «О налогах и других обязательных платежах в бюджет» и «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам налогообложения». Если Новый Налоговый кодекс утвердят в Сенате, он будет действителен с 1 января 2018 года.

Бизнес-сообщество страны уже не раз обращало внимание на сложность и тяжеловесность норм действующего Налогового кодекса, потому как законодательство практически полностью соответствует стандартам Организации экономического сотрудничества и развития, только его администрирование отстает из-за законодательных пробелов.

Президент страны Н.А. Назарбаев в начале этого года в ходе расширенного заседания правительства требовал упростить Налоговый кодекс. В рамках реализации этой задачи сейчас идет активное обсуждение введения нового Налогового кодекса со следующего года.

В случае введения нового Налогового кодекса, это будет уже четвертый по сути Налоговый кодекс в Казахстане. Первый налоговый свод законов был принят в 1995 году, следом был введен налоговый кодекс 2001 года, а в 2009 году этот кодекс был заменен новым налоговым кодексом, который действует и по сей день. У действующего налогового кодекса насчитывается уже более 100 редакций (см. рис. 1). При этом, каждая редакция - это не единичная поправка, а совокупность нескольких поправок (иногда в одну редакцию могут входить десятки изменений в различные статьи).

Запланировано, что новый Налоговый кодекс с 2018 года будет отличаться от действующего:

- структурой, которая станет более компактной и понятной;
- идеологией;
- отменой штрафов и пени, если налоговые органы неправильно толкуют кодекс;
- усилением требований к обоснованности доначислений;
- увеличением времени бизнесу для изучения изменений в кодекс;
- отменой многочисленных поправок, более легким языком текста (сокращение кросс-ссылок, исключение дублирования с подзаконными актами, единый стиль написания);
- усилением мер по борьбе с теневой экономикой;
- отменой неэффективных налоговых льгот;
- увеличением количества режимов для субъектов МСБ и АПК и рядом других изменений.

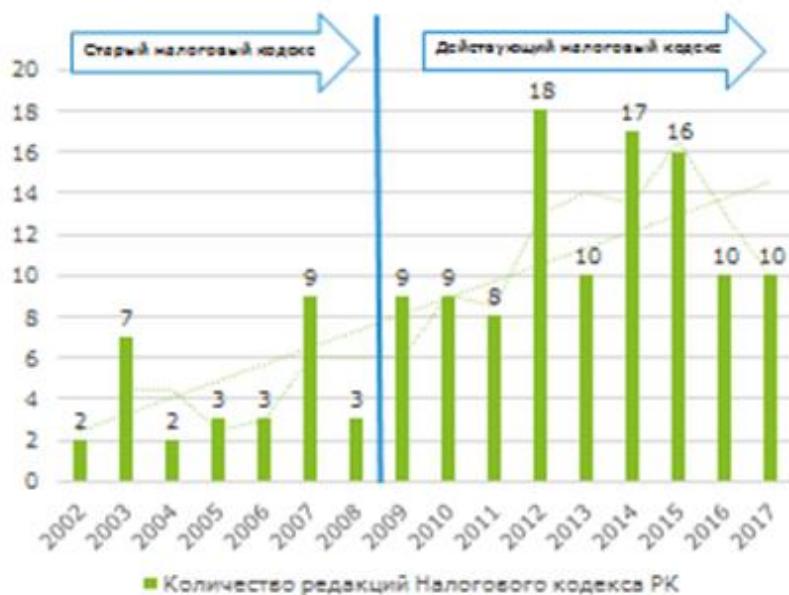


Рис. 1. Количество редакции Налогового кодекса РК в 2011-2017 гг.

При этом выстраивается идеология, направленная на защиту интересов добросовестного налогоплательщика: все неясности и неточности будут толковаться в пользу налогоплательщиков.

Нововведения в проекте Налогового кодекса на 2018 по отношению к МСБ

Мировой опыт показывает, что если государство хочет развиваться динамично и устойчиво, то его социально-экономические программы должны обязательно включать меры по стимулированию малого и среднего бизнеса. В зарубежных странах развитию малого предпринимательства придается большое значение, исходя из приоритетности создания новых рабочих мест и обеспечения устойчивого экономического роста.



Рис. 2. Сравнение сектора МСБ Казахстана с другими странами

Рассмотрим налоговую политику в отношении МСБ в отдельных странах, которая так же может проявляться в виде налоговой поддержки МСБ.

Вклад сектора малого и среднего бизнеса в ВВП в большинстве развитых стран колеблется в интервале от 50-60%. В Казахстане вклад малого и среднего бизнеса в экономику страны существенно ниже – 29% ВВП (см. рис. 2).

Сложившаяся международная практика налогообложения малого предпринимательства предусматривает по отношению к субъектам малого бизнеса два основных подхода:

1) введение на фоне стандартной национальной налоговой системы совокупности налоговых льгот для малого бизнеса по отдельным крупным налогам (преимущественно по налогу на прибыль).

2) введение особых (упрощенных) режимов налогообложения малого бизнеса. Упрощенное налогообложение предусматривает сохранение для малых предприятий всех видов налогов при одновременном упрощении порядка их расчетов (включая упрощенные методы определения налоговой базы и методы ведения учета) и взимания (периодичность, освобождение от авансовых платежей и т.д.).

Рассмотрим условия для введения МСБ в отдельных странах.

Сингапур

Для ведения бизнеса в Сингапуре созданы приемлемые условия открытия малого предпринимательства и для осуществления непосредственной деятельности, которые закреплены законодательно и неуклонно должны исполняться. Одним из инструментов финансового регулирования и стимулирования развития предпринимательства является льготное налоговое законодательство в отношении малого бизнеса, направленное на привлечение иностранного капитала и инвестиций. Налоговым законодательством также предусмотрена отмена пошлины на перечисление прибыли, обеспечиваются гарантии вложений денежных средств в экономику и т.д.

В Сингапуре действует система однократного налогообложения прибыли. Это означает, что с прибыли уплачивается только один налог – корпоративный. После этого

дивиденды, выплачиваемые из данной прибыли акционерам не облагаются налогом.

Канада

Налоговым законодательством Канады предусмотрены налоговые скидки и прочие налоговые льготы предприятиям малого и среднего бизнеса при соблюдении определенных условий:

- налоговое законодательство Канады не дает единого определения понятию "малый бизнес" в целях налогообложения, но предлагает "маленьким" организациям ряд налоговых преференций;

- как правило, доступ к налоговым преференциям предоставляется исходя из размера организации;

- многие из налоговых преференций для малого бизнеса доступны только закрытым корпорациям, зарегистрированным в Канаде, контроль над которыми не осуществляется нерезидентами или открытыми канадскими корпорациями по отношению к доходам, не связанным с активной коммерческой деятельностью, например прибыли от пассивных инвестиций или доходам отдельных участников корпорации, аналогичным доходам от трудовой деятельности, не применима налоговая ставка, установленная для малого бизнеса.

Общеустановленная федеральная налоговая ставка для канадских корпораций установлена в размере 29%, для субъектов малого бизнеса предусмотрено понижение налоговой ставки до 11% в отношении первых 500 000 долл. доходов, полученных маленькой закрытой корпорации при ведении активной коммерческой деятельности в Канаде. Цель предоставления данной налоговой льготы - повысить доход, остающийся после уплаты налогов, для его возможного реинвестирования в активную деятельность.

Южная Корея

В Южной Корее на малых и средних предприятиях занято 78% от общего числа всех работающих, которые производят порядка 47% ВВП, и на их долю приходится около 42% экспорта.

Государство оказывает весомую поддержку МСП, основным из инструментов которой является снижение налогового бремени, посредством налоговых скидок и льгот.

На сегодняшний день налоговые преференции в Южной Корее, предусмотренные для субъектов МСП, предоставляются в зависимости от вида деятельности.

В целом предусмотренные налоговые льготы в Южной Корее включают в основном снижение налогов, налоговые скидки и освобождение от налогов. Предусмотрено снижение налога на доходы юридических лиц, налога на прибыль организаций.

Таким образом, чтобы улучшить положение МСБ в Казахстане по сравнению с зарубежными странами, несомненно, нужно продолжать совершенствовать налоговую политику, но и сами налогоплательщики должны повышать свой уровень знаний, который поможет в успешном ведении бизнеса.

Рассмотрим основные поправки в законопроекте о МСБ в Казахстане.

В Казахстане малые и средние предприниматели первыми испытывают на себе последствия финансовых потрясений, торговой и фискальной политики, административного пресса.

Роль государства как субъекта предпринимательского процесса не препятствует качественному развитию сектора и повышению его роли в экономике Республики. В данный момент налоговая система не предусматривает экономических стимулов для роста масштабов малого бизнеса и постепенной его трансформации в средний;

Новый проект Налогового кодекса снизит нагрузку на МСБ.

Для развития малого и среднего бизнеса предусматривается сохранение действующих специальных налоговых режимов, а именно общеустановленный, патент и упрощенная декларация.

Понятие специальный налоговый режим представляет собой особый порядок расчетов с бюджетом, устанавливаемый для отдельных категорий налогоплательщиков и предусматривающий применение упрощенного порядка исчисления и уплаты отдельных видов налогов, а также представления налоговой отчетности по ним.

В проекте нового Налогового кодекса ставка патента снизится с 2% до 1%. В настоящее время СНР по патенту применяют индивидуальные предприниматели, не использующие труд работников и предельный доход которых не превышает 300 МЗП. В 2018 году целом для торговли сохраняется 2%, торговые точки, которые применяют платежные карточки - POS-терминал будут облагаться по ставке 1%.

Для режима по упрощенной декларации требование по размеру дохода станет одинаковым для физических и юридических лиц. Напомним, что по действующему законодательству, СНР по упрощенной декларации применяют индивидуальные предприниматели, у которых численность работников не превышает 25 человек, предельный доход не превышает 1400 МЗП. По юридическим лицам (СМБ) численность работников не должна превышать 50 человек, предельный доход 2800 МЗП.

Новый законопроект предусматривает введение нового альтернативного режима для СНР - режима фиксированного вычета, который выгоден тем, у кого большие обороты, но низкая прибыль.

Например, торговец, реализующий стройматериалы на рынке: обороты большие, платить с выручки 2–3% невыгодно, потому что его суть бизнеса строится на обороте. Большие обороты, маленькая маржа, прибыль возникает от больших оборотов. Поэтому предложен новый альтернативный режим – его можно выбрать. Кому нравятся действующие режимы – они сохраняются. Можно будет вычитать без подтверждающих документов расходы до 70% своей выручки, а если вести учет расходов, то могут быть дополнительные премии – вычеты за подтверждение расходов. Этот режим выгоден для того, кому нужно вести учет расходов. Напомним, что по действующему законодательству относить на расходы без подтверждающих документов запрещено.

Для аграрного сектора также предлагаются стимулирующие меры. Плательщики единого земельного налога не будут являться плательщиками НДС независимо от оборота. Для снижения нагрузки на фонд оплаты труда предлагается отменить социальный налог за членов и работников крестьянских и фермерских хозяйств. Будет разрешено осуществление прочих видов деятельности с раздельным учетом. К примеру, крестьянское хозяйство сдает в аренду комбайн. Это уже деятельность, не связанная с крестьянским хозяйством, и по действующему Налоговому кодексу, он должен покинуть данный льготный режим. Теперь предлагается вести раздельный учет: за фермерскую деятельность сохранить льготы в составе единого земельного налога, а за иную деятельность – не применять их.

Вместе с тем, для развития фондового рынка как наиболее эффективного способа привлечения капитала на развитие бизнеса и инвестиций для субъектов малого и среднего бизнеса (МСБ) вводится особая пониженная ставка КПН. Данная норма будет иметь краткосрочный характер, не более года, и применяется в разовом порядке в отношении МСБ вышедших впервые на KASE.

Основной целью принятия законопроекта является совершенствование налоговой политики, улучшение налогового администрирования, повышение эффективности государственных услуг в сфере налогообложения.

Разработка нового Налогового кодекса продиктовано условиями глобальной интеграции Казахстана с мировым сообществом (ВТО, ЕАЭС, вхождение Казахстана в 30 конкурентоспособных стран и стремление к стандартам ОЭСР). Реализуется в рамках исполнения Послания Президента Республики Казахстан Назарбаева Н.А. народу Казахстана от 30 ноября 2015 года «Казахстан в новой глобальной реальности: рост, реформы, развитие»; Общенационального плана мероприятий по реализации послания Главы Государства к народу Казахстана от 30 ноября 2015 года «Казахстан в новой глобальной реальности: рост, реформы, развитие», а также 44 и 45 шагов Плана Нации «100 конкрет-

ных шагов» по реализации пяти институциональных реформ.

Новый Налоговый кодекс также будет направлен на стабильное развитие бизнеса, стимулирование инвестиций и повышение конкурентоспособности экономики страны, в том числе путем устранения административных барьеров и совершенствования налогового и таможенного администрирования.

Новый кодекс станет революционным в плане интересов налогоплательщиков.

ЛИТЕРАТУРА

1. Пепеляева С.Г. Налоговое право: Учебник для вузов. - М.: «Альпина Паблишер», 2015.
2. www.economy.gov.kz – официальный сайт Министерства Национальной экономики Казахстана.
3. www.stat.gov.kz – официальный сайт Комитета по статистике РК
4. www.online.zakon.kz- информационная система Параграф
5. www.kapital.kz – информационное агентство Казахстана в сфере экономики.

УДК 338

КӘСІПОРЫНДАҒЫ ЖАРНАМАНЫҢ МӘНІ МЕН ҚАЗЕТТІЛІГІ

Мамырбекова Д.С., Сактаева А.А., Ерлан О.

Авторлар туралы мәліметтер. Мамырбекова Динара Самаркановна - экономика магистрі, аға оқытушы Қазақстан-Американдық еркін университеті; Сактаева Альмира Абешевна - экономика ғылымдарының кандидаты, аға оқытушы С.Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан мемлекеттік университеті; Ерлан Орынбасар - «Менеджмент» мамандығының студенті С. Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан мемлекеттік университеті

Аннотация. Макалада жарнама мәні маңызы және түрлері жан-жақты қарастырылған. Жарнама сату көлемін жоғарлатудың негізгі құралы. Осы арқылы кәсіпорындар өз тауарларың өткізетін нарық масштабын, пайданы жоғарылату, тұрақты және жоғарғы еңбек ақы, болашаққа тұрақтылық пен сенімділікті қамтамасыз етеді.

Түйін сөздер. Жарнама, тауарды жылжыту, жарнама түрлері, жарнама аудиториясы.

Сведения об авторах. Мамырбекова Динара Самаркановна – магистр экономики, старший преподаватель Казахстанско-Американского свободного университета; Сактаева Альмира Абешевна – кандидат экономических наук, старший преподаватель ВКГУ им. С. Аманжолова; Ерлан Орынбасар – студент специальности «Менеджмент» ВКГУ им. С. Аманжолова.

Аннотация. В статье широко рассматриваются смысл, важность и виды рекламы. Реклама - это основной инструмент повышения продаж. За счет рекламы предприятия обеспечивают высокий уровень прибыли, постоянную и высокую заработную плату, стабильное и уверенное будущее.

Ключевые слова. Реклама, продвижение товаров, виды рекламы, аудитория рекламы.

About the authors. Mamyrbekova Dinara - master of Economics, senior teacher of KAFU; Saktaeva Almira - Candidate of Economic Sciences, Senior Lecturer of EKSU. S. Amanzholova; Erlan Orynbasar is a student of the specialty "Management" of the EKSU named after. S. Amanzholova;

Annotation. The article is widely considers the meaning, importance and types of advertising. Ads are the main tools for increasing sales. Due to the advertising of the enterprise, a high level of profit is provided, as well as a constant and high payroll, a stable and confident future.

Keywords. Advertising, promotion of goods, types of advertising, the audience of advertising.

Сату көлемін ұлғайту және пайда табу үшін сапалы тауарлар мен қызметтерді иелену жеткіліксіз, ол үшін тұтынушылардың санасына осы тауарлардан алатын пайдасын жеткізе білу керек. Бәсекенің қүшөюі мен нарықтың тауарлармен толығуна байланысты қазіргі кезде жарнаманың рөлі мен маңыздылығы өсуде. Жарнаманың көптеген анықтамалары бар. Олар бір-бірінен сөз санымен, ақылдылығымен ажыратылады. Қазіргі заман жарнамасының экесі Альберт Ласкер былай деген: «жарнама – ол баспа түріндегі сату» [1].

Тауарды нарыққа жылжыту жүйесіндегі маркетингтің классикалық тұжырымдамасында жарнаманы бірінші орынга қояды. Ол, болашақ сатып алушылардың санасы мен назарына тауарлар мен қызметтер туралы маңызды фактілер мен мәліметтерді жеткізу үшін көркем көрсетілген нысанда қысқа және нұсқа көрсетіледі.

Жарнаманың мәні оның қоғамдағы алатын қоғамдық, экономикалық, маркетингтік және коммуникациялық рөліне байланысты.

Жарнаманың қоғамдық рөлі оның адамдардың санасы, көзқарасы, пікірлері мен мінезд-құлқының қалыптасуына әсерін тигізуінде. Сәннің, стильтің және дизайнның белталысын көрсету арқылы жарнама адамның эстетикалық қажеттіліктеріне әсер етеді.

Жарнама сұраныс пен ұсынысты қалыптастыруға, бәсекенің пайда болуына, инвестиция табуға, өткізу нарығының кеңейуін, сай келгенде осыған байланысты жалпы экономиканың және оның әр түрлі саласының дамуына әсерін тигізеді. Бұл жарнаманың экономикалық рөлін ерекшелейді.

Жарнама тек өнім туралы ақпарат беріп қана қоймай, оның тұтынушы санасында әлдебір бейне ретінде қалыптасуына әсер етеді. Осыдан жарнаманың коммуникациялық

рөлін байқауға болады.

Жарнама тауар сұранысының, өткізу көлемінің және фирма пайдасының өсуіне әсер етеді. Бұл оның маркетингтік рөлін көрсетеді. Сонымен қатар жарнама экономика, мәдениет және өнердің бір бөлігі болып табылады.

Жарнаманың әр түрлі өзіндік идеялары мен жанрлары журналистика, кинематография, графика, көркем сурет тәсілдерін және түс, көлем мен кеңістікті қолдануға композициялық шешімдерді пайдалана отырып, жасалынады.

Жоғары кәсіптік деңгейде орындалған жарнама туындылары адамдардың жақсы талғамын қалыптастырады, оның рухани сезіміне әсерін тигізді, адамның сенімдері мен құндылықтарының бағытына ықпал етеді. Жарнамалық ұндеудің ең үздігі колданбалы өнердің туындылары болып табылады. Пішіні, идеясы, көркемділігі, сәтті сценарийі, стилі түргесінан үйлесімді жарнама адамға ерекше психологиялық және эмоциялық әсер етеді.

Жарнама – көптеген білім шеңберлерін қамтитын қоғамның құрделі әлеуметтік-экономикалық құбылысы. Оны жасау үшін креаторлар, суретшілер, дизайнерлер, редакторлар, мәтін жазушылар, психологтар, операторлар және т.б. жұмыс істейді.

Жарнама дегеніміз – қаржыландыру көзі нақты көрсетілген, БАҚ арқылы жүзеге асатын, жеке көрсетілмейтін, тауар мен қызметті жылжыту нысаны [2, 256 б.].

Жарнама аудиторияға екі тәсілмен беріледі:

- жарнама беруші жарнаманы өзі дайындаған, содан кейін оны басып, бұкараптап құралдарына ұсынады;
- жарнама беруші жарнама мақсатын атап көрсетіп, жарнама агенттеріне тапсырыс береді.

Жарнама материалдары көптеген мақсатта қолданылады. Жарнама тек бір мақсатты ғана көздейтін сияқты болып көріні мүмкін, бірақ шын мәнінде олай емес. Жарнаманың негізгі мақсаттары мыналардан құралады:

- сатып алушының қоңілін аудару;
- сатып алушыға тауар (қызмет) сатып алудың пайдасын көрсету;
- сатып алушыға тауарды қосымша зерттеу мүмкіндігін ұсыну;
- тұтынушыда тауар немесе қызмет туралы білімнің белгілі бір деңгейін қалыптастыру;
- өндіруші фирмалық немесе сатып алушының жақсы бейнесін (имидж) жасау, сонымен қатар тұтынушылардың және іскер серіктестердің сауда немесе өндіріс маркасын жасау;
- осы тауар мен қызметке қажеттілік қалыптастыру;
- фирмада жағымды қатынас қалыптастыру;
- сатып алушыға бәсекелес фирмадан емес осы фирмалық жарнамалаган тауарын сатып алуын ояту;
- тауар, қызмет сатылымы белсендігін арттыру;
- тауар айналымын жеделдетуге әсер ету;
- бір тұтынушыны тауарды ұнемі сатып алушы ету немесе осы фирмалық тұрақты клиенті ету;
- басқа фирмаларға сенімді серіктес бейнесін қалыптастыру;
- тұтынушыға фирма туралы және оның тауары туралы ескеру.

Іс жүзінде жарнама бір ғана мақсатты көзdemейді, тәртіп бойынша бір жарнамалық өнеркәсіпте жарнамалар байланысып жатады. Жарнаманың мәні түмендегілермен байлаңысады:

- тұтынушылар үшін тауар мен қызметтің жаңа жарнамасы;
- тауар және қызмет жарнамасы клиентке таныс, демеуші жарнама ретінде;
- белгілі бір тұлғаның жарнамасы (мысалы, банк президенті);
- бәсекелестіктен алшақтату;
- жарнаманың іскерлігін әшкерелеу.

Жарнама функциясы оның мәні мен мақсаты арқылы анықталады. Олардың көп

турлілігіне төмендегілерді меңзеуге болады:

- тауарды және оның өндірушісін немесе сатушысын идентификациялау;
- тауарды, қызметті және идеяны алға жіберу;
- сатып алушыларға таныстыру немесе ақпараттандыру;
- сұраным қалыптастыру және т.б.

Жарнама осы жағдайларда тауардың бар екенін, оның құнын, ерекшелігін ақпараттандыруы керектігі туындарды. Өрине, жарнаманың функциясын ескере отырып, ең алдымен жарнаманы сатып алушы үйимдастыру керек. Міне, жарнаманың негізгі міндеті, басты функциясы осында. Жарнаманы - тауарды нарықта қозғалтудың онтайлы тәсілі екендігін экономиканың бүгінгі тынысы дәлелдеп отыр.

Жарнаманың шығыны сатылған тауарлар мен істелген қызметтерден ақталғандаға мәні бар. Егер шарттасқан жарнамалық агенттік жақсы жарнамалық фильм, баспада хабарландыру, көшедегі ілме жарнама жасаса, оның бәрі нәтиже бермейді, яғни тауарлар мен қызметтердің сатылуының санын көбейтпейді. Мұндай жағдайда агенттік өз мүмкіндігін клиент арқылы жарнамалайды. «Сникерстің» бейне ролигі шығады», - деп «Жарнама әлемі» журналы хабарлайды. Жарнама айналмасына үлкен ақша шығындаған. Егер ол шығындар тауардың сатылуы 10-15 есеге өсу арқылы өтелмесе оның мәні болмайды. (Жарнама әлемі, 1996. №9-10. - Б. 27).

Жарнама өзінің негізгі міндетін орындау үшін сатып алушылардың назарын аударады, жүргегін жаулауга, жол табуға тырысады. Содан кейін оларды еліктіреді. Ақырында тауар алуға мәжбүр етеді. Тың тәсілдерді іздеу ғасырдан ғасырға жалғасып келіп, қазіргі кездегі формаға әкелді. Жарнама шындыққа сәйкес және сенімді, қазіргі өмір талабына сай және сауатты, түсінікті және нақты болуы тиіс. Әдемі және ұқсынсыз, надан және есті жарнамалар тез есте қалады. Бұлыңғыр және қарапайым жарнамалар есте қалмайды. Жарнама белсенді және эмоционалды болғаны дұрыс. Тек сонда ғана ол тұтынушының ойлау инерциясын жаулап алады. Жарнама жоқ нәрседен құрастырылмайды, ол бар нәрсени көрсетуге, көпшілікке таратуға бағытталады. Жарнама ісіндегі бірнеше мамандарбылай деп ескертеді: әр жарнамалық хабарламалар тұтынушының қоғамдық құрылымындағы жағдайын қозғайды. Басқаша айтқанда, жарнама тұтынушыға қосымша ләззат береді немесе бағыт-бағдарын жоғалтқан адамға үқсас мазасыз қүйге түсіреді.

Жарнамалық хабарландырулар, сырт көзben қараганда клиенттің тұлғасын, оның бүтіндей қоғамдағы әлеуметтік мәдениетінің бейімделуін көрсете алатын құрал деген көзқарас қалыптасқан.

Жарнамалық әрекет өндіруші мен сатып алушының арасында тікелей жеке байланыс орнатады және оны шынайы және нақты қолданады.

Жарнама мынадай жағдайларда қажет:

- жаңа, ешкімге таныс емес фирма пайда болғанда;
- сатып алушыға таныс емес тауар ұсынылған кезде;
- нарықта бір типті тауарлар көбейгенде, сатушы өз тауарына назар аударту үшін;
- сату көлемі төмендегендегіде;
- сатушы сату көлемін кеңейтуді жоспарлаған кезде, нарықтық жаңа территорияны «жаулап алғанда», жаңа клиенттерді өзіне тарту үшін.

Жарнама мынандай жағдайларда ақшаны текке шығындаған болып есептеледі:

- нарықта монополист - тауар пайда болғанда;
- тауар өздігінен өтімді болса, басқаша айтқанда дефицит немесе сұранымның көптігі;
- сату көлемін басқа, жарнамалық емес жолмен қарқыннатқанда немесе барынша арзан әдіспен;
- жарнаманы қажет етпейтін кірісі төмен тұргындар үшін жасалған жағдайда шыққан шығын текке кетеді.

Жарнама хабарламаларының типтерінде төмендегідей айырмашылықтар бар:

- сатып алушыға әсер ету тәсілі бойынша;
- көрсету тәсілі бойынша;

- негізгі мақсаты мен мәні жағынан;

- жарнаманы тұтынушымен болатын кері байланысы жағынан.

Жарнама хабарламаларды көрсету тәсілі бойынша екіге бөлінеді:

- рационалды;
- эмоционалды.

Рационалды (заттық) жарнама - сатып алушының ой-санасына бағытталып жасалады. Ол сатып алушыны сендіру үшін, айтылған сөздерден алған әсерін күшету үшін аргументтерді мысалға келтіре отырып, өз пікірін сызба немесе сурет арқылы сөз түрінде жеткізеді.

Эмоционалды (ассоциативтік) жарнама - бір нәрсені еске түсіру арқылы жасалады. Ол терең ойды қозғауды тиіс. Санага, сезімге, эмоцияға көніл бөледі. Оның ең әсерлісі – сурет, өні, түсі және аз деңгейдегі әуені.

Кейбір жарнамалар тек рационалды немесе тек эмоционалды болып келеді. Бірақ, жарнама хабарламаларының көпшілігінде, көп жағдайда екі түрлі комбинациядан құралатын жарнамалар кездеседі.

Жарнама қойылымы жағынан «қатты» және «жұмсақ» деп екі түрге бөлінеді.

«Қатты» жарнама өз рухы жағынан өткізуге жігер беруге жақын. Мұндай жарнамалардың аз мерзімді мақсаты бар. Олар: хабарландырудың сыртқы бейнесіне әр беретін, сатып алушы объектіге дауыстап айғайлау арқылы тезірек сатылуына ықпал етеді.

«Жұмсақ» жарнаманың мақсаты тауар туралы және оның маркасы туралы хабарлап қана қоймай, осы тауардың маңайында қолайлы орта тудырады. Әдетте бұлар терең мотивтегі символикада ойнайтын эмоциялы жарнама. Ол ақырындал тұрақты сатып алушының тауарға деген ынтасын жогарлатады. Оның ішкі сатып алу қызығушылығын арттырады.

Жарнама құралымен кері байланыстағылар – жиі персонификацияланған жарнама жіберушілерді және олардың мүмкін болатын реакцияларын тікелей болжайтын жарнаманың бір түрі. Жарнаманың бұл түрлері оқулықта жеке қарастырылған. Кері емес байланыстағы жарнама құралдары ол – жалпы ақпарат құралдары, оның ішінде электронды және сыртқы жарнамалардың барлық түрлері деп айтуда болады.

Жарнаманың жасалып, бұқара арасында таралуы барысында оған негізгі төрт тарафатысады:

- жарнама беруші;
- жарнама агенттіктері;
- жарнама таратушы;
- жарнаманы тұтынушы.

Жарнама агенттіктері анықтамасының бірінде: «...өздерінің тауар және қызметін өткізуге сатып алушылар іздең жүрген клиенттердің тапсырмасы бойынша ақпараттық құралдарға жарнаманы жасайтын, өндөйтін жіберетін шығармашылық еңбек пен іс-кер адамдардан тұратын тәуелсіз іскер кәсіпорын», - делінген.

Барлық жарнама агенттіктерін негізгі жіктеу бойынша үш түрге бөлінеді: мамандандырылған және ұсынылатын жарнамалық қызмет; жеке өнеркәсіптік базаның болмауы немесе болуы; жарнама арнасының болуы немесе болмауы.

Жарнама агенттіктерінің қызметі негізгі төрт бағыттан тұрады:

- тапсырыс берушілер мен ұйымдардың менеджменттермен қарым қатынасын жақсарту;

- жарнама өнімдерін жасау және өндеу: суретшілердің, сценаристтердің, фотографтардың, режиссерлердің шығармашылығы;

- жарнама енімінің өндірісі: полиграфия, таралым саны;

- жарнаманы газетте, журналда, эфирде немесе көшеде орналастыру.

Жарнама қызметінің психологиялық құрылымында алты элемент бар: мақсатты, эмоционалды, себепті, символикалық, эстетикалық, персонификациялық. Олардың Гармониялық үйлесімділігі кез келген жарнаманың ұтымды шығуына тұрткі болады. Алайда, тәжірибе жүзінде осы аталғандардың бір-екі элементтері болса, қалғандары да байқалып

тұрады.

Жарнама берушілер – бұлар өндірушілер, бөлшек көтерме саудагерлер, мемлекеттік емес ұйымдар және т.б. Қазақстан нарығында негізгі жарнама берушілер шетелдік компаниялар.

Жарнама агенттіктері – жарнама қызметін ұсынатын делдалдар. Олардың көбі бүкіларлық ақпарат құралдарын таңдау, жарнама орнын немесе уақытын сатып алу, жарнама науқанын шығармашылық өндіре және жарнаманы жасау сияқты қызметтерді ұсынады. Жарнама беруші оны шығаруға байланысты кейбір қызмет түрлерін өзі жасай алады. Жарнама агенттіктерін таңдаған кезде жарнама бағасын, олардың шығармашылық мүмкіндіктерін, қызметтінің сапасын талдау керек.

Көрсетілген қызмет көлеміне байланысты жарнама агенттіктері екіге бөлінеді:

- әмбебап;
- мамандандырылған.

Әмбебап жарнама агенттіктерінде әмбебап жарнама қызметінің белгілі бір түрін ұсынады. Оларға шығармашылық шеберханалар, жарнама уақытына ие болатын фирмалар жатады.

Шығармашылық шеберханалар жарнаманың ерекше көркем тұжырымдамаларын жасап, ол туралы материалдарды дайындауды, бірақ жарнаманы өткізуде, ұйымдастыруды тоłyқ ауқымды қызметтер көрсетпейді.

Жарнама уақытына ие болушы фирмалар алдын-ала үлкен көлемде БАҚ-нан орын сатып алады, содан кейін оны жарнама берушілерге және жарнама агенттіктеріне сатады.

Жарнама құралдары – жарнама таратушылардың жиынтығы. Тұтынушыға жарнама әр түрлі құралдар арқылы жетеді. Жарнама құралдарын былайша жіктеуге болады:

Мақсаттық белгілеуіне қарай:

- Тауарлар мен қызметтер жарнамасы;
- Идея-ойлар жарнамасы;
- Пайда алу үшін бағытталған коммерциялық жарнамасы;
- Пайда алуды көзdemейтін коммерциялық емес жарнама (қайырымдылық қоры, діни және саяси ұйымдардың жарнамасы).

Мақсатты бағытына сәйкес жарнама типтері.

1) Марка жарнамасы тұтынушылардың тауар маркасы туралы хабардар болуына және фирмалық нарықтағы үлесін арттыруға бағытталған. Оның мақсаты – бәсекелес марканың сатып алушыларын үйіру арқылы таңдамалы сұранысты ынталандыру.

2) Тауар жарнамасының мақсаты – жалпы тауар категориясына алғашқы сұранысты ынталандыру. Мұндай жарнама сапалық өткізуі өсіруге бағытталған болса, марка жарнамасы осы өткізу көлемінен өзі үлесін бөліп алуға арналған.

3) Корпорация немесе компания жарнамасы олардың бейнесін жасауға бағытталған.

4) Бірлескен жарнамада өндіруші бөлшек саудагерлердің тауарды жарнамалауға кеткен шығындарының орнын толтырады.

Имидж жарнаманың негізгі мақсаты – адамдар санасында тауардың немесе фирмалық жағымды бейнесін жасау, ал ынталандыруши жарнаманың мақсаты – тауарлар мен қызметтердің өткізілуін ынталандыру.

Практикалық мақсаттар үшін ең ыңғайлысы - өткізу арналары арқылы жарнаманы жіктеу.

Баспа жарнамасы – ол тек көріп, қабылдауға арналған жарнамалық - каталогтық базалымдар (каталог, проспект, буклет, плакат, листовкалар) және жарнамалық – сыйлықтық базалымдар (үстелге қоятын және қабыргаға ілінетін фирмалық күнтізбелер, іс күнделіктері, жазу кітапшалары, қалта күнтізбелері, т.б. жатады).

Баспасөздегі жарнама. Бұл – хабарландыру және шолу - жарнама жарияланымдары сипатында баспасөзде жариялаган әр түрлі жарнамалық материалдар (макалалар, репортаж, шолу т.б.).

Радиожарнама. Негізгі түрлері – радиохабарландырулар, радиожурналдар, радио-

репортаждар, радиороликтер.

Тележарнама. Ең танымал түрлөрі: телеролик, телехабарландыру, жарнамалық бағдарламалар, бағдарлама арасындағы телезаставкалар.

Аудиовизуалды жарнама. Бұл – жарнамалық роликтер, жарнамалық - техникалық фильмдер, жарнамалық - беделді фильмдер, бейне фильмдер және слайдтар.

Сыртқы жарнама. Бұл – көрү сезімі арқылы қабылданатын жарнама. Ол қалың көпшілкке арналған. Түрлері: жарнамалық тақталар, афишалар, транспаранттар, түрлі-түсті жазбалар, электронды табло, экрандар, дүкендер сөресі, фирмалық жазулар.

Көліктегі жарнама. Бұл – автобус, троллейбус және т.б. көлік түріне орналастырылатын жарнамалық мәліметтер, хабарландырулар.

Тікелей пошталық жарнама – жарнамалық хабарларды тұтынушы мекен-жайына жарнама хаттар немесе хабарландыру - ақпараттық материалдардың басылымдары ретінде жіберу.

Жарнама сувенирлері – фирма қызметін таныту үшін қолданылатын фирмалық сувенирлер, сериялық сувенирлік заттар, сыйлықтар, фирмалық орамалар.

Компьютерлендірілген жарнама. Жарнаманың бұл түрі шетелде жақсы дамыған. Ол компьютерлендірілген ақпарат және кабельді теледидар арқылы жүргізілген жарнама (бейне-теле каталогтар бойынша сауда).

Интернет арқылы жарнама. Өзінің жеделдігіне, қайталануына және таратылуына ауқымдылығына байланысты баспасөздегі жарнаманың ең тиімді құралы болып табылады.

Тележарнама – жарнаманың ең қымбат түрі және оның бағасы әр кезде өсіп отырады.

Жарнама тәсілінің ең қарапайым түрі – жарнама хабарларын поштамен тарату.

Газет пен журналдағы жарнама құны оның беттеріндегі қолданылған ауданының әрбір шаршы сантиметрінің бағасымен есептелінеді. Зерттеулердің нәтижесі көрсеткендегі, газеттер мен журналдардың беттеріндегі оң жақтағы жоғарғы бөлігіне көбірек қоңыл аударылады.

Жарнама құралдарын таңдау процесі мынадай бірнеше кезеңдерден тұрады: жарнама құралдарын қамту ауқымын анықтау; жарнаманың қайталану жиілігі және әсер ету күші туралы шешім қабылдау; оны тарату құралдарын таңдау; жарнама жеткізушилерін таңдау; құралдарды қолдану графигі туралы шешім қабылдау.

Қамту ауқымы – берілген уақыт аралығында жарнама науқанымен таныстыратын мақсатты аудиторияға адамдардың белгілі бір пайызы. Қайталану жиілігі – мақсатты аудиторияның өкіліне арналған хабарландыру әсерінен қайталану саны. Жарнаманың әсерін жиынтық бағалау балын (ЖББ) анықтау арқылы өлшеуге болады. Мысалы, «Лиза» журналы мақсатты топтың 30 пайызын қамтиды деп үйгарағық, ал косметикалық компания бір жыл ішінде осы журналға 8 хабарландыруды беруді жоспарласа, оның 50%-на оқушылар қоңыл аударса, жиынтық бағалау балы (30 / қамту / * 4 / жиілік/) 120 балға тең болады.

ЖББ-ны басқа журналдармен салыстыру негізінде олардың ішіндегі ең тиімдісін, яғни шығындары азын және көп мақсатты топты қамтамасыз ететінін таңдал алу керек.

Жарнаманың әсер ету күші – жарнаманың тұтынушыға әсер ету дәрежесі.

Жарнама маманы жарнама құралының ең тиімдісін таңдал алуы қажет. Жарнама құралдарын таңдауга әсер ететін негізгі факторлар: аудитория көлемі мен құрамы, мақсатты аудиторияның жарнама құралына көзқарасы, тауар мен үндеу түрі және жарнама бағасы.

Аудитория өлшемі мынадай жолдармен анықталады:

- а) БАҚ бойынша қамтылатын адамдар саны;
- б) жарнама құралдары мен тұтынушылардың байланыс саны;
- в) тиімді аудитория – жарнама құралдарымен байланыста болған әлуетті клиент-

тердің саны. Егер мақсатты аудитория жасөспірімдер болса, онда теледидар мен радио тиімді жарнама құралы болуы мүмкін. Сән киімдерді журнал беттерінде, ал теледидарларды теледидар арқылы жарнамалау тиімді деп есептеледі. Егер хабардың көп бөлігі техникалық ақпараттан тұратын болса, онда жарнаманы арнайы басылымдарда немесе Интернетте орналастыру керек. Жарнама бағасын анықтау үшін әр түрлі БАҚ-тагы жарнама бағаларын салыстыру керек.

Жарнама бағасы Бж (мың адамға) мына жолмен есептеледі:

$$\text{Бж} = \text{Шж}/\text{A} \quad (1);$$

Мұндағы: Шж – жарнамаға кеткен жалпы шығындар; А – басылым тиражы немесе бақылау аудиториясы, мың адам.

«Крестьянка» журналында жарияланған әр түрлі хабарландырудың бір беті 5 мың \$ болса, ал оны окушыларының саны 500000 мың адамнан тұрса, онда мың адамға шакқандағы жарнама бағасы 10\$ болады.

Жарнама бағасын есептеген кезде пайдасыз аудиторияны есепке алу керек, ол – фирмандық мақсатты нарығына жатпайтын аудитория.

Республикалық радио мен теледидарда жарнама бағасын есептеуде секундтар қолданылады. Теледидардағы жарнама бағасы жыл мезгіліне, бағдарлама уақытына, хабардың әйгілене қарай аутқиды. Теледидар жарнамасы үшін ең тиімді уақыт – көрсетілетін хабардың басы мен ортасы болып табылады. Сондықтан жарнама берушілер оны көрсетілген уақыт аралығында орналастыруға ұмтылады.

«OPT Евразия», «КТК», «31 канал» телеарналары сұранысты қанағаттандыру мақсатында көніл көтеретін және ақпараттық бағдарламаларды жиі көрсету арқылы көрермендердің ықыласына болінуде. Бірақ «OPT Евразия» арнасына тек қана ірі фирмалар жарнама бере алады. Өйткені 1 минуттық роликтің құны 1000-нан 35000-га \$ дейін жетеді. АҚШ-та 1 минуттық телероликтің құны 250 мың \$-ға дейін жетеді. «КТК» арнасындағы 1 минуттық роликтің құны – 500-ден 950 \$, «Хабар» арнасында – 1300-ден 3120 \$, «Рахат» арнасында – 540-ден 1100 \$, «Қазақстан-1» арнасында – 250-ден 750 \$ -ға дейінгі аралықта белгіленген.

Республикадағы үздік радиоарналар – «Русское радио», «НС», «Сити-радио», «Қазақстан-1». Олардың ішіндегі алға шыққандары – «НС», «Радио 31», «Русское радио» радиоларының жарнамалық уақыты 230 долларға дейін жететін.

Жарнама жеткізушилері – бұл жарнаманың әр түрлі тарататын нақты құралдар. Бұл – нақты журналдар, телешоу және радиобағдарламалар. Теледидарда жарнама орналастыруға болатын көптеген арналар мен бағдарламалар бар. Ынгайлы уақытта жарыққа шығатын бағдарламалар арнайы сұранысқа ие және бағасы өте жоғары болады. Жарнаманы басылымда орналастырганда оның тиражына, жарнама орнының бағасына, басылым жиілігіне, беделіне (престиж), мақсатты аудиториясына, басылым сапасына аса көніл аудару керек. Мысалы, егер ақпарат бизнесмендерге арналған болса, онда экономикалық басылымдарды қолдану қажет. Егер «Маркетинг товаров и услуг» журналының толық бір бетіне орналасқан төрт түсті жарнама бағасы 70000 теңге, ал тираж көлемі 10000 болса, онда мың адамды қамту бағасы 70000 теңге тұрады. Басылымның әр түрлі беттеріндегі жарнама бағасы елеулі түрде өзгереді, мұны да ескерген жөн.

Жарнаманың әсер ету күші аудиторияның құрамына және басылым сапасына тікелей байланысты. Мысалы, косметикалық бүйімдарды арнайы журналдарда жарнамалау керек. Жарнаманың әсер ету күші мен құнына ықпал ететін факторлар арасынан жол таба білуі маңызды.

Жарнама беруші егер өз тауарының қасиетін, ерек шілігін және үлкен айырық шылығын, бәсекелестерді, нарықты жете талдау жасау арқылы ғана жарнаманың жетістікке апаратыны назардан тыс қалдырмауы қажет.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С. Реклама: принципы и практика. - СПб., 1999.
2. Садыханова Г.А. Реклама товаров и услуг: Учебное пособие. – Алматы, 2007.
3. Жарнама туралы: Қазақстан Республикасының заңы. - Алматы, 2004.
4. www.tns-global.kz
5. Жаназаров А. Рекламный вампиризм // Маркетинг товаров и услуг, 2007. – №3.
6. Росситер Дж. Р., Перси Л. Реклама и продвижение товаров. - СПб.: «Питер», 2003.
7. Есімжанова С.Р. Маркетинг. Оку құралы. – Алматы: «Экономика», 2003.

УДК 006.015.5

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОЕКТНЫХ РАБОТ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Нуралина Н.Е., Искендерова Ф.В.

Сведения об авторах. Нуралина Нургуль Есенбековна – магистрант специальности «Менеджмент» Казахстанско-Американского свободного университета; Искендерова Фатима Велибековна – PhD, доцент Казахстанско-Американского свободного университета

Аннотация. В статье рассмотрен понятийный аппарат, систематизированы теоретические основы и исследована методология анализа и оценки качества проектной и проектно-сметной документации предприятий, осуществляющих комплекс проектных услуг в современных условиях. Особое внимание в статье уделяется вопросам совершенствования системы управления качеством проектных работ и услуг. В конечном итоге, основным приоритетом развития казахстанской экономики является повышение доли продукции высокого качества в товарном портфеле отечественных производителей. В перспективе это позволит интенсифицировать всю экономику в целом, повысить уровень жизни населения, а также укрепить конкурентоспособность отечественных производителей на внешнем и внутреннем рынке.

Ключевые слова. Качество, уровень качества, планирование качества, контроль качества, система управления качеством, международные стандарты качества, эффективность организации проектной деятельности, эффективность затрат на контроль качества проектной деятельности, маржинальная доходность проектов.

Авторлар туралы мәліметтер. Нуралина Нургуль Есенбековна – Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Менеджмент» мамандығының магистранты; Искендерова Фатима Велибековна – PhD, Қазақстан-Американдық еркін университетінің доценті.

Аннотация. Макалада қазіргі жағдайларда жобалау қызметтерінің кешенін жүзеге асыратын қәсіпорындарының жобалау және жобалау-сметалық құжатнамасының сапасын талдау мен бағалау әдіснамасының ұғымдық аппараты қарастырылған, теориялық негіздері жүйеленген және зерттелген. Макалада жобалау жұмыстары мен қызметтерінің сапасын басқару жүйесін жетілдіру сұрақтарына ерекше орын берілген. Нәтижесінде қазақстандық экономиканы дамытудың негізгі басымдық отандық өндірушілердің тауарлық портфелінде жоғары сапалы өнім үлесін арттыру болып табылады.

Түйін сөздер. Сапа, сапа деңгейі, сапаны жоспарлау, сапаны бақылау, сапаны басқару жүйесі, сапаның халықаралық стандарттары, жобалау қызметін ұйымдастыру тиімділігі, жобалау қызметін сапасын бақылау шығындарының тиімділігі, жобалардың маржиналды кірісі.

Information about authors. Nuralina Nurgul - master of the specialty "Management" of Kazakh-American Free University; Iskenderova Fatima - PhD, associate professor of Kazakh-American Free University

Annotation. The conceptual system is considered in the article, as well as theoretical bases and the methodology of analysis and estimation of quality of design and design estimates of enterprises implementing a set of design services under modern conditions. Particular attention is paid in this article to the issues of improving the quality management system of design works and services. Ultimately, the main priority for the development of the Kazakh economy is to increase the share of high quality products in the commodity portfolio of domestic producers. In the future this will allow intensifying the entire econ-

omy as a whole, raising the standard of living of the population, and strengthening the competitiveness of domestic producers in the external and internal markets.

Keywords. Quality, quality level, quality planning, quality control, quality management system, international quality standards, the effectiveness of the organization of project activities, the effectiveness of costs for quality control of project activities, marginal profitability of projects.

Одним из основных направлений повышения конкурентоспособности предприятий является способность предугадывать настроения и потребности потребителей для удовлетворения их нужд в кратчайшие сроки на более выгодных условиях. Несмотря на видимую простоту такой политики, руководство компаний должно заботиться о постоянном повышении качества реализуемой продукции и оказываемых услуг. Только контролируя и повышая качество продукции и услуг, компания может добиться привлечения новых потребителей и заказчиков и сохранять свои позиции в быстро меняющихся условиях.

Для нахождения оптимальных путей решения вопросов, связанных с управлением качеством продукции и услуг, отечественные компании должны иметь соответствующие эффективные механизмы управления качеством продукции и услуг. Кроме того, компании должны обладать устойчивым иммунитетом и умением прогнозировать предпочтения потребителей на ближайшую и долгосрочную перспективу. При этом особый акцент необходимо сделать на поиск решений в области управления качеством для предприятий, оказывающих услуги в сфере разработки проектов.

Повышение уровня качества производимой продукции и оказываемых услуг на сегодняшний день является одним из критериев успешной деятельности предприятий во всех промышленно развитых странах. Влияние фактора неценовой конкуренции и перенасыщенности рынков сбыта только высокое качество продукции и услуг определяет коначный успех бизнеса.

Повышение доли продукции высокого качества в товарном портфеле отечественных производителей в итоге позволит интенсифицировать всю экономику в целом, повысить уровень жизни населения, а также укрепить конкурентоспособность отечественных производителей на внешнем и внутреннем рынке [1, с. 209]. Вместе с тем, повышение качества предполагает оптимальное использование все ресурсы, имеющиеся в наличии, в частности, экономические, материальные, трудовые, организационные и природные, а также наиболее эффективное управление производственными процессами.

Управление качеством продукции и услуг осуществляется посредством многоуровневого регулирования, которое производится в рамках государственного, регионального, отраслевого и корпоративного контроля [2, с. 84].

В качестве примера использования методов оценки качества проектных работ рассмотрим оценку и анализ качества проектирования на предприятии ТОО «Проектный профессионал», которое специализируется на оказании широкого спектра проектных услуг, которые наглядно отражены на рис. 1.

ТОО «Проектный профессионал» осуществляет деятельность на территории Восточно-Казахстанской области и других регионов Республики Казахстан, в частности, на территории Атырауской, Мангистауской, Карагандинской и Западно - Казахстанской областей. При этом предприятие не имеет филиалов в данных регионах, но командирует своих специалистов непосредственно на места разработки проектов. Реализация проектных заказов осуществляется по временному принципу. Высококвалифицированный специалист либо группа научных работников ТОО «Проектный партнёр» формируют команду специалистов различного профиля, которая будет задействована в работе над каждым конкретным проектом.

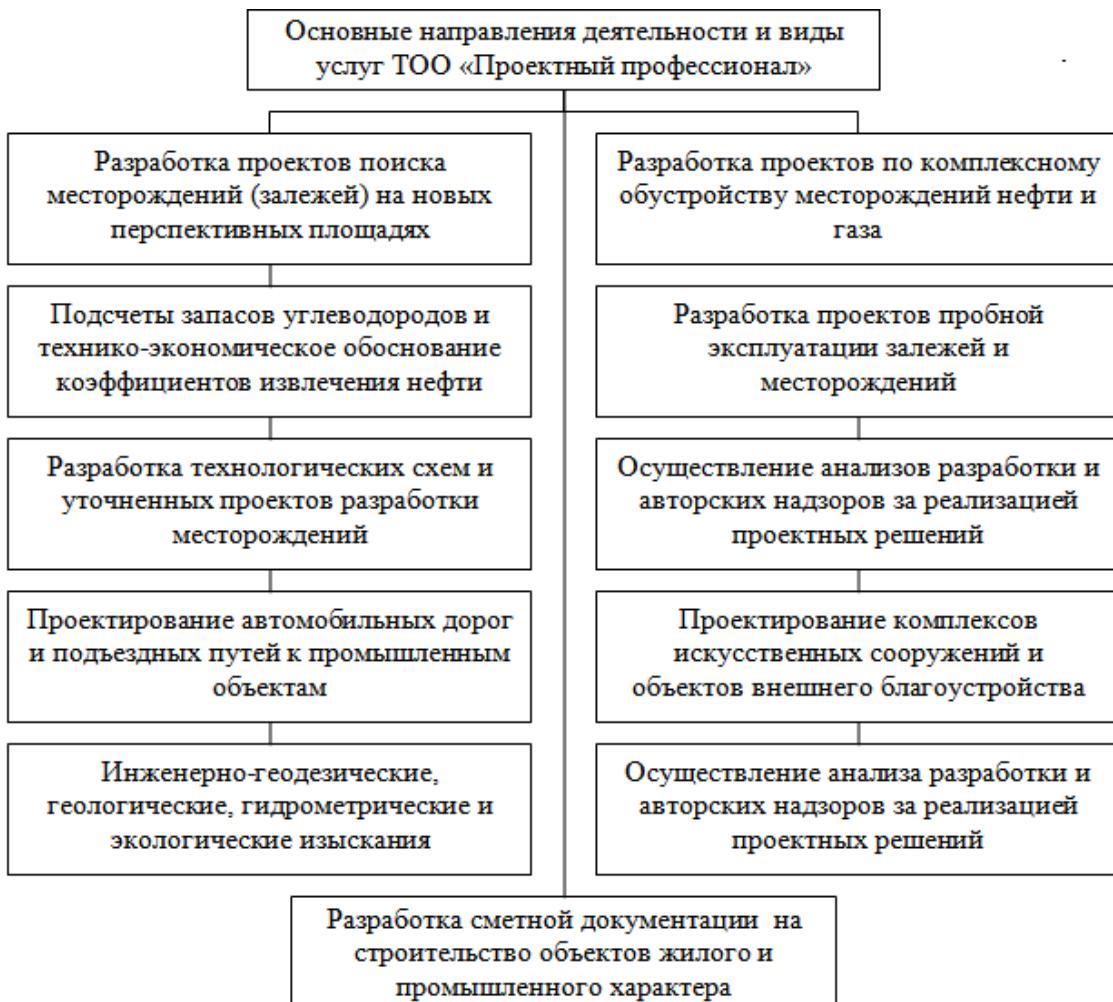


Рис. 1. Основные виды и направления деятельности ТОО «Проектный профессионал»

Таким образом, происходит организация процесса проектно-изыскательских работ, при этом подбор специалистов, планирование сроков, бюджет зависят от конкретно поставленной задачи, объёма и условий, а также от сроков предстоящих работ. Предприятие практикует строго индивидуальный подход к потребностям заказчиков и инвесторов.

Управление качеством проектирования ТОО «Проектный профессионал» предполагает всесторонний охват всех функций управления, которые, в свою очередь, обеспечивают обратный эффект и определяют политику в сфере обеспечения качеством, и осуществляются посредством планирования качества, контроля качества и совершенствования в рамках системы управления качеством проектных работ организации [3, с. 126].

На рис. 2 отражено место подсистемы управления качеством проектирования в системе управления проектными работами ТОО «Проектный профессионал».



Рис. 2. Управление качеством проекта в системе управления проектами ТОО «Проектный профессионал»

Основными бизнес-процессами действующей системы управления качеством на ТОО «Проектный профессионал» являются следующие процессы:

1. Планирование качества - это определение того, какие стандарты качества нужно применить к данному проекту и как добиться соответствия им.

2. Обеспечение качества - это оценка общего выполнения проекта на регулярной основе для подтверждения того, что проект удовлетворяет международным стандартам.

3. Контроль качества - это отслеживание определенных результатов по проекту для установления того, соответствуют ли они стандартам качества, и для определения путей устранения причин несоответствия производственным нормам и международным стандартам.

Основными критериями оценки эффективности и качества проектных работ ТОО «Проектный профессионал» являются:

- сроки выполнения заказов на разработку проектов;
- качество проектной документации и отклонения проектируемого продукта от качественных показателей, предусмотренных в проекте;
- риск, учитывающий качество системы управления проектной деятельностью и скорость её реагирования на проектные риски;
- эффективность использования трудовых ресурсов;
- качество коммуникаций, которое выражается через степень удовлетворенности

заказчиков ТОО «Проектный профессионал»;

- частота заключения новых договоров или возобновление договоров с постоянными заказчиками.

С целью разработки проектов согласно условиям договоров с заказчиками руководство ТОО «Проектный профессионал» создает группы определенной мобильности, состоящие из специалистов необходимой специальности и требуемой квалификации.

Каждый проект реализуется в рамках трех ключевых параметров:

- срок разработки проекта;
- бюджет проекта;
- качество проекта.

Эффективность проекта во многом определяется степенью соответствия проекта трем вышеназванным параметрам. При этом команда специалистов должна быть ориентирована в своей работе на следующие приоритеты:

- оптимизация затрат на осуществление проекта;
- сокращение сроков разработки и сдачи проекта;
- достижение, а по возможности, повышение критериев качества проектных работ.

С целью оценки качества проектных работ ТОО «Проектный профессионал» использует два вида ключевых показателей эффективности (КП):

1) индикаторные показатели, полученные на основании данных отчетности предприятия, в том числе:

- срок разработки проекта;
- среднегодовая величина бюджета проекта;
- затраты на доработку проекта;
- степень соответствия проекта рыночным требованиям;
- степень соответствия проектируемого продукта международным стандартам качества.

2) контрольные показатели, полученные в результате расчетных действий, в том числе:

- коэффициент плотности проектной загрузки предприятия;
- нормированный параметрический коэффициент PQ;
- показатель экономической эффективности проекта SQ;
- затраты на обеспечение качества проектирования (K);
- маржинальная доходность проекта;
- экологичность проекта [4, с. 68].

Результаты анализа индикаторных показателей, отражающих качество проектных работ ТОО «Проектный профессионал», приводятся в таблице 1.

Индикаторные показатели получены на основе анализа документации ТОО «Проектный профессионал», которая содержит данные о сроках, бюджете и затратах на доработку проектов за период 2014 – 2016 гг.

Таким образом, сроки разработки проекта в среднем за год составили 21,6 дней, 19,3 дней и 17,8 дней, по данным за 2014, 2015 и 2016 годы. Срок разработки проекта специалистами ТОО «Проектный профессионал» сократился на -3,8 дня, или на -17,59%.

Среднегодовая величина бюджета проекта за период с 2014 по 2016 годы возросла с 1 022,92 тыс. тенге до 1 281,12 тыс.тенге, или на 258,20 тыс.тенге, прирост за период составил 25,24%.

Степень соответствия проектируемого продукта рыночным требованиям может быть рассчитана как соотношения количества проектов, отвечающих требованиям рынка к общей численности разработанных проектов.

Специалистам ТОО «Проектный профессионал» приходится решать задачи в сферах, которые не могут подлежать регулированию международными стандартами и нормативными документами, например, при проектировании объектов государственной безопасности или объектов стратегического значения.

Таблица 1. Анализ индикаторных показателей системы управления качеством проектных работ ТОО «Проектный профессионал»

Наименование показателей	Рассматриваемый период			Изменение за период	
	2014 год	2015 год	2016 год	Отклонение (-, +)	Прирост, %
Срок разработки проекта, в среднем за год, дней	21,6	19,3	17,8	-3,8	-17,59
Среднегодовая величина бюджета проекта, тыс. тенге	1022,92	1035,65	1281,12	258,20	25,24
Затраты на доработку проекта, в том числе:					
за счет предприятия, тыс. тенге	16,62	14,01	17,75	1,13	6,79
за счет заказчика, тыс.тенге	106,98	129,03	198,04	91,06	85,12
Соответствие проектов требованиям рынка					
Количество проектов, не соответствующих рыночной конъюнктуре	3	4	4	1	33,33
Общее количество разработанных проектов за год	26	28	31	5	19,23
Степень соответствия проектируемого продукта рыночным требованиям	88,46	85,71	87,10	-1,36	-1,54
Соответствия проектируемого продукта международным стандартам качества					
Количество проектов, разработанных исключительно на основе отечественных норм без использования международных стандартов	5	6	7	2	40,00
Степень соответствия проектируемого продукта международным стандартам качества	80,77	78,57	77,42	-3,35	-4,15
Степень использования автоматических систем управления и программного обеспечения					
Количество проектов, разработанных с применением проектного программного обеспечения	6	8	11	5	83,33
Степень использования проектного программного обеспечения	23,08	28,57	35,48	12,41	53,76

Кроме того, бывают случаи, когда технологии производства в силу исторических и других причин могут служить ограничением для использования международных стандартов.

Кроме того, существуют отдельные виды продукции отраслей и предприятий, которые руководствуются отраслевыми стандартами или стандартами предприятий, а также специальной документации, которая разработана для этих отраслей и субъектов органами государственного надзора и регулирования Республики Казахстан.

Важен принцип: выпуск отечественных нормативных документов нужен в тех случаях, когда это вызвано острой необходимостью, когда без этого нельзя обойтись.

В большинстве же случаев разумнее следовать международным стандартам, вво-

дить их в действие на уровне государственных или отраслевых документов.

Затраты на доработку проекта в среднем за год за счет предприятия составили 16,62 тыс.тенге, 14,01 тыс.тенге и 17,75 тыс.тенге за 2014, 2015 и 2016 год. Величина затрат на доработку проекта за счет предприятия возросла за рассматриваемый период на 1,13 тыс.тенге, или на 6,79%.

Затраты на доработку проекта за счет заказчика составили 106,98 тыс.тенге, 129,03 тыс.тенге и 198,04 тыс.тенге за 2014, 2015 и 2016 год. Величина возросла за период с 2014 по 2016 год на 91,06 тыс.тенге. Прирост величины составил 85,12%.

Темп прироста величины затрат на доработку проектов за счет заказчиков превышает темп прироста затрат на доработку проектов по вине предприятия, что свидетельствует о высоких темпах рыночных изменений и высокой степени непредсказуемости рыночной ситуации. При этом, данная величина является весомым индикатором качества проектирования, на основании анализа значений которой можно сделать вывод, согласно которому погрешности специалистов ТОО «Проектный профессионал» в сфере несоответствия проектов рыночным условиям минимальны.

Динамика контрольных показателей управления качеством проектных работ ТОО «Проектный профессионал» приводится в таблице 2.

Степень соответствия проектируемого продукта рыночным требованиям за 2014, 2015 и 2016 год составила соответственно 88,46%, 85,71% и 87,10%. Данный параметр по состоянию на 2016 год стал ниже на -1,54%.

Степень соответствия проектируемого продукта международным стандартам качества согласно результатам расчетов составила 80,77%, 78,57% и 87,10% за 2014, 2015 и 2016 год, соответственно. Прирост величины данного параметра составил 7,83%.

Таблица 2. Динамика контрольных показателей управления качеством проектных работ ТОО «Проектный профессионал»

Наименование показателя	Период			Изменение за период		
	2014 год	2015 год	2016 год	2015г./2014г.	2016г./2015г.	2016 г./2014г.
Эффективность организации проектной деятельности (S)	12,10	9,15	7,68	0,76	0,84	0,63
Эффективность ресурсной организации проектной деятельности	1,73	1,72	1,76	1,00	1,02	1,02
Эффективность затрат на контроль качества проектной деятельности	16,56	16,79	9,29	1,01	0,55	0,56
Маржинальная доходность проектов	937,87	1090,72	2067,35	1,16	1,90	2,20

Степень использования проектного программного обеспечения специалистами ТОО «Проектный профессионал» в разработках проектов составила 23,08%, 28,57% и 35,48% за период 2014, 2015 и 2016 год, соответственно. Прирост величины за период составил 53,76%.

Таким образом, на основании результатов анализа можно сделать вывод: расчетные значения показателя эффективности организации проектной деятельности ТОО «Проектный профессионал» за период с 2014 по 2016 год сократились с 12,10% до 7,68%; расчетные значения показателя эффективность ресурсной организации проектной деятельности повысились с 1,73% до 1,76%; расчетные значения показателя эффективности затрат на контроль качества проектной деятельности снизились с 16,56% до 9,29%.

В ходе осуществленного анализа были выявлены факторы, оказывающие негативное влияние на систему управления качеством проектных работ организации.

При наличии постоянного контроля степени состояния результатов деятельности подразделений в проектной деятельности организации ряд должностных лиц и даже подразделений не принимают активного участия в ходе проектных работ. Кроме того, на основании анализа динамики коэффициентов эффективности организации проектной деятельности ТОО «Проектный профессионал» была выявлена низкая эффективность организации проектных работ и нерегулярный контроль качества проектирования.

Одним из существенных недостатков в организации проектных работ ТОО «Проектный профессионал» является относительно низкая степень использования современного программного обеспечения.

В качестве мероприятий, способствующих повышению эффективности проектной деятельности ТОО «Проектный профессионал», предполагаются основные направления:

- 1) адаптация системы управления качеством проектных работ к международным стандартам качества проектирования;
- 2) внедрение нового программного обеспечения – автоматизированной системы управления проектами;
- 3) повышение квалификации персонала в сфере управления качеством проектных работ и обучение сотрудников организации.

Наиболее приоритетным направлением развития является адаптация системы управления качеством проектных работ к международным стандартам качества проектирования.

В основе международных стандартов качества проектных работ лежит Международный Стандарт по Управлению Проектами ISO 21500:2012, который утвержден Россией, США и Евросоюзом.

Цели стандарта ISO 21500:

- 1) информировать высшее руководство компаний о принципах и практике управления проектами, чтобы облегчить соответствующую поддержку и руководство руководителям проектов и командам проектов;
- 2) обеспечить руководителей проектов и членов команды проекта эталоном для сравнения с актуальными стандартами и практиками;
- 3) обеспечить разработчиков национальных и корпоративных стандартов базовым документом.

Целью планирования процессов управления качеством проектирования согласно положениям Международных стандартов качества, служит регламент, определение и согласование требований к качеству проектов и проектируемой продукции, а также аспекты реализации указанных требований на всех стадиях и этапах проектирования.

Важно отметить, что адаптация системы управления качеством проектных работ ТОО «Проектный профессионал» к международным стандартам качества обеспечит предприятию возможность выхода на международные рынки для дальнейшего совершенствования системы управления качеством проектных работ, обмена опытом и освоения новых, в том числе инновационных технологий проектирования.

Таким образом, адаптация системы управления качеством проектных работ ТОО «Проектный профессионал» к международным стандартам качества проектирования во многом будет способствовать повышению конкурентоспособности организации, а также способствовать оптимизации расходов на функционирование и повышению эффективности системы управления качеством ТОО «Проектный профессионал» как в ближайшем будущем, так и в долгосрочной перспективе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Басовский Л.Е., Протасьев В.Б. Управление качеством: Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2001.
2. Ильенкова С.Д., Ильенкова Н.Д. Управление качеством: Учебник для вузов / Под ред. Ильенковой С.Д. - М.: ЮНИТИ, 2000.
3. Гиссин В.И. Управление качеством. - М.: ИКЦ «МАрТ», Ростов-на-Дону: Издатель-

- ский центр «МАрТ», 2003.
4. Круглов М.Г. Инновационный проект. Управление качеством и эффективностью. – М.: Образовательные инновации, 2009.
 5. Мазур И.И., Шапиро В.Д. Управление качеством. Справочное пособие. - М.: «Высшая школа», 2003.

УДК 338.984

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Гришаев И.Ю., Трофимова Ю.В.

Сведения об авторах. Гришаев Илья Юрьевич – студент специальности «Менеджмент» Казахстанско-Американского свободного университета; Трофимова Юлия Владимировна – магистр учета и аудита, докторант специальности «Менеджмент» Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. Статья посвящена формированию механизма управления проектами на предприятии, так как управление проектом дает предприятию возможности разработки, развития и использования усовершенствованных стратегий для будущих продуктов, услуг и организационных процессов. Как следствие, стратегическое управление и управление проектами оказываются взаимодействующими между собой в процессе проведения стратегических и оперативных изменений. Формирование эффективного механизма управления инвестиционными проектами является важным фактором успеха в деятельности предприятия. Хорошо сформированный механизм позволяет в кратчайшие сроки и при минимальных издержках реализовывать проекты позволяющие оптимизировать производство, создавать новый продукт и как результат увеличивать прибыль предприятия.

Ключевые слова. Проект, механизм, проектная деятельность, операционная деятельность, проектный менеджмент, инновационная деятельность, продукт, риски.

Авторлар туралы мәліметтер. Гришаев Илья Юрьевич – Қазақстан-Американдық еркін университеттінің «Менеджмент» мамандығының студенті, Трофимова Юлия Владимировна – есеп жөне аудит магистрі, Қазақстан-Американдық еркін университеттінің «Менеджмент» мамандығының докторанты.

Аннотация. Мақала кәсіпорындардағы жобаларды басқару механизмін қалыптастыруға араланған, өйткені жобаны басқару кәсіпорынға болашақ өнімдерін, қызметтерін және үйымдастырушылық үрдістер үшін жетілдірілген стратегияларды құруға, дамытуға мүмкіндік береді. Соның арқасында стратегиялық басқару мен жобаларды басқару стратегиялық және оперативті еткізу барысында өзара әрекеттесетін болады. Инвестициялық жобаларды тиімді басқару механизмін қалыптастыру кәсіпорын қызметтінің сөттілігінің негізгі факторы болып табылады. Дұрыс құрылған механизм қысқа мерзімнің ішінде өндірісті оңтайланыруға мүмкіндік береді.

Түйін сөздер. Жоба, механизм, жобалау қызметі, операциялық қызмет, жобалау менеджменті, инновациялық қызмет, өнім, тәуекелдер.

About the authors. Grishaev Ilya - a student of the specialty "Management" of Kazakh-American Free University; Trofimova Julia - master of Accounting And Audit, doctoral student of the specialty "Management" of Kazakh-American Free University.

Annotation. The article is devoted to the formation of the project management mechanism at the enterprise, since project management gives the enterprise the opportunity to develop and use improved strategies for future products, services and organizational processes. As a result, strategic management and project management are interacting with each other in the process of strategic and operational changes. The formation of an effective mechanism for managing investment projects is an important factor in the success of the enterprise. A well-formed mechanism allows us to realize projects in the shortest possible time and at minimum costs that allow us to optimize production, create a new product and, as a result, increase the profit of the enterprise.

Keywords. Project, mechanism, project activity, operational activities, project management, innovation, product, risks.

Формирование механизма управления проектами и соблюдение этого механизма является основополагающим фактором успеха предприятия в современной экономике, так как проекты инновационной направленности создают тенденции для целой отрасли. Поскольку потенциально новый проект, имеющий все необходимые предпосылки, может переориентировать деятельность предприятия. В таком случае управление проектом играет важную роль в стратегическом управлении. Такое случается довольно редко по причине того, что проекты являются инструментами для достижения стратегических целей компании. Путем объединения ресурсов организации с целью получения нового продукта или технологии механизм управления обеспечивает реализацию задуманных проектов, новые возможности функционирования предприятия.

Необходимо отличать проектную деятельность от операционной по причине того, что они работают на достижение разных целей. Главными отличиями этих двух видов деятельности являются следующие: операционная деятельность регулярно повторяется и является циклической, в то время как проектная деятельность направлена на достижение уникальных целей в конкретные обозначенные сроки [1]. Более подробное сравнение операционной и проектной деятельности представлено в таблице 1.

Таблица 1. Различия операционной и проектной деятельности

№	Элемент	Операции	Проект
1	Цели	Повторяющиеся, типовые, направлены на воспроизведение существующего бизнеса с заданными параметрами	Уникальные, определены планируемые сроки достижения
2	Содержание	Повторяющиеся работы, стандартная их последовательность. Зачастую, в рамках одной области	Комплекс работ с разной степенью уникальности, новая закономерность. Нередко необходима взаимосвязь работ из разных областей
3	Окружение	Стабильное. Интерфейсы отлажены	Новое. Интерфейсы необходимо уточнять.
4	Ограничения	Описаны с учетом опыта реализации данных работ. Задокументированы	Рассчитываются и согласуются в условиях неопределенности и различных интересов участников
5	Риски	Большинство известны на основе накопленного опыта, наличие статистики	Новые, связаны с содержанием проекта, участниками, внешними и внутренними условиями реализации
6	Участники	Текущий состав исполнителей, стабильная организационная структура и должности	Вновь образованный состав, временная организационная структура и роли
7	Процессы управления	Стабильные, отлажены	Новые, требуют определения и согласования

Проектный менеджмент также крепко связан с финансовым менеджментом, как и со стратегическим. В любом проекте, вне зависимости от его направления, присутствует инвестиционная составляющая. То же можно наблюдать и в финансовом менеджменте: чем эффективнее происходит управление инвестиционным проектом, тем больший экономический эффект может быть достигнут за счет экономии затрат. Таким образом, имеет место комплексного изучения финансового и проектного менеджмента для получения наилучшего результата.

Управление проектами рассматривалось как процесс выполнения определенной задачи в обозначенный срок, в соответствии с бюджетом и техническими особенностями.

Такой взгляд показывает зарождение управления проектами, берущее начало от управления контрактами и отдельными задачами. Сегодня управление проектами развивается в нечто большее [1].

Управлением проектной деятельностью занимается офис управления проектами (project management office – PMO). В чьи обязанности входит разработка механизма управления проектами, оказание поддержки менеджерам проектов, осуществление контроля за управлением всех проектов, программ, портфелей. Различия между проектами, программами, портфелями отображены в таблице 2.

Таблица 2. Различия между проектами, программами, портфелями

№	Назва- ние	Назначение	Особенности
1	Проект	Применение процессов, знаний и навыков управления проектом	Создание ценности (продукт, услуга или результат)
2	Про- грамма	Набор проектов, подпроектов или работ, имеющих общую направленность, управляемых скоординированным образом	Взаимозависимости между проектами
3	Порт- фель	Соответствие проектов / программ / портфелей / операций стратегическим целям компании	Оптимизация эффективности, целей, затрат, ресурсов, рисков и расписаний

В русском языке слово «проект» обладает несколькими значениями. Классическое толкование этого определения приводится в словаре русского языка Академии наук СССР.

Проект:

- разработанный план сооружения, постройки, изготовления или реконструкции чего-либо;
- предварительный, предположительный текст какого-либо документа;
- план, замысел.

Изначально этот термин предполагал более широкое значение. Термин «проект» происходит от латинского «Projectus» что означает «заброшенный вперед». В английском языке под определением «project» трактуется деятельность, направленная на достижение конкретных поставленных целей [2].

В пятом издании PMBOK дается следующее определение:

Проект - это времененная деятельность, нацеленная на формирование не стандартного продукта, услуги или результата. Временный характер проектов направляет на мысль об определенном начале и завершении проекта. Завершение наступает в случае достижения целей проекта, в случае невозможности достижения целей проекта, в случае, когда в проекте больше нет потребности, в случае появления желания заказчика о завершении проекта. «Временный» не обязательно предполагает краткую длительность проекта. Это подразумевает конечность проекта во времени. Это может относиться к вовлеченности в проект и длительности жизненного цикла проекта. «Временный» характер проекта не относится к создаваемому в ходе проекта продукту, услуге или результату. Большинство проектов осуществляется для достижения устойчивого, длительного результата [2].

Согласно ISO 10006:

Проект – это незаурядный процесс, состоящий из множества согласованных и управляемых видов деятельности, имеющий дату начала и дату окончания осуществления, учиняемые для осуществления задачи, соответствующие установленным требованиям, в том числе лимитирование по времени, затратам и ресурсам.

В НТК (Национальные Требования к Компетентности специалистов) СОВНЕТ:

Проект – ограниченное по времени специально организованное целеориентирован-

ное изменение отдельной системы, в рамках запланированных и выделенных ресурсов и установленных требований к качеству его результатов [3].

Разнообразие существующих проектов многогранно. Они могут отличаться по сфере применения, масштабам и степени сложности, уровню уникальности, влиянию результатов на предприятие и окружающую среду.

В Национальных Требованиях к Компетентности специалистов проекты могут разделяться на категории в зависимости от их: классов, типов, видов, масштабов, длительности, сложности.

Р. Арчибальд утверждает, что управление проектами развивается в направлении специализации методов и подходов и уделяет большое внимание категоризации и классификации проектов. Арчибальд выделяет следующие категории проектов (-1,22%):

- оборонные и аэрокосмические проекты;
- проекты развития бизнеса и организаций;
- телекоммуникационные проекты;
- проекты подготовки и проведения мероприятий;
- инфраструктурные проекты;
- проекты разработки и внедрения информационных систем;
- международные и государственные проекты;
- проекты медиа- и шоу-бизнеса;
- разработка новых продуктов и услуг;
- научные исследования и опытно-конструкторские разработки.

Дж. Родни Тернер утверждает, что процесс развития бизнеса предприятия может обозначить надобность в ежедневных операциях и в проектах. Исходя из этого, предприятие получает конкурентные преимущества. Компания может активизировать текущую деятельность при постоянной ориентации на повышение эффективности путем текущих малоэффективных усовершенствований, а может предпринять более крупные и серьезные изменения в своей деятельности, реализуя проекты. До 1980-х годов превосходило первое. Однако в результате быстрого технологического прогресса и оживления конкуренции в конце двадцатого века положение изменилось [4].

Проекты оказывают влияние на эффективность производственной деятельности предприятия. Модернизация и расширение производства, выпуск новой продукции – являются основными проектами, осуществляющими функционирование и конкурентоспособность предприятия в будущем.

Управление проектом - это применение опыта и знаний, навыков, инструментов и методов к работам проекта для обеспечения требований, необходимых для проекта. Управление проектом осуществляется в результате надлежащего использования и взаимосвязи логически сгруппированных некоторых из 47 процессов управления проектом, объединенных в 5 групп процессов (инициация, планирование, исполнение, контроль, закрытие) [5].

Характеристики и среда применения каждого отдельно взятого проекта могут влиять на ограничения повышенного внимание. Взаимосвязь между ними осуществляется таким образом, что если один из этих факторов претерпевает изменения, то возрастают риски изменения еще одного или нескольких факторов. При урезании сроков в расписании необходимо увеличение бюджета, для привлечения дополнительных ресурсов с целью реализации того же объема работ в более сжатые сроки. В случае неосуществимости увеличения бюджета, может быть уменьшено содержание или сокращено качество конечного результата проекта в более короткие сроки в рамках выделенного бюджета. Мнения стейкхолдеров проекта по поводу приоритетности факторов могут разделяться, что приводит к эскалации затруднений при реализации проекта. Изменение требований к проекту или целей проекта может увеличить риски.

Команда проекта должна обладать навыками для оценки ситуации, уравновешивания запросов и сохранении проактивных коммуникаций с заинтересованными сторонами для реализации проекта.

По причине возможного вмешательства неблагоприятных факторов разработка плана управления проектом носит множественный характер и проходит через последовательное уточнение на разных стадиях жизненного цикла проекта. Последовательное уточнение подразумевает постоянное улучшение и детализацию плана по ходу поступления более развернутой и специфичной информации, а также уточненных оценок. Последовательное уточнение позволяет команде управления проектом сформировать план управления проектом и более детально реализовывать каждый этап по мере развития проекта.

Управление проектом подразумевает контроль за использованием ресурсов с момента первоначальной разработки и на протяжении периода его осуществления, результатом которого является получение результатов, поддерживающих и уточняющих стратегическое направление развития организации. В каждом проекте учитывается его стоимость, время необходимое на реализацию, техническая новизна проекта, соответствие стратегии предприятия.

Управление проектом дает предприятию возможности разработки, развития и использования усовершенствованных стратегий для будущих продуктов, услуг и организационных процессов. Как следствие, стратегическое управление и управление проектами оказываются взаимодействующими между собой в процессе проведения стратегических и оперативных изменений. В случае принятия этих изменений менеджеры обязаны развивать стратегические инновации в использовании ресурсов, чтобы организация могла успешно ответить на эти изменения, вне зависимости от типа изменения (приобретения, слияния, упрощения организационной структуры, реинжиниринг, комплексное проектирование, сравнительный анализ, автономные производственные инициативы, стратегические альянсы или глобализация).

Стратегия и проектное управление - тесно связанные между собой понятия, которые обеспечивают основу для дальнейшей работы предприятия в долгосрочной перспективе. Вместе они разрабатывают и осуществляют рыночные инициативы.

Для всех проектов, вне зависимости от их типа, ставится задача использования ресурсов с максимальной эффективностью. Эта задача решается с помощью применения методов управления проектами.

Определение этих факторов связано с отдельными компонентами технико-экономического обоснования и оценивается с финансовой и экономической стороны.

На текущий момент самые распространенные методы управления инвестиционными проектами - это метод сетевого планирования и управления, метод линейных графиков.

Метод сетевого планирования и управления базируется на расчетах, осуществляемых вычислительной техникой и доступным математическим инструментарием. Сущность этого метода основывается на иллюстрировании всех видов работ, необходимых для осуществления инвестиционного проекта, в установлении между ними логической связи и строгой последовательности. Это позволяет определить необходимое время на реализацию каждого этапа инвестиционного проекта, организовать надлежащие для этого действия и подсчитать затраты.

Метод линейных графиков – это график, по вертикали которого отражаются результаты, а по горизонтали отчетные периоды выполнения (смены, дни, месяцы, кварталы и т.п.). Этот метод хорошо подходит для определения срока, нужного для идентификации и осуществления одного вида работ; в то же время он не позволяет осуществлять сравнение с графиком выполнения других видов работ.

Одним из основных требований к предприятию в современной экономике является способность к созданию добавленной стоимости, в которую входит фонд заработной платы работников, заемные средства, прибыль, минимальные обязательства перед собственниками. В отсутствии такой способности предприятие может быть вытеснено с рынка более конкурентоспособными компаниями.

Предприятие развивается, исходя из получения чистого дохода, образуемого из

чистой прибыли и амортизационных отчислений. Поэтому в качестве критерия эффективности рассматривается в процентном соотношении добавленной стоимости и капитала, который был задействован на ее создание, и чем больше будет у предприятия прибыль, приходящаяся на единицу затрат, тем более конкурентоспособным оно будет.

Некоторые методы оценки инвестиционных проектов основаны именно на этом критерии эффективности. К ним относятся доходный и затратный методы.

Учитывающие временной отрезок методы оценки инвестиционных проектов делят на две основные группы: статические и динамические.

Статические методы базируются на показателях, использующих учетные оценки, таких, как коэффициент эффективности, приведенные затраты, срок окупаемости, экономический годовой эффект.

Динамические методы используют показатели, которые основаны на чистом дисконтированном доходе, внутренней норме рентабельности, индексе рентабельности инвестиций, сроке окупаемости проекта, то есть на дисконтированных оценках.

Методы оценки инвестиционных проектов также могут дифференцироваться также по количеству критериев, используемых при оценке. С этой позиции модели оценки делят на нормативные и многофакторные, а методы выделяют одно- и многокритериальные.

При многокритериальном методе оценки критериями оптимальности являются такие показатели, как: стабильность роста капитала, безопасность, риск, срок окупаемости, прибыльность, социальная и экологическая эффективность. В силу того, что в нормативных моделях оценку осуществляют на основе финансово-экономических показателей, при многокритериальном методе следует применять многофакторное моделирование [5].

Эффективность можно рассчитывать в прогнозных или текущих ценах на начальной стадии, для оценки эффективности проекта, для разработки системы финансирования.

Возвращаясь к актуальности интеграции механизма управления проектами и последствиям недооценки этого направления менеджмента, можно вспомнить множество компаний, которые на своем примере показывают нам необходимость изучения правильного формирования инвестиционных проектов.

Проводя черту над всем вышеизложенным можно сделать вывод, что формирование эффективного механизма управления инвестиционными проектами является важным фактором успеха в деятельности предприятия. Хорошо сформированный механизм позволяет в кратчайшие сроки и при минимальных издержках реализовывать проекты позволяющие оптимизировать производство, создавать новый продукт и как результат увеличивать прибыль предприятия. Разработка единого механизма позволит менеджерам проектов реализовывать проекты с лучшим пониманием дела. А также подобная система позволит с большей легкостью вникать в проект, за счет того, что все проекты будут иметь единый вид за счет того, что все процессы и документы будут стандартизированы.

Основные открытия в области управления инвестиционными проектами уже были сделаны, главной задачей людей занимающихся инвестиционной деятельностью на предприятии является правильный подбор методов и инструментов, адаптация уже существующих систем под деятельность компании, интеграция научных знаний из других областей науки, если это необходимо.

ЛИТЕРАТУРА

1. Хельдман К. Профессиональное управление проектом – Седьмое изд., доп. и перераб. – М.: «Лаборатория знаний», 2016.
2. Управление проектами / под ред. Дж. К. Пинто – СПб.: «Питер», 2004.
3. Полковников А.В. Дубовик М.Ф. Управление проектами – М.: «Эксмо», 2011.
4. Project Management Institute, Inc. Руководство к своду знаний по управлению проектами (Руководство PMBOK) - Пятое издание. – Pennsylvania: Project Management Institute, Inc., 2013.

5. Ковалев В.В. Методы оценки инвестиционных проектов. - М.: «Финансы и статистика», 2013.

УДК 339.146.2

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ЦЕПИ ПОСТАВОК

Пермякова М.А., Кайгородцев А.А.

Сведения об авторах. Пермякова Марина Александровна - магистрант специальности «Менеджмент» Казахстанско-Американского свободного университета; Кайгородцев Александр Александрович – доктор экономических наук, профессор Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. В статье рассмотрены проблемы оценки качества цепи поставок и разработки показателей оценки качества цепи поставок. Названы целевые показатели эффективности с методикой расчета, основанные на *теории ограничения систем* (ТОС) Э. Голдратта, и ключевые операционные показатели эффективности вместе с критериями их функционирования. Приведены определение «управление качеством цепи поставок».

Ключевые слова. Цепь поставок, логистика, оценка качества, показатели эффективности, KPI, управление цепями поставок.

Авторлар туралы мәліметтер. Пермякова Марина Александровна - Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Менеджмент» мамандығының магистранты; Кайгородцев Александр Александрович – экономика ғылымдарының докторы, Қазақстан-Американдық еркін университетінің профессоры.

Аннотация. Макалада жеткізілім тізбегінің сапасын бағалау мәселелері қарастырылып, жеткізілім тізбегінің сапасын бағалау көрсеткіштері жасалған. Э. Голдраттың ЖШТ-ге негізделген есептеу әдістемесінің мақсатты тиімділік көрсеткіштері аталған. «Жеткізілім тізбегінің сапасын басқару» анықтамасы.

Түйін сөздер. Жеткізілім тізбегі, логистика, сапаны басқару, тиімділік көрсеткіштері, KPI, жеткізілім тізбектерін басқару.

About the authors. Marina A. Perymyakova - master of the specialty "Management" of Kazakh-American Free University; Alexander Aleksandrovich Kaygorodtsev - Doctor of Economics, Professor of Kazakh-American Free University.

Annotation. The article considers the problems of supply chain quality assessment and development of indicators of supply chain quality assessment. Efficiency benchmarks with a calculation method based on the theory of constraints of systems by E. Goldratt, and key operational indicators of efficiency together with the criteria of their functioning are named. The definition of "supply chain quality management" is given.

Keywords. Supply chain, logistics, quality assessment, performance indicators, KPI, supply chain management.

Устойчивое развитие любого региона (как и страны) невозможно без устойчивой работы производственных предприятий – одного из самых распространенных и значимых типов социальной организации. Под устойчивым развитием понимается устойчивый, самоподдерживающийся, постоянный рост.

Поиск эффективных стратегий ведения бизнеса, дающих организации конкурентные преимущества в условиях глобализации рыночных процессов, позволил экономической науке и практике [1, 2] выработать и адаптировать ряд подходов, где производство рассматривается как часть в цепи добавленной стоимости. Наряду с производственным, финансовым, корпоративным, инновационным менеджментом и маркетингом все актуальнее становится управление цепями поставок.

Стратегической целью организации является сохранение равновесия между получением прибыли и обеспечением устойчивого развития. Достижение поставленной цели

требует выполнения совокупности трех условий: удовлетворенность потребностей рынка, удовлетворенность потребностей всех заинтересованных сторон и улучшение финансовых показателей. Основой выполнения данных условий является эффективное функционирование бизнес процессов организации. Сегодня существует множество концепций, нацеленных на повышение качества и эффективности деятельности организации, таких как всеобщее управление качеством, бережливое производство, 6 сигм, теория ограниченной систем. Объединяет их основа – управление качеством продукции и процессов [3].

Современный уровень и перспективы развития производственно - логистических концепций определяются такими понятиями как компетенции и взаимодействие. Предприятия развиваются наиболее конкурентоспособные направления деятельности, принимают участие во многих цепях поставок, сетевых структурах, активно внедряют информационные технологии и используют интернет в ежедневной работе.

Значительную роль в экономике современного предприятия играют такие стадии жизненного цикла продукции как сбыт, поставка и сервисное обслуживание, что определяет необходимость поиска соответствующих методов повышения эффективности процессов производства и логистики. Подобные методы должны быть основаны на развитии кооперационных связей между организациями и создании единых каналов обеспечения информацией с клиентами и поставщиками. Ведущей концепцией, удовлетворяющей данным условиям является управление цепями поставок [4].

Управление цепью поставок ресурсов предприятия на основе логистического подхода способствует оптимальной организации экономических потоков, а также повышает результативность управления цепями поставок, что в дальнейшем может привести к устойчивому развитию предприятия.

Управление цепями поставок направлено как на оптимизацию межорганизационного взаимодействия на основе современных методов управления и информационных технологий, так и на оптимизацию внутрифирменных процессов. Практика реализации управления цепями поставок позволяет говорить о том, что эта концепция является основной в современной логистике и будет стремительно развиваться в будущем.

Примеров успешного управления цепями поставок на практике множество. Реализованные проекты по управлению цепями поставок показали возможность снижения общих затрат в цепи поставок до 60%, уровня запасов до 60%, времени изготовления и поставок до 50%, повышения точности поставок до 60%, улучшения использования мощностей до 20%, повышения прибыли за счет оптимизации процесса создания стоимости и снижения трансакционных издержек в области закупок и сбыта до 30%, повышения качества продукции до 30%, увеличения оборота и доли рынка за счет повышения скорости реакции и гибкости цепей поставок до 55%. Учитывая, что доля операционных затрат в цепи создания стоимости, приходящаяся на цепь поставок, составляет до 75%, а до 80% стоимости конечного продукта зависит от решений, принятых на этапе построения цепи поставок. Значение эффективного управления цепями поставок трудно переоценить [4].

Таким образом, вопрос качества управления цепью поставок на предприятии является одним из ключевых показателей для обеспечения устойчивого развития. Проблема качества цепи поставок пока недостаточно рассмотрена в современной литературе по логистике и управлению качеством. Понятие «качество» определяется Международной организацией по стандартизации (ISO) как совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности. Потребность организации в построении эффективной цепи поставок обусловлена необходимостью доставки товара конечному потребителю лучше, быстрее и дешевле конкурентов [5]. Конечная цель любой деятельности в области логистики заключается в «семи правилах логистики»:

1. Груз (нужный товар).
2. Качество (необходимого качества).
3. Количество (в необходимом количестве).
4. Время (должен быть доставлен в нужное время).

5. Место (в нужное место).
6. Затраты (с минимальными затратами).
7. Потребитель (конкретному покупателю).

Цель логистической деятельности считается достигнутой, если эти шесть условий выполнены.

Первым шагом к организации эффективной цепи поставок является оценка ее текущей эффективности. В связи с этим, актуальной задачей является разработка системы показателей эффективности управления цепью поставок на предприятии.

В современных экономических условиях руководители предприятий испытывают потребность в построении такой системы показателей, которая включала бы в себя все аспекты его деятельности, не была перегружена большим числом параметров и при этом позволяла определить стратегию дальнейшего развития. Система показателей эффективности управления цепью поставок на предприятии состоит из трех основных групп показателей.

Первая группа – целевые показатели эффективности цепи поставок. Показатели данной группы характеризуют целевое назначение цепи. Предлагаемые целевые показатели эффективности основаны на Теории ограничения систем (ТОС) Э. Голдрата.

Генерируемый доход (*profit*) определяется как скорость, с которой организация создает деньги (обычно путем продажи товаров или услуг). Этот показатель представляет количество новых денег, поступающих в цепь поставок (и остающихся в ней), – добавленную стоимость, порождаемую в результате деятельности цепи поставок.

$$P = R - VC$$

где R – выручка от реализации,
 VC – переменные затраты.

Вложения (*inputs*) определяются как деньги, затрачиваемые организацией на то, что она собирается впоследствии продать. Эти средства связаны внутри системы – их нельзя легко перевести в наличность, и они используются для генерации дохода.

$$I = KA + WA$$

где KA – основные фонды,
 WA – оборотные фонды.

Операционные расходы (*operating expenses*) – это все затраты, которые не включены в определение генерируемого дохода, т.е. не являются действительно переменными. Очень часто ОЕ описывают как средства, уходящие из системы:

$$OE = CC + OC,$$

где CC – Затраты на содержание запасов,
 OC – Транспортно-заготовительные расходы [6].

Кроме трех контрольных показателей, можно добавить и четвертый: период оборота запасов в цепи поставок. Временное измерение чрезвычайно важно для бизнеса. Оно может принимать различные формы, но в общем случае тенденция заключается в постоянном его уменьшении. Руководствуясь логистикой и организационным менеджментом в сфере управления запасами, следует сделать вывод о том, что чем быстрее идет оборот запасов, тем эффективнее предприятие использует свой капитал и тем меньше оно теряет денег.

Вторая группа показателей – ключевые операционные показатели цепи поставок – показатели, с помощью которых можно оценить эффективность цепи поставок на операционном уровне, и, управляя которыми достигаются целевые показатели эффективности.

Выделяют, как правило, пять таких показателей: уровень удовлетворенности спроса, мощность цепи поставок, точность выполнения заказа, объем продаж и объем запасов [7]. Помимо перечисленных, можно отметить еще три показателя: показатель промежуточного качества цепи поставок (ППК), показатель сквозного качества цепи поставок (ПСК) и показатель нормализованного качества цепи поставок (ПНК).

ППК – это вероятность того, что все возможности совершать несоответствия в конкретном узле цепи поставок соответствуют стандартным показателям, то есть вероятность «выполнения всего правильно» в конкретном узле цепи.

ПСК – это вероятность того, что единица товара или услуги пройдет через всю цепь поставок без появления у неё дефектов, то есть вероятность выполнения всего правильно в каждом узле цепи по всей протяженности цепи поставок.

ПНК – среднее сквозное качество, получаемое в любом узле цепи поставок. Он отражает ожидаемое «типовое качество», это измерение базового уровня, от которого происходит расчет sigma.

ППК и ПСК показывают, насколько хорошо цепь поставок достигает заданной эффективности, то есть они чувствительны к числу дефектов. Усреднение через мультиплексивный показатель ПНК отражает выровненные значения ко всем узлам цепи поставок [8].

Каждый ключевой операционный показатель имеет критерий функционирования более низкого уровня, которые и являются третьей группой показателей эффективности управления. Данные критерии являются показателями результативности работы отдельных сотрудников. Основные критерии функционирования в цепи поставок:

1. Общее число дней пребывания запаса внутри цепи.
2. Уровень дефектности поставляемых материалов.
3. Время цикла заказа.
4. Оборачиваемость запасов склада участника цепи.
5. Использование мощностей (загрузка).
6. Процент заказов, выполненных "точно в срок".
7. Доля транспортных затрат в цене реализации.
8. Процент порчи и повреждения груза.
9. Доход цепи поставок.
10. Прибыль цепи поставок.
11. Себестоимость продукции в конце цепи поставок.

Таким образом, оценка качества цепи поставок производится с помощью системы оценочных показателей, которая представляет собой развертывание показателей от уровня целевых показателей к ключевым операционным показателям и критериям функционирования каждого сотрудника.

В результате разработанная система показателей позволяет назначить показатели, которые комплексно характеризуют эффективность цепи поставок. Одновременно с охватом всех уровней разработанная система не перегружена большим числом параметров. Это достигается за счет выделения только тех показателей, на которые возможно оказать влияние. Разработанная система показателей качества цепи поставок позволяет управлять ключевыми показателями эффективности и тем самым достигать запланированных целевых и финансовых показателей деятельности, обеспечивая устойчивое развитие организации.

Для всей цепи определяют целевые показатели эффективности цепи и ключевые операционные показатели цепи. Данные показатели назначаются и отслеживаются «фокусной» компанией в цепи поставок, в приведенном примере это организация – производитель. Отдельные элементы цепи (организации) определяют целевые показатели эффективности и ключевые операционные показатели в рамках собственной организации.

Главной целью участников цепи является достижение ключевых и целевых показателей эффективности цепи поставок в целом, при этом собственные показатели являются лишь средством достижения общих целей.

Регулярный мониторинг показателей качества цепи поставок является основой для грамотного управления цепью поставок.

Качество – это очень важный фактор в цепи поставок, поскольку работоспособность и эффективность всей цепи определяется ее самым слабым звеном. Узел цепи, который не способен обеспечить должного качества, является ограничением мощности. Поэтому актуальной проблемой является управление качеством всей цепи поставок, а не ее отдельных звеньев. Участники цепи должны стремиться не к выполнению собственных плановых показателей качества, а к достижению общих показателей работы цепи.

Управление качеством цепи поставок – это скоординированная деятельность, направленная на выполнение требований к качеству цепи поставок: доставке нужного товара необходимого качества, в необходимом количестве, в нужное время, место и с минимальными затратами [7].

Цель управления качеством цепи поставок – воздействие на цепь поставок и процесс ее построения с целью улучшения деятельности, продукции (услуги) и повышения удовлетворенности потребителей.

Практика управления цепью поставок доказала эффективность построения и анализа бизнеса, исходя из интегрированного рассмотрения всех участков и мест стыковки различных этапов цепи создания стоимости, а не оптимизации локальных функций управления собственного предприятия.

Высокоэффективные цепи поставок обеспечивают максимальное удовлетворение спроса на продукцию (услуги) наиболее гибким, надежным и менее затратным способом, что является основой для обеспечения устойчивого развития организации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баурокс Д., Клосс Д. Логистика: интегрированная цепь поставок. – М.: «Олимп-Бизнес», 2001.
2. Джонсон С., Вуд Д. Современная логистика. – М.; СПб.; Киев, 2008.
3. Щипанов В.В., Антипов Д.В. Проблемы устойчивого развития предприятия: монография. - Тольятти: Издательский комплекс “Кассандра”, 2009.
4. Иванов Д.А. Управление цепями поставок. - СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2010.
5. Сербин В.Д. Основы логистики /В.Д. Сербин. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004.
6. Детмер У., Шрагенхайм Э. Производство с невероятной скоростью: Улучшение финансовых результатов предприятия. Пер. с англ. - М.: «Альпина Паблишерз», 2009. - 330 с.
7. Антипов Д.В., Франковская Е.Г. Оценка качества цепи поставок. Вектор науки ТГУ. Специальный выпуск № 1, 2010.
8. Франковская Е.Г. Обеспечение устойчивого развития организации за счет управления качеством цепи поставок. Известия Самарского научного центра Российской академии наук, т. 12, №4(4), 2010.

УДК 338.2

ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙДАҒЫ ҚАРЖЫЛЫҚ МЕНЕДЖМЕНТ ЖҮЙЕСІНІҢ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Мурзаканова А.К.

Автор туралы мәліметтер. Мурзаканова Айнур Кайролдакызы - Қазақстан-Американдық еркін университетінің экономикалық пәндер оқытушысы.

Аннотация. Мақалада қазіргі дағдарыс жағдайындағы қаржы менеджменті жүйесін жетілдіру мәселелері мен жолдары қарастырылған. Қазақстан Республикасының нарықтық экономикасы соңғы жылдары сенімділікпен алға жылжуда. Сонымен қатар, шаруашылық үрдісті реттеудің негізгі механизмі ретінде бәсеке де қарқынды дамуда. Кәсіпорынға, акционерлік қоғамға, кез-келген басқа шаруашылық субъектісінен бәсекеге қабілеттілікті тек олардың

күзырындағы капитал мен қаржы ресурстарының қозғалысын дұрыс басқаруға ғана қамтамасыз ете алады. Қаржы менеджменті – кәсіпорын қараждатын басқарудың әмбебап құралы. Қаржы менеджменті немесе қаржы ресурстары мен қатынастарын басқару шаруашылық субъектісінің бәсекеге қабілеттілігін артыру мақсатында қаржы саласындағы нарық механизмін реттеу қағидалары, әдістері, формалары мен құралдарын қамтиды.

Түйін сөздер. Қаржы менеджменті, қаржы құралдары, жұмыспен қамтылу, қаржылық ресурстар.

Сведения об авторе. Мурзаканова Айнур Кайролдакызы – преподаватель экономических дисциплин Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. В статье рассмотрены проблемы и пути совершенствования системы финансового менеджмента в современных кризисных условиях. Рыночная экономика Республики Казахстан в последние годы показывает уверенный рост. Вместе с тем, набирает силу и конкуренция как основной механизм регулирования хозяйственного процесса. Конкурентоспособность предприятия, акционерному обществу, любому другому хозяйствующему субъекту может обеспечить только правильное управление движением капитала и финансовых ресурсов, находящихся в их распоряжении. Финансовый менеджмент - универсальный инструмент управления финансами предприятия. Финансовый менеджмент, или управление финансовыми ресурсами и отношениями, охватывает систему принципов, методов, форм и приёмов регулирования рыночного механизма в области финансов с целью повышения конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

Ключевые слова. Финансовый менеджмент, денежные средства, трудоустройство, финансовые ресурсы.

About the author. Murzakanova Ainur - a lecturer of Economic disciplines of Kazakh-American Free University.

Annotation. The article examines the problems and development strategies of financial management in modern crisis management systems. The market economy of the Republic of Kazakhstan last year shows a steady increase. At the same time, competition as regulator of the customary process becomes stronger. The competitiveness of a company, a shareholder community, or any other affiliate, can only secure the management of capital and financial resources, which are located in their premises. Financial Management - a universal instrument of company finance management. Financial management, management of financial resources and relationships, acquires the principles of the system, methods, forms and prerequisites of regulation of the market mechanism in the domain of financing of the non-competent subject.

Keywords. Financial management, financial sector, trade, financial resources.

Қаржылық менеджмент – экономикалық ғылымда қаржы, басқару, есеп және талдау салаларындағы теориялық практикамен сәтті біріктіріп келе жатқан перспектива бағыт [1; Б. 7].

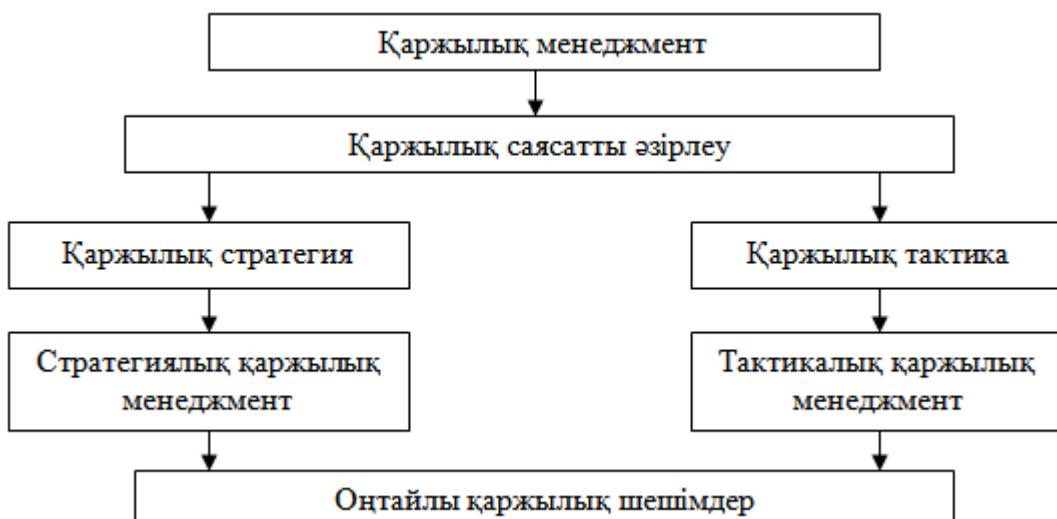
Қаржылық менеджмент – кәсіпорын және ұжымдардың ақша қараждаты айналымын ұйымдастыру, қаржы ресурстарының құрылуы, бөлінуі және пайдаланумен байланысты басқару мәселелерін жүзеге асыру және оған әзірлік әдісі мен принциптерінің жүйесі болып табылады. Қаржылық менеджмент – қаржы ресурстарының айналымын басқаруға, сонымен қатар осы ресурстардың қозғалыс үрдісі барысында нарық субъектілерінің арасында пайда болатын қатынастарды басқаруға бағытталған. Қаржылық менеджмент фирмалық қаржысымен жұмыс атқарады, яғни фирмалың өндірісті әрекетіне жұмсалған фирмалың өз капиталы және қарыз капиталымен жұмыс атқарады (улестірілмеген пайда, амортизациялық қорлар, банк несиелері, құнды қағаздар эмиссиясы). Сонымен қатар қаржылық менеджмент басқа да экономикалық пәндермен тығыз байланысты теориялық пән болып табылады. Қаржылық менеджмент міндеті – фирма кірісінің қалыпты деңгейін сақтай отырып, қарапайым акциялар бойынша мүмкін болатын дивидендтің барынша көбейтілуін кадағалау, яғни фирмалың оңтайлы қызмет ету тәртібін анықтау. Қаржылық менеджменттің басты мақсаты – қазіргі кезде және болашақта кәсіпорын иелерінің әл – ауқатын барынша көбейту. Бұл мақсат кәсіпорынның нарықтың құнын барынша көбейтуді қамтамасыз ету барысында көрінеді, бұл өз кезегінде кәсіпорын иелерінің қаржы мүдделерін жүзеге асырады. Кәсіпорынның нарықтық құнын барынша көбейту үрдісі

оның пайдасын барынша көбейту арқылы жүзеге асырылады.

Қаржылық менеджмент өзінің басты мақсатын жүзеге асыру үрдісінде келесі негізгі тапсырмаларды шешуге бағытталады:

- 1) Алдағы уақытта кәсіпорынның даму тапсырмаларына сәйкес қаржы ресурстарының жеткілікті қолемін құрауды қамтамасыз ету.
 - 2) Кәсіпорынның негізгі бағыт разрезінде қаржы ресурстарының құрылған қолемін тиімді пайдалануды қамтамасыз ету.
 - 3) Қаржы айналымын оқтайланды.
 - 4) Қозғалған қаржы тәуекелі дәрежесінде кәсіпорынның пайдасын көбейтуді қамтамасыз ету.
 - 5) Қозғалған пайда дәрежесінде қаржы тәуекелі дәрежесін азайту.
 - 6) Кәсіпорынның даму барысында, оның қаржы тенденциянан үнемі қамтамасыз ету.
- Қаржылық менеджмент келесі бөлімдерден тұрады:
1. Қаржылық талдау және шешім қабылдау жүйесі.
 2. Қысқа мерзімді қаржы ресурстарын қолдануды жоспарлау: (коммерциялық несие) қамсыздандырылмаған қысқа мерзімді қаржыландыру; қамтамасыз етілмеген қысқа мерзімді қаржыландыру; қысқа мерзімдік жалды қаржыландыру.
 3. Ұзақ мерзімді қаржы ресурстарын қолдануды жоспарлау: капиталды бюджеттендіру; лизинг немесе ұзақ мерзімді несие; қарапайым және артықшылығы бар акциялар шығару; инвестициялық жобаларды бағалау және инвестициялық қоржынды басқару; алдағы кезеңдегі кірістерді ескере отырып, ақшаның құнын бағалау (дисконттау).
 4. Мүмкін болатын тәуекелді талдау, бағалау.
 5. Шешімнің нұсқамасы және орындалуы.
 6. Шешімнің орындалуын бақылау.
 7. Шешімнің жүзеге асырылуы барысын талдау және оның орындалуын туралы есеп беру.

Қаржылық менеджменттің кәсіпкерлік түрі ретіндегі негізгі мәні келесі алмасумен ернектеледі (1-сурет).



1-сурет. Қаржылық менеджмент кәсіпкерлік түрі ретінде

Қаржылық менеджменттің ең негізгі екі буыны – пайда және тәуекел, және олардың ара – қатынасы, әрбір нақты бір кезеңде корпорацияның қаржы менеджерінің нақты шешімін анықтайды. Осыған байланысты қаржылық менеджмент құрамына қаржы әрекетінің екі түрі енеді: біріншіден – пайданы көбейту, екіншіден – компанияның нақты өтімділік деңгейін қамтамасыз ету. Қаржылық менеджмент қаржыны басқару мақсатын

өндіру процесінен және соларға ықпал тигізетін әдістер мен тәсілдерден және қаржы механизм тұтқасынан тұрады.

Бүгінгі таңда қаржы менеджері ақша ағындарын белсенді де тиімді басқару үдерісінә жауапты. Бұл кәсіби қаржы менеджерінің кәсіпорындағы рөлін күштегі түрде әкелді.

Қаржы менеджері компания қаржыларымен әр түрғыдан басқару мүмкін. Қойылған мақсаттарға байланысты басқару объектілері ретінде активтер болуы мүмкін, қалай құрамы бойынша, солай құрылымы бойынша да. Пассивтерді басқару капитал құрылымын дұрыс қалыптастыруға, меншік және қарыз капиталының ара қатысын оңтайландыруға, қысқа мерзімді қаржыландырудың үлесін айқын көруге көмектеседі.

Қаржы менеджерінің маңызды міндеттері:

- қаржылық талдау мен жоспарлау
- активтерді басқару
- капиталды басқару
- тәуекелдерді басқару.

Тәуекелдерді басқару. Қаржылық талдау менеджерге қаржы жағдайындағы өзгерістерге әкелетін факторларды тауып, негізгі үрдістердің болжамын жасап, фирманиң қызыметін жоспарлауда мүмкіндік береді. Аналитикалық жұмыс та өндірістің өсуіне қажет ресурстардың мөлшері мен құрамын бағалап, қосымша қаржыландырудың көздерін табуға жол ашады. Активтерді басқару міндеті шенберінде қаржы менеджері активтердің сатып алуы мен қызмет көрсетуімен байланысты бірқатар мәселелердің шешуін қамтамасыз етуге тиісті. Ең алдымен негізгі және айналымдағы қаржаттардың оңтайлы құрамы мен тиімді құрылымын анықтау қажет. Сонаң соң қаржаттарды ресурстардың әр түрлеріне (материалдық, енбек, қаржы және т.б. инвестициялау қаншалықты экономикалық тиімді екенін анықтау керек. Осыдан басқа, барлық активтер жиынтығының жағдайы мен тиімді пайдалануына бақылау жүйесін әзірлеу маңызды. Сонында - бағаларды қарастырып (салыстырып), активтерді пайдалану тәуекелін бағалау.

Қаржы менеджерінің маңызды өнімі – инвестициялық және қаржы шешімдерін қабылдау. Олар фирмаға қаржылық тұрақтылық беруге, оның ағымдағы және келешек дамына бағытталады. Инвестициялық және қаржылық шешімдер әдетте сатулар көлемінің өсу қарқындарын оңтайландыруға, инвестициялардың нақты түрлерін таңдауға, инвестицияларды қаржыландыру құралдарының көздерін іздеуге, қарыз және акционерлік қаржаттар құрылымын оңтайландыруға, бағасы бойынша қолайлы ұзақмерзімді және қысқамерзімді зайларды таңдауға бағытталған. Инвестицияларды басқару кәсіпорынның стратегиялық және тактикалық мақсаттарын іске асыруға бағытталған инвестициялық саясатын қалыптастыруды тұрады. Осы міндеттің шенберінде ең тиімді немесе қолайлысын ірікten таңдау мақсатында жеке жобалары мен қаржы құралдарының инвестициялық тартымдылығын бағалауы, қаржы салымы бюджеттің әзірлеуі, бағалы қағаздар қоржының қалыптастыруы және басқаруы іске асырылады. Ақша ағындарын басқару кәсіпорынның ағымдағы, күнделікті қызметінде рөлі маңызды. Осы міндеттің іске асу нәтижелілігін төлем қабілеті, өтімділігі мен қаржы тұрақтылығы байланысты.

Тәуекел – шаруашылық қызметінің ажыратылмайтын факторы болып келеді. Иске асыру үдерісінде олардың негізгі түрлері анықталып, осы тәуекелдер деңгейінің және олармен байланысты шығындар көлемінің бағалауы өткізіледі. Алынған ақпарат пен талдау нәтижелерінің негізінде тәуекелдерді кешенді басқаруы бойынша, олардың жеке түрлерін алдын алу және азайту, әртараптандыру, сақтандыру және хеджирлеу бойынша шаралар жүйесі қалыптасады.

Шаруашылық субъект қаржылық жұмысын үйимдастыру үшін арнайы қаржы службасын құрады. Қаржы службасының қызметінің басты мақсаттарына бағындырылған: олар қаржылық тұрақтылықты қамтамасыз ету, экономикалық өсу және табыс табу үшін алдын ала тұрақты жағдай жасау.

Фирманың қаржы службасының міндеттері: тиімді басқару шешімдерін қабылдау үшін қаржы құжаттарын тез, сапалы және қажетті көлемде дайындау; кәсіпорынның басты мақсатына жету үшін барлық бөлімдердің қызметін байланыстыру және бағыттау

қабілеті; шаруашылық субъектінің қаржы жоспарларының сапалы құрастырылуына жауапкершілікті; нарықтық жағдайда кәсіпорынның дүрыс жұмыс істеуі бұл службасыз мүмкін еместігі.

Қаржы службасы бірінгай шаруашылық қызметті басқару механизмінің бөлігі, сол себептен кәсіпорнының басқа да службаларымен тығыз байланысты.

Нарықтық қатынастарының дамуымен, сыртқы рынокқа шығу қаржы службасының алдында жаңа да сапалы міндеттер қояды. Олар: нарықтық экономикаға парапар әдістермен қаржылық ресурстарды тиімді басқаруды ұйымдастыру. Бұл міндеттерді ойдағыдан шешу қаржылық менеджмент деңгейінде ғана мүмкін.

Кын қаржылық жағдайға тап болған кәсіпорындағы дағдарыстық жағдайды түзету тиімді қаржы менеджментін құрудан басталады. Сәтсіз мекемелерге тән мынадай жағдайлар болуы ықтимал:

- Қаржылық жоспарлау жүйесі ауыр жағдайда болады, себебі қаржылық мақсат нақты айқындалмаған, қаржылық стратегия жоқ;
- өнім түрлері, оның бөлімдерінің қаржылық тиімділігі туралы мәлімет жоқ;
- инвестиция туралы сенімді негіздеме жоқ;
- есеп және есеп берудің қанағаттанарлықсыздығы әрдайым қаржы жұмсаудың бағытын дүрыс түсінуге жол бермейді;
- кәсіпорынның бухгалтерлік жағдайы туралы мәлімет ұзақ уақыт талданбайды.

Қаржылық менеджменттің дағдарыс жағдайындағы мақсаты:

- Кәсіпорынның төлемсіздік қабілетін жою. Бұл дағдарыска ұшыраған кәсіпорынның ең негізгі мақсаты, бұл мақсатты орындау ағымдағы қаржылық міндеттемедегі қаржылық төлемді өтеу қабілетін қалпына келтіреді;

- қаржылық тұрақтылықты қалпына келтіру. Төтенше шаралар қолдану арқылы төлемділік қабілетті тез арада қалпына келтіруге болады. Бірақ төлем қабілетсіздігін туғызған себептерді жою үшін кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығын қауіпсіз деңгейге дейін қалпына келтіру қажет;

- кәсіпорынның ұзақ мерзімдегі қаржылық тепе-тендігін қалпына келтіру, басқаша айтқанда, мекеменің нарықтық бағасын арттырудың алғы шарттарын жасау. Қаржылық стратегия кәсіпорын қызметінің көтеріңкі қарқынын қамтамасыз етеді, дағдарыстың қаупін жояды [2; б.30].

Мәселен, дағдарыстағы белгілі бір кәсіпорынның қаржылық мақсатын төмендегіше тұжырымдауға болады:

- аз уақыттың ішінде шығынсыз қызмет көрсетуге көтерілу;
- түсімнің көбеюін қамтамасыз ету.
- қаржылық тұрақтылықты қамтамасыз ету.

Дағдарыска қарсы басқарудагы қаржы менеджментінің міндеттері:

- қажетті көлемдегі қаржы ресурсін орнату;
- қаржы ресурстарын тиімді пайдалану;
- ақша айналымын тиімділендіру;
- қаржылық тәуекелділіктің берілген деңгейінде табысты барынша көбейту;
- табысты жоспарлаған деңгейде қаржылық тәуекелділікті азайту;
- тұрақты қаржылық тепе-тендікті қамтамасыз ету.

Дағдарыска қарсы жүйелі жұмыс жүргізу қаржы менеджментінің қызметіне болжам жасау, жоспарлау, кадағалау және талдау болып табылады.

Қаржылық жоспарлау жүйесі мына төмендегі негізгі элементтерден құралады:

- сату, сатып алу жоспары;
- ақша айналысы жағдайын талдау;
- табыс пен шығынды талдау;
- материалдық талдау.

Қаржы (акша) ағымымен басқару - нақты бір мерізімде нақты ақша айналысын басқару болып табылады. Жағымды ағым немесе ақшаның құйылуы ақшаның мекемеге түсінен білдіреді, жағымсыз ағым ақшаның шығуын немесе ақшаны жұмсаганын білдіреді

[1; б. 15]. Ақшаның тұсуі мен шығуның арасындағы айырмашылық таза ақша ағымы деп аталады. Ол жағымды (ақшаның тұсуі) және жағымсыз (ақшаның шығуы) болуы мүмкін.

Жекелеген бухгалтерлік көрсеткіштерден ақша ағымының айырмашылығы барлық жағдайда нақты және белгілі болады.

Мекеменің барлық ақша ағымы үш негізгі топқа топтасады:

- негізгі (операциялық немесе өндірістік) қызметтен;
- инвестициялық қызметтен (тек құрылым, құрал-жабдық алудан ғана емес, сонымен қатар ұзак мерзімдік инвестициядан);
- қаржылық қызметтен (мекеменің капиталын құрастыру және оған қызмет көрсету).

Қалыпты түрде жұмыс жасайтын мекемеде таза ақша ағымы нөлге бағытталып отыруы қажет. Басқаша айтқанда есептік мерзімде тапқан барлық ақша тиімді түрде бөлінуі қажет. Себебі босаған ақша 100 пайыздық пайызға ие бола отырып, нөлдік кіріске әкеліп отырады.

Қордаланған қарызы бар төлемдік қабілетсіз мекеме жағымды таза ақша ағымын жасап, қордаланған қарызды өтеуге, қарызды өтеу графигін қарыз берушімен келісіп отыруы қажет. Төлемдік қабілетсіз мекеме үшін негізгі мақсат жағымды ақша ағымын көбейту болып табылады. Бұлай көбейту қалыпты жағдайда қолдануға болмайтын шаралардың көмегімен жүзеге асуга тиіс.

Дағдарысқа қарсы басқару көптеген шығындар жұмсауға алып баруы, сол арқылы кәсіпорындардың төлем қабілеттілігін қалпына келтіреді, онсыз ондай кәсіпорын болжашақта одан да қын жағдайға кездесуі мүмкін. Ақша ағымын көбейту кәсіпорынның активін ақша түріне аудару болып табылады. [3; б. 20]. Басқаша айтқанда ақша қаражаттың көзі мүлкіті сатуға қарай ауысуы қажет. Кәсіпорын активінің тез арада құнсыздандыу мекеме басшылығы таралынан шығынға аз ұшырататын қарсы шаралар қолданылады.

Қаржылық нәтиже туралы есеп арқылы қаржы ағымын кәсіпорынның технико-экономикалық көрсеткіштерімен, пайдаланылатын технологиялар арқылы айқындалатын өнім өндіруге жұмсалған шығындармен үйлестіріледі.

Мекеменің қаражат ағымының құрамын, мөлшерін өзгерту арқылы оның бухгалтерлік балансастының құрамын өзгертуге болады.

Ақша ағымын басқару төмендегі мақсаттарды шешу болып табылады:

- дайын ақша - қаражат, оның қозғалысын болжап отыру;
- ақша қаражаттың дамуының жоспарының өнімділігін зерттеу;
- қажетті қарыз алу мөлшері мен оны алудың уақытын белгілеу;
- қарыз ақша алудың қажеттілігін талдау;
- нақты жүзеге асырылатын, аз шығын шығаратын ақша - қаражат жоспарын жасау;
- шығынның қайтарылатын мезгілін анықтау, жобаны жүзеге асырганда түсетін табыстың мөлшерін анықтау;
- ақша - қаражат жоспарының іс-жүзінде орындалуына бақылау қою, өзгеріс енгізу;
- банкроттықтың қалыптасу мүмкіндігін болжау;
- банкроттықты уақытын жою.

Ақша - қаражат жоспарының формасы және мазмұны мекеменің ерекшелігіне, оның стратегиялық дамуына байланысты бір-бірінен айырмашылықта болуы мүмкін. Ақша - қаражат жоспарын жасауды ақша-қаражаттың қозғалысы туралы есептен бастау қажет. Өйткені дағдарыстағы мекеменің мақсаты қордаланған қарыз бен есеп айырысу үшін ақша ағымын жинау болып табылады.

Ақша - қаражат жоспары негізгі ақша - қаражат коэффициентімен толықтырылып отыруга тиіс. Аталмыш коэффициенттер ақша - қаражат жоспарын жүзеге асырган соң ұсынылған жоспарға сай болуға тиіс.

Барлық көздерден түсетін ақшаның жалпы сомасы және төлемдердің мөлшері есептеледі. Ақшаның тұсуі мен шығуның арасындағы айырма алғаш шотта болған ақшага қосылады.

Ақша –қаражаттың жұмсалуы оңай. Егер қаражат қорында ақша болса жоспар орындалады. Ақша - қаражаттың жұмсалмауының себебі есептегендеге дайын қаржының жоқтығы болып табылады.

Жоспар орындауға тиісті болу үшін:

- алдыңғы және ағымдағы мерзімде сату көлемін көбейту арқылы ақша түсімін молайту, өнімінің тұтынуышылық сапасын арттыру арқылы шығындарды азайту;
- өнімді өткізу арқылы, немесе алдын ала төлеу арқылы өндірістің циклын қысқарту, ақша айналымының уақытын азайту;
- өнімді өткізу формасын өзгерту, алдын ала төлеуден қолма-қол төлеуге, қолма-қол төлеуден төлеу мерзімін өзгерту;
- жарғылық капиталды көбейту, акция сату немесе жоғары өтімді өнімді сату арқылы ақша - қаражатты молайту.

Ақша - қаражат жоспарының кемшіліктері:

- маркетингпен қатынастың әлсіздігі, өнімді мезгілге байланысты сатудың негізделген жоспарының жоқтығы;
- өнім сатуды тауар группасына бөліп жоспарлайтынында;
- материалдық ресурстардың қозғалыс жоспарының жоқтығы материалдық активтерді (шикізат, аяқталмаған өнім, дайын өнім) қозғалысын жоспарлауды, бақылауды қынданатады;
- жоспарлы бухгалтерлік балансының жоқтығы;
- жоспарлау, бақылаудың нақты әдісінің жоқтығы, жоспар мекеме басшыларына анық айқын емес.

Қорыта айтқанда, кәсіпорынның дағдарыс жағдайын анықтау немесе одан тез арада шығуын болжау бойынша қаржы құралдарын кең пайдалана отырып, басқару жүйесінің барлық тетіктерін іске қосып қалыптасып жаткан тенденциялар мен өзгерістерді зерттеп, сыртқы және ішкі жағдайлардың әсерін есепке ала отырып, қаржылық саясатты жүргізу үшін, кәсіпорынның келешегі төлем қабілеттілігінің төмендеуі немесе жогарылауы қандай деген ең маңызды сұраққа жауап беру дағдарыска қарсы менеджментті іске асырудың негізгі бағыттары болып табылады.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Мадиярова Э.С., Сүйеубаева С.Н. Қаржылық менеджмент. – Алматы: «Экономика», 2009.
2. Дүйсенбаев К.Ш., Төлегенов Э.Т., Жұмағалиева Ж.Г. Кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдау. – Алматы: «Экономика», 2001.
3. Юн Г.Б. Антикризисное управление. / Учеб. пособие. - 2-е изд. - М., 2008.

УДК 379.831 : 338

РОЛЬ РЕКЛАМЫ В ПРОДВИЖЕНИИ РЕКРЕАЦИОННОГО ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА

Медведев А.Д.

Сведения об авторе. Медведев Алексей Дмитриевич – студент специальности «Туризм» Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. В статье рассматривается важность маркетинга и продвижения услуг для расширения клиентурной базы. Обозначены основные маркетинговые ходы и приемы, которые характерны для индустрии туризма. Автор описывает их таким образом, чтобы можно было понять, какой способ продвижения принесёт пользы в конкретных условиях. Также рассматриваются особенности маркетинга услуг, в целом, и в туристской индустрии, в частности.

Ключевые слова. Маркетинговые коммуникации, продвижение, рекреационный туризм, туристский продукт, маркетинг услуг.

Автор туралы мәліметтер. Медведев Алексей Дмитриевич – Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Туризм» мамандығының студенті.

Аннотация. Макалада маркетинг пен қызметтерді жылжытудың клиенттік базаны көнегейтудегі маңыздылығы қарастырылған. Туризм индустрисына тән негізгі маркетингтік тәсілдер мен жолдар көрсетілген. Автор оларды белгілі бір жағдайларда қай жылжыту әдісі неғұрлым тиімді болатынын түсінетіндей етіп сипаттайты.

Түйін сөздер. Маркетингтік коммуникациялар, жылжыту, рекреациондық туризм, туристтік өнім, қызметтердің маркетингі.

About the author. Medvedev Aleksey - a student of the specialty "Tourism" of Kazakh-American Free University.

Annotation. The article considers the importance of marketing and promotion of services for expanding the client base. The main marketing moves and techniques that are typical for the tourism industry are indicated. The author describes them in such a way that it is possible to understand what kind of promotion will bring benefits in concrete conditions. Features of marketing of services, in general, and in the tourist industry, in particular, are considered.

Keywords. Marketing communications, promotion, recreational tourism, tourist product, service marketing.

Маркетинг - это организационная функция и совокупность процессов создания, как продвижения, так и предоставления продукта или услуги покупателям, а также управление возникающими взаимоотношениями с ними с выгодой для определенной фирмы или организации. В общем смысле цели и задачи маркетинга содержатся в поиске и удовлетворении потребностей человека и общества.

Маркетинговые коммуникации производят процесс передачи определенной информации о своем продукте для целевой аудитории, которая будет употреблять этот самый продукт.

Обычно в системе маркетинга выделяют 4 блока основных комплексных функций:

- аналитическая функция;
- производственная функция;
- сбытовая функция;
- функция управления и контроля.

Многие специалисты, помимо этих самых четырех функций, добавляют еще одну к этому списку: формирующую функцию. То есть способность убеждения, а также стимулирования потребителя, что немало важно в процессе продвижения собственного продукта.

Реклама - течение в маркетинговых коммуникациях. В рамках рекламы производится оплаченное известным спонсором распространение не персонализированной информации, чтобы привлечь внимание к рекламируемому объекту, а именно сформировать или поддержать уже сформировавшийся интерес к нему [1].

Уильям Уэллс выделил семь основных функций, непосредственно которые являются важной ролью в рекламе:

- создание информированности об определенных товарах и брендах;
- формирование узнаваемого имиджа для бренда;
- осведомление о товаре и бренде;
- убеждение общества и человека;
- создание стимулов к совершению действий, например, к покупке;
- обеспечение напоминания о забытом продукте;
- подкрепление имеющегося прошлого опыта покупок у потребителя.

Наиболее вероятно, что реклама в человеческом обществе зародилась параллельно с торговлей. Её существование в доисторические времена доказывается, например, обнаружением египетского папируса с объявлением о предстоящей продаже раба. В те времена реклама представлялась письменными или устными объявлениями, расхваливающими определенные товары, услуги и продавцов. Устная реклама распространялась так назы-

ваемыми зазывалами. Письменную рекламу можно было найти как на папирусных свитках и вощёных дощечках, так и в виде надписей различного рода на придорожных камнях и даже на домах и других зданиях.

Впрочем, реклама, вероятно, так и никогда и не получила бы столь широкого распространения, если бы человечество однажды не открыло для себя эру массовых коммуникаций. Первым толчком к этому стало книгопечатание. Среди зачинателей рекламного дела можно назвать французского врача и журналиста Теофраста Ренодо, который впервые стал публиковать в прессе частные объявления, и англичанина Уильяма Тэйлора, чья фирма Tayler & Newton, основанная в 1786 году, выступала как посредник между рекламодателем и типографией. Первое рекламное агентство было создано Волни Палмером в 1842 году в Соединённых Штатах Америки.

Ещё одним важным событием стало изобретение и последующее распространение к середине XIX века искусства фотографии. Фотография служила неопровергимым доказательством преимуществ рекламируемого товара. Но наиболее грандиозные события в мировом рекламном бизнесе развернулись всё же в XX веке. Можно без преувеличения сказать, что именно XX век и стал «веком рекламы» - ведь именно к этому времени относятся глубокие перемены и новшества в области организации и технологии рекламы. Именно в XX веке реклама стала по-настоящему массовой - в первую очередь, благодаря небывалым темпам прироста мирового промышленного производства, а также благодаря появлению всё новых, и всё более совершенных средств создания и распространения рекламы: многокрасочной полиграфии, аналогового, а затем цифрового радио и телевещания, спутниковых средств связи, наконец, компьютеров и интернета. Не отставая ни на шаг от темпов научно-технического прогресса, реклама день ото дня становится всё более профессионально организованной и всё более качественно исполненной [2].

Занимаясь разработкой какого-либо рекламного продукта, всегда следует помнить о потребностях аудитории, о характеристиках вашего товара или услуги, а также о конечной цели, которую вы в итоге хотите достичь. Для продвижения товара вам понадобятся одни инструменты, для оповещения о появлении на рынке новой общественной организации – другие.

Особенности маркетинга услуг – неоднозначная тема.

Услуга - это действия, исполнение и усилия. Услуга передается покупателю через действия, тогда как товар передается из рук в руки. Услуга - это нечто, что обладает ценностью для покупателя и может восприниматься сознанием, умственно. Для передачи услуги покупателю необходимо выполнить определенные действия или операции. Любые операции или действия обладают таким характеристиками как начало, продолжение и окончание. Это признаки характеризуют процессы. Следовательно, суть выполнения услуги проявляется в выполнении процессов составляющих услугу операций. Причем, услуга может содержать одну или несколько операций. Например, пение - это одна операция - пение. А диагноз врача содержит такие операции, как выслушивание пациента, осмотр, назначение на анализы, знакомство с результатами анализа и установление диагноза.

Маркетинг услуг - отрасль современного маркетинга, научная дисциплина, изучающая особенности маркетинговой деятельности организаций, вовлеченных в предоставление услуг.

В отличие от товаров, услуги имеют ряд особенностей:

- неосязаемость;
- несохраняемость (услуги нельзя хранить с целью последующей реализации);
- неотделимость от источника (означает необходимость постоянного контакта с потребителями и его потребностями);
- непостоянство качества (обусловлено влиянием человеческого фактора и во многом зависит квалификации от работника).

При продвижении услуг как товара необходимо учитывать важность межличностного общения между продавцом и покупателем. Это подтверждается многочисленными

исследованиями, когда неизменно выяснялось, что в сфере услуг требуется больше личностного участия персонала, контактов и получения информации от потребителей, чем это необходимо при реализации товаров.

Продвижение туристского продукта на рынок – дело достаточно серьезное.

Легко заметить, какое огромное количество рекламных носителей нас окружает. Сейчас сложно найти вещь, на которой не было бы логотипа производителя. Всевозможные значки так и пестрят перед глазами. Все социальные сети наполнены рекламой, ведь именно на ней их руководство делает огромные прибыли. Точно такая же ситуация и в городах – на улицах человека всюду окружают вывески и билборды. От рекламы практически негде спрятаться, она присутствует везде, даже в общественных туалетах и на нижнем белье. А человеческое сознание устало воспринимать такое количество рекламы, ведь хорошего, как известно, должно быть в меру [3].

Как правило, люди выбирают туры по цене или по привлекательности содержания самого тура. Соответственно, упор в рекламе делается или на цену – «очень дешево», или на интерес – «лучше впечатлений не бывает». И в том, и другом случае в качестве обязательной дополнительной информации должен выступать рассказ о местных «атрибуатах»: погоде, стоимости товаров и услуг, о еде, гостинице, достопримечательностях, об уже оплаченных экскурсиях и о тех, которые можно заказать дополнительно сразу же или по прибытии на месте.

Важно понимать, что зачастую у людей по тем или иным причинам сложились неверные представления о стране, в которой они никогда не были.

Необходимо также развеять страх перед незнанием чужого языка и обычаев, опасение потратить свои деньги напрасно, предубеждение к местной пище, обеспокоенность настороженностью аборигенов по отношению к иностранцам и т.д.

Даже если туристы не спрашивают о возможных неудобствах, связанных с промежуточными посадками, длительными переездами на поезде или автобусе, стоит на этом подробно остановиться. Рассказать, что это время можно потратить с толком: познакомиться с «промежуточными» достопримечательностями или просто бытом еще одного места на земном шаре. Для этого во время остановки будет проведена экскурсия, или по ходу движения представитель компании расскажет о том, что видится за окном.

В туристической рекламе всегда стоит подчеркивать уникальность впечатлений. Если речь идет о море, то стоит рассказать, что это не простое море, а целебное или связанное с романтической легендой. Если горы, то не просто горы, а самые золотосодержащие и т.д.

Также всегда хорошо использовать конкретные отзывы уже побывавших в данном месте туристов, особенно те высказывания, которые опять же подчеркивают уникальность.

Есть одно важное правило – фотографии лучше, чем рисунки.

На фотографиях в рекламе стоит показывать не самих туристов, одинаковых во всех странах, а местных жителей и лучшие местные достопримечательности [4].

Люди мечтают увидеть новые земли. Нужно дать возможность превратить их мечты в реальность.

В рекламе товаров и услуг для отдыха важно подчеркнуть возможность расслабления, переключения на что-то новое, на получение удовольствия. Сама реклама должна выглядеть достойно, обещать людям праздник. Убогие текст и визуальный ряд отобьют желание у тех, кто хотел бы отвлечься от рабочих и бытовых будней.

Акцент лучше делать на том, что люди уже знают и что хотят особенно увидеть. Удовольствия от неизвестных им объектов можно пообещать в виде бонуса к известному.

Уместные в туристической рекламе ключевые слова:

- «безопасно»;
- «прекрасные ощущения»;
- «для всей семьи»;
- «полезно и приятно»;

- «мечта отдыхающего (бегающего, плавающего, катающегося и т.д.)»;
- «расслабьтесь»;
- «отдохните всей семьей».

Возможно, у фирмы есть потрясающие программы по медицинскому туризму в Израиле и Германии, но клиенты об этом не догадываются, полагая, что, как и все, эта фирма может предложить только стандартную экскурсионную программу. На визитке может быть написано, что ее предъявителя ждет сюрприз (подарок, бонус) или что при предъявлении ее в офисе можно получить бонусную карту почетного покупателя.

Люди охотнее обращаются к известным компаниям и к менеджерам - консультантам, чьи фамилии на слуху, чем к неизвестным людям. Существует мнение, что на раскрутку собственного имиджа нужно тратить много денег, – это мнение неправильное. Деньги, если их нет, всегда можно заменить временем. Для этого нужно просто находить злободневные темы на различных туристических порталах и оставлять там комментарии. При этом писать не два-три слова: «Согласен», «Ерунда», «У меня другое мнение», а нормальные осмысленные тексты.

Если фирма находится в крупном городе, например, в Москве, Киеве или Минске, и занимается внутренним туризмом, то, вероятно, они серьезно заинтересованы в приеме групп из других городов. Можно потратить деньги на рекламные объявления. Но есть и другой вариант: участвовать в различных диспутах, спорить, соглашаться, опровергать, но везде очень ненавязчиво указывать, что именно человек этой фирмы – специалист по приему групп. Буквально через несколько месяцев работник станет очень узнаваемой личностью на туристических форумах. И как только кто-то начнет искать партнера в крупном городе, он невольно вспомнит о нем.

На выхлопе получается следующее: совсем не обязательно размещать рекламу на туристических порталах - это, конечно, эффективно, но дорого. Нужно искать порталы другой тематики, но при этом понимать, какое объявление имеет смысл там разместить. Нужно создать такое рекламное объявление, которое будет отличаться от всех. Если у всех основные цвета - желтый с голубым, то оформлять свое объявление надо в зеленых и красных тонах. Только тогда люди и заметят.

Особенное внимание нужно обратить на заголовок, именно он в первую очередь должен привлекать внимание. «Необычное предложение», «Уникальная возможность», «Впервые в городе», «Туры для прапорщиков», «Путешествие для натуральных блондинок», «Увлекательная поездка для лысых» - все это позволит выделиться из общей массы, которая пишет «Туры во все страны мира».

Туристов много не бывает. Вряд ли сотрудники туристических агентств станут спорить с данным утверждением.

Однако прямые попытки продать тур незнакомым людям обычно не завершаются успехом. В конце концов, турфирма – не розничный торговец вроде тех, что ходят по электричкам и предлагают различные товары. Один из эффективных путей продвижения рекламного продукта называется «бесплатная информация». Кто лучше работников турфирм знает особенности разных стран - традиции, интересные факты, смешные истории про местных жителей страны и многое другое? Ведь все бывают в рекламных турах, получая множество всевозможной информации на эту тему [5].

Также существует очень много не совсем стандартных, но очень полезных и эффективных подходов к раскрутке агентства или турпродукта.

Индустрия туризма отличается от всего остального, потому что вместо продукта продают место и все то, что туризм может предложить. Возникает большая серьезная конкуренция со всем миром и в любом месте, когда идет продвижение туристского продукта в тот или иной пункт назначения; и этот высокий уровень конкуренции требует творческого и уникального подхода. Чтобы быть успешным, маркетинг туристского продукта должен постоянно выдвигать наилучшее, уникальное описание места отдыха, сделав все возможное, чтобы создать как можно больше интереса в широком масштабе. И использовать нужно как можно больше способов, насколько это предлагаю современные

реалии.

Партнерские отношения и программы помогают максимизировать маркетинговый успех и достичь более широкой аудитории, и по максимуму приблизится к желаемой клиентуре для данного вида туризма и к желаемому результату при продвижении своего турпродукта. Вместо того, чтобы самостоятельно пытаться создать широкую базу потребителей данного туристского продукта, потратив на это кучу времени и сил, можно найти партнеров, которые уже имеют такую базу и уже создали необходимые условия, приносящие пользу обеим сторонам партнерства. Например, можно заключить маркетинговый договор с национальным туристическим агентством. Затем предоставить их клиентам специальные предложения, акции и скидки в обмен на доступ к общенациональной клиентской базе. Скорее всего, за привилегию придется заплатить, но отдача может значительно перевесить расходы, а альтернатива построения собственной национальной сети зачастую нереальна.

Торговые выставки обеспечивают пункт с доступом к каждому поставщику туризма, как в регионе, так и за его пределами, к каждому продавцу путешествий и к каждой компании, которые продают или хотят продать свой тур широкой общественности и тем, кто имеет интерес к предлагаемым продуктам. Результаты плохими не будут, если фирма решит поучаствовать в существующих торговых выставках и шоу не только в своей прилегающей территории, но и по всей стране. Также можно собственоручно организовать свой туристический слет, чтобы привлечь внимание и получить прирост клиентов, результаты будут весьма впечатляющими. Такие выставки объединяют все аспекты и виды в туристской индустрии в одном месте и в одно время, формируют условия для объединения фирм и компаний, для их взаимодействия и новых сделок и договоров. Также такие мероприятия обращают большое внимание средств массовой информации, если информация распространится как можно дальше, то на такой выставке может собраться несколько национальных туристических агентств, которые, в свою очередь, приведут свою многомиллионную базу клиентов.

Вынести рекламу в специализированные издания – еще один очень полезный маркетинговый ход. Это помогает туристическим фирмам обратить большое внимание на свой предлагаемый турпродукт. Стоит создать бренд для вашего направления, который бы говорил за фирму, что она предлагает и почему. Например, Лас-Вегас смогли построить себе скрытный образ путем создания лозунга: «Все, что происходит в Вегасе, остается в Вегасе». Теперь каждый год Лас-Вегас принимает тридцать семь с половиной миллионов туристов каждый год. Каждую ночь в Вегасе снимают сто тридцать пять тысяч комнат в своих отелях. Но основная суть не в этом. Этот самый слоган за удивительно короткий срок ушел в людские массы. Эта фраза была произнесена губами миллионов американцев, начиная простым дворником и заканчивая первой леди США – Лорой Буш. Стоит только найти сходства предлагаемых услуг с чем-либо, описать все это для общественности, чтобы люди понимали, почему они хотят воспользоваться ими. Размещение объявлений интеллектуальным и целенаправленным образом – это заключительная часть головоломки. Создание большинства таких объявлений является очень важным для того, чтобы получить много заказов и новый приток клиентуры.

Рекламные мероприятия и подарки от чистого сердца произведенные фирмой создают уровень престижа бренда. Спонсорство доступно во всех формах и размерах, от местных событий до национальных, каждое из которых имеет свою целевую аудиторию и определенный набор льгот. Для этого стоит следить за происходящими событиями в определенных регионах, фирма собирается продвигать свое дело. К примеру, если рекламировать большую новую художественную постановку, стоит заглянуть на художественные выставки под открытым небом или в национальные конвенции искусства, чтобы определить возможность спонсорства. Телевизионные события имеют огромное преимущество среди других видов средств массовой информации; это фактор, который умножит потенциал рекламы до значительных высот. Также это имеет тенденцию к увеличению стоимости и пользы в спонсорстве.

Согласно этой схеме, есть разработка рекламных процессов, а также на территориях, а затем остальное входит в законы рыночной экономики; переход от одного этапа к другому происходит быстро, что часто приводит к искажениям и противоречий [6].

Важной задачей при создании рекламы является создание образа туристского продукта. Как и в других потребительских товарах и услугах, мода на туристские поездки и экскурсии постоянно меняется. Поэтому необходимо при изучении потребностей целевой аудитории искать те привлекательные стороны товара, которые придали бы предложению новизну и уникальность, что выгодно отличало бы его от предложений конкурентов и привлекало бы внимание потенциальных потребителей. В связи с этим необходимо упомянуть такой важный элемент туристской рекламы, как слоган.

Слоган – это короткая, но емкая фраза, привлекающая внимание и являющая собой некий девиз фирмы или основную мысль, характеризующую ту или иную услугу. Вот примеры самых удачных слоганов, используемых в российской туристской журнальной рекламе: «Где качество имеет традиции», «Ваши фантазии – наше воплощение», «Нельзя умереть, не увидев Париж!», «Отдыхать – не работать!», «Там, где кончаются проблемы» [5]. Преимущество подобных заголовков в том, что даже при отсутствии возможности использовать много места на полосе или красочные фотографии, они могут привлечь внимание и выделить рекламное обращение из массы заурядных фраз типа «Солнечная Болгария» или «Поддайтесь очарованию Гваделупы». Кроме того, заголовки и слоганы читаются в несколько раз больше, чем основной текст.

Если рассмотреть предложения многих туристских центров, то можно обнаружить их большую однообразность: экскурсионные программы включают некий стереотип объектов показа, что ведет к снижению спроса. Таким образом, продвигаемый через рекламу образ товара, например круиза, должен отражать его потребительские свойства, вселять уверенность в качественном и надежном путешествии. При этом желательно, чтобы за объявлением была видна заинтересованная в хорошей организации тура сторона – конкретная туристская фирма, гарантирующая соответствие рекламы действительному состоянию дел.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дмитриева Л. М. Основы рекламы: Учебное пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.
2. Дурович А. П. Реклама в туризме: Учебное пособие. – М.: «Новое знание», 2003.
3. Панкратов Ф. Г. Рекламная деятельность: Учебное пособие. – М.: «Дашков и К», 2003.
4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / Под ред. проф. В. А. Алексунина.– М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010.
5. Маркетинг [Электронный ресурс] // Материал из Википедии - свободной энциклопедии. - URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D1%80%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B9>

УДК 338

КӘСПОРЫНДА МАРКЕТИНГТІК ҚЫЗМЕТТІ ҰЙЫМДАСТЫРУ

Мамырбекова Д.С., Сактаева А.А., Харсах А.

Авторлар туралы мәліметтер. Мамырбекова Динара Самаркановна - экономика магистрі, аға оқытушы Қазақстан-Американдық еркін университеті; Сактаева Альмира Абешевна - экономика ғылымдарының кандидаты, аға оқытушы С. Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан мемлекеттік университеті; Харсах Айбол - «Менеджмент» мамандығының студенті С. Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан мемлекеттік университеті.

Аннотация. Мақалада маркетингтік ұйымдастыру қызметі – маркетинг бойынша өздеріне жүктелген міндеттер мен қызметтерді орындайтын бөлімдер мен бөлімшелердің жиынтығы ретінде көрсетілген. Маркетингті ұйымдастырудың әр түрлі формалары бар, оларды тандауға кәсіпорын мақсаттары, ресурстары болуы, басқарудың қалыптасқан құрылымы, өндірілген

өнімнің, нарықтың және маркетингтік ортаның ерекшеліктері сиякты факторлары әсер етеді. Маркетингтік қызметті ұйымдастыру белгілері ұсынылған.

Түйін сөздер. Маркетинг, нарық, кәсіпорын, бәсекелес, сатып алушы, тауар, маркетингтік талдау.

Сведения об авторах. Мамырбекова Динара Самаркановна – магистр экономики, старший преподаватель КАСУ; Сактаева Альмира Абешевна - кандидат экономических наук, старший преподаватель ВКГУ им. С. Аманжолова; Харсақ Айбол – студент специальности «Менеджмент» ВКГУ им. С. Аманжолова.

Аннотация. В статье служба организации маркетинга показана в виде совокупности отделений и подразделений выполняющих обязанности службы по маркетингу. Есть различные формы организации маркетинга, на их выбор влияют такие факторы как цель предприятия, наличие ресурсов, сформированная структура управления, особенности продукта, рынка и маркетинговой среды. Предложены признаки управления маркетинговой службы.

Ключевые слова. Маркетинг, рынок, конкурент, покупатель, товар, маркетинговый анализ.

About the authors. Mamyrbekova Dinara - master of Economics, senior teacher of KAFU; Sakaeva Almira - Candidate of Economic Sciences, Senior Lecturer of the EKSU S. Amanzholova; Aibol Kharsah - a student of the specialty "Management" of the EKSU S. Amanzholova.

Annotation. In the article, the organization of marketing is shown in the form of a set of branches and units performing marketing duties. There are various forms of marketing organization, their choice is influenced by such factors as the purpose of the enterprise, the availability of resources, the formed management structure, the features of the product, the market and the marketing environment. The signs of managing the marketing service are suggested.

Keywords. Marketing, market, competitor, buyer, product, marketing analysis

Соңғы он жылдықтағы Қазақстан Республикасы әлеуметтік - экономикалық процестерінің динамикалық өзгерістерімен, саяси және әлеуметтік өрістерде институционалды қайта құрумен, қоғамның өміріндегі экология рөлінің қүшөюмен, шетелдермен қатаинастың дамуымен ерекшеленіп отыр. Қазақстан Республикасының саяси, экономикалық және қоғамдық өмірінде журіп жатқан өзгерістер шаруашылық іскерліктің жаңа жолдарын іздеумен қатар экономикалық тиімділікті қамтамасыз ету үшін кәсіпорындар алдына бірқатар маңызды мәселелер қояды.

Осыланысты іс жүзінде өте маңызды және құнды мәселе ретінде маркетинг жүйесінің қалыптасуын атап өтүге болады. Еліміздегі халық шаруашылығы құрылымын қайта құру процесінде болып жатқан өзгерістер, өндіруші еркіндігі мен нарықтың ортасын өзгерткішілер көзінде көрсетілгенде басқару маркетинг тұжырымдамасын қолдануды талап етеді.

Маркетинг тұжырымдамасы нарықта кәсіпорынның белсенді басымдық саясатының стратегиясы мен тактикасы, шаруашылық іскерлігі және барлық өндірістік ресурстар түрлерін тиімді қолдану нәтижелеріне әсер ететін маңызды құрал. Еліміздегі экономикалық реформаны әлем экономикасымен интеграциялау үшін нарық механизмін, нарықты зерттеу әдістерін және принциптерін, экономикалық конъюнктураны, стратегиялық жоспарлаудың негіздерін, кәсіпорындардың нарықтың жағдайдағы бәсекелестік мүмкіншіліктерін терең білу қажет. Мұндай білімді нарықтың басқару концепциясын зерттейтін маркетинг ғылыми береді.

Қазіргі замандағы маркетингтің мәні тұтынушының қажеттілігін кәсіпорынның пайдасына айналдыратын кәсіпкерлік қызметте көрініс алады. Қазақстанда маркетинг экономикалық сала ретінде біршама жақын уақыттан бастап қолданыла бастады, ал бұған дейін бұл капитализмге ғана тән теориялық түсінік және тәжірибелі әрекет ретінде салынған келді.

Қазіргі кезде маркетинг кәсіпорындардың шаруашылық қызметін жоспарлау, өндірісті ұйымдастыру мен басқарудың барлық жақтарын қамтуы тиіс. Бұл жағдай осы замандағы маркетингтің рөлі мен маңызы туралы көзқарастарға сәйкес келеді. Кәсіпорын қызметін басқару үшін қазіргі замандағы маркетинг біртұтас және жуіелі бағытта дамуы қажет.

Қазақстан Президентінің «Қазақстан – 2030» атты халыққа жолдаған стратегиялық бағдарламасында бейнеленген сұраныс пен ұсыныс тепе-теңдігі нарықтың негізгі мақсаты болып табылатындықтан, өндірісті басқару шешімдерін қабылдаудың негізгі принциптері кәсіпорнелердің негізгі тұрақты экономикалық өсу басымдылықтарына бағыттайды.

Маркетинг («market» ағылшын сөзі – «нарық») – бұл нарық пен экономикалық конъюктураны, өндіретін тауарлар мен қызмет түрлерін тұтынушылардың талабын есекере отырып, кәсіпорынның өнім өндіру мен өткізу және ғылыми-техникалық жұмысын басқарудың нарықтық тұжырымдамасымен түсіндіріледі.

Маркетинг классигі Ф. Котлердің анықтamasы бойынша: Маркетинг дегеніміз – қажеттілік пен тұтынушылықты айырбастау арқылы қанағаттандыруға бағытталған адам қызметінің түрін айтады.

Маркетинг – тұтынушылар сұраныстарына жауап беретін өнімнің жоғары сапасын қамтамасыз етуде негізгі әрі ерекше рөлді аткарады.



1 сурет. Кәсіпорынның маркетинг жүйесін құрайтын элементтер

Жоғарыдағы суретте аталған маркетинг элементтері құнделікті жағдайда бір-бірімен қарым-қатынаста болып, өндірістегі маркетингтің негізі болып табылады. Стандарттық жағдайда маркетинг бәсекеле кезінде тұтынушы нарығына қызмет көрсетуді білдіреді. Компания және оның бәсекелесі өндірілген өнімді және ақпаратты тіке немесе үшінші жақ арқылы тұтынушыға жібереді. Бұл жүйенің барлық қатысуышыларына сыртқы орта факторлары бірдей әсер етеді (демографиялық, экономикалық, экологиялық, ғылыми-техникалық, саяси-құқықтық, мәдени-әлеуметтік). Тұтынушы құндылықтарын құру үшін маркетингтік жүйенің әрбір элементі өз еңбегін сіңіреді. Соңдықтан, компанияның сәттілігі тек компанияның өз қызметіне ғана тәуелді емес, сонымен қатар, ол маркетингтік жүйенің элементтері тұтынушы қажеттілігін қаншалықты жақсы қанағаттандыруына да тәуелді болады.

Маркетингтік бөлімдерінің қызметі кәсіпорынның негізгі мақсаттарын жүзеге асыруға және бәсекелес жағдайда оның тиімді қызмет етуіне әсер етеді.

Маркетингтің шарушылық қызметі ретінде орындағынын толық жұмыс түрлері тізімін беру өте қыын. Сонымен бірге, кәсіпорынның мынандай сұрақтарға жауап іздеуі маркетингтің рөліне шек келтірмейді:

- Қандай тауарларды нарыққа ұсыну керек (жаңа өнімді жобалау, ескі өнімді жаңарту, немесе оның өндірісін тоқтату т.б.)?
- Өнімді кімге ұсыну керек (тұтынушыларды зерттеу)?
- Қашан және қандай шарттарды (баға, шығын, сапа, технология, т.б.) тауарға қою керек?
- Тауардың тұтынушыға қандай арнамен жетуі керек (өткізу жүйесін құру, жарнама, өтімді ынталандыру т.б.)?

Егер кәсіпорын осы сұраққа жауап берсе, яғни оның маркетинг бөлімінің қызметі оңтайлы екенін дәлелдейді. Жалпы осы сұрақтар маркетинг принциптерінің негізін құрайды.

Мұнда маркетингтің атқаратын қызметтері нарықта қалыптасқан қажеттіліктерді олардың ұқсастығына қарай біріне бірін жақындастып, оларды қанағаттандыру жалпы идеясына бағыттағанын көруге болады.



2 сурет. Қазіргі таңдағы кәсіпорындағы маркетингтің орны

Өндірістік кәсіпорынның маркетингтік қызметінің негізгі мақсаты болып өнімге сұранысты қалыптастыру және оны ынталандыру, кәсіпорынның жұмыс жоспары мен басқару жұмыстарында үткізділген қабылдай білу және өнімнің нарықта алатын үлес салмағын арттыру, сату көлемін арттыру арқылы табысты молайту болып саналады.

Кәсіпорында маркетингтік қызметті ұйымдастырудың негізгі мақсатына өндірілген өнімді сату емес, сатылатын өнімді өндіру болып саналады.

Кәсіпорында маркетингтік қызметінің негізгі функцияларына нарықты кешенді зерттеу (талдау, болжау, конъюнктура), кәсіпорынның өндірістік - өнім өткізу мүмкіндіктерін талдау, маркетинг стратегиясы мен бағдарламасын жасау, тауар саясатын жүргізу, баға саясатын қалыптастыру және жүргізу, коммуникациялық саясатты жүргізу, сұранысты қалыптастыру, өнімді өткізуде ынталандыру жатады.

Кәсіпорынның әлеуеттік мүмкіндіктеріне баға беру кешенді маркетингтік зерттеу жүргізуінде екі құрамдас бөлігінің бірі болып саналады.

Кәсіпорында маркетингтік қызметті ұйымдастырудың негізгі мақсатына кәсіпорынның бәсекелестік мүмкіндігін, оның күшті және әлсіз жақтарын анықтау және кәсіпорын жұмысын жетілдіру болып табылады.

Кешенді маркетингтік зерттеу кәсіпорынның даму бағдарламасын және стратегиясы туралы шешім қабылдау үшін негізделген база болып саналады. Нарықты болжау, нарықтағы кәсіпорынның өз жұмысын жоспарлау, стратегиясын жасау, нарықтың сұранысты қалыптастыру - кәсіпорынның ішкі жұмыстарын басқарудың маркетингтік тұжырымдамасының негізгі қағидалары болып саналады.

Маркетингтік бағдарлама және стратегиялық жоспар жасау кәсіпорынды дамыту жолдарын анықтайды және ол келесі тәртіп бойынша орындалады:

- кәсіпорынның сан және сапа көрсеткіштері анықталады
- нарықтың шарттарды болжау және талдау жолымен қол жеткізуге болатын көрсеткіштер бағаланады.

Маркетингтік зерттеу, талдау, бағдарлама дайындау жұмыстарымен кәсіпорында маркетинг белімі айналысады. Оның жұмысының нәтижесі кәсіпорынның болашағын ғана анықтап қоймай, нарықтағы тұрақты жұмыс істеуін де айқынрайтады.

Экономикалық басқарудың нарықтың тұжырымдамасы ретіндегі маркетинг қазіргі даму деңгейлері әркелкі елдерде кеңінен қолданылуымен қатар, нарық жүйесін, тауар-акша қатынастарын, ұйымдастырушылық - техникалық кешенді коммерциялық жұмыстарды, өндіріс - тауар өткізу процестерін, сондай-ақ баға мен коммуникациялық саясаттарды зерттеу және іске асыру құралына айналып отыр. Қазіргі кездеңі өндіріс дамуында маркетинг, тек қана нарықтың саясатты ғана емес, сонымен қатар кәсіпорынның өндірістік

саясатын анықтайтын, басқарудың негізгі функциясы ретінде қарастырылады. Маркетинг принциптеріне негізделген басқарудың кешенді жүйесінің мақсаты – қолда бар ресурстарды ескере отырып (материалдық, қаржылық, және т.б.) көсіпорынның алдына қойылған мақсаттардың шешілүін қамтамасыз ету (ғылыми-техникалық, өндірістік, коммерциялық және өткізу).

Көсіпорынның экономикалық және тиімді өсуі көсіпорынның басқару құрылымының тиімділігіне байланысты. Ал өз кезегінде басқарудың құрылымы болып табылатын маркетинг қызметін басқарудың тиімділігімен сипатталады. Көсіпорындағы маркетингті басқару мақсаттары мыналар:

- 1) өндіріспен және сұранысқа ие болмайтын тауарларды шығарумен байланысты шығындарды болдырма;
- 2) көсіпорынның мақсатына жету үшін сұранысты ынталандыруға байланысты шығындарды минималдау;
- 3) тұтынушылардың қажеттілігін қанағаттандырган жағдайда ресурстарды оңтайлы пайдалану;
- 4) нақты тұтынушылардың және еңбек колективінің сұранысы мен қажеттілігін ескеретін әлеуметтік бағыттағы жағдайларды құру;
- 5) тауарлар мен қызметтерді кеңінен өндіруге жағдай жасау және өз имиджін көтеру;
- 6) көсіпорынның барлық бөлімшелерінің қызметкерлерінің маркетинг қызметті жүзеге асыру үшін белсенді ат салысу.

Нарықтық қатынастардың дамуына орай, экономикалық субъектілердің қызметін басқарудың нарықтық тұжырымдамасы негізінде маркетингті қолданудың объективтік қажеттілігі туындағы.

Қазақстан Республикасындағы кейбір мекемелердің маркетинг ерекшеліктері қа-зіргі заманға беймәлім. Жалпы Қазақстандағы көсіпорындардың дамуына кедергі болып тұрған негізінен макроэкономикалық факторлар, атап айтқанда:

1. Қаржы немесе ресурстардың жеткіліксіздігі, инвестициялық белсенділіктің әлсіздігі;
2. Бюджеттің әлеуметтік тұрғыдан алғандағы қатаң жобасы, жұмыссыздықтың жоғары деңгейі, өнімді өткізу қындықтары;
3. Импорттың өсу жағдайында ұлттық тауардың бәсекелік қабілетінің төмендеуі;
4. Салық жүйесінің жетілмелегендігі атап көрсетіледі.

Шетелдік деректерге сүйенсек, олар нақты бір фирмада жан-жақты жасалған талдау арқылы құралған ғылыми негізdemесі болған жағдайда ғана, маркетингті табысты турде қолдануга болады деп, тұжырым жасайды. Өткізіліп отырған реформалардың бір ізділік дәрежеде болмауынан, нарыққа ету кезеңінде маркетинг қызметімен айналысу тәжірибесінің аздығынан жағдай қындаі түседі. Сондықтан маркетингті іс жүзінде ұйымдастыру және оның тиімділігі мен сапалылығын көтеру маңызды мәселе болып табылады.

Қазіргі кездегі қазақстандық компаниялар маркетингілік қызметін дәрежелі турде іске асыра алмайды, осыған себеп қаржының жетіспеушілігі. Дамушы елдердің экономикасында маркетингке кетегін шығындар өнімнің өзіндік құнының 25 пайызын құрайды, ал оны әрине қазақстандық көсіпорындармен салыстыруға болмайды. Жалпы компания мүмкіншілігінде маркетинг шығындарын жоғарылатуы керек, өйткені экономикалық дағдарыс жағдайында тек қана маркетинг қызметі айтартықтай дәрежеде көмек көрсете алады. Ф. Котлер 1998 жылы қыркүйек айында өткен халықаралық Мәскеулік маркетинг конференциясындағы сөзін мысалға келтірейік: «Дағдарыс жағдайында компания дамуы үшін шығындарды төмендету керек. Бірақ маркетингке кеткен шығындарды не болса да азайтудың қажеті жоқ. Өйткені тек қана маркетологтар ғана жаңа резервтерді таба алады. Егер қарапайым құнделікті жағдайларды маркетинг өсіп өнуі үшін қажет болса, ал дағдарыс жағдайында фирмалық өмір сүруін қамтамасыз ететін жалғыз ғана механизм».

Маркетингтік мақсаттар және стратегиялық бағдарламасы осымен қатар ескірумен байланысты екендігін де ескірген жөн. Шетелдік маркетинг жолдарын қазіргі Қазақстан

экономикасына енгізуді қолға алған жөн. Оның арасындағы біздің мемлекеттің өндіріс, коммуникация және техникалық ерекшеліктерін ескеруіміз керек. Сондықтан еліміздің экономикасын нығайту жолында маркетингті тек қана қолдап, дұрыс шешімдер қабылдауға тиіспіз.

Мұнай өнімдердің маркетингтік қызметтерінің негізгі – маркетингтік саясаттың дұрыс жүргізуі болып табылады, соның ішінде мұнайды тасымалдау және экспорттау ерекше орынға ие.

Маркетинг қызметін басқару басқа да басқару қызметі сияқты оны құраушы негізгі элементтерден тұрады:

- Маркетингтік талдау және аудит;
- Стратегиялық және ағымдағы жоспарлау;
- Маркетинг қызметін басқаруды ұйымдастыру.

Маркетингтік талдау және аудит – компанияның ішкі және сыртқы ортасын, яғни оның күшті және әлсіз жақтарын зерттеу және компанияны қажетті ақпаратпен қамтамасыз ететін маркетингті басқару қызметін құрайтын негізгі элемент. Маркетингтік анализ бен аудиттің негізгі: кәсіпорынның технико- экономикалық көрсеткіштерін талдау, макро және микро ортасын талдау, SWOT - талдау, нарықты маркетингтік зерттеу.

Кәсіпорын қызметін жан – жақты талдау барысында алынған ақпарат жоспарлау кезінде қолданылады. Компания жоспардың үш түрін құрастырады: жылдық, ұзақмерзімді және стратегиялық. Стратегиялық жоспарлау, жоспарлау процесінің ең алғашқы баспалдағы болып табылады және өзінің құрамына компания миссиясын, мақсаттары мен міндеттерін және функционалдық жоспарларын қамтиды.

Жоспарлау процесі және қажетті ресурстарды аяқтағаннан соң компанияда маркетинг қызметін ұйымдастыру процесі орын алады. Әрбір бөлімшелердің маркетинг қызметін нақты анықтамағанда және кәсіпорындағы маркетинг қызметін басқару орталығының болмайынша бұл процесс іске аса қоймайды. Жалпы бұл қызмет компания қызметінің ерекшелігі мен міндеттеріне және мақсаттарына сай ұйымдастырылатын әртүрлі маркетинглік бөлімшелерге жүктеледі.

Маркетинг шараларын өткізгеннен кейінгі қорытындыларды маркетингтік Бақылаушы жинақтайды және талдайды. Бұл маман әр уақытта нақты қолда бар қорытындылар мен жоспарланған қорытындыларды салыстырып отыра шешім қабылдауға ұсыныстар жасайды. Маркетингтік бақылаушымен жасалған жалпы қорытындылары бойынша маркетингтік қызмет қайта қаралып, жетілдіру сатысына түседі.

Сондықтанды маркетингтің мәні оның алдына қойылған атқаратын қызметтерімен белгіленеді десек те болады. Біздің дәуірімізде маркетинг мәні жетіліп өзгерді. Оның мәннінің өзгерісі өнімді шығару және өнімді өткізу шарттары өзгерісімен байланысты. Қазіргі кезде маркетинг әрекетінің мәні сайып келгенде жоғары пайда алу үшін нарықтың, демек тұтынушылардың нақты қажеттерін зерттеу, соның негізінде фирманиң барлық қызметін (тауарды өндіру, өндеу, өткізу, жылжыту) ұйымдастыру жүйесі болып табылады. Мұнда есте болатыны маркетингке сүйене отырып фирманиң түбінде пайдалы әрекетін ұйымдастыру үшін, алғашқы оның қадамдары уақытша кездесетін қынышылықтар болып табылады. Одан кейін мол табыс әкелетін, немесе фирманиң қанағатты пайда тауып нарықта тұрақты іс-әрекетін көздейген маркетингтік нысанасы орын алуы тиіс. Осы тәрізді маркетинг нысанасы тек пайданы көбінен табуға емес, керісінше әлеуметтік, тұрақтылық, фирманиң іс-әрекетінде қауіпсіздік т.б. с.с. нысанасы болуы мүмкін.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Котлер Ф. Маркетинг негіздер. – М., 2010.
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. – СПб., 2009.
3. Есимжанова С.Р. Маркетинг в Казахстане. - Алматы, 2003.
4. Есимжанова С.Р. Маркетинг негіздері – Алматы, 2003.

УДК 379.847

ШЫГЫС ҚАЗАҚСТАН ОБЛЫСЫНДА ТАУ ТУРИЗМІНІҢ ДАМУЫ

Зәкиева А.Е., Калиева А.Е.

Авторлар туралы мәліметтер. Зәкиева Ақерке Ерболқызы – Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Туризм» мамандығының студенті; Калиева Арайлым Ериковна – экономика ғылымдарының магистрі, Қазақстан-Американдық еркін университетінің оқытушысы.

Аннотация. Мақалада Шыгыс-Қазақстан облысындағы тау туризмінің дамуы қарастырылған. Авторлар тау туризмін биік тау жағдайындағы таулы жерлерде салынған белгілі бір маршрут бойынша дene құаты көмегімен бір топ адамдарының қозғалысы түріндегі спорттық туризм түрі ретінде көрсетеді. Соңдай-ақ мақалада Шыгыс Қазақстанның негізгі тау шаңғы кешендерін қарастырады.

Түйін сөздер. Тау туризмі, туристтік әлеует, Шыгыс Қазақстан, туризмді дамыту, альпинизм, туристтік өнім, экстремалды спорт түрі, туристтік маршруттар, тау өзендері, туризм инфраструктуры, спорттық туризм.

Сведения об авторах. Зәкиева Ақерке Ерболқызы – студент специальности «Туризм» Казахстанско-Американского свободного университета; Калиева Арайлым Ериковна – магистр экономических наук, преподаватель Казахстанско-Американского свободного университета

Аннотация. В статье рассматриваются особенности развития горного туризма в Восточно-Казахстанской области. Авторы определяют горный туризм как вид спортивного туризма, заключающийся в передвижении группы людей с помощью мускульной силы по определенному маршруту, проложенному в горной местности в условиях высокогорья. Также в статье авторы рассматривают основные горнолыжные комплексы в Восточно-Казахстанской области.

Ключевые слова. Горный туризм, туристский потенциал, Восточный Казахстан, развитие туризма, альпинизм, туристский продукт, экстремальный вид спорта, туристские маршруты, горные реки, инфраструктура туризма, спортивный туризм.

About the authors. Erbolkyzy Akerke - a student of the specialty "Tourism" of Kazakh-American Free University; Kaliyeva Arailym - Master of Economic Sciences, teacher of Kazakh-American Free University

Annotation. In the article features of development of mountain tourism in the East Kazakhstan area are considered. The authors define mountain tourism as a kind of sports tourism, consisting in the movement of a group of people with the help of muscular force along a certain route laid in a mountainous area in high mountain conditions. Also in the article the authors consider the main mountain-skiing complexes in the East Kazakhstan region.

Keywords. Mountain tourism, tourist potential, East Kazakhstan, tourism development, mountaineering, tourist product, extreme sport, tourist routes, mountain rivers, tourism infrastructure, sports tourism.

Тау туризмі ертеден қалыптасып, өзінің табиғи ерекшелігімен адамдарды қызықтыратын туризмнің басты объектісі болып саналады. Таулар пайда болу ерекшелігіне, табиғат жағдайларының қалыптасуына қарай туристік іс-әрекеттерді жайғастыруға өте қолайлы, туристерді қызықтыратын факторлар түріне жатады. Таулар арқылы танымдық, спорттық және мәдени тәжірибелік жорықтар үйімдастыруға болады.

Тау рельефинің элементтері тау жорықтарында қозғалысқа едәуір кедергілер келтіріп отыратын сәттері кездеседі. Мұны тау жорығының табиғи кедергілері деп атайды. Тау туризмімен айналысу үшін таулардың физика-географиялық ерекшеліктерін жақын білу керек. Тау рельефинің элементтерінен қалыптасатын табиғи кедергілерден өту және қорғану тәсілі тау жорықтарының техникасы және тактикасы деп аталады.

Таулар орналасуына, қалыптасуына қарай әр түрлі болып келетіндіктен олардың беткейлері тік, қолбеу градустарға бөлінеді. Бұлардың өзі жорық қозғалысы үшін үлкен кедергі болып табылады. Сонымен қатар беткейлер қызыршық, басты қорымдар мен өсімдік жамылғысымен жамылышп жатады. Таулы аймақпен қозғалыс кезінде бұлар басты кедергіге айналады. Теніз деңгейімен салыстырғанда таулар әр түрлі болғандықтан, бұл ай-

макта ұйымдастырылатын туристік жорық түрлері де әр түрлі болады. Тау категориялық жорықтары көбінесе биік таулы аймақта ұйымдастырылады. Өйткені бұған қойылатын талаптар мен ережелерге сәйкес келеді.

Тау туризмі бұл тек әдемі ғана емес, бұл өте қызын еңбек те болып табылады. Таулардағы жаман ауа-райы, қатты жел, қардың жаууы, +20-дан -20-ға дейінгі температура үнемі кездесіп тұрады. Таулардағы ең қауіпті деген құбылыс лавина болып табылатын шығар. Қөптеген туристер, альпинистер және бүтіндей бір топтар осы қар астында қалып қалған. Таулардағы биіктік де адам баласы үшін қауіпті, 4000 м. аса биіктік адам өміріне қауіпті болып келеді. Таулы туризмде екі негізгі бағытты бөліп көрсетуге болады: альпинизм мен спелеотуризм. Екі бағытта қазіргі таңда өз адамдарын табуда. Таулы туризм туристерді өзіне еліктіреді, өйткені альпинистер мен тәжірибелі туристердің айтулары бойынша «тауға бір рет шықсан, қайта-қайта оралғың қеліп тұрады» деген.

Тау туризмінде кездесетін кедергілер әр түрлі дәрежесіне байланысты топтастырылады. Олар:

1) Асулар дегеніміз тау жоталарының арасын өтуге қолайлыш ін немесе географиялық тілмен айтқанда тау аралық ершік деп аталады. Асулар биіктігіне қарай градусына байланысты және кездесетін кедергілерге қарай әр түрлі құрделілікке жіктеледі. Бұл асу категориялары деп аталады. Асу категориясы құрделілігіне қарай санмен және әріппен қоса белгіленеді. Яғни құрделі A1 асуы, одан да құрделі 1 асуы және асулар үш деңгейлікке бөлінеді: 1A 1B, 2A 2B, 3A 3B. Асулар құрделілігінде теңіз деңгейінен есептегендегі биіктігі қар немесе мұз жамылғысының болуы оның маусымдарға байланысты жатуы немесе қозғалыста болуы – қорымдар мен күә жартастың болуы, тас құлау немесе қар қөшкіні болу қаупі, үлкен тастардың болуы, асулар категориясының дәрежесін анықтайды.

2) Қорымдар. Тау жорығындағы негізгі кедергілердің бірі қорымдар. Қорымдар дегеніміз тау басынан етегіне дейін созылып жатқан белгілі бір бөліктерде ғана кездесетін жылықымалы тас үйінділері. Қорымдар жер бетіне ашық шығып жатқан гранитті тау жыныстарының сыртқы құштер әсерінен мұжілу, үгілу процесінен пайда болады. Үгілу көлеміне байланысты қорымдардың түрі де әр түрлі болады. Қой тасты, кесек тасты және қырышық тасты қорымдар.

Тау маршруттың жоспарлай отырып, жорық кезінде жергілікті жерде маршруттың асу нұктелерін айтарлықтай биіктіктерде табу үшін алдын ала азимуттарды есептеп алған пайдалы. Арнайы қауіпсіздік шараларын әзірлеу қажет: егер топ өз ішінде бөлінетін болса, байланыс және сигнал беру тәсілдерін, барлаушы топтарын бөлу, апартты жағдайлар болған кезде іс-әрекет жоспарын құру керек.

Тау туризмі деп альпинистік техника элементтері бар жаяу адамдардың ұжымдық құрделі жорығын айтады. Мұндай жорықтар бірнеше күндерге созылып, ұзаққа бағыттарға арналады. Құрделі бағыттармен жүргенде алуан түрлі табиғи жер бедері: асулар, мұздықтар, тау өзендері, тік беткейлер, т.б. құрделі жолдар кездесуі мүмкін. Тау туризмі қауіпті спорт түрлерінің қатарына жатқызылады. Тік беткейлер мен жоталар, қыс – қалтарыстардан өту, ауа-райы бұзылған жағдайда қар мен тас қөшкіні, сел жұру қаупі, атмосфералық қысымның төмендігі мен күн радиациясының жоғарылығы, осының барлығы жинала келгенде тау туризмінің расында да қауіпті спорт түрі екенін дәлелдей түседі. Өсіресе, қыс кезінде айрықша қауіпті. Туризмнің бұл түрі таулы өнірге саяхаттауды қалайтындар үшін кеңінен танымал. Тау туризмі спорттық (спортшы біліктілігін алу және оны көтеру) және әуескөй спорт түрі болып екіге бөлінеді. Спортшыларға бағыттың құрделілігі, жорықтың ұзактығы, кедергілердің қөптігі есепке алына отырып әртүрлі жоспарлар жасалады. Оның да құрделілік категориялары альпинизмдегідей бөлінеді. Әуескөй тау туризмі спорттық біліктілікті көтеруді қарастырады, сонымен қатар қандай да бір шартты қағида, ережелерсіз - ақ жеке адамның тауды танып білуіне бағытталады.

Тау шаңғы туризмінің тарихы Норвегияда XIX ғасырда басталды. Қазақстанда тау туризмі өткен ғасырдың 1910-1920 жылдары пайда болды. Қазір таудағы мұздықтар мен шындарға және асуларға есімі берілген Городецкий, Дмитриев, Титов секілді Алматы

тұрғындары алғашқы турист - зерттеушілер қатарынан саналады. Қазақстанда Алматы маңында Шымбұлақ, Кімасар, Көкжайлау, Табаган, Ақбұлақ тау шанғы орталықтары орналасқан, сонымен қатар, Шығыс Қазақстан, Көкшетау, Ақмола, Қарағанды облыстарында да бірлі-жарым орындар бар.

Туризмді дамытуда Қазақстанның келешегі мол және тартымды өлкесінің бірі Шығыс Қазақстан облысы болып табылады. Мұнда туристтерді қызықтыратын көптеген нәрсeler бар – кең аумақ, керемет ландшафттар, әр-турлі климаттық аймақ, баға жетпес мәдени және тарихи ескерткіштер, туристік қызметтердің сан алуан түрі. Облыс көптеген туризм тұрларын, атап айтқанда, спорттық (альпинизм, таулы өзендермен жұзу, шанғы спорты), аң және балық аулаушылық, экологиялық, емдік-сауықтыру, этникалық, ғылыми және танымдық туризм тұрларын дамытуға жайлы территорияда орналасқан.

Шығыс Қазақстан облысының табиги – климаттық зонасына әркелкілік тән, аймақ өнірін –таулы, таулы - орманды, орман-тогайлы, далалы, шөлді, шөлейтті, ландшафт алып жатыр. Облыс аумағының көп бөлігін тау алып жатқандықтан, туризмді дамытуға зор мүмкіншілік бар. Ол шөл даладан бастап, орман алқаптары, өзен мен көлдер, биік шындардағы альпі шалғындары мен мұздықтарға дейін созылған ландшафттық – климаттық аймақтардың біртұтас жынтығы. Мұның барлығы туристік индустрияны дамытуға негіз бола алады. Ең биік шыны - қасиетті Белуха тауы (4506 м), Батыс Алтай және Марқакөл мемлекеттік қорыктары, Қатон-Қарағай үлттық саябағы, республикалық маңызы бар ресми табигат ескерткіштерінің бірі - Синегорье самырсынды тогайы, тарихи-мәдени орындар, табигаты әсем Марқакөл, Себин, Язвое, Зайсан, Рахман көлдері, Көккөл, Арасан сарқырамалары т.б. туристік - рекреациялық ресурстарға бай болып келеді. Шығыс Қазақстан облысының Кенді Алтай және Онтүстік Алтай жеріне Қалба, Сауыр-Тарбағатай таулары орналасқан. Таулардың биіктігі – 800 ден 1500 м-ге дейін, Алтайдың шығысы-3000 м-ден-4000 м. аралығында. (Мұстау тауы - 4506 м.).

Тау туризмі – таулы аймақта арнайы көлікті қажет етпейтін туризмнің кең тараган түрі. Белуха тауы альпинизм мен тау туризмін дамытуға аса қолайлы нысан болып есептеледі. Ол ТМД және Балтық маңы елдері тұрғындарының арасында аты әйгілі туристік нысандардың бірі болғандықтан, әрбір турист Алтай және Белуха шынын көруді міндегі деп есептеп, 5 баллдық категория бойынша шынды бағындыруға тырысады. Барлық маршруттар мұзды - құзды аудандармен өтеді. Белуха аяздылығы және күрделілігі жөнінен дүние жүзіндегі биік шындардан ешбір қалыспайды. Бұл жағынан ол Мак - Кинли шынына ұқсас келеді. Алтай тауларындағы Белуха шынына шығу категориясы жоғары емес, оған шығу – жақсы физикалық күшке ие болып, альпинист рангіне қабылдану деген сөз. Алтайда әртүрлі қындық және қашықтық бағыттар бойынша маршруттар ұйымдастырылған. Соның ішінде Ресей мемлекеттімен шекара аралық саяхаттар да бар. Ондай саяхаттарға жататындар «Белуха алтын шенбері» (14-15 күн), «Рахман шенбері» (13 күн), «Озерный» (14 күн), «Алтайдың биіктік полюсі» (12 күн) саяхаттары болып табылады. Белуха шыны ақ қармен жамылған солтүстік шығыстағы Сібір және Алтайдың ең биік нүктесі (4506 м). Бұл қардың, мұздың, ақырған қар көшкіндерінің, жарқыраған сарқырамаларының отаны. Ол Солтүстік Алтайдағы биіктігі 3,373м атақты екінші шың Үркіт ауыл шынымен көршілес орналасқан. Бұдан төмен қарай Үлкен және Кіші Берел мұздықтары түседі. Онтүстігінде Тарбағатай және Саура жоталары көмкерілген. Олардың арасында Зайсан қазаншұңқыры шоғырланған.

Әдетте тауга спорттық көтеріулер кезінде топ құрамында, тәжірибелі гидтер мен жетекшілердің көмегімен жүзеге асырылады. Өзіндік көтерілуге әсіресе жаңадан бастаушыларға маршруттың қарапайым болғанымен, кәсіби болып келгенінен рұқсат берілмегені дұрыс.

Ал Белуха ауданына әрқашан ауа райының ауысып тұруы тән. Қарлы сыйықтан жоғары өтегін көптеген маршруттар үшін арнайы мұзға арналған құрал-жабдықтар қажет. Қазақстанның Алтай туризмді дамытудың ең қолайлы нысаны саналғандықтан, мұнда туризмнің мынандай тұрлары дамуда: тау туризмі; ғылыми-танымдық туризм; су туризмі; курорттық туризм; спорттық туризм.

Көрікті жердің бірі - Алтай мен Сібір өлкесінің ең биік тауы Мұзтау. Мұзтау Ресей мен Қазақстан шекарасы бойымен көтерілетін екі шыңдан тұрады. Сондай-ақ аталған қос шың Қытай мен Монголия шекарасында бетпе-бет орналасқан. Екі шыңның шығыс жағындағы батыстағы шыңдан биіктеу. Бұл тауларда бірнеше шағын мұздықтар кездеседі. Мұздықтар таудың беткі бөлігінің 27 шақырым аумағын алғып жатыр. Берел олардың арасындағы ең ірі мұздық болып табылады. Биіктігі - 1950 м. Алтайдың алғашқы карталарында Оңтүстік - Шу Альпісі және Катун Альпісі деген жазбалар кездеседі. Бұлар осы өнірдің көне атаулары болып табылады. Қос шың беткейлерін мәңгі қар мен мұз базып жатады. Мұзтау тауы - облыстың табиғи көрнекті орындарының бірі. Ол тек Алтайдың ғана емес, сонымен қатар бүкіл Сібірдің ең биік шындарының бірі, реликтік ленталық қарағай орманы болып табылады. Ол – Алтайдың қарлы диадемасы. Будисттердің сенімі бойынша - Жер кіндігі, христиан ескі дәстүршілерінің ойынша - Ақсу жері. Көптеген корғандар бұл жерде үгітіліп шашылып жатыр.

Мұзтау бәктерлеріндегі б.э.д. 3-2-ші ғасырлардағы патша қабірлері. Мұнда Ресей, Қытай, Қазақстан және Монголияның шекаралары ұштасады. Тауларына жыл сайын барлық әлем бұрыштарынан альпинисттер келеді. Үлкен биіктіктер, құламалы рельеф, мұзданудың түрлі формалары қындығы бойынша түрлі категориялы тау шындарына шығуға мүмкіндік береді.

Шаңғымен тауда сырғанау шипажайлары Шығыс Қазақстанның туристік салаларының өтімді түрлерінің бірі. Оларға Глубокое ауданындағы "Нұр Tay" курорты қыста тау шаңғы курорты, жазда жанұямен серуендеуге арналған таптырмас курорты сноубордпен, шаңғымен, конькимен сырғанауға мүмкіндіктер бар, «Алтай Альпісі» демалыс орталығы Шығыс Қазақстан өзінің мәртебелі тауларымен әйгілі. Елестетіңізші, Алтайдың таза ауасы, тыныштығы мен табиғаттың тамаша көріністері. ШҚО тау шаңғы спортының тарихы 70 жылдардан бастап әлі күнге дейін қысқы демалысты әуесқойлары үшін кең иығын жаюда, Риддер қаласы маңайындағы «Эдельвейс», «Star dust», Зырян ауданындағы «Орел», Өскемен қаласы маңындағы «9-шы шақырым» базалары жатады. Тау шаңғысы базалары төңірегін аралас орман – қарағай, самырсын, үйенкі, қайың, көк терек көмкерген экологиялық таза жерлерге орналасқан. Бұл жерлер көнігі шаңғышылар мен сноубордшылар, сондай-ақ әуесқойлар үшін қысқы белсенді демалысты ұйымдастыруышылар үшін тамаша орын.

Бұдан байқайтынымыз Шығыс Қазақстанның туризмді дамыту үшін орасан зор мүмкіндіктері бар екендігін көреміз. Туристік бағыттардың кең ауқымы, оның ішінде тұмса табиғат аясына тек жаяу ғана емес, сонымен қатар салт атты саяхаттар жасауға, әр түрлі тау өзендерінің бойымен сал ағызуға, альпинизммен айналысуға, тау шаңғысымен сырғанауға, аңға шығып, балық аулауды қызықтауға мүмкіндік береді.

Жалпы Шығыс Қазақстан бойынша саяхат жасауды ұсынатын кәсіпорындар біршама. Демалушылардың көnlінен шығу үшін барлық практикалық ресустар жеткілікті, ал тәжірибелі нұсқаушылар өз тәжірибелерімен бөлісіп отырады. Қыс демей, жаз демей жыл бойы түрлі демалыстар ұйымдастырылады. Қыста қар қызығын тамашалағысы келетіндерге демалыс күндері қарда жүргіштермен және тау немесе жүгіріс шаңғыларымен сырғанау ұйымдастырылады. Ал мамыр айында алғашқы өзенмен агулар басталады. Бұрықанған ағынды суда қызықты сапарлар күтеді, тәжірибелі гид-сүсеріктер жұмыс істейтіндікten қауіпсіздік те қамтамасыз етілген.

Қазақстанда кейінгі жылдары тау туризмі көпшілікті қамтитын ең дамыған демалыс түріне айналып келеді. Тауға саяхат жасау, шаңғы тебу-дене шынықтырумен бірге адамның дүние танымын да өсіреді. Ол тек қана демалудың тәсілі емес, адамдарды мәдени және рухани жағынан байытады.

Бүгінде Өскемендіктерге тау шаңғы спортымен айналысу үшін міндетті түрде қала сыртына шығу қажет емес. Шаһар аумағында, тоғызыншы шақырым деп аталатын жерде тау шаңғы трассасы бар. Ал жақында Риддер қаласында жыл он екі ай қызмет көрсететін «Анатаяу» тау шаңғы курорты жұмыс істейді. Курорт аумағында 100 шақырымға жуық тау шаңғы және қанат трассалары пайда болмақ. Сондай-ақ, бұл жерде ыстық және сұық

су, электр қуаты, автомобиль жолы мен теміржол да болады. Болашақта бой көтеретін курорттан бес шақырымдай қашықтықта Синегорье, Громатуха және Вертикаль қанатты трассалары орналаспак. Сонымен қатар, бұл жерде қысқы спорт түрлері бойынша интернат та пайда болады. Бір сөзбен айтқанда, жақында, облыс басшылығының қолдауымен «Анатауды», жалпы Риддер қаласының ірі халықаралық тау шаңғы курортына айналдырады деген үміттеміз.

Шығыс Қазақстанда қысқы туризм түрлерін дамытуға барлық мүмкіндік бар. Асқар таулы, шалқар көлді табиғатқа ие киелі мекенниң климаты да аталмыш саланы өркендегүе шақырып тұрғандай. Десек те, бүгінде облысымында туризмнің бұл саласы елі де болса кенжелеп тұр. Мамандардың айтуынша, бұған басты себеп – өңірдегі демалыс базалары туралы жарнаманың аздығы. Облыста қысқы туризмді дамыту үшін ең алдымен жергілікті халық арасында лайықты насиҳаттық жұмыс жүргізуі керек. Бұдан кейін ғана өңірге шетелдіктерді тарту жөнінде сөз қозғауга болады деп ойлайсын. Айтседе бүгінде облысымыздың тау курортына саяхаттауга Шығыс Қазақстан мен өзге облыстардан бөлек, Ресейдін бірнеше аймағынан келіп қайтуға ниет білдіріп отырғандар да барышылық. Облысымыздың үлкен аумағы, тамаша ландшафты, әр түрлі климаттық аймақтары, асқар - асқар таулыры, баға жетпес мәдени-тарихи ескерткіштері арқасында тенденсі жоқ туристік әлеуеті бар екені айқындалып, географиялық және геосаяси жағдайының ынғайлы орналасуы (Еуразия орталығы), Қытаймен, Ресеймен, Монголиямен шекаралық ынтымақтастығы туризмді дамытуда күшті жақтары болып табылатыны белгілі. Туризмнің басқа түрлері секілді тау туризмнің де дамуы қонақ үйлер құрылышы, туристік базалар, кіріс жолдар, тамақтану пункттері, жарнама өнімін даярлау, басқа да мақсаттарды қаржыландыру және материалдық-техникалық құралдармен қамтамасыз етілүмен тығыз байланысты.

1964 жылы Өскеменнің өзінде ғана бес тау шаңғы базасы болып, онда 24 бапкер қызмет еткен. Қалада, жалпы облыс аумағында спортшыларды дайындаудың белгілі бір бағдарламасы жасалып, бар жұмыс жүйелі түрде жүргізіліп тұрған екен. Ал бүгінде сол бапкерлердің жартысы да қалған жоқ. Әрине, бүгінде мемлекет осы олқылықтың орнын толтыруға көніл бөлуде. Дегенмен, елімізден әлем және Олимпиада чемпиондары шықсын десек, бұл жұмысты ширатуымыз керек деп ойлаймын. Мектептерде қысқы спорт түрлерінің негізі оқытылса және сабактарды білікті мамандар жүргізіп, тауға шаңғымен серуендеулер жиі ұйымдастырылып тұрса нұр үстіне нұр болар еді.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Саипов А.А. Теория и практика туризма Казахстана. - Алматы, 1999.
2. Кораблев В.А. Қазақстандағы тау туризмі: тарих беттері. - Алматы, 2008.
3. «Туризмнің белсенді түрлерінің әдіс-тәсілдерінің негіздері» пәні бойынша 050902 «Туризм» мамандығына арналған оқу құралы / С. Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан мемлекеттік университеті, Экономика және қаржы факультеті «Менеджмент және маркетинг» кафедрасы. – Өскемен, 2007.

УДК 379.845

ШЫҒЫС ҚАЗАҚСТАН ОБЛЫСЫНДА ЕМДІК-САУЫҚТЫРУ ТУРИЗМІ ДАМУЫНЫҢ МҮМКІНДІКТЕРІ МЕН БОЛАШАФЫ

Шериязданова Н.М.

Автор туралы мәліметтер. Шериязданова Назым Мубараковна – Қазақстан-Американдық еркін университеттінің «Туризм» мамандығының студенті

Аннотация. Макалада Шығыс Қазақстан облысының аумағы қолайлы және емдік-сауықтыру туризмін дамытудың үлкен әлеуеті қарастырылған. Бүгінгі күні облыста 14 пантымен емдеу орындары бар, соның ішінде 290 орындық 6-уы жыл бойғы, жыл сайын бұл орындар 5,5 мыңдан

аса адамды қабылдайды. 5 шипажай-курорт және балшықпен емдеу, радонмен емдеу, сумен емдеу, фитотерапия әдістерін қолданатын 7 сауықтыру кешені бар. Бұл орайда, 165 орындық 3 шипажай-курорт мекемесі келушілерді жыл бойы қабылдайды. Негізгі проблема халықаралық стандарттарға сәйкес келетін инфрақұрылымның болмауы, тұрғын үй мен тамақтандырудың төмен сапасы, қызмет көрсету сапасы мен деңгейінің сәйкесіздігі. Аудандар бойынша туристтік нысандарға талдау жасалған.

Түйін сөздер. Емдік - сауықтыру туризмі, туристтік әлеует, Шығыс Қазақстан, туризмді дамыту, туризм түрлері, курорттық аймактар, туристтік бағдарлар, туризм инфрақұрылымы.

Сведения об авторе. Шериязданова Назым Мубараковна – студент специальности «Туризм» Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. В статье рассматриваются возможности и перспективы развития лечебно-оздоровительного туризма в Восточно-Казахстанской области. Обозначены основные особенности лечебно-оздоровительного туризма. Представлены основные показатели средств размещения по курортным зонам. Регион обладает всеми природно-рекреационными ресурсами панто-, грязе-, радонолечение. Эти факторы положительно влияют на развитие лечебно-оздоровительного туризма. Особое внимание уделяется региону, как потенциальному центру лечебно-оздоровительного туризма, имеющему уникальные возможности, располагающему важнейшими туристскими объектами, такими, как озеро Алаколь, Катон-Карагай, побережье Бухтарминского водохранилища, Сибинские озера, Маркакольский заповедник и бассейн реки Курчум с горой Белухой, а также районы вблизи города Риддер, Усть-Каменогорск и поселка Глубокое.

Ключевые слова. Лечебно-оздоровительный туризм, туристский потенциал, Восточный Казахстан, развитие туризма, виды туризма, туристский продукт, курортные зоны, туристские маршруты, инфраструктура туризма.

About the author. Sheriyazdanova Nazim - a student of the specialty "Tourism" of Kazakh-American Free University.

Annotation. The article examines the opportunities and prospects for the development of primary wellness tourism in the East Kazakhstan region. The main features of primary wellness tourism are outlined. The main indicators of accommodation facilities in the resort areas are presented. The region has all the natural and recreational resources of panto-, mud and radon therapy. These factors have a positive effect on the development of primary wellness tourism. Particular attention is paid to the region as a potential center for primary wellness tourism, which has unique opportunities, including major Alakol, Katon-Karagai, Bukhtarma water reservoirs, Sibinsky lakes, Markakol reserve and the Kurchum river basin with Belukha mountain, and also areas near the city of Ridder, Ust-Kamenogorsk and the village of Glubokoe.

Keywords. Primary wellness tourism, tourist potential, East Kazakhstan, tourism development, types of tourism, tourist product, resort areas, tourist routes, tourism infrastructure.

Емдік-сауықтыру туризмі бүгінгі таңда туризм индустрисының болашағы зор салаларының бірі болып табылады. Тән және рух саулығына деген сән XXI ғасырда емдік-сауықтыру туризмінің аса үлкен қарқынмен дамуына негіз болды. Әлемнің көптеген елдерінде емдік-сауықтыру туризмі жалпы ішкі өнімді қалыптастыруды, халықты жұмыспен қамтамасыз етуде маңызды рөл атқарады, сонымен қатар көлік және байланыс, құрылыш, ауыл шаруашылығы, тұрмыстық тауарлар өндірісі сияқты экономиканың негізгі салаларына орасан зор әсер етеді және әлеуметтік-экономикалық дамудың өзіндік факторы болып есептеледі.

Біздің елімізде «емдік-сауықтыру туризмі» ұғымы 1990-шы жылдардың ортасынан бастап қалыптасты. Бүгінгі таңда отандық турбизнесін тұрақты дамушы және болашағы зор саласы ретінде туризмнің бұл түрін дамытуға аса үлкен қоңіл бөлінуде.

Емдік-сауықтыру туризмі – медициналық туризмнің ең бұқаралық және кең тараған түрі, бұл туризм түрінің пайда болуы көне заманынан бастау алады. Емдік-сауықтыру туризміне ежелден-ақ сұраныс көп. XX ғасырда әлемде барлық елдер мен континенттерге таралған курорт индустрисы кеңінен етек жайды. Дәстүрлі климаттық, бальнеологиялық және батпақтық курорттармен қатар сауықтырудың жаңа формалары – SPA, wellness, fitness пайда болды.

Емдік-сауықтыру туризмі – бұл резидент және резидент емес тұлғалардың мемлекет шекарасы шегінде және шекарадан асып, 24 сағаттан кем емес, 12 айдан артық емес мерзімге емделу, түрлі дерттің алдын алу мақсатында саяхаттауы. Емдік-сауықтыру туризмі курортологияға негізделген.

Курортология – бұл табиғи емдік факторлардың адам ағзасына әсері мен оларды емдік - профилактикалық мақсатта қолдану әдістемесі жайлы ғылым.

Емдік-сауықтыру туризмінің бірқатар айырмашылықтары бар. Біріншіден, туристің курортта болу ұзактығы, белгілі бір себептерге байланыссыз, З аптадан кем болмауы тиіс. Тек осы уақыт аралығында ғана емделу мақсатымен келген тұлға қажет сауықтыру шараларын алады. Екіншіден, курорттарда емделу бағасы қымбат тұрады. Дегенмен қазіргі уақытта салыстырмалы терде арзан туристік курорттар ұйымдастырылууда. Туристер арнайы емдеу үшін маманданған және денсаулықты нығайтуға арналған курорттардың бірін ғана таңдайды. Бұл таңдау олардың жеке мақсаттарына тікелей байланысты.

Санаторлы-курорттық емделу табиғи емдік ресурстарды терапевтикалық және медикаментозды әдістермен үйлесе қолдануға негізделген. Мұнда табиғи емдік ресурстар (ландшафт, климат, минералды сулар, емдік батпақ, флора мен фауна, т.с.с.) маңызды рол атқарады.

Туризмді дамытуда Қазақстанның келешегі мол және тартымды өлкесінің бірі Шығыс Қазақстан облысы болып табылады. Мұнда туристерді қызықтыратын көптеген алғышарттары бар - кең аумақ, керемет ландшафттар, әртүрлі климаттық зоналар, баға жетпес мәдени және тарихи ескерткіштер, туристік қызметтердің сан алуан түрі. Шығыс Қазақстан – мықты туристік әлеуеті бар бірегей табигат әлеміне ие ірі өндірістік, көліктік, энергетикалық және мәдени аймақ болып табылады. Дәл осы жэйт Шығыс Қазақстанды әлемнің әр түрлі елдерінен келген туристер үшін аса тартымды ететіні жасырын емес. Шығыс Қазақстан қонақжай және құшағы кең аймақта кез келген елден келген туристерге рахат демалыс үшін барлық жағдайларды жасай алады.

Бүгінгі күнде облысымыздың аумағында 76 туристік кәсіпорындар, оның ішінде 31 туроператорлық және 45 турагенттік қызметтерді көрсететін кәсіпорын, сонымен қоса, 23 туризм нұсқаушысы, 444 орналастыру орындары, 98 демалыс орындары, 12 демалыс үйі, 46 емдеу-сауықтыру шипажайы және Шығыс Қазақстан облысы аумағының 6% - ын құрайтын 14 республикалық маңызы бар ерекше қорғауга алынған табиғи аумақ тіркелген.

Облыста келушілерді орналастырумен шұғылданатын 444 орналастыру орындары бар, олар 8243 нөмірge есептелген, сонымен қатар, біржолғы сыйымдылығы 25531 төсек-орынды құрайды.

2016 жылғы қызмет көрсетілген келушілердің саны 2015 жылғы кезеңмен салыстырғанда 9,8%-ға артты және 383903 адамды құрады.

Келу туризмі (резидент еместер) келушілерінің саны өткен жылмен салыстырғанда 17,0%-ға артты және 16858 адамды құрады. Ишкі туризм (резиденттер) бойынша келушілердің саны өткен жылмен салыстырғанда 9,5%-ға артты және тиісінше 367045 адамды құрады.

Орналастыру орындарының қызмет көлемі (мейрамханалардың қызметін қоспағанда) есептілік кезеңінде өткен жылмен салыстырғанда 18,9%-ға көбейді және 3195,5 млн. теңгені құрады.

Курорттық аймақтарда орналастыру орындарының саны 232 бірлікпен 5060 бөлмелер санын құрады және олардың көрсеткен қызметтерінің көлемі –1317,0 млн. теңге болды.

Облыс шегінде бірнеше рекреациялық аймақтар анықталған: Бұқтарма жағалауы, Сібе көлдері, Алакөл көлі, Катон-Қарағай, Глубокий аудандары, Риддер, Өскемен қалаларының маңы.

Шығыс Қазақстан облысында емдік туризмді дамытудың көш басында Қатон-қарағай ауданы тұр. Бұл өнір елімізде табиғатының ерекше сипатымен ғана емес, марал шаруашылығын өркендеуімен де әйгілі. Маралдың мүйізінен жасалған емдік қасиеті аса жоғары дәрі - дәрүмендер сұранысқа ие. Бұл күндері Қатон-Қарағай жерінде бұғы мүйі-

зінің сорпасымен бұлаулайтын ондаған емдік орындар ашылған.

Қасиетті қазақ жері мен төрінде құт қонған жерүйік қоныс, жанға жайлы жәннат мекендер аз емес. Соның бірі мен бірегейі Алтайдың төрінен, атақты Мұстаудың етегінен ойып тұрып орын алған Катонқарагай ауданы. Мың жылдық қарагайы мен самырсыны, балқарағай жайқалып өсken нұлы мекен, қаздар қаңқылдан, сансыз құстар сайрап ұшқан осынау бір ғажап өлкеге барған сайын жан сарайың ашылып, ерекше бір сезімге бөле-несін.

Біздің өлкеміздің керемет табиғи ландшафты, көптеген көлдері, өзендері, балық аулау, аң аулау және ғылыми турларын, пантамен емдеу, шипажай - курорттық демалыстырын үйімдастыруға мүмкіндік береді.

Мал шаруашылығының бірегей саласы – марал шаруашылығы Катон-Қарагай ауданындаған дамыған және де бұл аудан осы шаруашылық негізінде емдік-сауықты туризмінің дамуына зор әлеуетке ие. Осы саланы игере отырып, елімізде емдік-сауықтыру туризмін дамытып қана қоймай, аймақтың экономикалық жағдайын жақсартып, жаңадан жұмыс орындарын қалыптастырып, ал ең бастысы, жағымды туристік имиджін қалыптастыруға болады.

Шығыс Қазақстанда емдік-сауықтыру туризмін дамытуға барлық жағымды табиғи алғышарттар бар. Ол үшін қажетті ресурстар Үржар, Зайсан, Құршім, Жарма, Бесқарағай, Абай, әсіресе, Катон-Қарагай аудандарында бар. Шығыс Қазақстан облысында емдік-сауықтыру туризмді дамыту маңыздылығы облыстың өндірістік орталықтарында қоршаган ортаның нашар жағдайы және өндірістік мамандану ерекшеліктерімен шартталған.

Көптеген елді мекендер мен қалалар, әсіресе Өскемен қаласының тұрғындары жағымсыз метеожағдай кезеңінде экологиялық тәуекелге ұшырау мүмкіндігі жогары.

Кесте 1. Курорттық аймактар бойынша орналастыру орындарының негізгі көрсеткіштері, 2016 ж.

	Орналастыру орындарының саны, бірлік	Қызмет көрсетілген келушілер саны, адам	Көрсетілген қызмет көлемі, мың тенге
Курорттық аймактар бойынша	232	184 068	1 317 048,1
Алтай курорттық аймағы	24	35 526	338 949,3
"Нұртау" таушаңды курорты	1	5 698	89 200,7
"Алтай Альпісі" таушаңды курорты	9	26 032	212 172,6
Басқада Алтай курорттық аймактары	14	3 796	37 576,0
Алакөл курорттық аймағы	122	97 277	460 032,5
Бұқтырма курорттық аймағы	78	44 522	440 767,3
Ұлан курорттық аймағы	8	6 743	77 299,0
Сібі көлдері	6	4 585	64 554,0
"Окуньки" демалыс аймағы	2	2 158	12 745,0

Шығыс Қазақстанда емдік туризм жақсы дамып келеді. Мұнда еліміздің тұқпір-тұқпірінен, тіпті жақын және алыс шет елдерден мындаған туристер өздерінің денсаулықтарын түзеуге келеді. Облыстағы санаторийлер оларға панта тұнбасымен, балшықпен және жерасты емдік сулармен емдеу қызметтерін ұсынады. Олар – Алакөлдегі емдеу-сауықтыру кешендері, Катон-Қарагай ауданындағы пантамен емдеу мекемелері және тағы көптеген орындар. Шипалы Алакөлдің және таулы Бұқтырма су қоймасының жағажайлары жазғы мезгілде елімізден және шет елдерден, негізінен Ресейден келетін демалушылардан арылмайды.

Бұғынгі таңда ШКО территориясында 4 ірі минералды сулар көзі ашылып зерттелген. Олар - Раҳман қайнарлары (350), Барлық-Арасан (340), Арасан-Талды (370), Жеменей (25). Олардың ең алғаш ашылғаны – термалды радон көздері – Раҳман қайнарлары

100 жылдан астам уақыт аралығында емдік - профилактикалық мақсаттарда қолданылады. Үржар ауданында Барлық жоталарының батыс беткейінде минералды көздер негізінде жыл бойы қызмет ететін «Барлық-Арасан» санаторийі жұмыс істейді. Оның бір уақыттағы сыйымдылығы 250 орын. Жыл қөлемінде санаторий 5000-ға жуық адамға қызмет көрсетеді. Зайсан қаласынан батысқа қарай 30 км жерде орналасқан Арасан-Талды минералды көздері құрамы бойынша хлоридті-сульфатты, кальций-натрийлі, кремнийлі және өте ыстық (С) болып табылатын, өзінің емдік суларының өзгешелігімен ерекшеленеді.

Алакөл қөлінің де батпағы мен суы (хлоридті - сульфатты - натрийлі) емдік қасиеттің кең спектріне ие. Осы жайт көптеген келушілерді қөл жағалауында орналасқан демалыс базаларына («Ана», «Алакөл», «Айгерім» т.с.с.) еліктіреді. Алакөл Қазақстандағы ең әсем қөлдердің бірі, ол Жоңғар Алатауының солтүстік-шығыс аумағында орналасқан. Тұщы қөл құрамында күкірт қышқылы, минералдық тұздары бар шипалы қасиеті жоғары суы және балшығымен әйгілі.

Емдік-сауықтыру туризмін дамытуда емдік процедуралардың кең спектрін көрсеттін, термалды радон бұлактарының негізінде жұмыс істейтін бальнеологиялық санаторий «Рахман қайнарлары» орналасқан Катон-Қарагай ауданының мүмкіндігі зор. 2006 жылы қайта құрылып, бір уақытты сыйымдылығы 51 орынды құрайды. Санаторий жыл қөлемінде қызмет көрсетеді. Алыс орта таулы жерде орналасқан, радионмен емдеу қызметтің көрсететін «Рахман қайнарлары» санаторийі осы секторда ШҚО нарығында монополист болып табылады.

Емдік-сауықтыру туризмнің келесі маңызды бағыты – пантамен емдеу болып табылады. Бұл бағыт Шығыс Қазақстан облысы туризмінің халықаралық мамандануының болашағын анықтайды, себебі бұндай қызмет еліміздің басқа ешбір жерінде көрсетілмейді, 5675 ал пантамен емдеу қызметтің көрсетуге қажетті ресурстар қөлемі тек бірнеше елдеғана бар. Бүгінгі таңда осы бағытта үш заңды тұлға өз қызметтерін көрсетеді: «Долина царей» демалыс базасы, «Катон-Қарагай бұғы паркі» ШҚ (ШҚ пантамен емдеу орталығы), «Ақсу» кешені. «Ақсу» кешенінің Язевое, Верх-Катун, Белое, Репное, Катон-Қарагай ауылдарында орналасқан 5 емдік-сауықтыру кешені бар. Соңғы үшеуінде қызмет көрсету жыл бойы жүргізіледі. Пантамен емдеу қызметтің көрсететін объектілердің жалпы сыйымдылығы 178 орын. Пантамен емдеуді дамытудағы жағымды жағдай – тек жергілікті ресурстарға негізделу.

Санаторлы-курорттық және жалпы туристік салалардың дамуын тежейтін факторларға ескірген материалды-техникалық база мен инфрақұрылымды, емдік-сауықтыру аймактарындағы жоспарсыз құрылышты және казіргі заманға сай мәдени және ойын-сауық мекемелері жүйесінің жоктығын жатқызуға болады. Көптеген минералды су мен балшық көздерінің жекеменшік кәсіпкерлерге берілуі аса қымбат табиги ресурстардың мақсатына сай емес пайдаланылуына және санаторлы - курортты мекемелер үшін бағасының артуына алып келді. Сонымен қатар, емдік-сауықтыру туризмінің дамуына кедергі келтіретін мәселелер қатарына:

- коршаған ортаның ластануы;
- табиги ландшафттардың деградациясы;
- емдік минералды-бальнеологиялық ресурстардың дұрыс емес пайдаланылуы;
- материалды-техникалық базаның жоғары моралды және физикалық тозуы;
- қызмет көрсету сапасы мен денгейінің төмендігі;
- табиги емдік ресурстарды барлау және пайдалану, казіргі заманғы технологиялық жабдықтарды құру және енгізу саласындағы ғылыми-зерттеу жұмыстарының аздығы;
- санаторлы - курортты кешен үшін мамандарды даярлау және қайта даярлау жүйесінің жетілмелегендігі;
- курортты-санаторлы қызметтер бағасын есептеудің бірыңғай жүйесінің жоктығы, т.б. жатады.

Осы аталған мәселелерді шешудің және Қазақстан аймактарында емдік-сауықтыру туризмін дамыту шараларын жүзеге асырудың басым бағыттары:

- бірегей табиғи-ресурстық кешенді сактау;
- шаруашылық және табиғи кешендерді құқықтық бақылау жүйесін қамтамасыз ету;
- табиғи-ресурстық әлеуетті сактау және қоршаған ортаның экологиялық жағдайын жақсарту (емдік минералды ресурстарды сактау, өндіріс және тұрмыс қалдықтары мәселесін шешу, атмосфералық ауаны қорғау, су нысадарын ластауды тоқтату, аймақтық орман шаруашылығын қолдау);
 - бірыңғай экологиялық мониторинг кешенін ұйымдастыру;
 - табиғатты пайдалануды ұйымдастырудың экономикалық механизмдерін енгізу;
 - ұлттық туристік - рекреациялық сауықтыру кешендерін жылжытуға бағытталған мемлекеттік маркетингтік бағдарламаларды жүзеге асыру;
 - шипажайлы - курортты кешеннің материалды-техникалық базасын жаңартуды және курортология саласындағы ғылыми зерттеулер жүргізуі мемлекет бюджетінен қаржыландыру;
 - шипажайлы - курортты кешеннің түрлі сауықтыру мекемелеріндегі орналастыру орындарының инфрақұрылымына салынатын инвестицияларға салықтық жеңілдіктер жүйесін енгізу;
 - халықаралық нарыққа шығу шараларын дамыту т.б.

Еліміздің ұлттық мұдделеріне сәйкес емдік-сауықтыру туризмін дамытатын аймақтарда халық шаруашылығының өзге де салаларын, сауда - көлік - логистика кешенін, жеңіл және тамақ өнеркәсіпперін, ауыл шаруашылығын дамыту қажет. Әсіреле, қазіргі таңда экологиялық таза тамақ өнімдерін өндірудің инновациялық технологияларын мен-геру мәселесі өзекті, себебі емдік тамактандыру емдеу үрдісінің маңызды болігі болып табылады. Осы атаптандырылған салаларды отандық және шетелдік инвестицияларды белсенді тарту арқылы дамытуға мүмкіндік тудады.

Әлемдік деңгейде алып қарастыратын болсақ, емдік-сауықтыру туризмі – туризмін аса қарқынды дамушы саласы болып табылады. Дүниежүзілік денсаулық сактау ұйымының мәліметтері бойынша 2022 жылға қарай туризм және оның емдік-сауықтыру саласы әлемдегі басты салаларға айналады. Соған орай Шығыс Қазақстан Облысы келешегі мол өлкелердің бірі. Емдік сауықтыру туризмінің орталығы болатыны сөзсіз!

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Ветитнев А.М., Кусков А.С. Лечебный туризм. - М.: «Форум», 2010.
2. Кусков А.С., Лысикова О.В. Курортология и оздоровительный туризм. – Ростов-на-Д.: «Феникс», 2004.
3. Кусков А.С., Макарцева Л.В. Основы курортологии: Учебное пособие . - Саратов, 2002.
4. Шығыс Қазақстан облыстық мәслихатының 2012 жылғы 7 желтоқсандағы Сессияның № 8/104-V шешімімен бекітілген Шығыс Қазақстан облысының аумағын дамытудың 2016-2020 жылдарға арналған бағдарламасы. - Өскемен, 2012.

УДК 379.845

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ВОСТОЧНОМ КАЗАХСТАНЕ

Козлова В.И.

Сведения об авторе. Козлова Виктория Игоревна – студент специальности «Туризм» Казахстанско-Американского свободного университета

Аннотация. В данной статье рассматривается информация, касающаяся перспектив развития лечебно-оздоровительного туризма в Восточно-Казахстанской области. Обозначены основные цели и особенности лечебно-оздоровительного туризма. Особое внимание уделяется региону как

потенциальному туристскому центру, имеющему уникальные туристские возможности, располагающему важнейшими ресурсами для оздоровления организма человека такими, как Санаторий «Рахмановские ключи», Санаторно-профилактический комплекс «Изумрудный», Санаторий «Барлык-Арасан». Также, помимо туристской деятельности, отражены перспективы развития лечебно-оздоровительной деятельности региона.

Ключевые слова. Лечебно-оздоровительный туризм, Восточный Казахстан, развитие туризма, концепция развития туристской области, анализ лечебно-оздоровительных курортов.

Автор туралы мәліметтер. Козлова Виктория Игоревна – Қазақстан-Американдық еркін университеттінің «Туризм» мамандығының студенті.

Аннотация. Макалада Шығыс Қазақстан облысының аумағы қолайлыш және емдік-сауықтыру туризмін дамытудың үлкен әлеуеті қарастырылған. Негізгі проблема халықаралық стандарттарға сәйкес келетін инфрақұрылымның болмауы, тұрғын үй мен тамақтандырудың төмен сапасы, қызмет көрсету сапасы мен деңгейінің сәйкесіздігі. Аудандар бойынша «Рахман қайнарлары», «Изумрудный» кешені, «Барлык-Арасан» сияқты туристтік нысандарға талдау жасалған.

Түйін сөздер. Емдік- сауықтыру туризмі, туристтік әлеует, Шығыс Қазақстан, туризмді дамыту, туризм түрлері, курорттық аймактар, туристтік бағдарлар, туризм инфрақұрылымы.

About the author. Kozlova Victoria - a student of the specialty "Tourism" of Kazakh-American Free University

Annotation. This article is devoted to information concerning the prospects for the development of primary wellness tourism in the East Kazakhstan region. The main goals and peculiarities of primary wellness tourism are indicated. Particular attention is paid to the region as a potential tourist center that has unique tourist opportunities, which has the most important resources for improving the human body such as the Sanatorium "Rakhmanovskie Klyuchi", Sanatorium and Preventive Complex "Emerald", Sanatorium "Barlyk-Arasan". Also, in addition to tourism activities, the prospects for the development of medical and recreational activities of the region are reflected.

Keywords. Primary wellness tourism, East Kazakhstan, tourism development, the concept of development of the tourist area, analysis of health resorts.

Сейчас модно вести здоровый образ жизни, и все большее количество людей стремятся к этому. Во всем мире множество ресурсов, способствующих развитию лечебно - оздоровительного туризма, в связи с этим развивается большое количество новых методов лечения.

Современные люди, живущие в больших городах, ежедневно подвергаются стрессам, неблагоприятной экологической обстановке, а также несбалансированному питанию. Различные современные препараты и витамины не дают нужного эффекта, что приводит к развитию различных заболеваний и старению организма. Для предупреждения и лечения болезней рекомендуют санаторно-курортное лечение в различных странах мира.

На территории Казахстана расположены природные источники минеральных вод и лечебных грязей, что служит основной причиной развития лечебного туризма в стране. На Востоке Казахстана располагаются несколько бальнеологических курортов. Эти курорты Казахстана помогают в лечении различных заболеваний, в список которых входят дерматологические заболевания, заболевания опорно-двигательного аппарата и центральной нервной системы. Температура в таких источниках составляет от +34⁰ до +42⁰.

Лечебно-оздоровительный туризм предусматривает перемещение резидентов и не-резидентов в пределах государственных границ и за пределы государственных границ на срок не менее 20 ч и не более 6 мес., в оздоровительных целях, целях профилактики различных заболеваний организма человека.

Цели оздоровительного туризма:

- оздоровление, восстановление сил, правильное питание, нервные разгрузки, повышение адаптации к непривычным условиям;
- совершенствование физической подготовки;
- обучение практическим навыкам преодоления препятствий, ориентирование на местности, овладение различными техниками передвижения;

- совершенствование и эмоциональное обогащение внутреннего мира человека, воспитание решительности, смелости, уверенности и ответственности;
- развитие краеведческого кругозора, получение знаний по географии, биологии, истории, этнографии и культуры;
- закрепление теоретических основ организации, проведение походов, разработка новых маршрутов, организация работы туристских кружков;
- приобретение спортивного опыта для участия в походах разного уровня сложности.

Особенности организации:

- 1) организация данного вида туризма требует специфических рекреационных ресурсов (климат, минеральные воды, грязи);
- 2) при организации лечебно-оздоровительного туризма необходимо обеспечить безопасность потенциальных клиентов;
- 3) в центрах лечебно-оздоровительного туризма должен присутствовать медицинский персонал;
- 4) в центрах лечебно-оздоровительного туризма требуется организация высокого уровня обслуживания и комфорта в тех местах, где размещаются клиенты;
- 5) специфическая культура клиентов. Преобладают люди среднего и старшего возраста. Люди с ослабленным здоровьем;
- 6) необходимость разработки разных вариантов питания.

Проблемы для развития оздоровительного туризма в ВКО:

- недостаточность бюджетных и не бюджетных вложений в развитие оздоровительных учреждений в ВКО;
- отсутствие качественного методического и образовательно-воспитательного обеспечения пребывания людей в данных учреждениях;
- слабая материальная техническая база (тренажёры, техническое оборудование, снаряжение и т.д.);
 - малое количество видов оздоровительного туризма;
 - высокие цены на оказываемые услуги;
 - отсутствие достаточно комфортабельных условий на уже существующих туристских объектах;
 - слабое информирование населения в средствах СМИ;
 - неполная комплектация квалифицированных специалистов психолога - педагогических, физкультурно-спортивных, медицинских и других профессионалов, владеющих технологиями оздоровления и психолого-педагогической поддержки во время пребывания в туристическом учреждении;
 - отсутствие достаточного количества разработанных маршрутов и оздоровительных баз отдыха приспособленных для посещения ими многодетных семей, малообеспеченных семей и людей с ограниченными возможностями.

Пути решения и перспективы развития оздоровительного туризма в ВКО:

- увеличение финансирования и частных взносов в развитие оздоровительных учреждений в ВКО;
- подготовка специалистов для качественного методического и образовательного воспитания обеспечения пребывания людей в данных учреждениях;
- обеспечение необходимым техническим оборудованием (тренажеры, снаряжение и т.д.);
 - увеличение количества видов оздоровительного туризма;
 - снижение цен на оказываемые услуги (разработать туры и туристические маршруты для многодетных и малообеспеченных семей и людей с ограниченными возможностями);
 - оснащение оборудованием для комфортабельного пребывания на уже существующих объектах;
 - улучшение качественных рекламных информационных услуг для привлечения на-

селения к оздоровительному туризму (СМИ, телевидение, баннеры и т.д.);

- привлечение к оздоровительному туризму выпускников университетов, специалистов, имеющих опыт работы в данных учреждениях, путем улучшения условий труда и увеличение заработной платы.

В настоящее время лечебно-оздоровительный туризм занял одну из лидирующих позиций среди других видов отдыха. Во всем мире активно пропагандируется идея здорового образа жизни, и все больше людей стремятся к гармоничному состоянию души и тела. В тяжелых экономических условиях интерес потребителей к SPA имеет свои особенности, а продажи оздоровительных туров и SPA-услуг - определенные технологии.

Также выделены цели, которые нужно попытаться выполнить правительству РК:

- 1) анализ рынка лечебно-оздоровительных услуг;
- 2) возможности лечебно-оздоровительных услуг;
- 3) планирование будущего системы лечебно-оздоровительного туризма;
- 4) инвестирование в инфраструктуру лечебно-оздоровительного туризма;
- 5) разработка новых решений прошлых и настоящих проблем;
- 6) продвижение и реклама лечебно-оздоровительного туризма;
- 7) договорное стратегическое взаимодействие.

Далее рассмотрим лечебно-оздоровительные курорты Восточно-Казахстанской области.

Санаторий «Рахмановские Ключи» работает с 1964 года. Расположен на территории Катон-Карагайского Государственного национального природного парка в Восточно-Казахстанской области. В 450 км от г. Усть-Каменогорск, в самом сердце Алтайских гор на высоте 1760 м над уровнем моря. Вместительность санатория - 80 мест, профиль - бальнеотерапевтический. Основным лечебным фактором является природные минеральные термальные подземные радоновые воды, применяемые для лечения различных заболеваний.

Полный курс лечения 24 дня, сокращенный от 7 дней.

Противопоказания: общие для курорта с радоновыми водами.

Для посещения санатория необходимо оформление санаторно-курортной карты по месту жительства. Доставка в санаторий осуществляется централизованно из города Усть-Каменогорска транспортом санатория.

Санаторий расположен в пограничной зоне, поэтому для всех граждан, следующих в санаторий без путевки и для всех граждан дальнего зарубежья необходимо оформление пропусков.

Показания для лечения:

1. Заболевания сердечнососудистой системы;
2. Заболевания опорно-двигательного аппарата;
3. Гинекологические заболевания;
4. Заболевания нервной системы;
5. Заболевания эндокринной системы и обмена веществ;
6. Заболевания кожи;
7. Заболевания мочеполовой системы;
8. Урологические заболевания;
9. Заболевания желудочно-кишечного тракта;
10. Заболевания дыхательной системы.

Радоновая вода санатория оказывает седативное действие на центральную нервную систему, углубляет сон, уменьшает боль. Под ее влиянием ускоряется регенерация, восстановление нервных клеток, замедляется течение воспалительных и трофических процессов. Под влиянием общих радоновых ванн нормализуется деятельность сердечнососудистой системы.

На сегодняшний день санаторий состоит из 2-х лечебных корпусов, предлагающих следующие виды лечения:

- 1) радоновые ванны;

- 2) массаж;
- 3) гинекологические орошения;
- 4) гидромассажные ванны;
- 5) гидроколонотерапия;
- 6) подводное вытяжение позвоночника;
- 7) лечебные души;
- 8) фитобар;
- 9) пантовые ванны;
- 10) грязелечение, лечение солью (с использованием грязи и соли Мертвого моря);
- 11) питьевое лечение радоновыми водами.

Уникальные лечебные ванны, расположенные непосредственно на бьющих из-под земли термальных радоновых источниках ($t+34 +42^{\circ}\text{C}$), исцеляют от заболеваний опорно-двигательного аппарата: артритов, полиартритов, различных заболеваний костей, мышц, сухожилий, заболеваний позвоночника, ревматизмов, радикулитов, заболевания периферической и центральной нервной системы, различных кожных заболеваний: псориаза, всех форм экзем, ихтиоза, себореи и др., гинекологических заболеваний. Прекрасные результаты дает лечение бесплодия.

Вода Рахмановских ключей по современной химической классификации относится к группе слабоминерализированных азотнокремнистых лечебных вод и по своему составу близка к водам Белокурихи и курорта Цхалтубо, но значительно превосходит их своей целебной силой.

Типы номеров: Всего 31 номер. Типовые 2-х этажные коттеджи, рассчитаны на проживание 15 человек, на первом этаже расположены два 2-местных, один 3-местный номер, душ, туалет, холл, где соседи могут собраться вечером за круглым столом для игры в настольные игры или преферанс, попить ароматный чай с целебными травами, посмотреть телевизор. На втором этаже находятся два 4-местных номера - для тех, кто приезжает на отдых с семьей.

Имеются шесть более комфортабельных четырехместных одноэтажных коттеджей класса "поллюкс". Кроме спальни, имеется кухня, оборудованная холодильником и электроплитой, телевизор. Есть туалет и душ с горячей водой.

Питание: Четырехразовое питание в столовой (входит в стоимость путевки).

К услугам клиентов:

1. Комплекс медицинских процедур,
2. Доставка до санатория автобусом (микроавтобусом).

За дополнительную оплату:

1. Рафтинг по р. Белая Берель (июнь – август);
2. Прокат весельных и моторных лодок;
3. Аренда лошадей;
4. Сауна с берёзовыми и хвойными вениками;
5. Прокат горных велосипедов;
6. Услуги автостоянки;
7. Доставка на пантолечение в «Сергееву заимку»;
8. Поездка на озеро Язевое. Отсюда открывается великолепный вид на Белуху, которая в ясную погоду отражается в озере.

Санаторно-профилактический комплекс «Изумрудный» предлагает оздоровительные и лечебно-профилактические программы. В программы входит массаж, оздоровительное питание, водные процедуры (йодобромные, скипидарные, пантогематогенные ванны), лечебная физкультура, фитотерапия, фитобочка, физиотерапия, озокеритотерапия и многое другое. СПК "Изумрудный" располагает комфортабельными гостиничными номерами.

Расположение: 16 км от Усть-Каменогорска.

«Изумрудный» - излюбленное место семейных пар, просто романтиков, влюбленных молодоженов, изъявивших желание ненадолго уединиться от повседневной суеты и

отдохнуть в общении с природой. Несмотря на это, здесь всегда рады принять шумные дружеские компании. Для них могут быть предложены отдельные беседки для пикников, расположенные на свежем воздухе, где удобно пообщаться и пожарить ароматные шашлыки.

Стоит отметить, что в летний период функционирует детский оздоровительный лагерь.

«Изумрудный» - один из самых доступных санаториев Казахстана.

Горнолыжная база «Изумрудный» (сезон катания: с ноября по апрель).

Горнолыжный комплекс включает в себя:

1. Два подъемника (тип ВЛ-1000).
2. Четыре вида склонов для катания.
3. Пункт проката горнолыжного снаряжения.
4. Услуги опытных инструкторов.

Среди услуг санатория «Изумрудный» целый набор всевозможных водных процедур: минерализованные ванны, пантовые ванны, шунгитовые ванны, йодобромные ванны. Отдельное место занимают процедуры лечебного и оздоровительного массажа, физиотерапии и лечебной физкультуры, УВЧ терапия, фитотерапия и т.д.

Санаторий Барлык-Арасан расположен в Барлыкской долине в предгорьях Арасантау, в 18 км от озера Алаколь на термальных источниках.

Отдыхающие проживают в 5-этажном корпусе и открытым в 2011 году, 2-этажном мансардном доме.

В корпусе расселение в 1, 2, 3 – местных номерах. Любителям комфорта предлагаются 2-местные 2-комнатные улучшенные и люксовые номера с горячей водой. В корпусе проведен хороший ремонт всех люксовых номеров с заменой кафеля, труб и душевых. В некоторых стандартных номерах заменены трубы, умывальники. Во всех номерах проведен косметический ремонт. Изменился и облик фойе: появились подвесные потолки, другой дизайн стен. В каждом номере корпуса есть шкаф для одежды, кровати, стол, стулья. В залах улучшенного и люксового номеров есть холодильник, телевизор, мягкая мебель, душ. Во всех номерах имеются санузлы, умывальники.

В целях дальнейшего развития индустрии отдыха в области, интенсивного освоения рекреационных земель необходимо создание крупных рекреационных районов, единой системы, позволяющей более рационально и эффективно использовать рекреационные ресурсы. Основным направлением при этом должно стать формирование территориально-рекреационных систем (ТРС). Концентрация учреждений и мест отдыха в пределах ТРС, имея единую систему инфраструктуры, позволит значительно снизить строительные и эксплуатационные затраты.

Восточно-Казахстанская ТРС, курортно-рекреационный потенциал которой формируется на базе значительных водных ресурсов, крупнейших запасов минеральных вод, благоприятных климато-бальнеологических условий хвойных лесных массивов, может стать крупнейшим в Республике центром бальнеолечения, различных видов отдыха и туризма. В перспективе единовременная ёмкость учреждений рекреации в ТРС может возрасти до 100 тыс. мест.

Программа освоения рекреационных ресурсов области не может рассматриваться обособленно, без учета общей экономической обстановки и увязки рекреационного хозяйства с другими отраслями.

В своё время был упущен момент «рекреационного взрыва», а в результате чего в области отсутствуют необходимые материально-технические возможности, а также организационно-управленческие структуры для устранения диспропорции между спросом населения на отдых, возможностями его удовлетворения и охраной природы. А за это время рекреационная деятельность приобрела черты отрасли народного хозяйства со своими положительными и отрицательными качествами. Хотя и рано говорить о полном становлении рекреационного хозяйства, оно как природопользователь предъявляет значительные требования к природным, материально-техническим, финансовым, трудовым

ресурсам.

Таким образом, развитие лечебно-оздоровительного туризма очень значимо, так как этот вид играет огромнейшую роль в туризме, постоянно совершенствуется и занимает одну из лидирующих позиций в туризме. Эта сфера туризма требует разработки особых форм организации, так как она связана, с одной стороны, с эксплуатацией природных лечебных ресурсов, а с другой стороны, с организацией лечебного процесса. Отсюда главный отличительный признак этой отрасли - необходимость развития её на глубокой научной основе с привлечением специализированных научно-исследовательских учреждений, которые занимаются изучением медицинских аспектов курортного дела (методы санаторного лечения), основанных на применении природных лечебных и иных факторов, определении показаний и противопоказаний к направлению больных на те или иные курорты. Участие государства на этом этапе имеет первостепенное значение.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ветитнев А.М., Журавлева Л.Б. Курортное дело: учеб. пособие. - 2-е изд., стер. - М., 2007.
2. Сухарев Е.Е. Курортное дело: учеб. пособие. - М.: «Омега-Л», 2009.
3. Кусков А.С., Лысикова О.В. Курортология и оздоровительный туризм: учеб. пособие. - Ростов Н/Д: Феникс, 2004.
4. Курорты Казахстана. – Алма-Ата: «Казахстан», 1973.
5. Сухарев Е.Е. Курортное дело: учебное пособие. - М.: «Омега-Л», 2009.

УДК 379.845

РАЗВИТИЕ ШКОЛЬНОГО ТУРИЗМА Уварова Н.С.

Сведения об авторе. Уварова Наталья Сергеевна – студент специальности «Туризм» Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. В данной статье рассматриваются особенности туризма, нацеленного на детскo-юношескую возрастную группу населения. Обозначена важность приобщения юных умов к туристскому делу на примере воспитания личности, а также показано, как это помогает человеку с ранних лет полюбить родной край, природу, и как это научит его трепетно относиться к экологическому вопросу. В дополнение в статье упоминается польза туристического воспитания для самого педагогического дела.

Ключевые слова. Школьный туризм, детско-юношеский туризм, воспитание туристской культуры, воспитание личности, школьный лагерь, педагогический инструмент.

Автор туралы мәліметтер. Уварова Наталья Сергеевна – Казақстан-Американдық еркін университеттінің «Туризм» мамандығының студенті.

Аннотация. Берілген мақалада тұрғындардың бала - жасөспірімдік жас категориясына арналған туризмнің ерекшеліктері қарастырылған. Балалық туризмді дамытудың пайдасы, бала тәрбиесіндегі, әсіресе отансуйгіштікке тәрбиелеудегі маңызы дәлелденеді, баланың өз отанының экологиясын қорғауға жас кезінен үйрететіні баса айтылған. Оған коса мақалада туристтік тәрбиенің педагогика ісіндегі орынына да талдау жасалған.

Түйін сөздер. Мектеп туризмі, бала - жасөспірісмдік туризм, туристтік мәдениетке тәрбиелеу, мектеп лагері, педагогикалық құрал.

About the author. Uvarova Natalia - student of the specialty "Tourism" of Kazakh-American Free University.

Annotation. This article examines the characteristics of tourism, aimed at the child-youth age group of the population. The importance of familiarizing young minds with tourism on the example of personality education is indicated and it is also shown how this helps a person from an early age to love

his native land, nature, and how this will teach them to cherish the ecological issue. In addition, the article mentions the benefits of tourism education for the pedagogical work itself.

Keywords. School tourism, children's and youth tourism, education of tourist culture, education, school camp, the pedagogical tool.

Школьный туризм в общепринятом понимании - это ограниченные определённым времененным промежутком выезды школьников в группе родителей или близких родственников, в группах взрослых туристов или проживание в иностранных семьях. Данные выезды преследуют оздоровительные, познавательные, спортивные или иные цели.

Согласно определению Манильской декларации по мировому туризму, принятой Всемирным совещанием руководителей сферы туризма, «Туризм - один из видов активного отдыха, представляющий собой путешествия, совершаемые с целью познания тех или районов, новых стран и сочетаемые в ряде стран с элементами спорта».

Рассматриваемое в данной работе понятие «школьный туризм» правомерно будет приравнять к термину «туристско-краеведческая деятельность в школе» (ТКД), получившему распространение с 80-х гг. прошлого века [1].

Потенциал школьного туризма во всём комплексе его форм и видов, включая походы, сложно переоценить. Однако величина полезного педагогического действия туризма зависит от основополагающих организационных моментов, от умения и опыта лиц, его возглавляющих, от самой его концепции и подготовки.

Туризм – незаменимый и эффективный метод воспитания здорового человека. В отличие от иных видов спорта, он направлен не столько на развитие мускулатуры, сколько на закаливание и формирование выносливости. Бывалый турист не боится промочить ноги, простудиться на ветру, промокнуть под дождем. Туризм закаляет его тело и характер.

В процессе туристских занятий вырабатываются ценнейшие навыки: умение правильно ходить, развести огонь, сварить кашу, правильно ориентироваться и не заблудиться в лесу, быстро починить одежду.

Школьникам от природы свойственна естественная жажда знаний, повышенная двигательная активность, стремление к расширению кругозора. Им не хочется ограничиваться школьной партой. Их неуёмно тянет к путешествиям и приключениям. Этую тягу нужно своевременно направить в полезное, благотворное русло. Этим руслом вполне может выступить обсуждаемый нами туризм. В походах находят практическое применение многие знания, полученные на уроках географии, биологии, математики, астрономии. Школьник видит их реальную пользу, что способствует повышению его мотивации к обучению. Он изучает родной край, пополняет знания в области краеведения [2].

Трудно переоценить роль туризма и в нравственном воспитании личности, социализации и развитии коммуникативных качеств подростков. В походах ребята учатся преодолевать трудности, работать в команде, ценить взаимовыручку. У подростков формируются осознанная дисциплина, настойчивость, ответственность.

Общество в целом должно быть заинтересовано в развитии и поддержке такого феномена, как школьный туризм. Для детей полезно некоторое время проводить вне дома и родительской опеки, чтобы оценить собственные силы, взвесить свою самостоятельность и в тоже время осознать значение коллектива. Ребёнок в такой ситуации учится принимать решения и нести за них ответственность, полагаться на окружающих людей, получать от них помочь и поддерживать, когда в этом нуждается член коллектива. Таким образом, туризм - мощный педагогический инструмент.

По мнению многих учёных, важнейшей функцией туризма является оздоровление. Смена привычной обстановки, влияние на организм подростка факторов окружающей среды, повышенная двигательная активность, развитие возможностей адаптации в условиях смены климата, активные способы передвижения, разнообразные двигательные действия, самоконтроль в соблюдении личной гигиены – всё это способствует укреплению здоровья ребёнка.

Здесь налицо комплекс физического, умственного, эстетического и нравственного развития. В связи с этим можно смело утверждать, что возможности влияния туризма на школьников крайне велики. Особенно для современных школьников, как правило, ограниченных пространством и однообразными занятиями. Официальная статистика гласит, что учащиеся средних общеобразовательных школ, особенно старшеклассники, страдают различными хроническими заболеваниями. Порой число нездоровых детей в школьном коллективе доходит до 90%! Объяснений можно дать предостаточно: низкий уровень дохода родителей, неустроенный быт в семье, алкоголизм и наркомания среди родителей, чрезмерное увлечение компьютером, телевизионными программами, малоподвижный образ жизни, учебная перегруженность школьников, низкая культура досуга, отсутствие регулярных физических нагрузок и тому подобное.

Из всего вышесказанного органично проистекает, что туризм как форма активного отдыха и дополнительного образования полезен каждому ребенку. Более того, он просто необходим каждой развивающейся личности. Уместно вспомнить слова Гете: "Без странствований не создается ни одна индивидуальность". А значит, каждому учащемуся, независимо от его склонностей, желаний, увлечений, школа должна дать определенную порцию туризма. А детям, проявляющим повышенный интерес к туризму и готовым сделать его своим хобби, школа должна создать максимум условий в виде специальных кружков, секций, клубов.

В школе в идеале должно развивать два вида туризма. Первый – обязательный, минимальный по объему, но охватывающий всех учеников. Второй - для детей увлеченных, готовых с радостью воспринимать связанные с этим видом спорта нагрузки, тяготы и удовольствия. Эти виды туризма будут отличаться по расстоянию, частоте походов, сложности и разнообразию мероприятий, глубине изучения туризма [3].

История становления школьного туризма, его начало и успехи, достигнутые на почве его развития.

Туризм – дитя промышленной революции, породившей новые требования к воспитанию подрастающего поколения. В конце XVII - начале XVIII веков в учебных заведениях европейских стран педагоги стали использовать пешие прогулки и поездки в окрестности. Эти небольшие путешествия были названы экскурсиями.

В России данный метод впервые начал использовать Я.А. Герд. Настоятельно рекомендовал прогулки, экскурсии и походы известный педагог П.Ф. Лесгафт. На педагогическую ценность путешествия указывали и русские революционеры-демократы. "Ни-какие школьные занятия и никакие работы не дают молодому человеку столько пользы, как путешествия", - писал Николай Чернышевский. Многие педагоги, писатели и публицисты поддерживали эту идею в своих трудах.

Детский туризм как таковой появился в России в середине XIX века. Он носил характер общеобразовательных экскурсий. Так, в Санкт-Петербургском лесном коммерческом училище в течение семилетнего обучения проводилось до 50 экскурсий и походов, в том числе по 3-4 дальних похода ежегодно в каникулярное время.

Официально годом создания государственной системы детско-юношеского туризма считается 1918 год, когда по предложению Н.К. Крупской было создано Центральное бюро школьных экскурсий. С 1924-25 учебного года краеведение активно внедрялось в школьную практику. В 1932 году принято постановление, отмечающее, что экскурсионно-туристская работа среди детей является одним из наиболее актуальных и необходимых приемов в деле максимального повышения качества работы школы, ставилась задача каждой школе включить в учебный план минимум проведения местных экскурсий.

Дальнейшему развитию данной работы с детьми помешала Великая Отечественная война. Однако с 1946 года туристско-краеведческая работа была возобновлена. Огромную роль сыграли первые декреты Советской власти: о земле, о лесах, об охоте, об охране памятников природы, садов и парков. В них природа рассматривалась не только как кладовая материальных ценностей, но и как источник здоровья, отдыха и эстетического наслаждения, а также как средство воспитания советских людей [4].

В 1950-е годы вышло в свет огромное количество научных публикаций, раскрывавших передовой опыт туристско-краеведческой деятельности. Следует выделить работы О.А. Архангельской, В.В. Добковича, В.А. Кравцова, А.Г. Комовского, А.Н. Прохорова, в которых содержались ценные советы по организации и проведению экскурсий и походов с учетом возрастных особенностей школьников, а также богатый материал по технике туризма и ориентированию на местности. Некоторые республиканские и областные издательства выпустили методические рекомендации для школьных турорганизаторов. В них поднимались вопросы воспитания у юных туристов таких качеств, как наблюдательность, любознательность, умение применять теоретические знания на практике, смелость, выносливость и так далее. Однако эти пособия имели существенный недостаток – они были ориентированы на отдельный регион, а посему их невозможно было применить масштабно.

В эти же годы появились первые туристские школьные и межшкольные лагеря. В основу их работы было положено сочетание отдыха детей с трудовой деятельностью. В июне 1958 г. было создано Бюро международного молодёжного туризма «Спутник» с целями организации поездок зарубежной молодёжи в СССР и советской молодёжи - за границу и по СССР. Идея всестороннего развития школьников в туристско - краеведческой деятельности укоренялась среди творчески мыслящих педагогов. Повсеместно организовывались многочисленные экспедиции, в каждой из которых приняли участие до 10 млн. детей, был собран большой материал о героях гражданской и Великой Отечественной войн. Общественные, государственные, научные организации и школы давали участникам экспедиций задания.

В 1960 г. появились республиканские, краевые и областные детские экскурсионно - туристские станции. В последующие годы данная педагогическая работа набирала обороты. Появились статьи о ценности туризма и краеведения. В конце 1960-х годов был организован Всесоюзный поход комсомольцев и молодёжи «Дорогой славы отцов». Молодые патриоты сооружали памятники героям, приводили в порядок места захоронений, устанавливали имена солдат, погребенных в братских могилах, писали летопись боевых дел, помогали в поиске пропавших без вести. Итоги этого похода показали, что туризм стал важным средством воспитания школьников.

В 70-80-х годах вышло много интересных научно-методических трудов, посвящённых детскому туризму. Особенно выделим сборник программ «Туризм и краеведение» для внешкольных учреждений и общеобразовательной школы, который позволил вести туристско-краеведческую работу в кружках и секциях планово и систематично.

Таким образом, научная литература и педагогическая практика показывают, что туризм стоял во главе средств всестороннего развития личности. В каникулярное время организовывались поездки в лагеря, дети активно участвовали в международных спортивных соревнованиях, а затем и в языковых практикумах от специализированных языковых школ [5].

В ходе школьной реформы 90-х многие внешкольные учреждения были упразднены, что обещало пагубно сказаться на развитии школьного туризма. Но благодаря энтузиастам эту беду удалось предотвратить. Стали проводиться научно - практические конференции по проблемам детского туризма и школьного краеведения. Некоторые вузы ввели курс «Детско-юношеский туризм и краеведение». В конце 90-х годов были выпущены первые дипломированные специалисты - социальные педагоги-организаторы детско-юношеского туризма. Однако с распадом СССР система детско-юношеского туризма была свёрнута. Закрылось огромное количество местных и региональных центров, станций юных туристов. Остро всталась проблема заполнения детского досуга.

Огромное значение придавалась вершинами педагогической мысли развитию школьного туризма на протяжении долгой российской и советской истории.

Сегодня школьный туризм - одна из наиболее эффективных оздоровительных технологий. Важнейшей его целью является формирование здорового образа жизни человека и общества в целом. Учитывая, что будущее поколение в современных условиях не

должно терять и нравственных ориентиров, перед детским туристским движением стоят следующие задачи:

- вернуть молодому поколению спортивный туризм;
- обучить его навыкам выживания в природной и городской среде.

Новые экономические отношения в стране обострили проблемы школьного туризма. Они требуют изменений в его материальной базе и организационной работе.

Туристские походы по форме их организации, целям и задачам подразделяются на спортивные, тренировочные и на туристские экспедиции.

Спортивные походы преследуют цель прохождения маршрута определённой категории сложности, выполнения спортивных нормативов.

Туристские экспедиции служат цели освоения новых районов, испытания нового снаряжения, разработки новых технических приёмов. В экспедициях могут проходить различные научные исследования: медико-биологические, физиологические, геологические.

Школе больше подходят учебно-тренировочные походы, имеющие оздоровительные, учебные, спортивные и познавательные цели.

Кроме прикладных целей туристского похода можно выделить и другие группы целей:

- физическая активность – туризм прекрасно подходит для привлечения детей и подростков к регулярным нагрузкам;
- поддержка хорошего состояния здоровья достигается за счёт активного образа жизни. Спортивный туризм создаёт для этого уникальные возможности;
- социальная активность – создание команды в ходе спортивного похода стимулирует детей для совместной работы и понимания важности сотрудничества;
- характер приключения – основной признак туристского похода - неизвестность конечного результата, что делает его интересным.

Вышесказанное определяет постановку следующих задач:

- определить, что представляет собой школьный туризм;
- выявить его вклад в жизнедеятельность населения;
- обозначить важнейшие тенденции развития современного школьного туризма;
- сформулировать главные проблемы развития школьного туризма;
- обрисовать основные перспективы его развития.

Детско-юношеский туризм является основополагающим фактором развития внутреннего туризма и воспитания туристской культуры. Занятия различными видами туризма с детских лет способствуют воспринимать идеологию гостеприимства как общегосударственную идею, при реализации которой возможно реальное развитие отечественного туризма с минимальными последствиями для природы.

Также школьные туры устраивают и за границу, так как зачастую это экономически более выгодно.

Школьные туры за границу – это замечательная возможность выбрать для своего ребенка полноценный отдых в другой стране, а также позаботиться об усвоении пройденного школьного материала и языковой практике. После такого путешествия каждый ребенок получит заряд позитивных эмоций и массу ярких впечатлений. Туры за границу для школьников станут волнующим и счастливым воспоминанием с детства, ведь каждый ребенок, начиная с ранних лет, мечтает увидеть своими глазами все красоты стран, к примеру, Европы.

Замечательная возможность совершить совместное путешествие с одноклассниками или с друзьями, позволит сделать школьный тур вдвое увлекательнее и интереснее. Познавательные экскурсии смогут заинтересовать всех детей школьного возраста. Следует заметить, что такие туры способствуют расширению кругозора, за счет этого дети становятся всесторонне развитыми, что всегда действует на пользу умственного развития.

Предоставляется уникальная возможность подарить своему ребенку незабываемый отдых, на протяжении которого он сможет насладиться красотой стран, познакомиться с

новыми друзьями и познать для себя больше полезной информации.

Детско-юношеский туризм, являясь активным видом туризма, а также уникальным средством воспитания личности, способствует:

- воспитанию гражданственности и патриотизма;
- формированию всесторонне развитой и физически здоровой личности;
- приобщению подрастающего поколения к здоровому образу жизни через общение с природой, альтернативой наркотикам и вредным привычкам, воспитанию воли и духовности;
- практическому познанию родного края, знакомству с памятниками истории и культуры, с окружающей природой;
- организация активного досуга, летнего отдыха учащихся;
- формированию экологической культуры;
- привитию навыков трудовой, общественной деятельности, поисковой и исследовательской работы, профессиональной ориентации, социальной адаптации [5].

Детский туризм – это также:

- оздоровление;
- самопознание;
- патриотическое воспитание;
- краеведение;
- эстетическое воспитание;
- выбор будущей профессии;
- экологическое воспитание;
- пропаганда здорового образа жизни;
- нравственное и трудовое воспитание;
- поисково-исследовательская деятельность.

Детский туризм в школе включает в себя основные компоненты:

- это общение детей с природой (смена обстановки);
- это психологическая разгрузка несовершеннолетних;
- туризм прост в организации, доступен учащимся любого возраста;
- туризм является естественным и посильным видом спорта, нагрузки в нем хорошо дозируются, он относится к тренирующим видам;
- развивает коллективизм, дисциплинированность, упорство, настойчивость.

Туризм – это профилактика правонарушений среди подростков, употребления вредных веществ.

Туризм – это пропаганда здорового образа жизни.

Индустрия туризма в Республике Казахстан на государственном уровне признана одной из приоритетных отраслей экономики. Так, в реализации положений индустриально-инновационного развития экономики страны ведущая роль принадлежит системе кластеров, в частности, туристскому кластеру. Современные тенденции в развитии этой отрасли таковы, что туристы, хорошо изучившие известнейшие курорты мира, стремятся в те страны, где туристский сектор только начинает развиваться. С этой позиции привлекательность Казахстана растет. В советский период в Казахстане, в основном, развивался внутренний туризм, в который входит почти целиком школьный вид туризма. Доля международного туризма была незначительной. Следует отметить, что туризм в Советском Союзе представлял собой один из элементов системы культурно-просветительной работы, выполнявшей идеологическую функцию и, несмотря на ее доминирующую роль, финансировался по остаточному принципу и не имел существенной экономической значимости.

Таким образом, детский и школьный туризм – важный способ передачи новому поколению накопленного человечеством жизненного опыта, формирования ценностных ориентаций, нравственного оздоровления и культурного развития нации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Остапец А.А. Педагогика и психология туристско-краеведческой деятельности учащихся: Методические рекомендации. - М., РМАТ, 2001.
2. Гуляев В. Г. Организация туристской деятельности. - М.: «Нолидж», 1996.
3. Барышева Ю.А. Формирование эколого-краеведческих знаний в школе. - М., 1997.
4. Остапец А.А. Педагогика и психология туристско-краеведческой деятельности учащихся. - М., 2001.
5. Детско-юношеский туризм [Электронный ресурс] // Материал из Википедии - свободной энциклопедии. - URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B5%D1%82%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B6%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%BE%D0%B9_%D1%84%D1%80%D0%B8%D1%86%D0%B8 Детско-юношеский туризм

УДК 379.841

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Валуевич В.В.

Сведения об авторе. Валуевич Влада Владимировна - студент специальности «Туризм» Казахстанско-Американского свободного университета

Аннотация. В статье рассматриваются перспективы развития спортивного туризма в Республике Казахстан. Раскрываются понятия спортивно-экстремального туризма и его видов. Описываются возможности Казахстана в развитии экстремально-спортивного туризма из-за необъятных территорий, их красоты и самобытности, что отражает все и привлекательность Природы Казахстана многообразна и привлекательна для развития таких видов туризма. В статье также, помимо перспектив развития туристской деятельности, описаны мероприятия международного уровня, проводившиеся в Казахстане - Зимняя Универсиада - 2017.

Ключевые слова. Спортивный туризм, туристский потенциал, Универсиада, развитие спортивного туризма, виды спортивного туризма, оздоровительный туризм, физическая подготовка, туристская индустрия, инфраструктура туризма.

Автор туралы мәліметтер. Валуевич Влада Владимировна - Қазақстан-Американдық еркін университеттінің «Туризм» мамандығының студенті.

Аннотация. Спорттық туризм дегеніміз әлеуметтік - бағытты сала, кей адамдар үшін өмір салты. Ол табиғатқа деген құрметті тәрбиелей, ұлттар мен ұлыстар арасындағы достық саясатын насиҳаттай отырып, жеке тұлғаның рухани дамуы мен жан мен тән саламаттығына дәнекер болады. Осы саладағы инфракұрылымды дамыту Қазақстан экономикасы мен әлемдік саяси сахнадағы престижін көтеруге үлкен септігін тигізді. Халықаралық тәжірибеде спорттық туризмді дамыту жалпы қоғамдық құбылыс болып келеді. Спорттық - сауықтыру туризм мемлекет экономикасының күйін кезеңдерінде де белсенді жұмыс істей алу кабілетіне ие.

Түйін сөздер. Спорттық туризм, туристтік әлеует, Универсиада, спорттық туризмді дамыту, сауықтыру туризмі, туристтік инфракұрылым, дene дайындығы, туристтік индустрия.

About the author. Valuevich Vlada - a student of the specialty "Tourism" of Kazakh-American Free University

Annotation. The article discusses the prospects for the development of sports tourism in the Republic of Kazakhstan. The notions of sport-extreme tourism and its types are revealed. The possibilities of development of extreme sports tourism are described, because of the immense territories of Kazakhstan, their beauty and identity, which reflects and attracts everything. The nature of Kazakhstan is diverse and attractive for the development of such types of tourism. In the article, in addition to the prospects for the development of tourism activities, the events of the international level, held in Kazakhstan - the Winter Universiade - 2017, are described.

Key words: Sport tourism, tourist potential, Universiade, development of sports tourism, types of sports tourism, health tourism, physical training, tourist industry, tourism infrastructure

Туризм - это современный вид деятельности, популярность которого возрастает с

каждым днем. Индустрия туризма объединяет ряд различных организаций и предприятий, которые занимаются организацией отдыха для туристов. Если говорить о туризме как о виде деятельности, то мы подразумеваем людей, которые приезжают навестить друзей и родственников, отдохнуть на каникулах, поехать в отпуск или просто хорошо провести время.

Туризм развивает в человеке личность, расширяет его познавательные горизонты, творческую и организаторскую деятельность и помогает избавиться от чувства усталости.

В настоящее время индустрия туризма объединяет различные организации и предприятия, которые занимаются организацией отдыха и предоставляют туристам разные услуги. В индустрию туризма входят гостиничные фирмы, предприятия питания, киносервис, музейный бизнес, спортивные центры, центры здоровья и т.д. Все это обеспечивает условия для туризма и отдыха.

Спортивный туризм – одно из самых перспективных направлений в современной сфере отдыха и развлечений. Путешествия, которые связаны с активными видами отдыха на природе, относятся к приключенческому туризму, а именно к экстремальному. Спортивный туризм все больше и больше становится популярным во всем мире, а так же и в нашей стране. Все стремятся увидеть красоты подводного мира. Прыгнуть с парашютом или покорить горные вершины. Активные виды отдыха все больше становятся интересны для туристов.

Туризм уникален тем, что каждый может найти в нем все то, что он хочет. Спрос на спортивный туризм значительно вырос. Спортивно - экстремальный туризм - спорт мужественных людей. Преодолевая трудности, люди доказывают, насколько неисчерпаемы возможности человека. Экстрим закаливает характер человека.

Одна из основных функций спортивного туризма это оздоровительная. Поэтому сегодня спортивный туризм мы ассоциируем со спортивно-оздоровительным. Оздоровительная ценность туризм заключается в том, что природа взаимодействует с человеком, выполняя относительно нее ряд важных функций: реабилитационную, психотерапевтическую, познавательную и эстетическую. Именно эти функции закаляют и повышают физическую жизнедеятельность организма человека.

Человек - часть природы; несмотря на то, что он испорчен городской культурой. его всегда тянет к живой природе и приключениям. Туризм – особенная форма связи человека с природой.

Другим важным критерием спортивного туризма является возможность рационального использования свободного времени, а также самореализации и самоутверждения человека в обществе.

Экстремальные виды туризма подразделяются на несколько направлений – это водный туризм, наземный туризм, горный туризм, воздушный туризм, городской туризм, приключенческий туризм, военный туризм и экзотический туризм.

1. Водный экстремальный туризм – это активный отдых, виндсерфинг, серфинг, сплав по реке, рафтинг, дайвинг, вейкбординг, сплавы на байдарках, подводное плавание, кайтсерфинг, занятие водными лыжами, отдых под парусом и корпоративные сплавы по горным рекам.

2. Наземный экстремальный туризм - это активный спорт, спелеология, спелестология, конный туризм, диггерство, маунтинбайкинг, велоспорт, авто-мотогонки, Х-гонки, катание на собачьих или оленевых упряжках, этнографический туризм и экологический туризм.

3. Горный экстремальный туризм – это экстремальный спорт, альпинизм, ледолазание, подъем на горные вершины, скалолазание, прыжки со скал, поход по пещерам, восхождение на ледник, треккинг, катание на горных лыжах и сноубордах.

4. Воздушный экстремальный туризм – это парашютный спорт, прыжки base-jump, кайтинг, прыжки горе-jumping, групповая воздушная акробатика и скайсерфинг.

5. Городской экстремальный туризм – это паркур, прыжки с небоскребов, мостов или телевизионных башен, скейтбординг, BMX, катание на роликах и горном велосипеде.

6. Приключенческий экстремальный туризм – это сафари, охота в джунглях, спуск в жерло вулкана, погоня за акулами, пешая прогулка по саванне, поездка в Чернобыль, погружение на затонувший корабль и другие экстремальные экспедиции.

7. Военный экстремальный туризм – это стрельба из боевого оружия, гонки на танках, полеты на боевых самолетах и другой военный экстрим.

8. Экзотический экстремальный туризм - самый дорогой экстремальный отдых; это путешествия в самые экзотические места планеты, путешествия на Северный и Южный полюса, проживания в племени или джайллоо-туризм, рекреационный туризм и космический туризм.

Экстремальные туры - одни из самых популярных и дорогих туристических туров и позволяют испытать максимум ощущений, проявить себя и оторваться от обыденности.

Корпоративные экстремальные туры – это возможность за короткое время сплотить коллектив в команду единомышленников.

По форме проведения туристические маршруты разделяются на походы выходного дня, многодневные походы (на время отпусков и каникул), учебно-тренировочные собрания и туристические экспедиции.

Походы выходного дня – один из самых массовых видов активного отдыха населения, целью которого является общение с природой, знакомство с жизнью и бытом своего региона, края и страны. Походы выходного дня проводятся также с тренировочной целью во время подготовки к сложным туристским путешествиям и соревнованиям.

Успех экстремального туризма зависит от физического состояния и уровня закаленности каждого участника. Поэтому особенное внимание необходимо уделить физической подготовке туриста.

Физическая подготовка - многолетний сложный процесс, который должен проводиться по принципу, постепенности и систематичности.

По характеру упражнений и их влияния на физическое состояние человека различают общую, специальную и закалочную физическую подготовку.

Общая физическая подготовка содействует всестороннему и гармоничному развитию человека. Она заключается в ежедневной утренней гимнастике, тренировочных занятиях, а также предусматривает участие в туристических походах выходного дня и соревнованиях.

Начиная систематические занятия с физической подготовки, участники похода должны пройти медицинский осмотр в физкультурном диспансере и получить рекомендации специалистов.

Специальной физической подготовкой воспитываются качества и навыки, необходимые туристу в спортивном походе, связанном со значительными физическими и психическими нагрузками.

Специальную физическую подготовку приобретают во время утренней гимнастики, на тренировочных занятиях, в походах выходного дня - при условии систематичности занятий. Во время тренировочных походов туристы отрабатывают технику лазанья по скалам, удерживания равновесия на колоде и получают навыки работы с веревкой, организации страховки и самостраховки. Силу и выносливость дают организму в процессе занятий другие виды спорта: занятие на гирях и штанге, бег, кроссы, плавание и др.

Закалочная физическая подготовка - это солнечные и воздушные ванны, водные процедуры, сауны и другие способы повышения сопротивляемости организма к изменению температуры окружающей среды, к инфекциям и простудным заболеваниям. Закаленность улучшает приспособляемость организма к разнообразным условиям туристского похода: жары, холода, дождя, снега (даже летом) и холодных ночевок в зоне высотогорья, а также к значительным физическим нагрузкам.

Организация, подготовка и проведение процесса физического самосовершенствования и закалки организма полностью полагается на каждого участника похода.

Согласно спортивной классификации, спортивно-экстремальный туризм разделяется на такие виды, как пешеходный, лыжный, горный, водный (на гребных судах и пло-

tax), велосипедный, мотоциклетный, автомобильный, спелеологический и парусный.

Самым давним является пешеходный туризм. На его основе построены пешеходные, горные и некоторые водные и спелеологические походы.

Множество организаций занимаются туризмом, но они не подготавливают людей к экстремальным ситуациям. Спортивно-экстремальный туризм - это учение о выживании и знании, как вести себя в той или иной ситуации.

С 29 января по 8 февраля 2017 года в Алматы прошли международные студенческие молодежные спортивные соревнования «Зимняя Универсиада - 2017».

Универсиада – международные спортивные соревнования среди студентов, проводимые под эгидой Международной Федерации студенческого спорта (FISU). К участию в соревнованиях допускаются студенты, аспиранты и выпускники в возрасте от 17 до 28 лет. В универсиаде, которая проходила в Казахстане, приняли участие свыше пяти тысяч студентов из 50 стран, входящих в альянс FISU. Были задействованы порядка трех тысяч волонтеров.

Официальное решение о проведении Универсиады в Алматы было принято на голосовании Международной федерации университетского спорта (FISU) 29 ноября 2011 года, состоявшемся в Брюсселе. Таким образом, Алматы стал столицей XXVIII зимней Универсиады 2017 года – впервые на постсоветском пространстве. Талисманом зимней Всемирной универсиады 2017 года в Алматы выбран сокол сункар, что, по мнению разработчиков, олицетворяет скорость, легкость, энергию и жажду побед. Логотип Зимней Универсиады 2017 года представлен в виде стилизованных крыльев и имеет четко выраженную динамичную форму: вверх слева направо, что означает рост, а также стремление к достижению вершин.

Слоган Универсиады-2017 - «Қанатыңды кең серпі!», что значит «Расправь свои крылья!», призываю молодых спортсменов покорить высоты взрослого спорта.

Любой логотип Универсиады должен содержать в себе образ латинской буквы U, являющейся обязательным элементом фирменной символики любого спортивного мероприятия, проводимого под эгидой FISU.

Организационный комитет по проведению 28-й Всемирной Зимней Универсиады возглавлял Заместитель Премьер-министра Республики Казахстан Имангали Тасмагамбетов. Организационный комитет осуществлял контроль за реализацией всех необходимых мероприятий для проведения Универсиады в 2017 году на высоком уровне.

Инициатором проведения в Казахстане зимней Универсиады в 2017 году является Федерация студенческого спорта РК как член Международной федерации студенческого спорта (FISU). Национальную Федерацию Казахстана возглавляет профессор Кайрат Закирьянов.

В Алматы создана Дирекция по проведению Универсиады 2017 года, которая осуществляла текущий контроль хода подготовки к проведению соревнований. Дирекцию возглавляет Наиль Нуров.

В состязаниях Зимней Универсиады в Алматы приняло 2000 спортсменов из более, чем 55 стран. На период проведения Универсиады были задействованы 3000 волонтеров, в том числе зарубежных и из регионов страны, 30 тысяч иностранных гостей и туристов. Количество телеаудитории составило 1 млрд. Трансляция проводилась в 80 странах мира.

Инфраструктурной базой для подготовки мегаполиса к крупному спортивному событию стали объекты, построенные для проведения 7-х зимних Азиатских игр 2011 года. В частности, были задействованы Международные комплексы лыжных трамплинов «Сункар», Дворец спорта им. Б. Шолака и Лыжный биатлонный стадион в Алматинской области. Также спортивные соревнования прошли на высокогорном катке «Медеу» и горнолыжном курорте «Шымбулак». Для нужд Универсиады дополнительно возводились Ледовый дворец, Ледовая арена и Атлетическая деревня.

В рамках зимней Универсиады в Казахстане были запланированы состязания по 13 спортивным дисциплинам (8 обязательных и 5 дополнительных). Обязательные виды спорта: фигурное катание, шорт-трек, горнолыжный спорт, сноубординг, биатлон, лыж-

ная гонка, хоккей с шайбой, керлинг. Добавочными видами спорта, которые включаются по предложению принимающей стороны, стали прыжки на лыжах с трамплина, лыжное двоеборье, фристайл, конькобежный спорт, бенди.

Студенческая сборная Казахстана имеет опыт участия в восьми зимних Универсиадах. За это время в копилке сборной Казахстана набралось 43 награды.

Таким образом, туристская индустрия постоянно развивается и совершенствуется, предлагая все новые услуги туристам, особенно молодежи, которой уже недостаточно традиционных видов туризма, ей надоела пресыщенность комфортом, спокойным отдыхом в отелях. Возникает необходимость в создании условий для активного отдыха. Активные виды туризма предусматривают виды отдыха и путешествий, развлечений, спорта, требующие значительного физического напряжения и доступные не всем категориям туристов. Экстремальный туризм относится к наиболее опасным видам туризма. Все виды опасностей в экстремальном туризме можно классифицировать по природе явления и роли туристов в возникновении опасной ситуации. Туризм в представлении большинства людей связан с отдыхом, новыми впечатлениями, удовольствием. Туристская индустрия постоянно развивается и совершенствуется, предлагая все новые услуги туристам, особенно молодежи, которой уже недостаточно традиционных видов туризма, ей надоела пресыщенность комфортом, спокойным отдыхом в отелях. Возникает необходимость в создании условий для активного отдыха. Активные виды туризма предусматривают виды отдыха и путешествий, развлечений, спорта, требующие значительного физического напряжения и доступные не всем категориям туристов. Еще более выделяется в этом смысле экстремальный туризм.

Сегодня в Казахстане представлены практически все существующие виды туризма - познавательный, экстремальный, развлекательный, этнический, экологический и другие. Индустрия туризма в Республике Казахстан на государственном уровне признана одной из приоритетных отраслей экономики.

В силу своих географических особенностей значительная часть территории Казахстана осталась малодоступной и экологически чистой. Туризм в Казахстане имеет хороший потенциал, но он недостаточно развит. Именно существование таких красивых и небольятных территорий отражает все многообразие и привлекательность природы Казахстана, что может и должно обеспечивать постоянный приток иностранных туристов и формировать культуру населения.

Интерес к Казахстану, как к туристскому направлению, значительно возрос во всем мире, и соответственно, из года в год увеличивается спектр туристских услуг, предоставляемых местными туроператорами для привлечения большего количества путешественников.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кусков А.С., Джалаадян Ю.А. Основы туризма. – М., 2008.
2. Федотов Ю.Н., Востоков И.Е. Спортивно-оздоровительный туризм. – М., 2004.
3. Зимняя Универсиада 2017 – Официальный сайт Президента Республики Казахстан [Электронный ресурс]. – URL: http://www.akorda.kz/ru/national_projects/zimnyaya-universiada-2017
4. Пасечный П.С. Туризм спортивный. - М.: «Советский спорт», 2007.

УДК 379.847

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ТУРИЗМДІ ДАМЫТУ

Ерембекова Д.А.

Автор туралы мәліметтер. Ерембекова Данагүл Алтынбекқызы – Қазақстан-Американдық еркін университеттінің «Мемлекеттік және жергілікті басқару» мамандығының студенті.

Аннотация. Туризм саласы экономиканы дамыту көздерінің бірі болып саналады. Қазақстан Республикасында туризмді дамыту үшін барлық қажетті мәдени, тарихи, географиялық және климаттық жағдайлар жеткілікті. Тәуелсіздік алған соң мәдени және тарихи құндылықтарды жанартуға бағытталған бұл саланы дамытуға алғышарттар жасалды. Сонымен қатар бұл өз кезеңінде көліктік, инфрақұрылымдық, сауда орындары, деңсаулық сактау қызметтерін жетілдіруді қажет етеді. Осыған байланысты Қазақстан Республикасының Үкіметі өзінің дамудың ұзақ мерзімді бағдарламасында туризмді экономиканың маңызды салаларының бірі деп жариялады.

Түйін сөздер. Нарықтық экономика, туризм, туризм индустриясы, заманауи туризм, турфирма.

Сведения об авторе. Ерембекова Данагүл Алтынбекқызы – студент специальности «Государственное и местное управление» Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы развития туризма в Республике Казахстан. Автор считает, что туризм положительно влияет на развитие экономики всех регионов страны. Современная индустрия туризма является одним из быстро развивающихся сегментов сферы услуг международной торговли. Туризм находится на третьем месте по доходности, после экспорта нефти и автомобилей. С помощью туризма возможно улучшение социально - экономического состояния и решение целого ряда социальных проблем. В современных экономических условиях Казахстана развитие туризма имеет стратегическую важность. При экономическом кризисе, росте безработицы, разрыве торговых отношений развитию туризму уделяется особое внимание.

Ключевые слова. Рыночная экономика, туризм, индустрия туризма, современный туризм, турфирма.

About the author. Yerembekova Danagul - a student of the specialty "State and Local Administration" of Kazakh-American Free University.

Annotation. The article deals with the problems of tourism development in the Republic of Kazakhstan. The author believes that tourism positively affects the development of the economy of all regions of the country. The modern tourism industry is one of the fastest growing segments of the international trade services sector. Tourism is in third place in terms of profitability, after exports of oil and cars. With the help of tourism, it is possible to improve the socioeconomic status and address a number of social problems. In the current economic conditions of Kazakhstan, the development of tourism is of strategic importance. In the economic crisis, the growth of unemployment, the severance of trade relations, tourism is given special attention.

Keywords. Market economy, tourism, tourism industry, modern tourism, travel agency.

Қазақстанда қазіргі заманғы инфрақұрылым салаларының дамуына, соның ішінде туризмге үлкен мән беріледі. Туризм елдің тұтас өнірлерінің экономикасына белсенді ықпал етеді.

Қазақстанның мәдени-тарихи және демалыс зоналарын жетілдіру мен сактауға, саланың ғылыми-әдістемелік қамтамасыз етілуіне, кадрларды дайындауға және қайта дайындауға үлкен мән бөлінетін болады.

Туризмнің қазіргі индустриясы табысы жоғары және серпінді дамып келе жатқан қызмет көрсетулердің халықаралық сауда сегменттерінің бірі болып табылады. Туризмнен табыс, мұнай, мұнай өнімдері және автомобиль экспортының табысынан кейінгі тұрақты үшінші орында келеді. Әлемдік туристік нарықтың дәстүрлі аудандары өзінің реакциялық сиымдылығының шегіне іс жүзінде жеткендіктен, туризмнің өсуі туристер баратын жаңа аумақтар есебінен басым дамитын болады. Осыған байланысты, Қазақстан әлемдік туристік нарықта өзінің лайықты орнын табуға бірегей мүмкіндігі бар.

Қазіргі туризм еңбекшілердің жыл сайынғы ақылы енбек демалысына шығуымен байланысты, мұның өзі адамдардың демалуға және бос уақытын өткізуге деген негізгі құ-

қығын тану болып табылады. Ол жеке адамды, адамдар мен халықтар арасындағы өзара түсіністікі дамытудың факторларына айналады.

Қазіргі туризм – бұл әлемдік экономиканың құлдырауы болмайтын саласы. Мамандардың есебі бойынша, орташа есеппен, бір шетелдік туристің беретін табысын алу үшін оған барабар, шамамен 9 тонна тас көмір немесе 15 тонна мұнай, немесе 2 тонна жоғары сұрыпты бидайды әлемдік нарыққа шығару керек еken. Бұл ретте, шикізат сату елдің энергия көздерін азайтады, ал туристік өндіріс таусылмайтын ресурстармен жұмыс істейді. Шетелдік экономистердің есебі бойынша, 100 000 турист қалада орташа есеппен екі сағат болған кезде кемінде 350000 доллар немесе адам басына 1 сағатта 17,5 доллар жұмысады. Сөйтіп шикізат сату өзіндік экономикалық тығызыққа тірелу болса, ал туризмді дамыту – ұзақ мерзімді, экономикалық тиімді болашак.

Туризм тек қана экономикалық емес, сонымен бірген әлеуметтік-мәдени маңызға ие. Себебі ол елдер арасындағы мемлекетаралық байланыстардың және мәдени айырбастаудың дамыуна ықпалын тигізеді, аймақаралық байланыс көлемін арттырады, халықтың танымдық деңгейін көрсетеді.

Қазақстанда туризмнің хаостық дамуы, мемлекеттің, қоғамдық - құқықтық және жеке құрылымдардың арасында өзара байланыстын жоқтығы, экономикалық механизмнің жетілмелегендігі тән. Туризм сферасындағы макротенденциялар туризмнің тек бір сегментінің – шығу туризмнің артықшылықты еkenін анықтады. Сонымен бірге, Қазақстанда келу туризмін дамытудың да алғышарттары іс жүзінде бар, себебі Республикада табиғи және рекреационды ресурстар, мәдени, тарихи сәулет және археологиялық ескерткіштер мол.

Соңғы кездері Қазақстанда туризмді дамыту арқылы экономикалық жағдайды жақсартып, бірқатар әлеуметтік мәселелерді шешуге болатыны жиі-жій әңгіме болып отыр. Ресми мәліметтерге қарағанда, мемлекет қазынасына сырттан түсетін инвестицияның 10 пайызға жуығы осы туризмнен түседі еken.

Қазақстан туристік ел болуға толық мүмкіндігі бар бірден-бір ел қатарына жатады. Алайда, Қазақстанда туризм бәсек дамып келеді. Оның дәлелі, елімізге шеттен келетін туристердің басым көшілігі – келуге тиісті іс-сапарлармен, кәсіби жұмыс бабымен келгендерден құралып отыр (89,7%). Соған қарамастан, әрбір турист шамамен 700 АҚШ долларын қалдырады еken. Әйткенмен, бұл көрсеткіш әлемдік орташа бағадан (1000 доллар) әлдекайда төмен [1].

Қазақстанда туризмнің қанат жаюы үшін, шекаралық тексерулер мен туристердің қауіпсіздігін қамтамасыз етуіді, туристерді тасымалдау, яғни, көлік қатынасына жағдай жасау санды факторларды іске асыруды дұрыс жолға қою керек.

Қазақстанда қазіргі жаңа экономиканың қызмет етуі жағдайында, салаларды дамыту стратегиялық мінезге ие болады, болжau мәні бірден өседі, әлеуметтік, экономикалық және сыртқы экономикалық басымдылықтарының қалыптасуы негізінде қоғамдық ұдайы өндірістің барлық үрдістерін реттеуге алғышарттар жасалады. Республикада соңғы жылдары туристік саланы дамытуға бағытталған және мемлекет жағынан оны жан-жақты қолдау шараларының кешені жүргізілді. Сондықтанда жүргізілетін шаралардың күшті және әлсіз жақтарын анықтау және жүргізілген талдау негізінде туристік қызметтің жақсаруын қамтамасыз ететін шаралар үсіну қажеттілігі туды. Туризм сферасында мемлекеттік басқару органдарының жүргізген үйимды - экономикалық шаралары, толығымен, конструктивті мінезге ие, біракта талдау туристік нарықта сәтті қызмет үшін белгілі бір резервтер бар екендігін көрсетті. Мақалада көрсетілген деректерден келесідей шешімдер жасауга, белгіленіп отырган бірқатар шаралар саланың қызметтің жақсартуға мүмкіндік береді, экономикалық тиімділік көрсеткіштерін көтереді, туристік белсенділік дәрежелері көрсеткіштерін жоғарылатылды, ішке кіру туризмін дамытады, шетелдік туристерді тартады [2].

Туристік фирмалардың қызметтерін жақсартуға мүмкіндік беретін негізгі шаралар – бұл шағын бизнес кәсіпорындарын капиталдандыру, фирмалардың қызметтін маркетинг қағидаларына қайта бағыттау, лицензиялық жүйені жетілдіру. Қазақстанда туристік қыз-

меттің әлеуметтік-экономикалық механизмдерін оқып-үйренумен қатар, туристік ағымдар болжамын есептеуді жүргіземі және мемлекеттік бағдарламамен ұсынылған болжаммен талдау.

Қазақстанда «Қазақстан Республикасында туризм индустриясын дамытудың ұлттық бағдарламасы» құрылды, онда 2020 жылға дейінгі туризм бойынша көрсеткіштер мен туристік ағымдардың болжамы есептелінді. Осы кезде болжамдарды есептеу кезінде қонақ үйлер мен басқа орналастыру құралдарының максималды сыйымдылығы есепке алынды. Орналастыру орындарында қажеттілік пен туристердің жалпы болжамды ағымының құрылымы математикалық әдістер көмегімен өткен көрсеткіштер негізінде бағланатын болжамның сандық әдісі негізінде анықталынған.

Қазақстан туризм саласында дүниежүзілік тәжірибелі, ғалымдар болжамын ескере отырып, төл туристік бизнесін жедел дамытуға күш салуы тиіс. Жалпы, тарихи, мәдени байланыстар халықтың піғызын, мемлекет азаматтарының ой-өрісін көрсетеді. Тарихи мұрағаттар да, туристік бизнес те болашаққа қызмет етеді, стратегиялық идеяларды жүзеге асыруға тартылар көпір болады.

Дүниежүзілік туристік ұйымның болжамы бойынша, 2020 жылға қарай саяхатшыларды ең көп қабылдайтын ел Қытай болмақ. Ал, осы елге жетудің тиімді де қысқа жолының екеуі де Қазақстан арқылы өтеді.

Өркениетті елдерде туризмді дамыту басты мақсаттардың біріне жатады және туризм елдің мәртебесін қалыптастыратын қурал болып есептеледі. Елінің сұлу табиғатымен әлемді таңдандыру арқылы мемлекет бюджетіне ақша түсіру, кіріс келтіру ең пайдалы іс екені де белгілі.

Осы туризм арқылы қалтасын қампайтып отырған елдерде жетерлік. Кіп-кішкентай Израильдің бюджетіне тек қана туризмнен – 2 млрд. доллар, Тайландқа – 7 млрд. доллар, ал АҚШ-тың коржынына 50 – млрд. доллар пайда түседі.

Ал, бізде сыртқа шығатын туристік сапарлардың мөлшері – 50 пайызға жуық болса, елімізге келетін туристік сапарлар – 16 пайызды ғана құрайды. Туристер ағынын қайткенде көбейтуге болады? Осы орайда Түркия мен Тайландтың туризмнен түсестін кірісті көбейту үшін визаны арзандайтып, кейбір елдер үшін визасыз жүйе қіргізгені нәтижелі болған. Түркия мен Тайландты туристер тасқыны басып қалды. Тайланд визасы небәрі 8 доллар тұрады [3].

Туризм бойынша көрсеткіштерді болжау кезінде орналастыру орындарының өткізілімдік мүмкіндігін ғана есепке алып қана қоймай, сондай-ақ көрсету объектілерінің өткізілімдік мүмкіндіктерін, сонымен қатар республика ландшафттарының максималды мүмкін болатын туристік жүктелуімді есепке алу қажет.

Осылынан бірге туристік ағымды шектейтін негізгі факторларының бірі негұрлым әйгілі ескерткіштер немесе құнды градоқұрылыштық ансамбльдердің және қызмет көрсету объектілерінің өткізілімдік мүмкінділіктері болып табылады.

Туризмдегі физикалық жүктелуім туризм мен қоршаған орта арасындағы сандық – сапалық өзара байланысты көрсетеді. Қабылдау жүктелімі туристік топтардың жекелеген мінездеріне әлеуметтік-психологиялық тәсілге негізделген, бұл көрсеткішке туристердің талғамдары, әдеттері мен жергілікті халықтың дәстүрлері және т.б. әсерлерін тигізеді. Осы кезде жүктелім түрінде субъективті элементтер үлкен мәнге ие болады, сондықтан да туристік ағымдарды болжау рекреациялық ресурстардың физикалық жүктелісінен шыға жүргізіледі. Эрине, бұл тәсіл кезінде, экономикалық қозқарас жағынан берілген ресурстарды қолдану тиімділігін есептеу керек.

Күнделікті тұтынушылар циклі бір күндеңі туристік қызметтер сағатының санын әрбір туристеке қызмет сағатының санына қатынасы ретінде анықтайды. Өткізілімдік мүмкіндікке негізделген туристік ағымдарды есептеу жоғары жүктелімдікten салдарынан табиғи ландшафттардың бұзылуына алып келуі мүмкін. Сондықтан да болжау кезінде туристердің өтімділік көрсеткіші, сонымен қатар туристік жүктелуім нормативі оңтайлы сәйкес келуі керек.

Туристік жүктелуімді анықтау туристік ағымды болжау кезінде негұрлым объек-

тивті болып табылмайды, өйткені ол тек сезілетін және сезілмейтін көптеген параметрлерге байланысты сандық көрсеткіш. Бұл көрсеткіш ұзак мерзімді жоспарлау кезінде пайдалы аппарат береді.

«Қазақстан Республикасында туризм индустриясын дамытудың ұлттық бағдарламасы» бойынша болжамдық көрсеткіштер мен туристік жүктелуім параметрлері бойынша болжамдық көрсеткіштерге зерттеу жүргізіміз. Бірақ та жұмыста көрсетілген көрсеткіштерге жету осы бөлімнің басында көрсетілген саланы дамыту жағдайларын қалыптастыру кезінде ғана мүмкін. Макалада көрсетілген болжанған көрсеткіштер шетелдік туристердің белсенді демалуы үшін жағдайлар жасау мен дамыған туристік инфрақұрылымы кезінде неғұрлым нақты болады.

Болжамдарды салыстыру туристік сыйымдылық шегі 1020 мың адамды құрайтынын көрсетеді, ал «Қазақстан Республикасында туризм индустриясын дамытудың ұлттық бағдарламасы» бойынша 2010 жылы бұл көрсеткіш 1510 мың адамды құрды, норманы 490 мың адамға жоғарлатады, ал туристер ағымының жоғарылауы – жылына 8,8 млн. адам-сағат. Осы көрсеткіштің жоғарылауы салдарынан табиғи ресурстардың деградациясы болуы мүмкін, басқа жағынан тарих пен мәдени ескерткіштерінің эстетикалық неғіздерін бұзыуна алып келеді.

Туристік ағымдарды болжаудағы маңызды мәнгे неғұрлым атtractивті туристік аймақтардың басымдықтарын анықтау ие болады.

Бұл туристік қызмет көрсетуді болжау мен жоспарлау тәжірибесінен шығады, сонымен қатар бар туристік бағдарлар, туристік аймақтар бойынша орналастыру объектілерінде қажетті орын санын анықтау және оларды жоғарылату бойынша жобалық шешімдерді қабылдау [4].

Осылан орай, ежелде «Ұлы Жібек Жолы» өткен туристік аймақтарда туристердің қандай ерекше қызығушылықтары бар екендігін анықтауға болады. Ұлы Жібек Жолының қазақстандық белгінде болжанған туристердің ағымы жылына 50 мыңға жуық шетелдік туристерді құрайды. болжауга әсер ететін орналастыру объектілерінің сыйымдылығы, туристердің ағыны, туристік объектілердің өткізілімдік мүмкіндіктері, сонымен қатар бір туристен алатын табыс сияқты негізгі факторларға сүйене отырып, толығымен Қазақстан Республикасы бойынша пайда мен өткізілген өнімдер бойынша болжанған көрсеткіштерді есептеу жүргізілді.

Тәжірибеде болжалынғаны көрсеткіштерді алу үшін келісілген инвестициялық саясатты жүргізу қажет. Біз көнілімізді туристерді қабылдаумен айналысатын фирмалар, яғни ішке кіру туризмін сегменттеуде ғана инвестиациялық және салықтық қолдауға көніл бөлінеді. Барлық сала қызметтің тиімділігі үшін оның барлық бөлімшелік құрылымдарының өзара байланысы қажет, бір уақытта әртүрлі қалаларда орналастыру, тамақтану, көліктік және экскурсиялық қызмет көрсету сұрақтарын шешу үшін біртапті туристік ұйымдар әрекет етуі қажет. Бір элементтінде жетіспеушілік пайда болған кезде әлеуетті клиент үшін тізбектеме атtractивтілігін жоғалтады. Сондықтан да толық құнды және сапалы туристік өнімді жасауға барлық қатысуышылардың мүдделерін үйлестіру туралы сұрап түр [5].

Нарықтық экономика – туризм үшін неғұрлым жағымды орта. Туризм рекреациялық, танымдылық және емдік мақсатта орындалады, бірақ сонымен бірге жаңа инфрақұрылымды құру, аралас салаларды дамыту, елдің төлемдік балансын жақсарту және валюталық түсімнің ағыны сияқты экономикалық аспекттерге және үлкен мәнгे иелік етеді.

Қазақстанда соңғы 12 жылдың ішінде туризм сферасында түбебейлі институционалды және сапалы өзгерістер болды. Нарықтық экономика элементтерін енгізу, мемлекеттік туристік кәсіпорындарды акционерлік, жеке және біріккен кәсіпорындарға қайта құру сыртқа шығу туризмі мен шоп - туризмге бағытталған Қазақстанның отандық туристік өнімін қалыптастыруға мүмкіндік берді.

Қазақстанның аймақтарын рекреациялық аймақтандыру сапарлық мақсаттар бойынша туризмді қайта құруга мүмкіндік берді. Еліміздің территориялық артықшылық-

тарын және оның аттрактивтігін бағалауды есепке ала отырып ішке кіру туризмін дамыту үшін басымдылықты болып тау, танымдылық және рекреациялық туризм табылады. Қазақстандағы көрсетілген туризм тұрлерінің құрылымы елде мамандандырылған аңшылық туризмнің, оқиғалық туризмнің, көштік, этникалық, өткенді еске түсірушілік, діни және жастар туризмінің қызмет етуі мен әрі қарай кеңеюі үшін мүмкіндіктері бар.

Шетелдер тәжірибесі көрсетіп отыргандай, туризм сферасында дұрыс қалыптастырылған мемлекеттік саясат оның пайдалылығын қамтамасыз етуі мүмкін және әлеуметтік-экономикалық дамудағы бірнеше мәселелерді шешуге көмектеседі. Шетелдік туризмді дамытуға бағытталу мен дамыту кезінде, қымбат және қымбат емес орналастыру құралдарын үйлестіріп, шетелдік туристердің саралымына жауап берегін туристік өнімді құру арқылы болашақта Қазақстан Республикасында ішке кіру туризмін дамыту мүмкіндігі бар. Бұл жағдайда туризмді елдің мамандануының негізгі тұрлерінің біріне айналдыра отырып, халықаралық туризмді сапалы дамыту үшін икемді салық саясатын, пайызызы зайдар мен несиелер беру, соның ішінде валютада, дотациялар қарастыру мақсатты болар еди.

Экономикалық құйзеліс жағдайында, белгіленген экономикалық және саудалық байланыстардың бұзылуы, жұмыссыздық өсуі кезінде туристік қызмет көлемі мен туристік өнімнен бас тарту болған жоқ, бірақ туризмде құрылымдық қайта құру байқалды – қызметтердің жалпы көлемінде сауда-саттық туризмі жоғарылады, негұрлым үнемді турларға сұраныс көбейді.

Туристік сферадағы бар сертификациялау мен лицензиялау жүйесі өз қызметтерін толық көлемде орындана отырган жоқ. 2001 жылы қабылданған соңғы лицензиялық жүйе туристік саланың дамуына теріс әсерін тигізді. Лицензияны туризмнің түріне байланысты және ішке келу туризмімен айналысатын туристік фирмалардың қызметтерін ынталандыру мақсатында беру кажет. Туризмдегі тұтынушыларға қызмет көрсету сапасын жоғарлату үшін кешенде Қазақстанның жекелеген аймактарында қызметтерді сертификациялауды жүргізу мақсаттанған: туристік фирмалар, қонақ үйлер және қоғамдық тамактандыру кәсіпорындары.

Туристік қызметтің жақсаруы маркетингті тиімді қолдану көмегімен қамтамасыз етілуі мүмкін. Туризм нарығын сегменттеу әртүрлі сегменттердің басымдықтары айрықшаланатының көрсетті: жоғары табысы бар тұтынушылар рекреациялық туризмді талғайды, орташа және төмен табыстырар – шоп-туризмді.

Туризмде фирмалар арасындағы бәсеке жоғарылауда, сондықтан да бәсекелетерінің артықшылықтары мен кемшиліктерін оқып-үйрену керек, осыған орай фирмамен тұтынушыларын таңдауга әсерін тигізетін негұрлым маңызды қызметтік көрсеткіштері есепке алынған туристік фирмалардың рейтингтік бағаларының варианттары құрылған.

Ішке кіру туризмін дамытуға мемлекеттік қолдаудың қажеттілігі негізделген. Осы мақсатта шетелдік туристерді қабылдаумен айналысатын туристік фирмалар үшін женілдік шарттар қолдануға болады: қызмет етуінің бастапқы жылдарында жиынтық табыстан алынатын салықтан, қосымша құн салығынан босату, сонымен қатар туристердің негізгі ағымы жоспарланып отырган аймактарда туристік инфрақұрлыым объектілері салумен айналысатын ұйымдарды субсидиялау және женілдетілген несие беруді қарастыру.

Туризмді дамытуға ынталандырушылық әсер ету инвестициялаудың арқасында жүргізіледі. Сондай-ақ, инвестициялаудың сондай мақсаттанған жүйесін қолдану керек, әсіресе жергілікті жұмыс күшін және жергілікті өндіріс материалдарын қолдануды іске асыратын.

Туризм әлемдік экономикада басты рольдердің бірін атқарады. Туризмнің қазіргі индустрисы табысы жоғары және серпінді дамып келе жатқан қызмет көрсетулердің халықаралық сауда сегменттерінің бірі болып табылады [6].

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: Учебник, 3-е издание.- М., Новое знание, 2002.
2. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в турагентстве. – М., 2009.

3. Квартальнов В.А., Романов А.А. Международный туризм: политика развития. – М.: «Советский спорт», 2009.
4. «Қазақстан Республикасының Туристік қызмет туралы Заңы» 13.06.2001 ж. №211-2 Қазақстан Республикасының Заңы.
5. Панорама - №16, 29 сәуір 2005 жыл.
6. Қазақстан Республикасындағы 2002 жылғы туризм. Статистикалық жинақ. - Алматы, 2016.

УДК 379.841

СИБИНСКИЕ ОЗЕРА КАК ТУРИСТСКАЯ ДЕСТИНАЦИЯ В ВОСТОЧНО-КАЗАХСАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Торопынина Э.В.

Сведения об авторе. Торопынина Элина Владимировна - студент специальности «Туризм» Казахстанско-Американского Свободного Университета.

Аннотация. В статье рассматриваются основные понятия и определения, касающиеся разработки познавательных туристских маршрутов. Представлена классификация туристских маршрутов и их подробное описание, приведена технология разработки маршрутов и основные ее этапы, обозначены основные особенности разработки познавательных маршрутов. Особое внимание уделяется рынку познавательного туризма в Казахстане и статистике посещаемости Казахстана с познавательной целью. Подробно рассмотрены Сибинские озера - уникальная достопримечательность Восточно-Казахстанской области и место, которое представляет большой туристский интерес.

Ключевые слова. Туризм, туристский маршрут, турпродукт, познавательный туризм, технология разработки туристских маршрутов, тур, экскурсии, туристский потенциал Казахстана, Восточно-Казахстанская область, Сибинские озера.

Автор туралы мәліметтер. Торопынина Элина Владимировна - Қазақстан-Американдық еркін университеттінің «Туризм» мамандығының студенті.

Аннотация. Мақалада экономикалық тұрғыда дамыған елдерде туризм, оның ішінде мәдени туризм өте мықты дамыған. Ол мемлекеттік және сыртқы саясаттың ажырамас бір бөлігі саналады. Қазіргі уақытта республикамыздың туризмі дағдарысты бастаң кешуде. Басты проблема – танымдық туристік кластердің жоктығы. Шығыс өңіріндегі тұмса табигаттың тағы бір інженер маржаны – Сібे көлдері. Бұл көлдер Ертістің сол жағалауынан аса қашық емес, Қалба тауларының қатпар-қатпар құйма тастарынан қаланғандай жоталарының арасында орналасқан. Керемет туристтік нысанды дамытудың негізгі мәселелері қарастырылған.

Түйін сөздер. Туризм, туристтік бағдар, танымдық туризм, туристтік бағдарлардың құру технологиясы, тур, экскурсиялар, Қазақстанның туристтік әлеуеті, Шығыс-Қазақстан облысы, Сібे көлдері.

About the author. Toropynina Elina - student of the specialty "Tourism" of Kazakh-American Free University.

Annotation. The article deals with the basic concepts and definitions concerning the development of cognitive tourist routes. The classification of tourist routes and their detailed description is presented, the technology of development of routes and its basic stages is shown, the basic features of development of cognitive routes are designated. Particular attention is paid to the market of cognitive tourism in Kazakhstan and statistics of attendance of Kazakhstan with a cognitive purpose. Sibin Lakes are a unique sight of the East Kazakhstan region and a place that is of great tourist interest.

Keywords. Tourism, tourist route, tourist product, cognitive tourism, technology of development of tourist routes, tour, excursion, tourist potential of Kazakhstan, East Kazakhstan region, Sibin lakes.

Разработка маршрутов, формирование туров и различных экскурсионных программ, предоставление основных и дополнительных услуг составляют технологию тури-

стского обслуживания, то есть производство конкретного туристского продукта, предназначенного для удовлетворения потребности в туристской услуге.

Часто туристский маршрут определяют как заранее спланированную трассу передвижения туристов в течение определенного периода времени с целью получения предусмотренных программой обслуживания туристско-экскурсионных услуг.

Туристские маршруты - один из основных видов обслуживания, предоставляемых туристам. Туристско-экскурсионные организации заранее разрабатывают маршруты, включая в них определенный комплекс услуг (питание, проживание, экскурсии, спортивные и досуговые мероприятия и т.д.).

Технология разработки маршрута предусматривает выбор направления маршрута, установление времени его выполнения и длительности, формирование базового туристского пакета, включающего услуги транспорта, размещения, питания, а также экскурсионные и досуговые услуги.

Любой разработанный туристический маршрут в первую очередь является турпродуктом – результатом деятельности предприятий различных сфер туристской индустрии. Поэтому разработанный туристический маршрут должен отвечать определенным потребительским свойствам, которые присущи турпродукту, а именно:

- обоснованность – т.е. предоставление услуг должно быть обусловлено целью путешествия и сопутствующими условиями;
- надежность – соответствие реального содержания продукта рекламе, достоверность информации;
- эффективность – достижение наибольшего эффекта для туриста при наименьших расходах с его стороны;
- целостность – завершенность продукта, его способность полностью удовлетворить туристскую потребность;
- ясность – потребление продукта, его направленность должны быть понятны как туриstu, так и обслуживающему персоналу;
- простота в эксплуатации;
- гибкость – способность продукта и системы обслуживания приспособиться к другому типу потребителя;
- полезность – способность служить достижению одной или нескольких целей;
- безопасность – защита жизни, здоровья имущества туристов и окружающей среды;

Разработка маршрута включает в себя следующие основные этапы:

- исследование туристских ресурсов по предполагаемой трассе маршрута;
- маркетинг рынка на туристские услуги по данной трассе маршрута;
- определение типа маршрута;
- построение эскизной модели маршрута;
- привязка маршрута к пунктам жизнеобеспечения;
- разработка схемы безопасности на маршруте;
- разработка паспорта маршрута; согласование паспорта с соответствующими службами;
- пробная обкатка маршрута и внесение необходимых изменений;
- утверждение паспорта маршрута.

В настоящее время познавательный туризм занимает одно из ведущих мест на рынке туристских услуг. Ежегодно наблюдается увеличение количества туристских дестинаций; как следствие, возрастает поток туристов, воспользовавшихся именно таким видом активного отдыха. Этот факт подталкивает туристские компании к расширению предлагаемого ассортимента экскурсионно-познавательных туров. При этом стоит отметить, что таких туров становится не только больше, и в то же время их программа становится наиболее разнообразной и интересной.

Познавательный туризм давно выделился и стал самостоятельным видом туризма. Познавательный туризм - это одна из разновидностей туристической отрасли, и заключа-

ется в организации туров исторической, культурной, познавательной направленности. Его основой является историко-культурный потенциал страны или региона, включающий всю социокультурную среду с традициями и обычаями, особенностями бытовой и хозяйственной деятельности. Поездка может включать в себя и познавательные, и рекреационные цели одновременно.

Минимальный набор ресурсов для познавательного туризма может дать любая местность, но для его массового развития требуется определенная концентрация объектов культурного наследия, среди которых можно выделить: памятники археологии; культовую и гражданскую архитектуру; памятники ландшафтной архитектуры; малые и большие исторические города; сельские поселения; музеи, театры, выставочные залы и др.; социокультурную инфраструктуру; объекты этнографии, народные промыслы и ремесла, центры прикладного искусства; технические комплексы и сооружения.

Рынок познавательного туризма достаточно широк. Он не зависит от возрастной принадлежности туристов, а только от круга его интересов. Интересовать человека может многое, а особенно что-то непривычное и необычное, ранее не виденное и неизвестное. Поэтому при разработке экскурсионно-познавательного тура, при его рекламе особое внимание нужно уделять освещению именно этих сторон туристского маршрута. Также к познавательному туризму можно отнести этнографический туризм – знакомство с традиционным бытом местного населения. В мировой практике этот вид туризма достаточно развит. Иначе говоря, познавательный туризм ориентирован на ознакомление туристов с памятниками архитектуры, археологии, истории, культуры, природы, традициями и обычаями страны.

Основа познавательного туризма – богатая экскурсионная программа, включающая осмотр достопримечательностей, памятников, музеев, уникальных природных объектов и явлений.

Для развития познавательного туризма важное значение имеет «кустовой» принцип планирования, предусматривающий создание вблизи главного объекта туристской притягательности дополнительных объектов посещения – музейных экспозиций, мастерских природных промыслов с организацией продажи сувениров, а также культурных акций и зрелищных мероприятий. Это позволяет привлечь больше туристов, увеличить продолжительность их пребывания, а, следовательно – повысить эффективность использования туристской инфраструктуры. Дополнительные объекты должны функционально соответствовать основному, не нарушая характер исторической среды, в то же время размещаться удобно по отношению к главному объекту.

В последнее время интерес к Казахстану, как к туристскому направлению, значительно возрос во всем мире, и соответственно, из года в год увеличивается спектр туристских услуг, предоставляемых местными туроператорами для привлечения большего количества путешественников. Более всего в Казахстане туристов из Германии, Англии, Японии, Кореи, Китая.

Таблица 1. Основные показатели работы мест размещения туристов в ВКО за 2012-2015 годы

	2012	2013	2014	2015
Заполняемость гостиниц (%)	24,9	21,4	22	23,5
Количество номеров	37 786	41 197	49 128	53 126
Количество обслуженных посетителей в местах размещения	3 026 227	3 307 752	3 808 594	3 807 666
Количество мест размещения	1 526	1 678	2 056	2 338
Предоставлено койко-суток	7 560 134	7 186 444	7 212 995	7 017 070

	2012	2013	2014	2015
Единовременная вместимость	83 103	92 053	109 094	118 355
Объем услуг, оказанный местами размещения в разрезе областей	53 486 371,6	59 714 164,2	72 618 723,1	73 108 551,3
Обслужено посетителей по внутреннему туризму (резиденты)	2 507 005	2 721 714	3 129 576	3 115 416
Обслужено посетителей по въездному туризму (нерезиденты)	519 222	586 038	679 018	692 250

Основные показатели работы мест размещения показывают явную тенденцию роста числа туристов, как резидентов, так и нерезидентов, пользующихся услугами размещения на территории Республики Казахстан. Это говорит о росте привлекательности Казахстана как туристского центра. С каждым годом растет туристский интерес к нашей стране. Казахстан, в свою очередь, с каждым годом расширяет свой спектр туристских услуг, что положительно сказывается на общем имидже нашей страны.

Сегодня Казахстан предоставляет практически все существующие виды туризма - познавательный, развлекательный, этнический, экологический и другие. Для туристов предлагается большое количество маршрутов путешествий по всей территории Казахстана.

По количеству и разнообразию памятников Казахстан не уступает таким странам, как Индия, Китай, государствам Средиземноморья и Ближнего Востока и является своеобразным музеем под открытым небом. Многие памятники признаны ЮНЕСКО памятниками всемирного значения.

Многообразие культурных ценностей Казахстана - это свыше 25 тысяч недвижимых памятников истории, археологии, архитектуры и монументального искусства, более 2 млн. 56 тысяч единиц культурных ценностей, находящихся в экспозициях и фондах 89 государственных музеев, 66 млн. 840 тысяч томов книг, редких рукописей и изданий, хранящихся в 3495 государственных библиотеках.

Что касается Восточного Казахстана, то можно с уверенностью утверждать, что этот регион уникален по своим туристским возможностям. В силу географических и политических особенностей значительная часть Восточного Казахстана осталась малодоступной и экологически чистой. Природа наделила территорию Восточного Казахстана богатым спектром природных ландшафтов: пустыней, степью, тайгой, высокими горами, многочисленными реками и озерами.

Особого внимания заслуживает территория казахстанского Алтая, являющегося частью Алтайско-Саянского экологического региона. Благодаря своему уникальному ландшафту и биологическому разнообразию, данный регион входит в 200 приоритетных глобальных экологических регионов, определенных международной организацией «WWF Living Planet».

Великолепие ландшафтов Восточного Казахстана венчает высочайшая вершина Алтая – двуглавая гора Белуха (4506 м), с которой спускаются Большой и Малый Берельские ледники. На юге возвышаются хребты Тарбагатая и Саура. Между горными системами раскинулась Зайсанская котловина. Река Иртыш и его притоки – Бухтарма, Курчум, Ульба, Уба – отличаются бурным течением. Самое крупное озеро области – Зайсан, сливающееся с Бухтарминским водохранилищем. Озеро Маркаколь по красоте сравнимо с самым глубоким озером в мире – Байкалом. Его высота над уровнем моря – 1449 м, длина – 35 км, а ширина – 19 км. Озеро раскинулось у подножия Алтайских гор, уходящих вглубь Монголии. Эти места стали родиной для 232 видов птиц, 50 видов животных и 1000 ти-

пов растений.

Восхитителен и разнообразен Восточный Казахстан. Чтобы познакомиться с ним, нужно проехать по его дорогам, проплыть по рекам и озерам. Но чтобы полюбить его, нужно пройти его пешком или на коне, вдохнуть дымок костра, почувствовать зной пустынь и прохладу ледников.

Познавательный туризм всегда был достаточно развит в Восточном Казахстане, ведь это регион богатейшей истории и культуры. Испокон веков здесь сосуществовали религиозные и культурные традиции населяющих ее многочисленных народов.

В урочище Жидебай в самом центре Евразии создан мемориальный комплекс Абая и Шакарима. Это историко-культурный музей двух прославленных поэтов мыслителей казахского народа, чьи имена известны во всем мире.

Город Семей второй по величине город в области считается культурной столицей Казахстана. Здесь творил русский писатель Федор Достоевский. Прикоснуться к жизни великого классика можно в одноименном музее, который находится в городе.

Уникален музей искусств имени семьи Невзоровых, где представлены величайшие полотна Левитана, Шишкина, Кастеева, Рембрандта.

Центр Восточно-Казахстанской области – Усть-Каменогорск, крупнейший промышленный и транспортный узел Рудного Алтая. Достопримечательности Усть-Каменогорска – это красивые храмы, мечети, памятники архитектуры, сохранившиеся до наших дней.

В Восточном Казахстане находятся уникальные Берельские и Чиликтинские курганы, которые потрясли весь мир своими находками. С середины XIX века изучали ученые Берельские курганы, хранящие сотни артефактов сакского периода, о которых упоминал еще Геродот. В наше время исследования проводились совместно с французскими и итальянскими археологами. В 1998 году был раскопан «царский курган» № 11, где были обнаружены сохранившиеся в вечной мерзлоте 13 верховых лошадей в дорогом убранстве, сопровождавшие в последний путь сакского воина и сопогребенную с ним женщину.

На бескрайних просторах Восточного Казахстана – великое множество уникальных исторических мест и достопримечательностей, пока еще не так хорошо известных туристам. Открыть для себя новые уголки Восточного Казахстана, получить незабываемые и захватывающие впечатления может сегодня каждый путешественник, ведь почти для каждого известного нам туристского объекта местные туроператоры разработали интереснейшие маршруты, туры.

В Восточном Казахстане, в 70-ти километрах от города Усть-Каменогорска, на территории Уланского района есть уникальные озера – Сибины. Сибинские озера – это система из пяти озер с чистейшей прозрачной водой. Путь к озерам украшен живописным ландшафтом гранитных горных массивов.

Сибинская группа озер представлена пятью сравнительно небольшими озерными водоемами (оз. Караколь, Коржинколь, Шалкар, Торткараколь, Садырколь), котловины которых выработаны в гранитах по южной периферии массива Кок-Тау. Озера расположены ступенеобразно на высотах от 714 до 868 м над уровнем моря, друг от друга отделены узкими скалистыми перемычками. Высоты горного обрамления достигают 1000-1300м над уровнем моря.

Общая площадь пяти озер составляет 31 кв.км. Озера расположены в низменной горной местности: низкие горы, сложенные из гранита, из которых пробиваются редкие сосны и овсяницы, горные травы, кустарники и разноцветные луговые травы на каштановых почвах гор.

Возле всех доступных приозерных участках построены оздоровительные центры и частные коттеджи. Северное побережье очень живописно и усыпано множеством пляжей, на которые можно попасть только вплавь или спускаясь с гор. Такой путь пользуется большой популярностью у туристов. Согласно неписанным законам, туристы поддерживают порядок в данной местности.

Тишину и умиротворённость здесь находили с древних времён. Ещё в седьмом веке

Сибинские озёра привлекли внимание джунгарского хана Аблая, и он вблизи озера Садырколь, первого из водоемов, начал строительство монастыря. Буддистский храм позже получил свою известность благодаря богатейшей храмовой библиотеке, где были найдены древние тибетские манускрипты.

За невысокой гранитной стеной монастыря на горе «притаился» небольшой скальный водоём. Озеро, которое по преданию не имеет дна, изучается учеными. Им не совсем понятно, откуда оно питается. На вид водоем чёрного цвета, но если зачерпнуть руками воду, то сразу видно, что она абсолютно прозрачная. В этом озерке, согласно легенде, покидающие спешно храм хан Аблай и монахи спрятали сокровища, в том числе и золотую, в человеческий рост, статую Будды и ценные книги.

Чуть выше монастыря можно увидеть развалины древней джунгарской крепости. Сразу за крепостью находится пещера Баукыс, сохранившая следы стоянки древних людей и наскальные изображения животных. Аблайкит (монастырь) - исторически уникальное место, молчаливые камни которого до сей поры хранят тайну монахов.

К сожалению, на сегодняшний день местные туроператоры еще не разработали полноценный туристский маршрут, который включал бы в себя посещение всех пяти Сибинских озер и местных достопримечательностей. Такой тур на Сибины обязательно пользовался бы популярностью у туристов, как у местных, так и у иностранных. Ведь не многим известно, что, посещая Сибинские озера, турист имеет возможность увидеть уникальные объекты туристского показа, а именно: джунгарский укрепленный буддийский монастырь XVII века - Аблайкит, аблайкитское озеро, дикий песчаный пляж с уникальной природой, целебное озеро в горах, наскальные рисунки и многое другое. Такой насыщенный тур на Сибинские озера надолго запомнится туристам!

ЛИТЕРАТУРА

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм. - СПб.: «Издательский дом Герда», 2008.
2. Грачева О.Ю., Маркова Ю.А., Мишина Л.А. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта. - М.: «Дашков и К», 2009.
3. Каурова А.Д. Организация сферы туризма. - СПб.: «Издательский дом Герда», 2008.
4. Кусков А.С. Туристское ресурсоведение. - М.: «Академия», 2008.
5. Официальный туристический портал Республики Казахстан [Электронный ресурс]. - <http://www.kazakhstan.travel/>
6. Официальный сайт агентства Республики Казахстан по статистике [Электронный ресурс] - <http://www.stat.gov.kz/>

УДК 379.841

ТУРИСТСКО-КРАЕВЕДЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЕ РАЗВИТИЯ

Муканов Б.Е.

Сведения об авторе. Муканов Батырхан Ермагамбетович - студент специальности «Туризм» Казахстанско-Американского свободного университета

Аннотация. В данной статье рассматривается основная информация, касающаяся перспектив развития туристско-краеведческой деятельности Восточно-Казахстанской области. Представлена динамика показателей развития туризма за 2014-2016 гг., обозначены особенности туристско-краеведческой деятельности ВКО. Особое внимание уделяется региону, как потенциальному туристскому центру, имеющему уникальные туристские возможности, располагающему важнейшими туристскими объектами, такими, как Катон-Карагайский государственный национальный природный парк, Западно-Алтайский заповедник, Алакольский заповедник, Маркакольский заповедник и бассейн реки Курчум с горой Белухой, плато Укок, а также многочисленные памятники истории и культуры. Также, помимо туристской деятельности, отражены перспективы развития краеведче-

ской деятельности региона.

Ключевые слова. Туристско-краеведческая деятельность, туристский потенциал, Восточный Казахстан, развитие туризма, виды туризма, туристский кластер, туристский продукт, Концепция развития туристской области, туристские маршруты, инфраструктура туризма.

Автор туралы мәліметтер. Муканов Батырхан Ермагамбетович - Казакстан-Американдық еркін университетінің «Туризм» мамандығының студенті.

Аннотация. Беріліп отырған мақалада Шығыс – Қазақстан облысының туристтік-өлкетанулық қызметтің болашағына қатысты негізгі ақпарат карастырылады. 2014-2016 жылдардағы туризмнің даму көрсеткіштерінің динамикасы көрсетілген, ШҚО-ның туристтік-өлкетанулық ерекшеліктері аталған. Катон-Қарағай мемлекеттік ұлттық табиғат саябағы, Батыс-Алтай қорығы, Алакөл қорығы, Марқакөл қорығы, Белуха тауы бар Құршым өзенінің бассейні, Үкек шоқысы бар нағыз туристтік нысан ретіндегі аймаққа ерекше орын беріліп сипатталады. Туристтік қызметпен бірге аймақтың өлкетанулық қызметтің болашағына талдау жасалған.

Түйін сөздер. Туристтік-өлкетанулық қызмет, туристтік әлеует, Шығыс Қазақстан, туризмнің дамуы, туризм түрлері, туристтік кластер, туристтік өнім, туристтік облыстың даму тұжырымдамасы, туристтік бағдарлар, туризм инфрақұрылымы.

About the author. Batyrkhan Ermagambetovich Mukanov is a student of the specialty "Tourism" of Kazakh-American Free University

Annotation. This article is devoted to the main information concerning the prospects for the development of tourism and local lore activities in the East Kazakhstan region. Dynamics of indicators of development of tourism for 2014-2016 are presented, features of tourist and local lore activity of the East Kazakhstan area are designated. Particular attention is paid to the region as a potential tourist center with unique tourist opportunities, which has important tourist facilities, such as the Katon-Karagai State National Natural Park, the Western Altai Reserve, the Alakol Nature Reserve, the Markakol Reserve and the Kurchum River basin with Belukha Mountain, the plateau Ukok, as well as numerous monuments of history and culture. Also, in addition to tourist activities, the prospects for the development of regional studies in the region are reflected.

Keywords. Tourist and local lore activities, tourist potential, East Kazakhstan, tourism development, types of tourism, tourist cluster, tourist product, Tourism development concept, tourist routes, tourism infrastructure.

Восточный Казахстан обладает потенциалом в области развития туризма, где в общей сложности насчитывается 24 природоохранных зоны общегосударственного значения, с общей площадью 1 723 072 гектара, свыше 600 памятников истории и свыше 100 памятников туризма. Важнейшие туристские объекты: Катон-Карагайский государственный национальный природный парк, Западно-Алтайский заповедник, Алакольский заповедник, Маркакольский заповедник и бассейн реки Курчум с горой Белухой, плато Укок, а также многочисленные памятники истории и культуры.

Регион уникален по своим туристским возможностям. В силу географических и политических особенностей, на значительной территории он сохранился малодоступным и экологически чистым. Территория Восточно-Казахстанской области включает богатый спектр природных ландшафтов: пустыни, степи, тайга, высокие горы, многочисленные реки и озера.

Особое внимание заслуживает территория Казахстанского Алтая - это часть Алтайско-Саянского экологического региона. Из-за своего уникального ландшафта и биологического разнообразия данный регион входит в 200 приоритетных глобальных экологических регионов, которые определены Международной Организацией «WWF Living Planet».

Можно выделить 5 приоритетных видов туризма, характерных для того или иного региона области, так:

- экологический туризм (в Катон-Карагайском, Курчумском районах и г. Риддер);
- культурно-познавательный (в г. Семей, Абайском и Уланском районах);
- лечебно-оздоровительный (в Катон-Карагайском, Урдженском районах);
- пляжный (в Зиряновском, Уланском, Курчумском районах);

- горнолыжный (в Глубоковском, Зыряновском районах и г. Риддер);
- сельский туризм (в Катон-Карагайском, Курчумском районах и г. Риддер).

Располагаясь на стыке границ Казахстана, России, Китая и Монголии, Восточный Казахстан вобрал в себя многообразие азиатских пустынь и сибирской тайги. Богатый рудами, лесом и реками, рыбой, медом, лекарственными травами, удивительный по красоте край, он с древних времен привлекал к себе деловых людей. На удивительной территории располагаются крупнейшие месторождения золота и полиметаллов, добывается уголь. Огромные запасы цветных и декоративных камней. На полях области собираются хорошие урожаи пшеницы, подсолнечника, гречихи. На обширных пастбищах пасутся стада овец, коров, табуны коней. В горах Алтая находятся одни из крупнейших в мире хозяйств, где содержатся маралы и пятнистые олени. В пресноводных «морях» Зайсан, Алаколь и Сасыколь вылавливаются сотни тонн рыбы.

Восточный Казахстан, несмотря на особенности климатических условий, обладает потенциалом развития туризма: в регионе 24 природоохранных зоны общенационального значения площадью 1,7 млн. га, свыше 600 памятников истории и свыше 100 памятников туризма.

Ключевыми местами туристского интереса являются гора Белуха, Австрийская дорога, озера Алаколь и Маркаколь, Бухтарминское водохранилище, каньон Кинн-Кериш, природно-исторический памятник Акбаур, мемориальный комплекс дом-музей им. Абая Кунанбаева в Жидебай-Борили, мавзолеи Козы Корпеш-Баян Сулу, Енлик-Кебек, памятник Ыргызбай-ата.

Территория Казахстанского Алтая, благодаря своему уникальному ландшафту и биологическому разнообразию, входит в две сотни приоритетных глобальных экологических регионов, определенных Международной Организацией «WWF Living Planet».

Также быстрым темпом развивается и краеведческая деятельность. Так, по инициативе акима ВКО Ахметова Д.К., была разработана программа по развитию туристического кластера в ВКО. Планируется капитальный ремонт дорог, соединяющих Алаколь, Маркаколь, Берель и др.

Благодаря программе акима области, артефакты, которые находят с 2016 года на территории ВКО, передаются в Областной Историко-Краеведческий Музей, а это сильно будет привлекать туристов, так как много предметов из золота, бронзы, глины, камня. После соответствующей обработки и постановки на государственный учет, все экспонаты будут доступны для всеобщего обозрения. В перспективе в г. Усть-Каменогорске будет построен археологический музей в районе КШТ.

Согласно Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 года, северная и восточная часть региона имеет потенциал для создания туристского кластера.

Концепцией определены 6 приоритетных дестинаций: водохранилище Бухтарма; река Ертис - озеро Жайсан; Катон-Карагайский природный парк; озеро Маркаколь и Калкирский каньон; Риддер - Анатай и Ивановские горы; город Семей с перспективой расширения на всю территорию области, включая Алакольский государственный природный заповедник, Государственный историко-культурный заповедник «Берель».

Для продвижения туристских продуктов организована трансляция рекламных видеороликов на международных, казахстанских выставках, аккредитованных в Республике посольствах, снят фильм «Туристский потенциал Восточно-Казахстанской области», создана интерактивная карта Восточно-Казахстанской области - viziteast.kz, проводятся информационные туры по историческим местам для представителей республиканских СМИ и туроператоров. Ежегодно проводится международная выставка «Открой для себя и мира Восток».

Ведется работа по привлечению местного населения к обслуживанию туристов и развитию сельского туризма за счет предоставления гостевых домов, продажи сувенирной продукции, реализации продуктов питания, экологического просвещения. В 2013 году в целях оказания поддержки ремесленникам и мастерам прикладного искусства об-

ласть приняла участие в работе 5-ти крупнейших международных туристских выставках.

Выделяются из бюджета средства на оздоровление ветеранов войны и труда и организацию детско-юношеского туризма.

В целях развития экологического туризма разработаны и утверждены экологические маршруты и тропы на территории особо охраняемых природных территорий, трансграничные маршруты.

Разработана Дорожная карта развития туристской отрасли региона на 2015-2017 г.г.; в нее входит 50 инвестиционных проектов, включая строительство и модернизацию объектов придорожного сервиса, горнолыжных комплексов, ресторанов, гостевых домов на общую сумму 3,9 млрд. тенге. Реализация Дорожной карты развития туристской отрасли на 2015-2017 г.г. позволит создать свыше 15 тыс. новых рабочих мест, ввести в строй более 10 тыс. новых койко-мест.

В 2015 г. наибольший объем услуг оказан местами размещения в г. Усть-Каменогорск (34,3%), г. Семей (13,6%), Урджарском районе (12,7%), Зыряновском районе (12,5%), Глубоковском районе (7,6%).

В рамках программы по развитию перспективных направлений туристской индустрии Республики Казахстан на 2014-2016 годы реализованы:

- модернированы горнолыжные базы «Алтайские Альпы» и «Нуртау»;
- открыты спа - отель «Arasan Alakol Resort Hotel» и база отдыха «Керуен» на озере Алаколь в Урджарском районе;
- открыт спортивно-оздоровительный комплекс «Байтерек» в Зайсанском районе.

За счет инвестиций частного сектора за этот период запущено 32 объекта туристской отрасли, включая: гостиницу «Дедеман» – г. Усть-Каменогорск, базу отдыха «Ridde Hutter» - г. Риддер, гостиницу «Нуржау» - Катон-Карагайский район, оздоровительный центр «Сад долголетия» - г. Усть-Каменогорск, базу отдыха «Мелада» - Зыряновский район, кемпинг «Маралды» - Жарминский район.

Конечно, в туристской деятельности, как и в любой другой, есть свои минусы и отрицательные стороны, так или иначе сказывающиеся на ее развитие. Сдерживающие факторы развития отрасли:

- высокий моральный и физический износ материальной базы объектов размещения;
- плохое состояние транспортной инфраструктуры;
- проблемы санитарного состояния рекреационных зон;
- слабое сотрудничество местных представителей туристского и гостиничного бизнеса в рамках профессиональных ассоциаций;
- низкое качество обслуживания в местах размещения;
- высокие цены на туристические продукты.

Но, безусловно, эти факторы - временное явление. И в скором будущем будут неизменно исправлены, так как государство активно поддерживает отрасль туризма и старается принимать все необходимые меры, способствующие ее развитию.

Развитие туризма в регионе в 2015-2020 годах будет осуществляться рамках Концепции развития туризма, Плана Мероприятий по реализации Послания Президента от 11 ноября 2014 года «Нұрлы жол – путь в будущее», Программы по развитию сферы услуг в Республике Казахстан до 2020 года. Согласно указанным документам, приоритетами развития туризма в регионе будут: кластерная модель развития, развитие инфраструктуры, повышение эффективности маркетинговых мер, повышение производительности труда в секторе, создание новых рабочих мест.

По итогам 2016 года, область занимает первое место в Республике по количеству мест размещения, второе место после г. Астана по объемам внутреннего туризма, количество иностранных посетителей - 16858 человек, казахстанцев – 367045 человек.

Таблица 1. Динамика показателей развития туризма в ВКО за 2014-2016 гг.

	Наименование показателя	Ед. изм.	2014 год	2015 год	2016 год
1	Количество туристских фирм:	Ед.	70	55	111
	- туроператоры		27	18	47
	- турагенты		43	37	64
2	Количество мест размещения	Ед.	331	388	444
3	Номерной фонд	Ед.	6557	7020	8243
4	Единовременная вместимость, койко-мест	Ед.	21088	22041	25531
5	Объем услуг, оказанный турфирмами	Млн. тг.	3,7 млрд.	3,9 млрд.	4,1 млрд.

В области работает 444 места размещения, занимающиеся размещением посетителей, в них насчитывается 8243 номера, при этом единовременная вместимость составляет 25531 койко-мест.

Количество обслуженных посетителей в 2016 года, по сравнению с 2015 годом, увеличилось на 9,8% и составило 383903 человека.

Количество посетителей въездного туризма (нерезидентов) увеличилось по сравнению с предыдущим годом на 17,0% и составило 16858 человек.

Количество посетителей по внутреннему туризму (резидентов) увеличилось по сравнению с прошлым годом на 9,5% и соответственно составило 367045 человек. Объем услуг мест размещения (без учета услуг ресторанов) увеличился в отчетном периоде по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 18,9% и составил 3195,5 млн. тенге.

Туристские услуги оказывают 111 турфирм (47 туроператоров и 64 турагента).

В соответствии с 57 шагом Плана нации, в области разработана Дорожная карта развития туристской отрасли ВКО на 2015-2020 годы, в который вошли 44 проекта на 10 млрд. тенге. В 2015 году было реализовано 13 проектов на общую сумму 500,58 млн. тенге, в 2016 году – 9 проектов на общую сумму 299,5 млн. тенге. По состоянию на январь текущего года, реализовано 22 проекта на сумму 717,5 млн. тенге.

Из областного бюджета на развитие Сибинских озер было выделено 50 млн. тенге, на благоустройство побережья озера Алаколь планируется выделить 493 млн. тенге.

Одним из главных условий для принятия туристов является развитие автодорог. Средним ремонтом охвачены дороги по направлениям к Сибинским озерам, к озеру Алаколь, от Усть-Каменогорска до лыжной базы «Нұртау», а также автодороги Курчум – Калжыр (каньон Киин Кериш), Усть-Каменогорск – Тарғын – Самарское (оз. Шыбындыколь и Тайынты), подъезд к г. Серебрянск (Бухтарминское водохранилище).

В рамках реализации государственной программы «Информационный Казахстан» и в интересах увеличения потока туристов в область, введен в действие интернет портал по продаже турпакетов ВКО «TourEast.kz» с использованием 4-х языков (казахский, русский, английский, китайский). На портале 18 туроператорами области представлено 35 маршрутов, из них доступны к онлайн оплате - 17 турмаршрутов. Также в перечень туристских маршрутов ЭКСПО-2017 от ВКО включены 8 турмаршрутов. За 2016 год проведено 5 инфотуров с участием крупных казахстанских и иностранных туроператоров, представителей СМИ.

С начала 2016 года в рамках групповых виз ВКО посетили 4,4 тыс. граждан КНР, в том числе 4 тур группы из СУАР. В данном направлении свои услуги предоставляют 11 туроператоров ВКО. Также в пунктах «Бахты» и «Майкапчагай» по предложению Акимата ВКО открыты «зеленые коридоры» для туристов из КНР.

В 2016 году для потенциальных инвесторов акиматом, совместно с экспертами Ев-

ропейского Союза, разработано первое в Казахстане Руководство с подробным описанием алгоритма и механизмов получения льгот и преференций.

Восточный Казахстан, несмотря на особенности климатических условий, обладает потенциалом развития туризма: в регионе 24 природоохранных зоны общегосударственного значения площадью 1,7 млн. га, свыше 600 памятников истории и свыше 100 памятников туризма.

Ключевыми местами туристского интереса являются гора Белуха, Австрийская дорога, озера Алаколь и Маркаколь, Бухтарминское водохранилище, каньон Кийн-Кериш, природно-исторический памятник Акбаур, мемориальный комплекс дом-музея им. Абая Кунанбаева в Жидебай-Борили, мавзолеи Козы Корпеш-Баян Сулу, Енлик-Кебек, памятник Ыргызбай-ата.

Таким образом, туристско-краеведческая деятельность Восточно-Казахстанской области развивается весьма активно и идет «в ногу со временем». Прежде всего, это объясняется тем, что государство вкладывает определенные инвестиции в реализацию туристских проектов. Развивается также инфраструктура области, которая, в свою очередь, является связующим звеном в организации туристско-краеведческой деятельности. Надо сказать, что область располагает в себе большим количеством памятников природы, который вызывают бурный интерес у людей, посещающих их. Это такие памятники, как: «Аблаинкит», «Синегорская пихтовая роща», «Кийн-Кериш», Тарханский геологический разрез». И для того, чтобы у людей был доступ к этим памятникам, строятся и ремонтируются дороги. Также развивается и туристская деятельность Восточно-Казахстанской области. Стоит заявить, что наш необъятный край пользуется большим интересом у иностранных туристов. И даже свойственные нашему краю минусы, вроде недостаточной развитости сети автомобильных дорог, представляются в глазах туристов в абсолютно ином облике. Потому многим туристам, посещающим нашу страну, дико интересно изучать наш край, периодически задавая самим себе вопросы, вроде: «Интересно, а что дальше, за этой сопкой?» и т.д. Немалый поток иностранных туристов прибывает, как правило, из таких стран, как Китай, Германия, частично США, также есть туристы из стран ближнего зарубежья. Более того, Казахстан предоставляет 90-дневный режим для граждан Армении, Белоруссии, Грузии, Киргизии, Молдавии, Монголии, России и Украины и 30-дневный - для граждан Аргентины, Азербайджана, Сербии, Республики Корея, Таджикистана, Турции и Узбекистана. В 2014 году государство запустило программу по предоставлению 15-дневного безвизового режима гражданам из стран, больше других инвестировавших в экономику Казахстана. Этими странами были Великобритания, Германия, Италия, Малайзия, Нидерланды, США, Франция и Япония. В 2015 году число стран-участников программы увеличилось до 19: в него попали Австралия, Бельгия, Венгрия, Испания, Монако, Норвегия, Объединённые Арабские Эмираты, Сингапур, Швеция, Швейцария и Финляндия.

Проанализировав туристско-краеведческую деятельность и изучив ее основные особенности, можно сказать, что она активно развивается с каждым годом. И даже несмотря на имеющиеся минусы, эта сфера деятельности пользуется большим спросом, как у отечественных, так и у иностранных туристов. Она стабильно поддерживается государством и в скором будущем может стать решающим фактором в экономике страны.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аманжолов Т.К., Самойлов Ю.Е. Энциклопедия Восточно-Казахстанской области. - Усть-Каменогорск, 2016.
2. Абишев Б.Р., Омиргазина Л.Н. Свод археологических памятников Восточно-Казахстанской области. - Усть-Каменогорск, 2006.
3. Куанышпаев С.Р. Пояснительная записка по проекту опорного плана и карты схемы памятников истории и культуры Уланского района Восточно-Казахстанской области. ТОО «НПО «ВК - ЭКО». - Усть-Каменогорск, 2014.
4. Абишев Б.Р. Свод памятников истории и культуры Уланского района Восточно-

- Казахстанской области. - Усть-Каменогорск, 2015.
5. Динамика развития туристской деятельности ВКО [Электронный ресурс] // Сайт акима Восточно-Казахстанской области. URL: <http://www.akimvko.gov.kz/ru/>

УДК 379.841

СОЗДАНИЕ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА ПО ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОМУ ТУРИЗМУ И ЕГО ПРОДВИЖЕНИЕ В ВОСТОЧНО-КАЗАХСАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Меркушева М.Б.

Сведения об авторах. Меркушева Мария Борисовна - студент специальности «Туризм» Казахстанско-Американского свободного университета

Аннотация. В статье рассматриваются основные понятия и определения туристского продукта, и услуг, входящих в состав туристского продукта. Приведена технология разработки туристских продуктов и основные ее этапы реализации и продвижения. Особое внимание уделяется способам продвижения туристского продукта. Подробно рассмотрен предложенный к рассмотрению продукт – апитерапия - как туристская услуга, как уникальная новинка, не только в туризме Восточно-Казахстанской области, но и в Казахстане в общем, а также как продукт, который будет представлять большой туристский интерес.

Ключевые слова. Туризм, туристский продукт, турпродукт, оздоровительный туризм, разработка туристских маршрутов, тур, туристский потенциал Казахстана, Восточно-Казахстанская область, апитерапия.

Автор туралы мәліметтер. Меркушева Мария Борисовна - Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Туризм» мамандығының студенті.

Аннотация. Макалада туристтік өнім мен оның құрамына кіретін туристтік қызметтер сияқты негізгі үгымдар қарастырылады. Туристтік өнімдерді жасау технологиясы келтірілп, оны сату мен жылжытудың негізгі кезеңдері баяндаптады. Туристтік өнімді жылжытудың негізгі әдістеріне ерекше мән берілген. Қарастыруға ұсынылған апитерапия деген өнім түбекейлі қарастырылған. Бұл туристтік қызығушылық танытудағы болашағы бар Шығыс Қазақстандағы ғана емес, бүкіл Қазақстан туризміндегі жаңа шылдық болып табылады.

Түйін сөздер. Туризм, туристтік өнім, сауықтыру туризмі, туристтік бағдарларды жасау, тур, Қазақстанның туристтік әлеуеті, Шығыс-Қазақстан облысы, апитерапия.

About the author. Merkusheva Maria - student of the specialty "Tourism" of Kazakh-American Free University

Annotation. The article deals with the basic concepts and definitions of the tourist product, and the services that make up the tourist product. The technology of development of tourist products and its main stages of implementation and promotion are presented. Particular attention is paid to the ways of promoting the tourist product. The product, apitherapy, proposed for consideration is studied in detail, as a tourist service, as a unique novelty, not only in the tourism of the East Kazakhstan region, but also in Kazakhstan in general, and also as a product that will be of great tourist interest.

Keywords. Tourism, tourist product, health tourism, development of tourist routes, tour, tourist potential of Kazakhstan, East Kazakhstan region, apitherapy.

С учетом быстрых перемен в тенденциях, технологии и состоянии конкуренции туристские организации и предприятия не могут полагаться только на существующие ныне туры. Инновации в индустрии туризма стремятся к созданию новых и совершенствование старых туристских продуктов.

Следовательно, важнейшим этапом в деятельности любого предприятия индустрии туризма является создание нового туристского продукта и его продвижение на рынок. В деятельности турфирмы наступает момент, когда предлагаемый товар устаревает и теряет спрос. На его смену должен прийти новый, который бы поддержал лидерство фирмы на

туристском рынке.

Туристский продукт - комплекс услуг, работ, товаров, необходимых для удовлетворения потребностей туриста в период его туристского путешествия.

Туристский продукт состоит из трёх элементов: тур, дополнительные туристско-экскурсионные услуги, товары.

Разработка туристского продукта - сложный многоступенчатый процесс, требующий комплексного системного анализа и осуществляемый при выполнении следующих условий:

- проведение маркетингового исследования рынка для определения потенциального потребительского спроса на различные виды туристского продукта;
- определение видов, форм и элементов туристского продукта, периодичности его предоставления;
- анализ реальных затрат на разработку и реализацию предполагаемого к продаже туристского продукта;
- оценка экономической эффективности и целесообразности разработки туристского продукта на базе данных о его предполагаемых доходах и расходах.

Процесс разработки и реализации туристского продукта потребителю включает 4 этапа:

- 1) исследование рынка спроса и предложения, выработка программы тура, его экономическая и ценовая проработка;
- 2) экспериментальная оценка турпродукта, т.е. первый пробный тур, презентация продукта и его реклама, анализ предполагаемого спроса на разработанный турпродукт;
- 3) внедрение туристского продукта; проработка технологической документации (договоров, графиков заезда, программ обслуживания и др.); обучение персонала, его стимулирование;
- 4) формирование системы управления производством и сбытом нового турпродукта, обеспечивающей его реализацию и постоянное совершенствование в соответствии с запросами потребителей.

Продвижение туристского продукта – комплекс мер, направленных на его реализацию, включающий рекламу, участие в специализированных выставках, ярмарках, организацию информационных центров, издание каталогов, буклетов и др.

Формирование сбытовой сети включает поиск перспективных партнеров по сбыту, изучение их деловых качеств, заключение сделки и последующую работу по совершенствованию сотрудничества.

В любом виде и в любой форме продаж всегда необходимо соблюдать ставшую на Западе стандартной последовательность семи маркетинговых мероприятий, каждое из которых начинается на букву «Р» английского алфавита: «продукт» (product), «планирование» (planning), «люди» (people), «место» (place), «цены» (prices), «продвижение» (promotion), «процесс» (process). То есть это продукт, разработанный в соответствии с изучением спроса на основе стратегического планирования деятельности фирмы, предложенный в нужном месте, адресно направленный конкретными сегментами потребителей, по приемлемым ценам, грамотно преподнесенный и реализованный с качественно исполненным обслуживанием.

Важнейшим этапом в деятельности любой турфирмы является разработка нового туристского продукта и его продвижение на рынок. В деятельности турфирмы наступает момент, когда предлагаемый товар устаревает и теряет спрос. На его смену должен прийти новый, который бы поддержал лидерство фирмы на туристском рынке.

Разработка туристского продукта и формирование туров, предоставление основных и дополнительных услуг составляют технологию туристского обслуживания, то есть производство конкретного туристского продукта, предназначенного для удовлетворения потребности в туристской услуге. Разработка туристского продукта и формирование туров осуществляется туроператором. Именно от того, насколько привлекателен турпродукт, зависят прибыльность и продолжительность бизнеса любого туристского предприятия.

В практике деятельности туристских организаций выделяются два направления формирования каналов сбыта: внешние каналы (зарубежные) и внутренние.

Внутренние каналы сбыта – это, как правило, система филиалов, отделений и посреднических организаций (агентств), через которые продаются различные туристские услуги на территории самой страны (независимо от того, кому они продаются – гражданам страны или иностранцам, находящимся на территории данной страны).

Внешние каналы сбыта – это определенное число зарубежных туристских фирм-посредников (туроператоров, турагентов), принявших на себя, согласно договору, обязательство продавать в своей стране туристские поездки в данную страну.

Неотъемлемой частью работы на современном туристском рынке является реклама и PR. При разработке нового продукта необходимо грамотно преподнести его потребителю и выявить наиболее выгодный способ его продвижения.

Реклама – это специально подготовленная информация о потребительских свойствах товаров и услуг с целью создания спроса на них. Реклама турагентств рассчитана на потенциальных потребителей – туристов; тех, кто желает совершить поездку в следующих целях: служебные командировки, посещение съездов, конгрессов, симпозиумов, отдых, лечение, развлечения, учеба, семейные и религиозные причины. В данном случае, субъектом рекламы будет туристы, совершающие поездку с целью отдыха.

Реклама способствует ускорению адаптации нового продукта на рынке. За счет информирования о турпродукте большего количества людей растет прибыль компании от продаж. Основными задачами рекламы является привлечение внимания к новому товару, увеличение интереса потребителей, а также желание к приобретению, что в итоге приводит к действию - покупке рекламируемого товара.

Туристский продукт формируется, исходя из конъюнктуры туристского рынка или по конкретному заказу туриста.

Разработка любого нового туристского продукта начинается с поиска идей. Поиск идей предполагает определение объекта путешествий. В качестве источников идей для создания новинок могут выступать:

- потребители, нужды и потребности которых можно выявить с помощью опросов, групповых обсуждений, поступающих предложений и жалоб;
- продукты конкурентов;
- персонал фирмы, находящийся в повседневном контакте с клиентами;
- статистика поездок русских туристов за рубеж, которая показывает самые популярные на сегодняшний день направления.

Поиски идей нового турпродукта должны вестись систематически, а не время от времени.

Вторым этапом разработки турпродукта является отбор идей. Отбор идей – это обоснование вида разрабатываемого продукта, главная цель такого отбора – найти хорошие идеи и как можно быстрее избавиться от плохих.

После того, как центральная идея определена и одобрена, наступает этап разработки концепции турпродукта и его проверки. Следует различать идею продукта и его замысел. Идея продукта представляет собой общее представление о возможном продукте, который фирма могла бы предложить рынку. Замысел продукта – проработанный вариант идеи, выраженный значимыми для потребителя понятиями (потребительскими свойствами турпродукта). Потребительские свойства турпродукта определяются полезностью и функциональностью входящих в него товаров и услуг, их надежностью и способностью удовлетворить потребности покупателя.

Следующий шаг – разработка стратегии маркетинга, т.е. разработка инициативной стратегии для внедрения нового продукта на рынок. Для того, чтобы разработать маркетинговую стратегию, следует провести подробный анализ целевого рынка, планирование позиции турпродукта, объема сбыта, доли рынка и целевой прибыли. После этого можно приступить к анализу маркетинговых возможностей. Они анализируются по трем основным критериям:

- 1) анализ рыночных возможностей;
- 2) анализ возможностей туристского предприятия;
- 3) соотношение имеющихся перспектив с целями предприятия.

Если анализ всех указанных основных частей маркетинговых возможностей прошел успешно, можно приступать непосредственно к разработке турпродукта. Фирма определяет содержание своего продукта, куда входит: страна путешествия (если предусматриваются экскурсионно-познавательные туры, то выбираются страны с наиболее интересными туристскими достопримечательностями), вид туризма, сезон и продолжительность поездки, маршрут следования (т. е. перечень городов или населенных пунктов, посещаемых туристами во время путешествия по стране), классность услуг. При разработке турпродукта необходимо уметь правильно скомпоновать предложение.

Разработанный турпродукт подлежит экономической оценке и целесообразности внедрения его на рынок. Фактически данный этап предполагает разработку бизнес-плана по выведению продукта на рынок. Необходимо провести технико-экономическое обоснование тура: оценить реальные затраты на разработку и реализацию, определить общую стоимость, норму прибыли, верхние и нижние границы прибыли, разработать стратегию и тактику ценообразования.

Новый разработанный тур не сразу становится продуктом для продажи. Предварительно необходимо его экспериментальное внедрение. Наиболее часто встречающимися формами экспериментальной проверки - апробации туристских продуктов являются рекламные и обучающие туры, пробные продажи.

Рекламные туры предназначены для информирования целевой аудитории о существовании нового продукта, наглядная демонстрация его потребительских свойств, достоинств и конкурентных преимуществ. Обычно рекламные туры проводятся для представителей средств массовой информации, авторитетных для целевых групп потребителей людей, а также туроператоров, которые впоследствии будут осуществлять продажу данного продукта.

Стади-туры или инфо-туры (обучающие туры) - это поездки, организуемые туроператором, направленные на формирование представления о характеристиках нового туристского продукта у сотрудников отдела продаж самого туристского предприятия и представителей туроператоров. Основная цель инфо-турсов - популяризация маршрута и рост объема продаж в данном направлении посредством:

1. Ознакомления со всеми элементами туристского продукта (размещение, питание, экскурсионное обслуживание);
2. Изучения технологии оказания тех или иных услуг их производителями демонстрации преимуществ сотрудничества с туроператором - организатором инфо-тура.

Пробные продажи проводятся для относительно небольших групп туристов (как правило, постоянных клиентов предприятия) до начала сезона массовых продаж. В данном случае новый продукт получает реальную оценку потребителей, что позволяетнести необходимые корректировки как в перечень услуг, так и в процесс их предоставления.

Таким образом, этап испытания продукта в рыночных условиях позволяет на практике проверить качество туристского продукта, потребность в нем, доступность, цены. В случае положительных результатов рыночного испытания, туристское предприятие принимает окончательное решение о выведении туристского продукта на рынок. Пробный маркетинг дает руководству компании необходимую информацию для принятия окончательного решения: выпускать или не выпускать новый продукт.

Внедрение на рынок нового туристского продукта – апитерапия. Новый туристский продукт будет разработан на базе туристского предприятия ТОО «Геотур».

Новый туристский продукт - апитерапия представляет собой лечебное применение продуктов пчеловодства. Основными продуктами, используемыми в апитерапии, являются пчелиный яд, мед, цветочная пыльца, маточное молочко, прополис и пчелиный воск. Апитерапия используется в лечении аутоиммунных заболеваний и рассеянного склероза, артрита, ран, подагры, ожогов, тендинитов и инфекций, что может привлечь большое ко-

личество туристов пожилого и семейного отдыха. При этом надо отметить, что эффективность апитерапии научно не доказана, но польза выявлена и доказана множеством людей. Результаты, по оценкам ученых, положительные. Апитерапию можно применять как совместно с лечением лекарственными средствами, так и отдельно, это зависит от желаний туристов и показаний к использованию. Она способствует усилению действия лекарств, массажа, процедур, практически не наносит вреда организму при правильном использовании пчелиного яда и выборе нужных точек ужаливания.

Апи-домики – это один из составляющих вариантов воплощения апитерапии в жизнь как турпродукта, который помогает принести прибыль турфирме. Апи-домик предназначен для отдыха на пчелиных пасеках с целью общего оздоровления организма за счёт многопланового воздействия пчелиной семьи.

Простейший АПИ-домик - это лежанка, оборудованная на улье-лежаке или на нескольких ульях и снабжённая крышкой, удерживающей воздух, поступающий из улья или ульев.

В результате аэроапипроцедур происходит мощное комплексное воздействие на весь организм человека: повышается иммунитет, нормализуется работа сердечнососудистой системы и нервной системы, стимулируется дыхательная и желудочно-кишечная система.

Энерго-информационная и биолокационная диагностика фиксирует мощный эффект восстановления энергетических полей человека и восстановление целостности его ауры.

Рынок туризма еще не до конца исследован, и есть потенциал для дальнейшего развития туристических услуг потенциальным потребителям туристского продукта, то есть апитерапии. Таким образом, необходимо внести новшество в сферу туризма Восточно-Казахстанской области. В этом случае, апитерапия благоприятствует поправке здоровья не только людей пожилого и зрелого возраста, но и молодежи, не только принесет прибыль для компаний, занимающейся этим видом отдыха, но и внесет вклад в туризм всей страны в общем.

Благодаря постройке и воплощению идеи апитерапии как туристского продукта, т.е. открытия мини-базы отдыха, основной отраслью которой является лечение пчелами в нашей области и в стране, появится новый вид оздоровительного туризма.

С появлением апидомиков все станет гораздо проще и доступнее. Вы удобно можете расположиться внутри, прилечь на лежанки, уснуть и восстановить потенциал вашего организма этим уникальным и очень эффективным методом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Александрова А.Ю. Структура туристского рынка. – М.: «Пресс-Соло», 2002.
2. Бабушкин Н. И. Менеджмент туризма. 3-е изд. – Минск: «Новое знание», 2002.
3. Биржаков М.Б. Введение в туризм. - СПб.: Издательский Торговый Дом «Герда», 2001.
4. Вахмистров В.П., Вахмистрова С.И. Правовое обеспечение туризма: учеб. пособие. – СПб.: Издательство Михайлова В.А., 2005.
5. Ильина Е.Н. Основы туристской деятельности. – М.: «Советский спорт», 2004.
6. Зорина В. Внедрение на рынок нового туристского продукта [Электронный ресурс] – М.: МФТИ, 1996 - URL: <http://knowledge.allbest.ru//index.html>
7. Соснина В.Л. Технология разработки новых туристских продуктов [Электронный ресурс] – М.: МФТИ, 2001 - URL <http://pandia.ru//index.html>

УДК 379.841

РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ

Падалко С.А.

Сведения об авторе. Падалко Светлана Александровна - студент специальности «Туризм» Казахстанско-Американского свободного университета

Аннотация. В статье раскрывается суть понятия экологический туризм, его значения в экономике государств. Указываются всемирные данные о состоянии современного экологического туризма в мире. Приведены отдельные факты и статистические данные. Рассматриваются примеры распространения туризма таких стран, как США, Коста-Рика, Новая Зеландия, государства Европы и Африки. Также дается информация об экологическом туризме на территории Казахстана, указаны наиболее популярные места проведения эко-турсов, перспективы и основные проблемы развития экологического туризма. Представлены виды туризма по регионам Казахстана.

Ключевые слова. Экологический туризм, эко-тур, экотуристская деятельность, джайлоо-туризм, развитие туризма, международный опыт и его внедрение в практику туризма в Казахстане.

Автор туралы мәліметтер. Падалко Светлана Александровна - Қазақстан-Американдық еркін университеттін «Туризм» мамандығының студенті.

Аннотация. Макалада экологиялық туризм ұғымының мәні, оның мемлекет экономикасындағы рөлі ашылған. Жеке деректер мен статистикалық мәліметтер көлтірілген. АҚШ, Коста-Рика, Жаңа Зеландия, Ауропа мен Африка мемлекеттері территориясындағы экологиялық туризм туралы ақпарат берілген. Сондай-ақ Қазақстандағы эко-тур жасауға негұрлым ынғайлы жерлердегі эко-туризм туралы мәліметтер мен экологиялық туризмнің дамуындағы негізгі мәселелер мен болашагы туралы ақпарат берілген.

Түйін сөздер. Экологиялық туризм, эко-тур, экотуристтік қызмет, джайлоо-туризм, туризмді дамыту, халықаралық тәжірибе мен оны Қазақстанның туризм тәжірибесіне ендіру.

About the author. Padalko Svetlana - a student of the specialty "Tourism" of Kazakh-American Free University

Annotation. The article reveals the essence of the concept of ecological tourism, its significance in the economy of states. World data on the state of modern ecological tourism in the world are indicated. There are some facts and statistics. Examples of tourism in such countries as the USA, Costa Rica, New Zealand, the states of Europe and Africa are considered. Information on ecological tourism in Kazakhstan is also given, the most popular places for eco-tours, prospects and main problems of the development of ecological tourism are indicated. Types of tourism in the regions of Kazakhstan are presented.

Keywords. Ecological tourism, eco-tour, ecotourism activity, jailoo-tourism, tourism development, international experience and its introduction into the practice of tourism in Kazakhstan.

Сегодня экологический туризм играет значительную роль в мировой индустрии туризма и гостеприимства. По прогнозам экспертов Всемирной туристской организации, в ближайшем будущем темпы его роста будут по-прежнему высоки, а приносимые доходынесут значительный вклад в развитие экономик многих стран мира, особенно развивающихся. Это позволит стимулировать социально-экономический рост в отсталых регионах. Большие надежды возлагаются на экотуризм в реализации концепций устойчивого развития туризма и путешествий. Рациональное использование природных и культурно-исторических туристских ресурсов позволит избежать многих негативных последствий массового туризма.

Вместе с тем, проблемы развития экологического туризма в целом и в отдельных регионах пока еще мало исследованы. Наблюдаются большие разнотечения и разногласия в терминологии и практике организации экотуристской деятельности. Особенно это характерно для Казахстана, где значительные природные и культурно-исторические туристские ресурсы часто используются нерационально.

Экологический туризм имеет своей целью экологическое просвещение широких масс населения, особенно молодежи, желающих углубить свои познания в области экологии. Побудительная причина роста интереса к экологическому туризму – это устойчивое

ухудшение качества окружающей среды. Природоохраный характер экотуризма заключается в обязательном сохранении разнообразия флоры и фауны рекреационных территорий. Для достижения этой цели используются природоохраные технологии, выработанные практикой экологического туризма, а также научные рекомендации фундаментальной и прикладной науки.

Экологический туризм – современная форма организации отдыха на природе, предусматривающая нестабильное природопользование и устойчивое развитие природных территорий. Мировая практика проведения экологического туризма доказала, что экономически и экологически выверенная организация отдыха позволяет сохранять природу успешнее, чем иные виды хозяйственной деятельности или строгие запреты на рекреацию.

Развитие экотуризма в мире впечатляет. Согласно данным Международного общества экотуризма, с 2004 года темпы роста данной отрасли в три раза превысили темпы роста традиционных видов туризма.

По предварительной оценке TIES, экологически рациональный туризм, способный не наносить ущерба окружающей среде, в течение ближайших шести лет вполне может составить 25% мирового туристического рынка; при этом оборот такого вида туризма составит 473,6 млрд. долларов США в год. В результате, как ожидается, будут процветать экокурорты, а инвесторы, вложившие средства раньше других, получат наибольшие прибыли.

Экотуризм оформился в 70-80-х гг. XX в. как локальная идея - создание баланса между экономической выгодой, получаемой от рекреации на природе, и экологической безопасностью рекреационных территорий в рамках глобальной идеи - сохранения природы планеты как основы жизни на ней.

Что касается спроса на экологический туризм в странах-поставщиках туристов, то Eagles / Higgins полагают, что самый большой объем спроса существует в Северной Америке, за ней следуют Западная Европа (прежде всего Германия и Великобритания), Австралия и Новая Зеландия. В некоторых странах большое значение имеет также спрос на экотуризм на внутреннем рынке (например, Таиланд, Индонезия).

Исследования, проводимые с 2010-х гг., выявили, что в предпочтениях туристов произошел сдвиг от традиционных дестинаций в Европе к широкому спектру природных дестинаций, расположенных преимущественно в развивающихся странах.

Центральная и Южная Америка обладают самым большим разнообразием флоры и фауны на Земле, на этой территории сохранилась дикая природа. В Центральной Америке количество национальных парков и заповедников выросло, по сравнению с 1970 г., в 8 раз. 48% туристов, прибывающих в Латинскую Америку, имеют целью путешествие в природные резерваты.

Удивительно богатая и разнообразная природа Коста-Рики привлекает массу туристов. 27% всей территории Коста-Рики (50 тыс. км²) входят в состав национальных парков и резерватов, которые посещают более 66% туристов, прибывающих в страну. В целом, количество ежегодных экотуристских прибытий вырастает на 781 тыс. Доходы от туризма составляют основную статью дохода бюджета.

В зарубежной Европе насчитывается 280 национальных парков, которые в совокупности занимают площадь 11,8 млн. га. По числу таких парков в первую пятерку входят Финляндия, Швеция, Польша, Норвегия, Италия, а по размерам занимаемой ими территории - Норвегия, Италия, Великобритания, Румыния и ФРГ. Самые значительные территории нетронутой природы сохранились на севере Европы. В Норвегии расположены 3 национальных парка, природных и флористических резервата, 15 убежищ для птиц. Доля ООПТ в общей площади этой страны составляет 30,5%. В 1969 г. Германия открыла два национальных парка - Berchtesgaden и Bavarian Forest. В дополнение к этим крупным паркам, Германия имеет около 80 парков характера резерваций или заповедников, охраняемых законом.

В Африке в 2001 г., по данным ЮНЕП, насчитывалось 1254 ООПТ общей площа-

дью 211 млн. га (7,1% территории континента). По количеству ООПТ первое место занимает Южная Африка (673), за которой следуют Восточная Африка (208), Западная Африка (126), острова западной части Индийского океана (121), Центральная Африка (70) и Северная Африка (56). Среди стран Африки первое место по числу национальных парков и заповедников принадлежит Кении, где они составляют 15% всей территории. Ежегодный доход от туризма в Кении превышает 100 млн. дол. В Кении за период 1983-1993 гг. количество экотуристов возросло на 45%. Более 80% туристов, прибывающих в страну, ориентированы на природные туристские ресурсы.

Высокое природное разнообразие Азии в сочетании с многообразием азиатских культур создает чрезвычайную притягательность этой территории. Для экотуристов Непал является центром горного туризма в Гималаях. Существенное значение имеет экотуризм в Индии, Таиланде, Индонезии, Шри-Ланке, где экзотическая природа удачно сочетается с интересными культурно-этнографическими объектами. Кроме того, можно выделить Филиппины, Малайзию, Бутан, юго-западную горную часть Китая, покрытую девственными лесами. Большое значение созданию национальных парков уделяет Япония. Среди огромного количества национальных парков и заповедников самый известный и почитаемый в Японии - национальный парк на горе Фудзияма - Fuji-Hakone-Izu.

Австралия и Новая Зеландия давно популярны у экотуристов благодаря их уникальной природе. В Австралии насчитывается более 2000 охраняемых природных территорий, общая площадь которых превышает 4% площади страны. Здесь находятся 13 территорий природного наследия ЮНЕСКО, 2 из которых расположены на острове Тасмания. В 1995 г. Австралийские национальные парки посетили 26,082 млн. туристов (около 70% общего числа туристов). Огромен потенциал развития экотуризма на многих островах Тихого океана.

Международное сообщество прилагает большие усилия по развитию экотуризма. Ежегодно проводятся десятки симпозиумов и конференций, посвященных экотуризму. Каждый год проходят мировые конгрессы, собирающие сотни путешественников и ученых, бизнесменов и политиков.

Цель развития экологического туризма в Казахстане – улучшение экономического состояния отдаленных территорий, не имеющих альтернативных возможностей для подъема.

Экологический туризм сегодня можно рассматривать как начало формирования въездного природно-ориентированного туризма в Казахстан. Экотуристы – наименее притягательная часть туристского потока, любители неизведанных территорий, не предъявляющие высоких требований к туристскому сервису, который в Казахстане только начинает развиваться.

Экономические и социальные выгоды, которые получает от экологического туризма весь мир, огромны. Это и повышение экономической устойчивости территорий, вовлеченных в рекреационное пользование путем создания новых рабочих мест, и привлечение в сферу обслуживания местного населения, повышение его жизненного уровня и снижение уровня социальной напряженности и т.д. Социальные последствия развития экологического туризма, особенно в сельских регионах Казахстана, могут быть чрезвычайно значимы: возвращение на «малую родину» городских жителей, выросших в деревнях и селах и покинувших их из-за безработицы, оживление практически обезлюдевших сел, возрождение народных промыслов в случае создания рынка сбыта продукции и другие.

Особая роль в организации въездного туризма в стране, в решении задач, стоящих перед экологическим туризмом в повышении экологической культуры населения принадлежит тем специалистам, которые будут участвовать в организации и реализации экотуристских программ. Именно от них будет зависеть привлекательность казахстанских туристских продуктов, уровень негативного влияния туризма на природу рекреационных территорий, экономическая и социальная значимость туристских программ для регионов

страны и т.д.

В настоящее время в Казахстане наблюдается развитие экологического туризма.

Однако, несмотря на то, что экологический туризм отличается от других видов туризма незначительным воздействием на природную среду и не нуждается в особо развитой инфраструктуре, деятельность в этом направлении сталкивается с серьезными трудностями в связи с тем, что большей частью рекреационно-туристская инфраструктура находится все еще на этапе становления.

Экономический потенциал экологического туризма в Казахстане практически неограничен, однако для его становления и развития потребуются значительные капиталоинвестирования и затраты. Создание необходимой инфраструктуры для экологического туризма позволит обеспечить доступность уникальных уголков природы для туристов. Необходимо создать условия для привлечения инвестиций и частного капитала с целью реализации инвестиционных проектов по объектам экологического туризма, таких, как строительство туристского комплекса на Рахмановских ключах в районе горы Белухи в Восточно-Казахстанской области, создание сети горнолыжных курортов в Алматинской области, и других.

Успешное развитие экотуризма благоприятно сказывается не только на состоянии окружающей среды, но и способствует становлению малого бизнеса в регионах, а также является источником распространения знаний о культуре и природных красотах той или иной области, также является потенциалом для развития туризма в целом по Казахстану.

Казахстан можно сравнить с туристским бриллиантом, имеющим великолепные туристские возможности и ждущим с нетерпением дальнейших изменений для создания мировой конкурентоспособности.

Экологический туризм является неотъемлемой частью процесса формирования экономики современного государства, защита и восстановление окружающей природной среды становятся все более ощутимым критерием в развитии общества.

Туристский потенциал Казахстана богат и разнообразен и имеет уникальные возможности для развития почти всех видов туризма, начиная с познавательного, связанного с посещением культурно-исторических объектов, до приключенческого и других активных видов туризма, экотуризма. Пользуется популярностью среди туристов охота и рыбалка, в том числе национальные виды охоты.

Развитие экотуризма должно способствовать установлению гармонии между человеком и природой, вмещающей, как широкая колыбель, величие и красоту. Мы должны понять, что ощущение радости, которое дает нам общение с природой, переполненной чистыми и священными дарами, это биологически обусловленная потребность человека, как части живой природы.

Исследования и опрос (около 10 000 анкет), проведенные в Германии, Великобритании, Франции, Южной Корее и Японии, показали, что среди иностранцев присутствует высокая заинтересованность в экологических турах в Казахстан [2].

Основным турпродуктом Казахстана является экологический туризм, имеющий слабую конкурентоспособность на международном рынке. Потенциальный интерес на данный турпродукт составляет 8,9 миллионов человек (или 63 % от общего потенциала). Он занимает самую лучшую позицию на мировом рынке туризма и должен являться одним из ключевых для развития в Казахстане. Что сегодня мы можем предложить на международный туристский рынок? Это наши природные ресурсы, удивительные по своей красоте нетронутые ландшафты. Несмотря на это, экотуризм сегодня не является приоритетом для государственной туристской политики. Этот вид туризма, который несет ярко выраженный социальный аспект, не выделен ни в одном стратегическом государственном документе. КТА, представляя интересы туристского рынка, однозначно понимает, что экотуризм может приносить доходы как в бюджет страны, так и туристскому рынку. Поэтому в 2003 г. КТА провела предварительный анализ по оценке потенциала для развития экотуризма в Казахстане. По результатам проделанной работы стало ясно, что экотуризм нуждается в развитии и нашем пристальном внимании. Причем, каждый регион

Республики обладает уникальными природными ресурсами для развития экотуризма [3].

Таблица 1. Виды туризма по регионам Казахстана

Южный Казахстан	Северный Казахстан	Центральный Казахстан	Восточный Казахстан	Западный Казахстан
Экологический	Экологический	Экологический	Экологический	Экологический
Горный	Лыжный	Экскурсионный	Горный	Водный
Пеший	Пеший	Водный	Познавательный	Пеший
Велосипедный	Экскурсионный	Спелеологический	Экскурсионный	Экскурсионный
Экскурсионный		Исторический		Исторический
Исторический				Паломнический
Паломнический				

Чтобы соответствовать требованиям рынка, разработаны такие формы проживания, где туристы могут познакомиться с местными традициями и культурой, насладиться пребыванием вблизи природоохранных зон. Туристам, посещающим регионы, предоставляются традиционные блюда, которые отвечают минимальным стандартам качества, безопасности, гигиены, комфорта и являются экологически чистыми. Туристы имеют доступ к уникальной, дикой природе и биоразнообразию национальных парков и заповедников. Ключом к успеху является гибкость экотуристского пакета. Пакет путешествий формируется по запросам клиента с поездкой в различные регионы с различной культурой. Чтобы они не выбирали: конные прогулки по горам, отдых на пляже или рафтинг по белым водам Алтая, всегда есть варианты туров различной длительности.

Достижение цели - стать узнаваемыми и востребованными как лучший источник информации по экотурпродукту в Казахстане через:

- отбор, определение и создание лучшего экотурпродукта;
- помочь в разработке качественного продукта путем четко продуманных тренингов и обмена опытом;
- эффективное обеспечение достоверной информацией через процесс, нацеленный на клиентов;
- эффективное развитие туризма в гармонии с природой;
- системную работу со всеми партнерами (туроператорами, ЭТОС регионами и т.д.);
- собственное развитие, результатом которого будут лучшие тренеры, партнеры, профессионалы.

Самыми популярными экологическими местами Казахстана являются:

- Жабаглы (Южно-Казахстанская обл.);
- Угам (Южно-Казахстанская обл.);
- Кокшетау (Акмолинская обл.);
- Коргалжин (Акмолинская область);
- Лепсинск (Алматинская область);
- Алаколь;
- Катон-Карагай (Восточно-Казахстанская область);
- Риддер (Восточно-Казахстанская область);
- Каркаралы (Карагандинская обл.) [1].

Основные преимущества экологического туризма, обеспечившие его бурное развитие в современном мире – устойчивое развитие территорий, вовлеченных в сферу экотуризма, природоохранный характер экотуристских программ и технологий, использование рыночных механизмов формирования экологического мировоззрения населения.

Устойчивое развитие территорий, вовлеченных в сферу экологического туризма, обеспечивается созданием туристской инфраструктуры, организацией новых рабочих мест, вовлечением местного населения в сферу обслуживания, вследствие чего повыша-

ется жизненный уровень местного населения, происходит его закрепление на исконной территории.

Таким образом, развитие экологического туризма в Казахстане способствует:

- решению проблем экологии на отдельных участках Казахстана;
- сохранению природных парков и резервуаров;
- развитию казахстанского бренда на мировой арене;
- предоставлению новых рабочих мест;
- усилению патриотизма населения Казахстана.

Несмотря на то, что туризм, и экотуризм в особенности, остается относительно новым явлением для развития в Казахстане, за последние годы интерес к ним вырос. Это способствовало разработке ряду инициатив и стратегий, имеющих важное значение для будущего развития данного сектора экономики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сергеева Т.К. Экологический туризм: Учебник. - М., 2004.
2. Байканова Д.Е. Развитие экологического туризма в Республике Казахстан // Вестник Хабары: Туризм. - 2012. – №2. – С. 140-145.
3. Бочкирева Т.В., Самарцев С.Е., Хлыстова Я.Г. Эколого-культурный туризм: технологии и опыт организации. Экологический туризм на пути в Россию. – М.: Изд-во Москва, 2002.
4. Храбовченко В.В. Экологический туризм: учебно-методическое пособие. - М., 2003.
5. Бочкирева Т.В. Экотуризм: анализ существующего международного опыта. [Электронный ресурс] // URL: <http://tourlib.net/>
6. Сайт Информационно-ресурсного центра экологического туризма. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.eco-tourism.kz>

УДК 379.841

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УСЛУГ ПИТАНИЯ В ТУРИЗМЕ В ВОСТОЧНО-КАЗАХСАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Муравьева В.П.

Сведения об авторе. Муравьева Валерия Павловна - студент специальности «Туризм» Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. В статье питание рассматривается как составляющая часть сферы услуг в туризме, имеющая свою специфику. Даётся обобщенная классификация предприятий питания в туризме. Также определены требования к предприятиям общественного питания. В статье выявлены основные пути и тенденции развития услуг питания в туризме. Исследованы направления и перспективы развития услуг питания в Восточно-Казахстанской области.

Ключевые слова. Услуги питания в туризме, бизнес-ланч, ресторанное дело, виды питания, туристские услуги, типы предприятия питания, методы обслуживания, специальные «планы» питания туристов.

Автор туралы мәліметтер. Муравьева Валерия Павловна - Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Туризм» мамандығының студенті.

Аннотация. Тамақтану мақалада туризм саласындағы өзіндік ерекшеліктері бар негізгі құрамдас белгі ретінде карастырылады. Туризмдегі тамақтану кәсіпорындарының жалпылама класификациясы беріледі. Мақалада туризм саласындағы тамақтану қызметтерінің негізгі даму жолдары мен тенденциялары көрсетілген.

Түйін сөздер. Туризмдегі тамақтану қызметтері, бизнес-ланч, мейрамхана ісі, тамақтану түрлері, туристік қызметтер, тамақтану кәсіпорындарының типтері, қызмет көрсету әдістері, туристерді тамақтандырудың арнағы жоспарлары.

About the author. Muravieva Valeriya - a student of the specialty "Tourism" of Kazakh-American Free University.

Annotation. In the article nutrition is considered as a component part of the sphere of services in tourism, which has its own specifics. The generalized classification of food enterprises in tourism is given. The requirements for public catering establishments are also defined. The article reveals the main ways and trends in the development of food services in tourism. The directions and prospects of the development of food services in the East Kazakhstan region are explored.

Keywords. Catering services in tourism, business lunch, restaurant business, types of food, tourist services, types of catering enterprises, methods of service, special "plans" for tourists.

Услуги питания в туризме, как правило, не являются обязательным составляющим элементом в туристской путевке. Однако для полного удовлетворения туристских потребностей агенты туристской сферы рекомендуют включать в путевку минимальный гостиничный пакет питания, такой, как только завтрак, или завтрак – ужин. Активные туристы, как правило, не пользуются услугами питания при гостиницах, а используют другие заведения общественного питания. Рассмотрим подробнее обобщенную классификацию предприятий питания в туризме:

1. Тип предприятия – ресторан, кафе, закусочная, кулинария, бар, столовая;
2. По виду собственности могут разделяться на собственные и арендованные;
3. Место расположения предприятия питания – при гостиничном комплексе, при гостинице, автономные, при других средствах туристского размещения;
4. Способ обслуживания – полное обслуживание, самообслуживание, смешанное обслуживание;
5. Классность – без категории, люкс, первый класс, высший класс;
6. Ассортимент – широкий выбор, комплекс, национальная кухня, экзотическая кухня;
7. Режим обслуживания – детское питание, завтрак, буфет, специальное питание, полупансион, полный пансион.

Определяя тип предприятия питания, необходимо также учитывать следующие аспекты:

1. Сложность приготовления и ассортимент предлагаемой продукции;
2. Материально-техническую базу предприятия;
3. Выбор методов обслуживания;
4. Соответствие квалификации обслуживающего персонала;
5. Уровень обслуживания предприятия общественного питания.

Менеджер туристского агентства при комплектации путевки должен учитывать особенности приготовления блюд в предлагаемой предприятии питания, а также вкусовые особенности туристов, предпочтения, историю страны, религиозную приверженность, экономику, финансовые возможности и т.д.

Помимо классического предоставления услуг питания, предприятия питания могут предоставлять туристам широкий ассортимент услуг:

- 1) питание в номере;
- 2) сервис на этаже;
- 3) организация торжеств;
- 4) мини-бар в номере и т.д.

Необходимо учитывать, что прием пищи является физиологической потребностью каждого человека, поэтому услуги питания туристу предоставляется не только в местах его пребывания, но также и во время воздушных перелетов, автомобильных переездом, на водном и железнодорожном транспорте и т.д.

Рассмотрим основные типы предприятия питания, которые, как показывает практика, используются наиболее часто в индустрии питания.

Ресторан – наиболее доступное предприятие питания. Характерной чертой является разнообразие и широкий ассортимент предоставляемых блюд, в частности закусок, кон-

дитерских и винно-водочных изделий, фруктов и т.д. В последнее время рестораны используют практику приготовления блюд по индивидуальному заказу, в том числе фирменных и национальных блюд. Рестораны также имеют свою классификацию. Например, по количеству посадочных мест рестораны могут подразделяться на маленькие (10-15 посадочных мест), большие (более 500 посадочных мест). Еще одной отличительной особенностью организации питания в ресторанах является высокий уровень обслуживания и организация отдыха посетителей. Гостей в ресторанах обслуживаются официанты.

Следующим наиболее популярным предприятием питания является кафетерии.

Кафе – предприятие питания, в меню которого обязательного должно присутствовать кофе нескольких сортов и наименований, а также ряд спиртных напитков, которые подаются вместе с кофе или к кофе. Популярным в кафе является сервис «a la carte». «A la carte» дословно с французского переводится как «по желанию», «по выбору».

Горячие и холодные напитки приготавливаются для реализации в самих кафетериях, а также хлебобулочные и кондитерские изделия несложного приготовления. Как правило, кондитерские изделия собственного производства в кафетериях в ограниченном ассортименте.

Классифицировать кафе можно по типу предприятия:

- 1) кафе-кондитерское;
- 2) кафе-мороженое.

Кафе-кондитерское отличается тем, что помимо кофе реализуется широкий ассортимент кондитерских изделий (более 15 наименований). Гостям кафе предлагаются газеты и журналы для прочтения. Кафе кондитерское отличается тем, что горячие блюда, как правило, не подаются.

Кафе-мороженое – предприятие, которые предлагает на выбор своим посетителям широкий ассортимент мороженого, фруктовые и ягодные соки, спиртное и т.д. Предполагается обслуживание и самообслуживание.

Столовая – предприятие питания, реализующие продукцию собственного производства. Отличается большой вместимостью. Встречаются на больших курортах в гостиницах первого класса. В Восточном Казахстане столовая является наиболее популярным типом предприятия общественного питания, так как стоимость продукции значительно ниже, чем в ресторанах или кафе. Столовые при гостиницах используются также сотрудниками соседних предприятий. Столовые при гостиницах в Усть-Каменогорске и, в частности, в Восточном Казахстане, находятся на полной самоокупаемости и не зависят от количества гостей в гостиницах. В столовых могут подаваться комплексные обеды, блюда «на вывоз». Гостей гостиницы обслуживаются, как правило, официанты. Сторонние посетители обслуживаются самостоятельно.

В настоящее время популярность среди туристов набирают предприятия быстрого обслуживания. В групповых поездках такие заведения туристы посещают как в составе группы, так и самостоятельно. Обычно такие заведения посещают во время экскурсий. Относительно Восточно-Казахстанской области, предприятия быстрого обслуживания используются преимущественно местными жителями, так как иностранные туристы предпочитают обслуживаться в ресторанах и кафе при гостиницах.

Как правило, иностранные туристы при посещении Восточно-Казахстанской области предпочитают, чтобы услуги питания были включены.

Существует и другая группа туристов, которые путешествуют самостоятельно, и номер в гостинице является для них дорогим удовольствием, не говоря уже о питании в ресторанах. Отличительной особенностью предприятий общественного питания в Усть-Каменогорске, а именно в ресторанах и кафетериях, является высокая цена. Причем, высокая цена подразумевает высокий уровень обслуживания. Проблемой местных предприятий питания является несоответствие цены с качеством обслуживания и размерами порций.

В последнее время гостиницы и кафе Усть-Каменогорска перешли к практике кейтеринга в теплое время года. Кейтеринг – обслуживание вне помещения предприятия пи-

тания. В странах Восточной и Западной Европы кейтеринг является популярным, так как туристы могут насладиться не только местными блюдами, но и городской атмосферой. Еще одной отличительной чертой кейтеринга в странах Европы является высокая температура атмосферного воздуха. Туристы и местные жители питаются на улице, так как в помещениях кондиционеры не всегда справляются, и создается определенный дискомфорт.

Туристское питание, как показывает практика, связано непосредственно с услугами размещения. Туристская практика показывает специальные «планы» питания туристов при гостинице:

1. Европейский план – включает только стоимость размещения. Предприятия питания туристы находят самостоятельно. Такой план питания распространен в США. Популярность в Казахстане не предвидится;

2. Континентальный план – гостиничный тариф, который включает цену размещения и стоимость континентального завтрака. Континентальный завтрак – *bed and breakfast*, BB – дословный перевод «постель и завтрак». Включает в себя легкий завтрак (чай / кофе, булочка, масло или джем). В Италии к завтраку BB включают стакан сока, в Голландии – сыр, в Норвегии – рыбу.

3. Бермудский план – стоимость размещения и полный завтрак. Второе название бермудского плана – английский завтрак. Наиболее подходит к предприятиям размещения Восточного Казахстана. Завтрак в гостиницах Усть-Каменогорска предполагает овсянную кашу/ яичницу/ омлет с ветчиной и чай/кофе. Обед и ужин оплачивается отдельно. Бермудский план во многих странах реализуется в виде «шведского стола».

Модифицированный американский план (Modified American Plan, MAP) – стоимость проживания включает завтрак – «континентальный» (в Европе) или полный и еще одну трапезу, как правило, ужин. Этот план широко распространен на курортах Багамских и Бермудских островов, Карибского бассейна и Мексики. В Европе этот план обычно называют полупансионом.

4. Американский план (American Plan, AP) – стоимость проживания включает завтрак, обед и ужин. В Европе этот план также называют полным пансионом. Полный пансион распространен на круизных судах, в «туристских деревнях» и аналогичных курортах.

Ряд требований к предприятиям общественного питания:

1. Предварительная сервировка столов приборами, столовой посудой с хлебом, холодными закусками и специями может быть использована во всех типах и классах предприятий только при обслуживании организованных групп по безналичному расчету;

2. Продукты, используемые для приготовления блюд, должны иметь сертификат, подтверждающий отсутствие вредных для здоровья веществ (нитритов, нитратов и пестицидов), а также радиационных и микробиологических загрязнений, превышающих установленные нормы. В случае отсутствия сертификата проводится лабораторный анализ поступающих продуктов;

3. Регулярно, но не реже, чем раз в пять лет проводится аттестация производственного, обслуживающего, административно-управленческого и технического персонала с целью подтверждения или повышения квалификационного разряда. Не реже, чем через три года должна проводиться профессиональная переподготовка работников туристских предприятий питания на курсах повышения квалификации по специальной программе;

4. Метрдотель, официанты и бармены должны знать не менее одного из европейских языков. В бригаду включаются официанты, владеющие разными иностранными языками;

5. Работники обслуживающего персонала должны быть вежливы, внимательны и предупредительны (но не навязчивы) в отношениях с посетителями, по возможности выполнять просьбы посетителей, если это не отвлекает их от выполнения прямых обязанностей. В случае возникновения конфликтной ситуации работник должен немедленно пригласить дежурного администратора, метрдотеля или директора предприятия.

Расширение услуг ассортимента питания включает в себя бизнес-ланчи, организация обучения кулинарному мастерству, блюда на вынос.

Опрос жителей города показал, что успех любого предприятия общественного питания зависит на 44% от качественной и разнообразной кухни, 33% зависит от концепции или идеи ресторана, уровень сервиса отметили 27% опрашиваемых. Предпочтение отдают недорогим семейным заведениям. Элитные и дорогие рестораны в приоритет обычных туристов не входят.

В сравнении с другими ресторанами при гостиницах, ресторан гостиничного комплекса «Эдельвейс» предоставляет исключительно блюда европейской кухни. Средний счет за ужин составляет от 5 до 7 тысяч тенге. Предоставление одной кухни в ресторане «Эдельвейс» является не благоприятным фактором развития, так же, как и его удаленность от центра города.

Наибольшим успехом в развитии ресторанных и любого другого предприятия общественного питания является удаленность от центра города и удобность подъезда. Большинство туристов и местных жителей предпочитают посещать рестораны в центре города лишь по одному критерию – не большая удаленность от места проживания и мест развлечения.

В последние годы активность предприятий в сфере питания в Восточном Казахстане, в частности, и в Усть-Каменогорске сильно возросла. Рестораны и кафетерии на начальном этапе своего развития предают значение качеству сервиса и небольшому размеру среднего чека на одного гостя. Экономический кризис последних лет сильно повлиял на развитие индустрии общественного питания в регионе, как для иностранных туристов, так и для местных жителей. Строительство «с нуля» зданий для ресторана или кафе является слишком дорогостоящим для предпринимателей в плане сроков окупаемости. Срок окупаемости любого предприятия не должен превышать 3-4 лет, так как в условиях рыночной экономики и факторов конкурентности существует множество рисков и так называемых «подводных камней». Успешное существование при таких условиях ставится под знак вопроса, так как необходимо постоянно совершенствоваться и вкладывать большие инвестиции.

Питание, являясь неотъемлемой частью любого туристского путешествия, проходит ряд этапов своего становления. Конечным итогом любого предприятия общественного питания должен стать продукт, удовлетворяющий не только физиологические потребности туриста в еде, но и доставляющий некую другую удовлетворенность, например, удовлетворение в комфорте, атмосфере, полученном обслуживании и т.д.

ЛИТЕРАТУРА

1. Архипов В.В. Организация ресторанных хозяйств: Учебное пособие. - М.: «Центр учебной литературы», 2007.
2. Белошапка М.Н. Технология ресторанных обслуживания: Учебное пособие. - М: Изд. центр «Академия», 2004.
3. Бондаренко Г.А. Гостиничное и ресторанные хозяйства: Учебно-практическое пособие. - 2-е изд. - Минск: БГЭУ, 2001.
4. Браймер Р. Основы управления в индустрии гостеприимства: Пер с англ. - М: «Аспект Пресс», 1995.
5. Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов: Учебник. - Минск: «Новое знание», 2003.

УДК 379.841

ШЫҒЫС ҚАЗАҚСТАН ОБЛЫСЫНДА ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ТУРИЗМНІң ДАМУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРИ

Есполова Г.У.

Автор туралы мәліметтер. Есполова Гаухар Уалихановна - Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Туризм» мамандығының студенті.

Аннотация. Макалада ШҚО-дағы экологиялық туризмді дамытудың ерекшеліктері қарастырылып, «экологиялық туризм» терминіне интерпретация берілген. Беріліп отырған макалада экологиялық туризм болашағы бар туризмдік бағыттардың бірі болып саналады. Сондай-ақ экологиялық туризм қазіргі кезде басымды сала бола тұра, экономиканың дамуына ықпал ететіні де ерекше аталған. Макалада Шығыс-Қазақстанның атальыш туризм түрінің астанасы болуға мүмкіндіктері мол екені айтылып отыр. Сондай-ақ облыстың туризм дамытудағы 2020 жылға қарсы жасалған жоспары да талданған.

Түйін сөздер. Экологиялық туризм, эко-тур, экотуристтік қызмет, туризмді дамыту, Шығыс-Қазақстан, туризм түрлері, туристтік өнім, туроператор.

Сведения об авторе. Есполова Гаухар Уалихановна - студент специальности «Туризм» Казахстанско-Американского свободного университета

Аннотация. В статье рассмотрены особенности развития экологического туризма в ВКО, дана интерпретация термина «экологический туризм». В данной статье экологический туризм рассматривается как один из перспективных отраслей туризма, в связи с чем привлекает к себе особое внимание. Также отмечено, что экологический туризм в настоящее время является приоритетной отраслью и способствует устойчивому развитию экономики. Экотуризм в Казахстане имеет хороший потенциал, но не достаточно развит. В статье указывается, что Восточный Казахстан имеет потенциал, чтобы стать центром экологического туризма. Также власти ВКО планируют создание к 2020 году нескольких баз отдыха и большого количества маршрутов для путешествий.

Ключевые слова. Экотуризм, экологические туры, туристские маршруты, особо охраняемые территории, Восточный Казахстан, развитие туризма, виды туризма, туристский продукт, туроператор.

About the author. Espolova Gaukhar - a student of the specialty "Tourism" of Kazakh-American Free University

Annotation. In the article features of development of ecological tourism in EKR are considered, interpretation of the term "ecological tourism" is given. In this article, ecological tourism is considered as one of the promising sectors of tourism, in connection with which it attracts special attention. It was also noted that ecological tourism is currently a priority sector and contributes to the sustainable development of the economy. Ecotourism in Kazakhstan has good potential, but it is not sufficiently developed. The article points out that East Kazakhstan has the potential to become the center of ecological tourism. Also, the authorities of the East Kazakhstan region are planning the creation of several recreation bases and a large number of routes for travel by 2020.

Keywords. Ecotourism, ecological tours, tourist routes, specially protected areas, East Kazakhstan, tourism development, types of tourism, tourist product, tour operator.

Экологиялық туризм (фр. tourisme, фр. tour – сейілдеу, сапар) – сауықтырушылық, танымдық, қарым-қатынастық қажетсінүлер ұштастырылатын, халықтың тынығуға катысты қажетсінүлерін негұрлым толық канагаттандыруға мүмкіндік беретін туризм саласы. Экологиялық түрғыдағы көрнекті орындарды (ұлттық саябақтарды, табиғат ескерткіштерін, табиғат қорғау проблемалары негұрлым онтайлы шешілген аумактарды, экологиялық ұйымдардын, "жасылдар" қозғалысының бұқаралық шараларына катысу, арапап көрүмен қоса жоспарланған саяхат болып табылады.

Туризмнің қазіргі кезеңінің ерекшелігі экологиялық туризм туралы түсініктің не екенін ашу. "Экологиялық туризм" (қысқаша аты "экотуризм") ағылшынның "ecological tourism" ("ecotourism") сөзінен аударылған. И. Криппендорфтың анықтамасы бойынша экологиялық туризм – бұл (алғашында автор оны "тыныш туризм" деп атады) "табиғаттың көрікті көрінісімен тікелей байланыста болып, жергілікті халықтың мұддесін еске

ала отырып, көптеген адамдарға ұзақ уақыт физикалық және рухани демалысын ұйымдастыру".

К.Х. Рохлитц басқаша анықтама беруді ұсынды. Бұл автордың айтуынша, "жұмсақ туризм – бұл тұрғылықты халыққа экономикалық пайда түсіретін және олардың арасында түсінушілікті қамтамасыз ететін, сондай-ақ табиғаттың сұлу көрінісіне де, жергілікті әлеуметтік-мәдени ортаға да зиян келтірмейтін саны жағынан біркелкі туризм". Автордың бұл анықтамаға қосқан үлесі "жұмсақ туризм" жүйесінде элементтердің өзара әсерін көрсетіп бергенде, солар арқылы түскен табыстың бір бөлігін табиғи ортаға тигізілген зияндылықты жоюға жіберу болды.

Кейбір мәліметтерге қарағанда "экотуризм" деген терминді 1987 ж. Hector Ceballos-Lascurain енгізген көрінеді, ол мынадай анықтама ұсынған екен: "Бұл ешкім тимеген немесе ласталмаған табиғи аудандарға саяхат жасау, өзіне тән табиғаттың сұлулығымен, оның тамаша өсімдіктерімен, андарымен қызықтан, сондай-ақ басқа да мәдени ерекшеліктерімен танысу туризмі".

Қазақстанда болашағы бар және дами алатын 2 турөнім бар, олар – бизнес туризм және экологиялық туризм. Екі өнім де халықаралық нарықта тамаша мүмкіндіктерге ие.

Туризм индустриясы комитетінің хабарлауынша, Шығыс Қазақстан кластері «Табиғаттың тамаша әлемі» ретінде танылып, экологиялық туризмді дамытудың орталығы болмақ. Аталмыш кластерде дайындалатын негізгі туристік өнімдерге белсенді және шытырман туризм мен тау мен көлдегі демалыс енгізілмек. Құжаттың мақсаты – демалыс орнына жергілікті және шет елдік инвесторлар мен туристерді тарту ұсыныстарын құру мен халықаралық деңгейдегі демалыс орнының бәсекеге қабілеттілігін арттыру. Зерттеу нәтижесінде 100 әлеуетті туристік бағыт анықталып, Шығыс Қазақстанның барынша тартымды 27 туристік жерлеріне баға берілді. Онда экономикалық, әлеуметтік және экологиялық қасиеттер де назарға алынды.

«Туристік кластер «Шығыс Қазақстанға» Шығыс Қазақстан облысының солтүстік және шығыс бөліктері кіргізілген. Өскемен қаласы кластердің орталығы болады, онда негізгі қызықты 6 туристік орын орналасқан. Бұқтырма су қоймасы, Ертіс өзені - Жайсан көлі, Катонқарағай мемлекеттік ұлттық табиғи паркі, Марқақөл өзені мен Қалжыр құзы, Риддер - Анатау мен Иван таулары, Семей қаласы. Алакөл айналасында туристік аймақты дамытуға ерекше рөл берілді. Эр кластер бір туристік өнімді дамытуға бағытталған», - деп ҚР ИЖТМ Туризм индустриясы комитетінің төрағасы Марат Игалиев ағынан жарайлды.

Болашақта Шығыс Қазақстан облысының қалған бөлігі Алакөл мемлекеттік табиғи қорығы мен «Берель» мемлекеттік тарихи-мәдени қорығы мен басқаарлары енгізіліп, туристік кластердің кеңістігі ұлғайтылуы мүмкін.

Айта кетерлік жайт, 2020 жылға дейін Шығыс Қазақстан облысын кластерлі дамыту бағдарламасы бойынша шеберлік - жоспарды жүзеге асыру аясында 15 мыңдан астам жаңа жұмыс орны ашылып, 10 мыңдан астам төсек орын пайдалануға беріледі. Қарастырылып жатқан жобалар аясында жеке инвестиция сомасы 600 млн. доллардан асып жығылады деп күтілуде.

Қазіргі таңда экологиялық туризм экономиканың дамуына ықпал ететін келешегі бар сала болып табылады. 2015 жылы Қазақстанның Туристік Ассоциация мен IPK компаниясының экспертерімен жүргізілген Қазақстандағы туристік нарықтың талдауы бойынша Қазақстан келешекте қозғалмаған табиғаты мен қорықтар, ұлттық парктердің алуан түрлі үлкен потенциалына ие, сонымен қоса мәдени мұрасына да бай. Германия, Ұлыбритания, Франция, Оңтүстік Корея мен Жапон елдерінде жүргізген зерттеу мен сауалнамалар бойынша, шетелдік азаматтар арасында Қазақстанның экологиялық турларына жоғары қызығушылық білдіргенін анықтаған. Еліміз шет елдер тәжірибесінде туризм бағыттарын дамыту жолдарын іздейді, себебі ол елдер бұл салада бірнеше саты жоғарыда. Бірақ, дайындық пен жоспарсыз асығыстық жасап қажеті жоқ. Қазақстанның экотуризм енді дамып жатыр, бірақ сонда да он септігін сезуге болады. Қазақстанның туристік саланы гауһар таспен салыстыруға болады, себебі әлемдік бәсекелестікке сәйкес келетіндей

тамаша туристік мүмкіндіктері өз сәтін асыға күтуде. Біздің елімізді 2020 жылға шейін алдынғы қатарлы туристік бағытқа айналдыру үшін 1 миллиард доллар қаражат жұмсауы қажет.

Қазақстандағы негізгі турөнім экологиялық туризм болып келеді, бірақ халықаралық нарықтағы бәсекелестік қасиеті аз. Қазақстандағы экологиялық туризмнің басымдылығының бағасын анықтау үшін талдау жүргізді. Қорытынды бойынша экотуризм күрделі даму қажет екенін түсінді. Соған қарамастан, республиканың әрбір аймағы экотуризмнің дамуы үшін ерекше табиғи байлыққа тұнып тұр.

Кесте 1. Қазақстан аумақтарындағы туризм түрлері

Аумақтар бойынша туризм түрлері				
Оңтүстік Қазақстан	Солтүстік Қазақстан	Орталық Қазақстан	Шығыс Қазақстан	Батыс Қазақстан
Экологиялық	Экологиялық	Экологиялық	Экологиялық	Экологиялық
Тау	Шаңғы	Экскурсиялық	Тау	Су
Жаяу	Жаяу	Су	Танымдық	Жаяу
Велосипедтік	Экскурсиялық	Спелеологиялық	Экскурсиялық	Экскурсиялық
Экскурсиялық		Тарихи		Тарихи
Тарихи				Діни
Діни				

Экологиялық туризмнің басқа туризмдерден принциптік айырмашылығы – табиғатта туристердің берілген тәртіпке бағынуы, табиғи ландшафттарды шамадан тыс ластаудан қорғау және индустримальық туризм дамуының басты шарты болып табылатын табиғи ресурстардың деградациясын болдырмау.

Экотуризмнің ең басты қағидасы қоршаған ортаны аялау, табиғатты сыйлау. Туризм, оның ішінде экотуризм - бұлар, табысы бірқатар факторлардың жиынтығына тәуелді болып табылатын қызмет салалары. Қазіргі таңда экологиялық туризм басқа туризм салаларына қарағанда басымырақ. Экологиялық туризмнің негізгі мақсаты қоршаған ортаның және мәдени, табиғи ресурстардың сақталуын қамтамасыз ету.

Экотуризмнің аспектілері: ақпарат тандырылған - табиғат және аумақ мәдениеті, экологиялық занждылықтарын және тағы да басқа білім алу; этикалық - экологиялық менталитеттің қалыптасуы - табиғат және ұлттық мәдениетке сыйластық және түсіністік, оларды сақтап қалу қажеттілігін сезіну. Экотуризмді дамыту туристік қызмет нәтижесіндеңігі экожүйеге кері әсердің алдын алудың бірден-бір жолы.

Экологиялық туризмнің ең өзекті бағыттары:

- танушылық;
- ғылыми;
- спорттық.

Қазіргі кезде Қазақстанда 10 аса экосайттар Ақмола, Алматы, Шығыс Қазақстан, Жамбыл, Солтүстік Қазақстан және Оңтүстік Қазақстан облыстарында жұмыс істейді. Экосайт - (ағылшын тілінен экотуристік тұрак) Еуразия – Орталық Азия Қоры ұсынған және ауылдық қоғамдастықтарға негізделген экотуризмді дамыған орынды білдіретін термин: және жобалар жузеге асырылады. Бұл экосайттардың көбі ерекше қорғауға алынған табиғи территорияларда және оларға жабысқан территорияларда орналасқан. ЕҚТТ-дан келесілерді атауға болады. Ақсу Жабаглы МТҚ, Алматы МТҚ, Қорғалжын МТҚ, Батыс Алтай МТҚ, «Қөлсай көлдері» МҰТП, Катон – Қарағай МҰТП, Көкшетау МҰТП, Сайран – Угам МҰТП және басқалар.

2004 жылы Евразиялық қордың ақшалай қолдау көрсету арқылы Алматы қаласында ҚТА Қазақстандағы бірінші (өкінішке орай, қазірге дейін жалғыз) орган Экотуризмнің Ақпараттық Ресурстық орталығы (ЭАРО) құрылған.

ЭАРО жобасы – бұл халықаралық және Қазақстандағы туристік нарыққа хабар та-

рату, туризмге бағытталған жергілікті бірлестіктерді қолдау және олардың экологиялық туризмді дамыта отырып нақ пайда табуына көмек көрсету.

Кесте 2. Казахстан Республикасындағы экосайттардың тізімі

Казахстан Республикасы аймақтары	Экосайттардың атауы
Оңтүстік Қазахстан облысы	Жабағлы, Тұлкібас, Ленгер, Қасқасу, Болдыберек, Қексаяқ, Төнкеріс
Орталық Қазахстан	Корғалжын, Сандықтау, Айыртау, Имантау, Балқаш, Қарқаралы, Шашубай (Балхаш)
Шығыс Қазахстан облысы	Риддер, Катон -Қарагай, Солдатово (Майемир), Черновое, Урыль, Коробиха, Урынхай
Алматы облысы	Саты, Талғар

Қазақстанда туризм саласы дұрыс дамымай отыр. Жерімізде бар көне ескерткіштер, әсем табиғат, бәрі - бәрі әлі де болса, көпшілікке беймәлім күйінде қалып келеде дейді еліміздегі туристік ұйымдардың өкілдері. Қазақстан азаматтарының кейбірі алыс-жақын шет елде демалғанды қалайды екен. Басты себеп, қаржы аз болініп, жолдар жөнделмеген. Кызмет көрсету сапасы да төмен. Қазақстандағы экологиялық туризмнің әлсіз дамуының себептеріне келесілерді жатқызуға болады:

- экологиялық туризмнің нормативті-құқықтық базасының дамығандығы;
- экологиялық туризмнің объектінің жағдайы мен саны жөніндегі статистикалық есептің болмауы;
- салық саясатының жетілмегенінің нәтижесінде туристік қызметке шетелдік туристерді қабылдайтын және отандық туристерді шетелге жіберуді жүргізетін туристік фирма қызметінің сипатын шектеусіздер 20% көлемінде қосымша құнға салық салынады;
- ерекше корғалатын табиғи территориялардың көпшілігінде экологиялық туризм маршруттарын дамытуға қаражаттың жоқтығы, келушілерге қызмет көрсететін және ақпарат беретін дайындықтан өткен кадрлардың жоқтығы;
- магистральдар мен жолдарды айтартылған алыста орналасқан экологиялық туризм объектілеріне көліктің жетуінің төмендеуі;
- экологиялық туризм саласындағы халықаралық қатынастардың және экологиялық туризмді ұйымдастырудығы халықаралық тәжірибелің болмауы.

Шығыс Қазахстан облысының табиғаты таңқалдыраш алуан - түрлі. Осында дала, шөлді және таулы тайга ландшафттар: батыста - Ертіс маңы және Сарыарқаның жазықтары, шығыста - Алтай деп атаптын таулы өлке. Шығыс Қазақстан жануарлар және өсімдіктер әлемінің түрліліктерімен бай. Облыста республикамыздың орман байлығының 90%-ы жинақталған. Аймақтың табиғатын сакташ қалуға қорғалатын аумақтар мен қорықтық орындар торабы құрылған. Бұл Марқақөл, Батыс Алтай, Алакөл қорықтары, 8 жануартану мен өсімдіктану қорықшалары, 6 табиғат ескерткіштері, Қатон-Қарагай ұлттық табиғи саябағы. Туризмді дамытуда Қазақстанның келешегі мол және тартымды өлкесінің бірі Шығыс Қазақстан облысы болып табылады.

Экологиялық туризммен жастар мен белсенді қызықты демалысты жақсы көретін орта жастағы адамдар айналысады. Жоғарыда айтылған мәтінге қарап Шығыс Қазақстан экологиялық туризмнің дамуын экотуристердің осы аймақта жоғары қызығушылығымен және әлемдік туристік салада қазіргі таңда жаңа және динамикалық сектордың дамуымен байланыстырып қарастырамыз. Шығыс Қазақстан ерекше табиғи және тарихи нысандардан қалыптасқан бай рекреациялық әлеуетімен белгілі. Аталған аймақтың көрінісімен бір туристік турда тамсанып тамашалауға болады. Бір туристік сапарда туристер көшпелі қазақтың мәдениетін, балықшылардың өкілдерін сонымен қатар марал фермасында бола алады. Алтай тауларының ортасында көркем көлдердің арасында тас тостағанның түбінде бәріне белгілі «Рахман бұлағы» орналасқан. Қазақстанның Алтай тауы Шығыс Қазақстан облысы аумағының көп белгілін алып жатқандықтан, туризмді дамытуға зор мүмкін-

шілік бар. Мұның барлығы туристік индустрияны дамытуға негіз бола алады.

Шығыс Қазақстан экологиялық туризмнің дамуы үшін барлық мүмкіндіктерге ие. Оның негізін ерекше табиғи шарттар мен ландшафттар, көптеген табиғи, тарихи ескерткіштер, халықтың мәдени және этникалық мұрасы құрайды. Бірақ, экологиялық туризм басқа туризм түрлерінен табиғи ортага шамалы әсер етумен ерекшеленгенімен рекреациялық - туристік инфракұрылымның әлі де қалыптасу деңгейінде жүргендіктен, экологиялық туризм біраз кедегілерге жолында. Экологиялық туризмнің экономикалық әлеуеті шектесіз, бірақ оның қалыптасуы мен дамуына қаржылай көмек қажет. Экологиялық туризм үшін қажетті инфракұрылымдарды құру туристер үшін табиғаттың кез келген жеріне баруға мүмкіндік береді.

Шығыс Қазақстан аймағындағы экотуризмнің дамуы жаңа бағыттарды талап етеді. Соңғы жылдары туризмнің бұл түрін дамыту мақсатында тенденция қалыптасты. Атап айтсақ, экотуризмнің дамуы Шығыс Қазақстанның табиғатын сактауға көмектеседі. Шығыс Қазақстан сияқты аймақтарда экотуризм табиғатты қорғау, халықтың жұмыспен қамту көрсеткішінің өсімі және әлеуметтік-экономикалық дамуга көмектесе алады. Ерекше коргалатын табиғи аумақтарда экологиялық туризмді жүзеге асырудың болашағы туралы қорытындылар жасалды. Шығыс Қазақстан облысының аса перспективті аудандарындағы экологиялық туризмді дамыту үшін жасалатын жағдайлар келесілерді қамту керек:

- республикадағы туризм индустріясының көптеген экологиялық және әлеуметтік-экологиялық проблемаларын шешу мақсатында экологиялық туризмнің дамуыныңғылыми негізделген ұлттық стратегиясын әзірлеу керек;
- туристерге сапалы қызмет ететін экологиялық сауатты мамандар тағайындау;
- экологиялық туризмді дамытуға мүдделі барлық мемлекеттік және жеке құрылымдардың жергілік органдарына қолдау көрсету;
- болашақ үрпақ үшін ерекше табиғи және мәдени-тарихи обьектілердің сактау табиғатты пайдалануды реттеу мақсатында географиялық ақпараттық жүйені құру керек;
- коршаган ортадағы табиғи ресурстардың (орман, көл, тау) табыс көздеріне жергілікті халықтың түсінуіне мүмкіншілік беру және осындай идеяларды тарату бағытындағы жұмыстарды үйімдастыру.
- Шығыс Қазақстан облысында жүргізілген зерттеу нәтижелері экологиялық туризмді дамыту мақсатында Қазақстанның басқа облыстарында пайдалануы мүмкін.

Жергілікті халық экотуризм мен рекреациядан пайданы ұлттық бақ инфракұрылымын дамыту жоспарын іске асыру барысында алады, онда рекреацияны дамытуы, жағажай демалысы, бальнеологиялық сулар көздерін ашу, экологиялық таза өнім өндіру, қонақ үйлер салу, визит орталықтар ашулар қарастырылып, жүзеге асырылуда. Табиғатқа зиян келтірмейтін әдіспен жеке кәсіпкерлерді тарту немесе ұлттық бақтың есебінен кішігірім коопeraçãoлар салу қолға алынуда.

Жалпы алғанда, экологиялық туризмнің өзектілігі даусыз. Тек орталық және жергілікті мемлекеттік органдардың, өкіметтік емес үйімдар мен жергілікті қоғамдастықтардың қызығушылықтары мен күштерін біріктіру арқылы қалаулы нәтижеге жетуге және экотуризмді XXI ғасырда Қазақстанның тұрақты дамуының қозғауышы инструменті етуге болады.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Буйленко В.Ф. Основы профессиональной деятельности в туризме и экотуризме: учебник для студентов высших учебных заведений. – Ростов-на-Дону: «Феникс», 2008.
2. Косолапов А.Б. Теория и практика экологического туризма: учебное пособие. – М., 2005.
3. Храбовченко В.В. Экологический туризм: учебно-методическое пособие. - М., 2003.
4. Никитинский Е.С. Қазақстанның туристік құқығы = Казахстанское туристское право: сборник нормативных правовых актов в сфере туризма. - Астана, 2008.
5. https://kazakhstan.orexca.com/rus/tourism_kazakhstan.shtml

УДК 379.841

ШЫҒЫС-ҚАЗАҚСТАН ОБЛЫСЫНДА ЕМДІК-САУЫҚТЫРУ ТУРИЗМИНІҢ ДАМУ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ

Ратаева А.С.

Автор туралы мәліметтер. Ратаева Арай Сайранқызы - Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Туризм» мамандығының студенті.

Аннотация. Мақалада Шығыс-Қазақстан облысындағы емдік-сауықтыру туризмінің қазіргі даму жағдайы қарастырылады. Сондай-ақ 2016 жылға қарсы Шығыс-Қазақстанға келген қонақтар мен түрлі ауруларды емдей түрлөрі туралы мәліметтер көлтірілген. Шығыс-Қазақстан облысындағы емдік-сауықтыру туризмі дамуының төмөндігінің негізгі себептері мен болашағы сөз етіледі.

Түйін сөздер. Туризм, туристтік өнім, сауықтыру туризмі, бальнеотерапия, климотерапия, балшық процедураалары, қонақжайлышы, ландшафтотерапия, климатотерапия, иппотерапия, аэротерапия, гелиотерапия, терренкур, курортология.

Сведения об авторе. Ратаева Арай Сайранқызы - студент специальности «Туризм» Казахстанско-Американского свободного университета

Аннотация. В статье рассматривается современное состояние развития лечебно - оздоровительного туризма в Восточном Казахстане. Также дана информация о посетителях в Восточный Казахстан за 2016 год, виды лечения разных заболеваний. Обозначены основные причины низкого уровня развития лечебно-оздоровительного туризма в Восточном Казахстане. Также, помимо проблем, отражены перспективы развития лечебно-оздоровительного туризма в будущем.

Ключевые слова. Развитие туризма, лечебно-оздоровительный туризм, бальнеотерапия, климотерапия, грязевые процедуры, гостеприимство, ландшафтотерапия, климатотерапия, иппотерапия, аэротерапия, гелиотерапия, терренкур, курортология.

About the author. Rataeva Arai - a student of the specialty "Tourism" of Kazakh-American Free University

Annotation. The article considers the current state of the development of primary wellness tourism in East Kazakhstan. Also information is given about visitors to East Kazakhstan for 2016, types of treatment for various diseases. The main reasons for the low level of development of primary wellness tourism in East Kazakhstan are indicated. Also, in addition to problems, the prospects for the development of primary wellness tourism in the future are reflected.

Keywords. Tourism development, therapeutic and health tourism, balneotherapy, climatotherapy, mud treatments, hospitality, landscape therapy, climatotherapy, hippotherapy, aerotheory, heliotherapy, health path, balneology.

Емдеу сауықтыру орындары халықтың ұлттық игілігі болып табылады. Олар халықтың демалуы мен емделуіне арналған және де қатаң түрде қорғауға алынған табиғи объектілері мен өзіндік ерекшеліктері бар аймақ болып келеді.

Қазақстан Республикасындағы емдік туризмінің дамуының қажеттілігін тұтынушыларға әлеуметтік тапсырыс көптеген бүтіндей жүйесін жуықтап алғанда денсаулық мәселесі мен бос уақытты өткізуге байланысты салауатты өмір салтына республикадағы патриоттық тәлім тәрбиені үйретуге жағдайлар жасалған.

Қазақстан Республикасының кең байтақ территориясында ерекше физика – географиялық және геологиялық жағдайлары емдік туризмдегі әр түрлі факторлармен таралған. Емдік туризмді дамытуға Қазақстанның мүмкіншілігі зор. Оның негізгі ғажайып табиғи жағдайларын көптеген емдік батпақтар мен минералды buquerque құрайды. Қазақстан Республикасындағы емдік туризмінің даму қарқыны шикізат базасы мен дағдыланған.

Туризм - демалыспен, бос уақытпен, спортпен, сондай-ақ мәдениетпен және табиғатпен тілдесумен тікелей байланысты және жеке ұжымдық толық жетілудің жолы реңінде жоспарлануы және тәжірибеге енгізілген қызмет.

Туризм әлемдік экономикада басты рөлдің бірін атқарады. Бұкіл әлемдік туристтік ұйымның деректері бойынша ол әлемдегі жалпы ұлттық өнімнің оннан бір бөлгін халық-

аралық инвестициясының 11%- дан астамын, әлемдік өндірістің әр бір тоғызыныш жұмыс орнын қамтамасыз етеді. 1993 жылы Қазақстан Республикасы Дүниежүзілік туристік үйымға мүше болып кірген. Қазақстанның тәуелсіздік алуы туристік қызметті реттеу мен халықтың тарихи және мәдени мұрасын жаңғыру үшін негіз болып қаланды. Туризмнің тез және тұрақты өсүін, оның қоршаған ортаға, экономиканың барлық саласына және қоғамның әл-ауқатына құшті ықпалын назарға ала отырып Үкімет Қазақстанның ұзақ мерзімді даму бағдарламасында туризмді басым сала деп анықтады.

Қазақстандағы қазіргі заманғы туризм дамуының деңгейі қолда бар туристік әлеуметті толығымен пайдалануға мүмкіндік бермей отыр. Себебі туристік сфера дамуының төмен деңгейі туризм сферасын экономикалық реформалау жөніндегі ғылыми өңдеулердің тілден болмауына байланысты. Қазақстанда туризм сферасында тәжірибелі ұсынуларды жасау үшін кешенді және жүйелік талдау өткізетін ғылыми-зерттеу құрылымы жоқтығы. Сондықтан қазіргі заманғы сатыдағы туризм дамуының экономикалық механизмін зерттеудің өзекті мәні бар.

Қазіргі туризм - бұл әлемдік экономиканың құлдырауы болмайтын саласының бірі. Туризм тек қана экономикалық емес, сонымен бірген әлеуметтік - мәдени маңызға ие. Себебі ол елдер арасындағы мемлекет аралық байланыстардың және мәдени айырбастаудың дамуына ықпалын тигізеді және аймақаралық байланыс көлемін арттырады, халықтың танымдық деңгейін көрсетеді.

Шипажайлардың негізгі типтері: бальнеологиялық; балшықтық; климаттық;

Бальнеологиялық шипажайларда табиғи минералды сулармен емдейді және оларды сыртқа және ішке тұтынады. Минералды сулар көптеген ауруларды сауықтырады. Со-лардың ішінде асқазан - ішек ауруларын, жүрек-қан тамыр ауруларын, қимылдатқыш аппараты ауру адамдар мұндан шипажайларға көп келеді. Жүргізілген медициналық зерттеулер кейбір аурулардың осы шипажайларда емделгеннен кейін жақсы нәтижелерді көрсеткен.

Балшықты шипажайлар шипалы балшықты жерлерде болады. Олар буын аурулары, жүйке аурулары, гинекологиялық және кейбір ауруларды емдеуге осы балшықпен емдеу жақсы нәтиже береді.

Континенталды климат тән орманды шипажайлар жоғарғы тыныс жолдары, астма ауруларымен ауратын адамдарға шипалы, ал таулы шипажайлар алғашқы формадағы түберкулез және қан аздық ауруларына шипалы болады.

Климаттық шипажайлардың ішіндегі кең тарағаны - теңіз жағалаулық шипажайлар. Мұнда туристер теңіз жағалауындағы демалыс пен нәтижелі емделуді үйлестіре алады. Бұл қан ауруларына, лимфа темірлері, костная ткань ауратын адамдарға шипалы.

Климаттық шипажайлардың тағы бір түрі - климаттық - қымызбен емдейтін шипажайлар. Олар дала зонасында кең тараған. Қымыз ол жылқының қышқыл сүті. Қымыз адамдарда май мен акуыздардың, салмақты қөбейтеді. Әлемде олардың саны 40 жуық. Оның көп бөлігі Ресей, Қазақстан және Туркменстан аумағында.

Шығыс Қазақстан аумағындағы емдік туризмнің түрлері: ландшафтотерапия, бальнеотерапия, климатотерапия, иппотерапия, аэротерапия, талассотерапия, гелиотерапия, терренкур.

Ландшафтотерапия - көрікті табиғат аясында, орманды, сулы жерде қабылданатын емнің түрі.

Бальнеотерапия - бальнеологиялық минералды суга тұсу (ванна, фито бөшке, бассейн).

Климатотерапия - табиғи климаттық жағдайдағы емделудің бір түрі.

Иппотерапия - атқа мініп жүру арқылы емдеу. Жүйке жүйесі зақымданған сырқаттарды емдейтін медицинаның бір саласы.

Аэротерапия - таза ауа астындағы емделу профилактикасы.

Талассотерапия - альтернативті медицинаның бағыты, теңіз суының балдыры, тастары және де балшықтарымен емдеу.

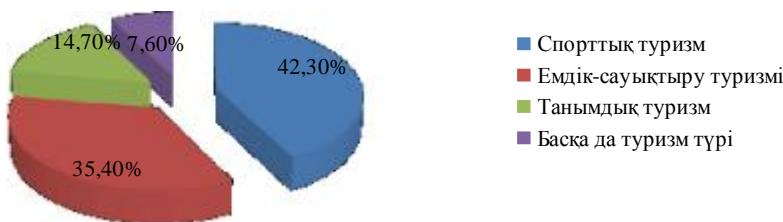
Гелиотерапия - күн сәулесін пайдалану арқылы жүргізілетін профилактикалық ем-

деу түрі.

Терренкур - белгілі бір маршрут бойынша табиғат аясына жаяу саяхатқа шығу.

Туризмді дамытуда Қазақстанның келешегі мол және тартымды өлкесінің бірі Шығыс Қазақстан облысы болып табылады. Мұнда туристерді қызықтыратын көптеген алғышарттары бар - кең аумақ, керемет ландшафттар, әртүрлі климаттық зоналар, баға жетпес мәдени және тарихи ескерткіштер, туристік қызметтердің сан алуан түрі.

2016ж. ШҚО туризм түрлерінің үлесі



Сурет 1. Шығыс Қазақстан облысында туризм түрлерінің үлесі

Шығыс Қазақстан мықты туристік әлеуеті бар бірегей табиғат әлеміне ие ірі өндірістік, көліктік, энергетикалық және мәдени аймақ болып табылады. Дәл осы жэйт Шығыс Қазақстанды әлемнің әр түрлі елдерінен келген туристер үшін аса тартымды етегіні жасырын емес. Шығыс Қазақстан қонақжай және құшағы кең аймақта кез келген елден келген туристерге рахат демалыс үшін барлық жағдайларды жасай алады. Бүгінгі күнде облысымыздың аумагында 64 туристік кәсіпорындар, оның ішінде 27 туроператорлық және 37 турагенттік қызметтерді көрсететін кәсіпорын, сонымен қоса, 16 туризм нұсқаушысы, 265 орналастыру орындары, 84 демалыс орындары, 5 демалыс үйі, 34 емдеу-сауықтыру шипажайы, жиынтық көлемі 1723072 га немесе Шығыс Қазақстан облысы аумағының 6%-ын құрайтын 14 республикалық маңызы бар ерекше қорғауға алынған табиғи аумақ тіркелген.

Облыс шегінде бірнеше рекреациялық аймақтар анықталған: Бұқтарма жағалауы, Сібे көлдері, Алакөл көлі, Катон-Қарағай, Глубокий аудандары, Риддер, Өскемен қалаларының маңы.

Шығыс Қазақстан облысында емдік туризмді дамытудың көш басында Катонқарағай ауданы тұр. Бұл өнір елімізде табиғатының ерекше сипатымен ғана емес, марал шаруашылығын өркендеуімен де әйгілі. Маралдың мүйізінен жасалған емдік қасиеті аса жоғары дәрі - дәрүмендер сұранысқа ие. Бұл күндері Катон-Қарағай жерінде бұғы мүйізінің сорпасымен бұлаулайтын ондаған емдік орындар ашылған.

Қасиетті қазақ жері мен төрінде құт қонған жерүйік қоныс, жанға жайлы жәннат мекендер аз емес. Соның бірі мен бірегейі Алтайдың төрінен, атақты Мұзтаудың етегінен ойып тұрып орын алған Катонқарағай ауданы. Мың жылдық қарағайы мен самырсыны, балқарағай жайқалып өсken нұлы мекен, қаздар қаңқылдан, сансыз құстар сайрап ұшқан осынау бір ғажап өлкеге барған сайын жан сарайың ашылып, ерекше бір сезімге бөлөненесін. Біздің өлкеміздің керемет табиғи ландшафты, көптеген көлдері, өзендері, балық аулау, аң аулау және ғылыми турларын, пантамен емдеу, шипажай-курорттық демалыстарын ұйымдастыруға мүмкіндік береді. Мал шаруашылығының бірегей саласы – марал шаруашылығы Катон-Қарағай ауданында ғана дамыған және де бұл аудан осы шаруашылық негізінде емдік-сауықтыру туризмінің дамуына зор әлеуетке ие. Осы саланы игерепе отырып, елімізде емдік-сауықтыру туризмін дамытып қана қоймай, аймақтың экономикалық жағдайын жақсартып, жаңадан жұмыс орындарын қалыптастырып, ал ең бастысы, жағымды туристік имиджін қалыптастыруға болады.

Емдік-сауықтыру туризмі – медициналық туризмнің ең бұқаралық және кең тараған түрі, бұл туризм түрінің пайда болуы көне заманынан бастау алады. Емдік-сауықтыру туризміне ежелден-ақ сұраныс көп. XX ғасырда әлемде барлық елдер мен континенттерге

таралған курорт индустриясы кеңінен етек жайды. Дәстүрлі климаттық, бальнеологиялық және батпақтық курорттармен қатар сауықтырудың жаңа формалары – SPA, wellness, fitness пайда болды.

Емдік-сауықтыру туризмі – бұл резидент және резидент емес тұлғалардың мемлекет шекарасы шегінде және шекарадан асып, 24 сағаттан кем емес, 12 айдан артық емес мерзімге емделу, түрлі дөрттің алдын алу мақсатында саяхаттауы. Емдік-сауықтыру туризмі курортологияға негізделген.

Курортология – бұл табиғи емдік факторлардың адам ағзасына әсері мен оларды емдік - профилактикалық мақсатта қолдану әдістемесі жайлы ғылым.

Емдік-сауықтыру туризмінің бірқатар айырмашылықтары бар. Біріншіден, туристің курортта болу ұзактығы, белгілі бір себептерге байланыссыз, 3 аптадан кем болмауы тиis. Тек осы уақыт аралығында ғана емделу мақсатымен келген тұлға қажет сауықтыру шараларын алады. Екіншіден, курорттарда емделу бағасы қымбат түрады. Дегенмен қазіргі уақытта салыстырмалы түрде арзан туристік курорттар ұйымдастырылуда. Туристер арнағы емдеу үшін маманданған және денсаулықты нығайтуға арналған курорттардың бірін ғана таңдайды. Бұл таңдау олардың жеке мақсаттарына тікелей байланысты.

Санаторлы-курорттық емделу табиғи емдік ресурстарды терапевтикалық және медикаментозды әдістермен үйлесе қолдануға негізделген. Мұнда табиғи емдік ресурстар (ландшафт, климат, минералды сулар, емдік батпақ, флора мен фауна, т.с.с.) маңызды рол атқарады. Шығыс Қазақстанда емдік-сауықтыру туризмін дамытуға барлық жағымды табиғи алғышарттар бар. Ол үшін қажетті ресурстар Үржар, Зайсан, Күршім, Жарма, Бесқарағай, Абай, әсіресе, Катон-Қарағай аудандарында бар.

Кесте 1. Емдік-сауықтыру мақсаты бойынша қызмет көрсетілген келіп-кетушілер саны, 2016 ж.

2016 ж.	Шығыс Қазақстан облысы	Өскемен мен қаласы	Семей қаласы	Абай ауданы	Аягөз ауданы	Бесқарағай ауданы	Жарма ауданы	Зайсан ауданы	Катон-Қарағай ауданы	Ұлан ауданы
Емдік және сауықтыру емшаралары	3391	457	2303	192	791	12	37	358	392	715

Шығыс Қазақстан облысында емдік-сауықтыру туризмді дамыту маңыздылығы облыстың өндірістік орталықтарында қоршаган ортандың нашар жағдайы және өндірістік мамандану ерекшеліктерімен шартталған.

Көптеген елді мекендер мен қалалар, әсіресе Өскемен қаласының түрғындары жағымсыз метео жағдай кезеңінде экологиялық тәуекелге ұшырау мүмкіндігі жоғары.

ШҚО бойынша арнағы орналастыру орындарында емделіп, сауықкан адам саны 2016 жылы 3391 адам, оның ішінде қызмет көрсетілген келушілер саны Өскемен қаласы – 457, Семей қаласы – 303, Абай ауданы – 192, Аягөз ауданы – 791, Бесқарағай ауданы – 12, Жарма ауданы – 37, Зайсан ауданы – 358, Катон-Қарағай ауданы – 392, Ұлан ауданы – 715.

Санаторий, емдеу пансионаттары, санаторий - профилакторийлерден басқа, ШҚО турфирмалары шетелде және ҚР басқа да облыстарында емделу, сауығу, демалу турлауын белсенді ұсынады.

Шығыс Қазақстанда емдік туризм жақсы дамып келеді. Мұнда еліміздің түкпір-түкпірінен, тіпті жақын және алыс шет елдерден мындаған туристер өздерінің денсаулықтарын түзеуге келеді. Облыстағы санаторийлер оларға панта тұнбасымен, балшықпен және жерасты емдік сулармен емдеу қызметтерін ұсынады. Олар – Алакөлдегі емдеу-сауықтыру кешендері, Катон-Қарағай ауданындағы пантамен емдеу мекемелері және тағы көп-

теген орындар. Шипалы Алакөлдің және таулы Бұқтырма су қоймасының жағажайлары жазғы мезгілде елімізден және шет елдерден, негізінен Ресейден келетін демалушылардан арылмайды.

Бұғынгі таңда ШҚО территориясында 4 ірі минералды сулар көзі ашылып, зерттелген. Олар - Раҳман қайнарлары (350), Барлық-Арасан (340), Арасан-Талды (370), Жеменей (25). Олардың ең алғаш ашылғаны – термалды радон көздері – Раҳман қайнарлары 100 жылдан астам уақыт аралығында емдік-профилактикалық мақсаттарда қолданылады. Үржар ауданында Барлық жоталарының батыс беткейінде минералды көздер негізінде жыл бойы қызмет ететін «Барлық-Арасан» санаторийі жұмыс істейді. Оның бір уақыттағы сыйымдылығы 250 орын. Жыл көлемінде санаторий 5000-ға жуық адамға қызмет көрсетеді. Зайсан қаласынан батысқа қарай 30 км жерде орналасқан Арасан-Талды минералды көздері құрамы бойынша хлоридті-сульфатты, кальций-натрийлі, кремнийлі және өте ыстық болып табылатын, өзінің емдік суларының өзгешелігімен ерекшеленеді.

Алакөл көлінің де батпағы мен сұзы (хлоридті-сульфатты-натрийлі) емдік қасиеттің кең спектріне ие. Осы жайт көптеген келушілерді көл жағалауында орналасқан демалыс базаларына («Ана», «Алакөл», «Айгерім» т.с.с.) еліктіреді. Алакөл Қазақстандағы ең әсем көлдердің бірі, ол Жоңғар Алатауының солтүстік-шығыс аумағында орналасқан. Тұщы көл құрамында күкірт қышқылы, минералдық тұздары бар шипалы қасиеті жоғары сұзы және балшығымен әйгілі. Емдік-сауықтыру туризмін дамытуда емдік процедуралардың кең спектрін көрсететін, термалды радон бұлактарының негізінде жұмыс істейтін бальнеологиялық санаторий «Рахман қайнарлары» орналасқан Катон-Қарағай ауданының мүмкіндігі зор. 2006 жылы қайта құрылып, бір уақытты сыйымдылығы 51 орынды құрайды. Санаторий жыл көлемінде қызмет көрсетеді. Алыс ортататулы жерде орналасқан, радонмен емдеу қызметін көрсететін «Рахман қайнарлары» санаторийі осы секторда ШҚО нарығында монополист болып табылады.

Емдік-сауықтыру туризмнің келесі маңызды бағыты – пантамен емдеу болып табылады. Бұл бағыт Шығыс Қазақстан облысы туризмінің халықаралық мамандануының болашағын анықтайды, себебі бұндай қызмет еліміздің басқа ешбір жерінде көрсетілмейді, ал пантамен емдеу қызметін көрсетуге қажетті ресурстар көлемі тек бірнеше елдеғана бар.

Бұғынгі таңда осы бағытта үш заңды тұлға өз қызметтерін көрсетеді: «Долина царей» демалыс базасы, «Катон-Қарағай бұғы паркі» ШҚ (ШҚ пантамен емдеу орталығы), «Ақсу» кешені. «Ақсу» кешенінің Язевое, Верх-Катун, Белое, Репное, Катон-Қарағай ауылдарында орналасқан 5 емдік-сауықтыру кешені бар. Соңғы үшеуінде қызмет көрсету жыл бойы жүргізіледі. Пантамен емдеу қызметін көрсететін объектілердің жалпы сыйымдылығы 178 орын. Пантамен емдеуді дамытудағы жағымды жағдай – тек жергілікті ресурстарға негізделу.

Қорыта айтқанда жалпы емдік туризм мемлекетке 3 онтайлы нәтиже береді:

1. Шетел валютасының құйылуын қамтамасыз етеді және төлем теңгерімі мен жиынтық экспорт сияқты экономикалық көрсеткіштерге оң ықпал жасайды.
2. Халықтың жұмыспен қамтылуын қамтамасыз етеді. Бұкіл әлемдік туристік ұйым мен Бүкіл әлемдік туризм және саяхат кенесін бағалау бойынша туризм өндірісінде құрылатын әрбір жұмыс орнына жұмыс орны келеді. Туризм тұра немесе жанама түрде экономиканың 32 саласының дамуына ықпал жасайды.
3. Елдің инфрақұрылымын дамытуға жәрдемдеседі. Туризм елдің тұтас аудандарының экономикасына белсенді әсер етеді.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Кусков А.С., Лысикова О.В. Курортология и оздоровительный туризм. – Ростов-на-Д.: «Феникс», 2004.
2. Кусков А.С., Макарцева Л.В. Основы курортологии: Учебное пособие. - Саратов, 2002.
3. Третьякова Т. Основы курортного дела. - М., 2008.
4. Губа В., Воронов Ю., Карпов В. Лечебно-оздоровительный туризм. – М., 2010.

МЕМЛЕКЕТТИК ЖӘНЕ ЖЕРГІЛІКТІ БАСҚАРУ МӘСЕЛЕЛЕРИ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҚАТЫНАСТАРДАҒЫ МИГРАЦИЯЛЫҚ ҮРДІСТЕРДІҢ ПАЙДА БОЛУ АЛҒЫШАРТАРЫ МЕН ЗАМАНАУИ ҰСТАНЫМДАРЫ Богородская О.Г., Луценко К.В.	3
ЖЕРГІЛІКТІ ӨЗІН-ӨЗІ БАСҚАРУДЫҢ ПОЛЬШАЛЫҚ ҮЛГІСІ Жұмабекова А.Ж., Кинашева Ж.Б.	9
МЕМЛЕКЕТТИК КӘСПОРЫНДАҒЫ МЕМЛЕКЕТТИК ҚАРАЖАТТЫ ОҢТАЙЛЫ ПАЙДАЛАНУДЫҢ ӘДІСІН ТАҢДАУ Грищенко Е.А., Непшина В.Н.	17
ӘЛЕУМЕТТИК САЛАЛАРДЫ ДАМЫТУҒА ЖҮМСАЛАТЫН ШЫҒЫСТАР ТУРАЛЫ Сейітқан Ә.Ж.	23
МЕМЛЕКЕТТИК ӘЛЕУМЕТТИК САЯСАТТЫ ЖУЗЕГЕ АСЫРУШЫ МЕМЛЕКЕТТИК БАСҚАРУ ОРГАНДАРЫНЫң ҚЫЗМЕТІН ЖЕТИЛДІРУ Рахимбаева Ү.Т.	27
ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫң МЕМЛЕКЕТТИК ОРГАНДАРЫНДА ЫНТАЛАНДЫРУ ЖҮЙЕСІ Алтай А., Кинашева Ж.Б.	32
 БИЗНЕС ЖӘНЕ КӘСПІКЕРЛІК	
ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ҚҰРЫЛЫС СЕКТОРЫНЫң ТАЛДАМАСЫ Лапатина А.И., Непшина В.Н.	38
КЕН ӨНДІРУ ӨНЕРКӘСІБІНІң ЖАБДЫҚТАЛУЫН САТУ САЛАСЫНДАҒЫ ӨНІМ МЕН КӨРСЕТИЛЕТІН ҚЫЗМЕТ ӨНДІРІСІНІң САПАСЫН ТАЛДАУДЫҢ ПРАКТИКАЛЫҚ АСПЕКТИЛЕРИ Макышева А.Б., Кайгородцев А.А.	44
ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ МЕЙРАМХАНА БИЗНЕСІНІң ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЫ МЕН ДАМУ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ Волохов А.И., Калиева А.Е.	53
КӘСПОРЫНДАРДА КӨТЕРМЕ САУДА КОММЕРЦИЯЛЫҚ ҚЫЗМЕТТИ ҰЙЫМДАСТАРЫРУДЫҢ ЕРЕКШЕЛІГІ Ожекенева Б.Д.	58
ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ АУЫЛ ШАУАШЫЛЫҒЫНЫң ДАМУ ДЕҢГЕЙІ Сандыбаев Е.Е.	63
ШЫҒЫС ҚАЗАҚСТАН ОБЛЫСЫНДАҒЫ БИЗНЕСТІң ДАМУЫН ТАЛДАУ Нұрсоветов Б.Е.	69
ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ҚОНАҚ ҮЙ БИЗНЕСІНІң ҚАЗІРГІ ДАМУ ЖАҒДАЙЫ Дәүлетқанова Ж.Д.	73

ЭКОНОМИКА ЖӘНЕ ҚАРЖЫ МӘСЕЛЕЛЕРИ

ҚАЗІРГІ ДАМУ КЕЗЕҢІНДЕГІ РЕСЕЙЛІК АҚША-НЕСИЕ ТРАНСМИССИЯЛЫҚ

МЕХАНИЗМІ ЖӘНЕ ОНЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Климова Н.Н. 79

ИННОВАЦИЯЛЫҚ САЛАНЫ КОММЕРЦИЯЛИЗАЦИЯЛАУ ҮРДІСІНДЕ
МАТЕРИАЛДЫҚ ЕМЕС АКТИВТЕРДІ МОЙЫНДАУ ЖӘНЕ БАҒАЛАУ

Клиновицкая Т.Г. 84

«КАЗАГРОФИНАНС» АКЦИОНЕРЛІК ҚОҒАМЫ ҚЫЗМЕТІНДЕГІ ҚАРЖЫ
НӘТИЖЕЛЕРІН БАҒАЛАУ

Контарбаева А.М., Богородская О.Г. 89

ҚАЗІРГІ ӘЛЕМДЕ КРИПТОВАЛЮТАНЫ ДАМЫТУ: БОЛАШАФЫ ЖӘНЕ
ПРОБЛЕМАЛАРЫ

Абжанова А.Ж., Биханова А.С. 97

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ СЧЕТА КАК НОВЫЙ СПОСОБ ЭФФЕКТИВНОГО
ИНВЕСТИРОВАНИЯ

Мурсалимова В.Э., Трофимова Ю.В. 102

ЖЕТКІЗУШІ ЖӘНЕ МЕРДІГЕРЛЕРМЕН ЕСЕП АЙЫРЫСУ, ТАЛДАУ ЖАСАУ МЕН
ЕСЕП БЕРУДІ ЖЕТІЛДІРУ БОЙЫНША ҰСЫНЫСТАР

Демешко Е.А. 109

МЕЗЕТТІК ТӨЛЕМДЕР ЖҮЙЕСІН ДАМЫТУ: ҚАЗАҚСТАН
ПРАКТИКАСЫНДАҒЫ ӘЛЕМДІК ТӘЖІРИБЕ

Климова Н.Н. 114

КІШІ ЖӘНЕ ОРТА КӘСПІКЕРЛІК САЛАСЫНДАҒЫ САЛЫҚ ЖҮЙЕСІН ЖЕТІЛДІРУ
Абжанова А.Ж., Биханова А.С. 120**МЕНЕДЖМЕНТ ЖӘНЕ МАРКЕТИНГ МӘСЕЛЕЛЕРИ**

КӘСПОРЫНДАҒЫ ЖАРНАМАНЫҢ МӘНІ МЕН ҚАЖЕТТІЛІГІ

Мамырбекова Д.С., Сактаева А.А., Ерлан О. 126

ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЛАРДА ЖОБАЛАУ ЖҰМЫСТАРЫНЫҢ САПАСЫН БАСҚАРУ
ЖҮЙЕСІ

Нуралина Н.Е., Искендерова Ф.В. 133

КӘСПОРЫНДАРДАҒЫ ЖОБАЛАРДЫ БАСҚАРУ

Гришаев И.Ю., Трофимова Ю.В. 141

ЖЕТКІЗІЛІМ ТІЗБЕГІНІҢ ТИІМДІЛІГІН БАҒАЛАУ

Пермякова М.А., Кайгородцев А.А. 147

ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙДАҒЫ ҚАРЖЫЛЫҚ МЕНЕДЖМЕНТ ЖҮЙЕСІНІҢ МӘСЕЛЕЛЕРИ

Мурзаканова А.К. 151

ЖАРНАМАНЫҢ РЕКРЕАЦИОНДЫҚ ТУРИСТТІК ӨНІМДІ ЖЫЛЖЫТУДАҒЫ РӨЛІ

Медведев А.Д. 157

КЭСІПОРЫНДА МАРКЕТИНГТІК ҚЫЗМЕТТІ ҰЙЫМДАСТЫРУ Мамырбекова Д.С., Сактаева А.А., Харсах А.	163
ТУРИЗМДІ ЖӘНЕ ТУРИСТИК КЛАСТЕРДІ ДАМЫТУ	
ШЫҒЫС ҚАЗАҚСТАН ОБЛЫСЫНДА ТАУ ТУРИЗМІНІҢ ДАМУЫ Зәкиева А.Е., Калиева А.Е.	169
ШЫҒЫС ҚАЗАҚСТАН ОБЛЫСЫНДА ЕМДІК-САУЫҚТЫРУ ТУРИЗМІ ДАМУЫНЫҢ МУМКІНДІКТЕРІ МЕН БОЛАШАФЫ Шериязданова Н.М.	173
ШЫҒЫС ҚАЗАҚСТАН ОБЛЫСЫНДА ЕМДІК-САУЫҚТЫРУ ТУРИЗМІ ДАМУЫНЫҢ МӘСЕЛЕЛЕРІ МЕН БОЛАШАФЫ Козлова В.И.	178
МЕКТЕП ТУРИЗМИН ДАМЫТУ Уварова Н.С.	184
ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАФЫ СПОРТ ТУРИЗМІН ДАМЫТУДЫҢ ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЫ Валуевич В.В.	190
ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ТУРИЗМДІ ДАМЫТУ Ерембекова Д.А.	195
СІБЕ КӨЛДЕРІ ШЫҒЫС-ҚАЗАҚСТАН ОБЛЫСЫНДАФЫ ТУРИСТИК ДЕСТИНАЦИЯ РЕТИНДЕ Торопынина Э.В.	200
ШЫҒЫС-ҚАЗАҚСТАН ОБЛЫСЫНДА ТУРИСТИК-ӨЛКЕТАНУЛЫҚ ҚЫЗМЕТТІ ДАМЫТУДЫҢ БОЛАШАФЫ Муканов Б.Е.	205
ЕМДІК-САУЫҚТЫРУ ТУРИЗМНІҢ ТУРИСТИК ӨНІМІН ЖАСАУ ЖӘНЕ ОНЫҢ ШЫҒЫС-ҚАЗАҚСТАН ОБЛЫСЫНДА ЖЫЛЖЫТУ Меркушева М.Б.	211
ҚАЗАҚСТАНДЫҒЫ ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ТУРИЗМНІҢ ДАМУЫ Падалко С.А.	216
ШЫҒЫС-ҚАЗАҚСТАН ОБЛЫСЫ ТУРИЗМІНДЕГІ ТАМАҚТАНУ ҚЫЗМЕТТЕРІН ЖЕТИЛДІРУ Муравьева В.П.	221
ШЫҒЫС-ҚАЗАҚСТАН ОБЛЫСЫНДЫҒЫ ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ТУРИЗМДІ ДАМЫТУ ЕРЕКШЕЛЕКТЕРІ Есполова Г.У.	226
ШЫҒЫС-ҚАЗАҚСТАН ОБЛЫСЫНДА ЕМДІК-САУЫҚТЫРУ ТУРИЗМІНІҢ ДАМУ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ Ратаева А.С.	231
МАЗМУНЫ	236

ВОПРОСЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МЕСТНОГО УПРАВЛЕНИЯ	
ПРЕДПОСЫЛКИ ВОЗНИКОВЕНИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЯХ	
Богородская О.Г., Луценко К.В.	3
ПОЛЬСКИЙ ПРИМЕР МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ	
Жұмабекова А.Ж., Кинашева Ж.Б.	9
ИЗБРАНИЕ МЕТОДА ОПТИМАЛЬНОГО ПРИМЕНЕНИЯ БЮДЖЕТНЫХ СРЕДСТВ НА ГОСУДАРСТВЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ	
Грищенко Е.А., Непшина В.Н.	17
О РАСХОДАХ, НАПРАВЛЕННЫХ НА РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ОТРАСЛЕЙ	
Сейітқан Ә.Ж.	23
УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СЛУЖБЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ УПРАВЛЕНИЯ РЕАЛИЗУЮЩИЕ ГОСУДАРСТВЕННУЮ СОЦИАЛЬНУЮ ПОЛИТИКУ	
Рахимбаева Ү.Т.	27
СИСТЕМА СТИМУЛИРОВАНИЯ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНАХ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН	
Алтай А., Кинашева Ж.Б.	32
 БИЗНЕС И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО	
АНАЛИЗ СТРОИТЕЛЬНОГО СЕКТОРА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН	
Лапатина А.И., Непшина В.Н.	38
ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА КАЧЕСТВА ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ И ОКАЗЫВАЕМЫХ УСЛУГ В СФЕРЕ РЕАЛИЗАЦИИ ОБОРУДОВАНИЯ И ИЗДЕЛИЙ ДЛЯ ГОРНОДОБЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	
Макышева А.Б., Кайгородцев А.А.	44
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В КАЗАХСТАНЕ	
Волохов А.И., Калиева А.Е.	53
ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОПТОВОЙ ТОРГОВО-КОММЕРЧЕСКОЙ СЛУЖБЫ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ	
Ожекенева Б.Д.	58
УРОВЕНЬ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН	
Сандыбаев Е.Е.	63
АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ	
Нұрсоветов Б.Е.	69
СОВРЕМЕННОЕ РАЗВИТИЕ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН	
Дәuletқанова Ж.Д.	73

ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ

ТРАНСМИССИОННЫЙ МЕХАНИЗМ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ И ЕГО
ОСОБЕННОСТИ В РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Климова Н.Н. 79

ПРИЗНАНИЕ И ОЦЕНКА НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ В ПРОЦЕССЕ
КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЫ

Клиновицкая Т.Г. 84

ОЦЕНКА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АО
«КАЗАГРОФИНАС»

Контарбаева А.М., Богородская О.Г. 89

РАЗВИТИЕ КРИПТОВАЛЮТЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ: ПЕРСПЕКТИВЫ И
ПРОБЛЕМЫ

Абжанова А.Ж., Биханова А.С. 97

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ СЧЕТА КАК НОВЫЙ СПОСОБ ЭФФЕКТИВНОГО
ИНВЕСТИРОВАНИЯ

Мурсалимова В.Э., Трофимова Ю.В. 102

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО УЛУЧШЕНИЮ УЧЁТА, АНАЛИЗА И РАСЧЁТОВ С
ПОСТАВЩИКАМИ И ПОДРЯДЧИКАМИ

Демешко Е.А. 109

РАЗВИТИЕ СИСТЕМ МОМЕНТАЛЬНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ: МИРОВОЙ ОПЫТ В
ПРАКТИКЕ КАЗАХСТАНА

Климова Н.Н. 114

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НАЛОГООБЛАЖЕНИЯ В СФЕРЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Абжанова А.Ж., Биханова А.С. 120

ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ

РОЛЬ И ПОТРЕБНОСТЬ РЕКЛАМЫ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

Мамырбекова Д.С., Сактаева А.А., Ерлан О. 126

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОЕКТНЫХ РАБОТ В СОВРЕМЕННЫХ
УСЛОВИЯХ

Нуралина Н.Е., Искендерова Ф.В. 133

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Гришаев И.Ю., Трофимова Ю.В. 141

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ЦЕПИ ПОСТАВОК

Пермякова М.А., Кайгородцев А.А. 147

ПРОБЛЕМЫ СИСТЕМЫ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА В СОВРЕМЕННЫХ
УСЛОВИЯХ

Мурзаканова А.К. 151

РОЛЬ РЕКЛАМЫ В ПРОДВИЖЕНИИ РЕКРЕАЦИОННОГО ТУРИСТСКОГО
ПРОДУКТА

Медведев А.Д. 157

ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СЛУЖБЫ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ Мамырбекова Д.С., Сактаева А.А., Харсах А.	163
 РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА И ТУРИСТИЧЕСКОГО КЛАСТЕРА	
РАЗВИТИЕ ГОРНОГО ТУРИЗМА ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНКОЙ ОБЛАСТИ Зэкиева А.Е., Калиева А.Е.	169
ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНКОЙ ОБЛАСТИ Шериязданова Н.М.	173
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ВОСТОЧНОМ КАЗАХСТАНЕ Козлова В.И.	178
РАЗВИТИЕ ШКОЛЬНОГО ТУРИЗМА Уварова Н.С.	184
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН Валуевич В.В.	190
РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН Ерембекова Д.А.	195
СИБИНСКИЕ ОЗЕРА КАК ТУРИСТСКАЯ ДЕСТИНАЦИЯ В ВОСТОЧНО- КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ Торопынина Э.В.	200
ТУРИСТСКО-КРАЕВЕДЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЕ РАЗВИТИЯ Муканов Б.Е.	205
СОЗДАНИЕ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА ПО ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОМУ ТУРИЗМУ И ЕГО ПРОДВИЖЕНИЕ В ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ Меркушева М.Б.	211
РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ Падалко С.А.	216
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УСЛУГ ПИТАНИЯ В ТУРИЗМЕ В ВОСТОЧНО- КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ Муравьева В.П.	221
ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ВОСТОЧНО- КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ Есполова Г.У.	226
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ Ратаева А.С.	231
 СОДЕРЖАНИЕ	239

GOVERMENTAL AND LOCAL MANAGEMENT ISSUES	
PREREQUISITES AND MODERN TRENDS OF MIGRATION PROCESSES IN INTERNATIONAL RELATIONS	
Bogorodskaya O., Lutsenko K.	3
POLISH EXAMPLE OF LOCAL SELF-GOVERNMENT	
Zhumabekova A., Kinashova Zh.	9
ELECTION OF THE METHOD OF OPTIMAL APPLICATION OF BUDGETARY FUNDS AT THE STATE ENTERPRISE	
Grischenko E., Nepshina V.	17
ON EXPENDITURE FOR DEVELOPMENT OF SOCIAL INDUSTRIES	
Seyitkan A.	23
IMPROVEMENT OF SERVICE OF STATE ADMINISTRATION BODIES IMPLEMENTING STATE SOCIAL POLICY	
Rakhimbaeva U.	27
STIMULATION SYSTEM IN STATE ORGANS OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN	
Altai A., Kinashova Zh.	32
BUSINESS AND FINANCE ISSUES	
ANALYSIS OF THE CONSTRUCTION SECTOR OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN	
Lapatina A., Nepshina V.	38
PRACTICAL ASPECTS OF ANALYSIS OF PRODUCTION QUALITY AND SERVICES IN IMPLEMENTATION SPHERE OF EQUIPMENT AND PRODUCTS FOR MINING INDUSTRY	
Makysheva A., Kaygorodtsev A.	44
CURRENT STATUS AND TRENDS OF THE DEVELOPMENT OF RESTAURANT BUSINESS IN KAZAKHSTAN	
Volokhov A., Kaliyeva A.	53
PECULIARITIES OF ORGANIZING WHOLESALE COMMERCE AND COMMERCIAL SERVICE AT ENTERPRISES	
Ozhekeneva B.	58
DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL HOSPITALITY OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN	
Sandybayev E.	63
ANALYSIS OF BUSINESS DEVELOPMENT IN THE EAST KAZAKHSTAN REGION	
Nursovietov B.	69
MODERN DEVELOPMENT OF HOTEL BUSINESS OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN	
Dauletkanova Zh.	73

ECONOMICS AND FINANCE ISSUES

TRANSMISSION MECHANISM OF MONETARY POLICY AND ITS PECULIARITIES IN RUSSIA AT THE PRESENT STAGE Klimova N.	79
RECOGNITION AND ASSESSMENT OF INTANGIBLE ASSETS IN THE PROCESS OF THE COMMERCIALIZATION OF THE INNOVATION SPHERE Klinovitskaya T.	84
EVALUATION OF FINANCIAL RESULTS OF ACTIVITY OF «KAZAGROFINANS» Kontarbayeva A., Bogorodskaya O.	89
CRYPTO-CURRENCY DEVELOPMENT IN THE CONTEMPORARY WORLD: PROSPECTS AND PROBLEMS Abzhanova A., Bihanova A.	97
INVESTMENT ACCOUNTS AS A NEW METHOD OF EFFECTIVE INVESTMENT Mursalimova V., Trofimova Yu.	102
RECOMMENDATIONS FOR IMPROVEMENT OF ACCOUNTING, ANALYSIS AND CALCULATIONS WITH SUPPLIERS AND CONTRACTORS Demeshko E.	109
DEVELOPMENT OF INSTANT PAYMENT SYSTEMS: WORLD EXPERIENCE IN PRACTICE OF KAZAKHSTAN Klimova N.	114
IMPROVEMENT OF TAXATION IN THE SPHERE OF SMALL AND MEDIUM ENTREPRENEURSHIP Abzhanova A., Bihanova A.	120

MANAGEMENT AND MARKETING ISSUES

ROLE AND NEED FOR BUSINESS MARKETING Mamyrbekova D., Saktaeva A., Erlan O.	126
QUALITY MANAGEMENT SYSTEM OF DESIGN WORKS IN MODERN CONDITIONS Nuralina N., Iskenderova F.	133
PROJECT MANAGEMENT AT ENTERPRISE Grishaev I., Trofimova Yu.	141
ESTIMATION OF THE EFFICIENCY OF THE SUPPLY CHAIN Permyakova M., Kaygorodtsev A.	147
PROBLEMS OF THE MODERN FINANCIAL MANAGEMENT SYSTEM Murzakanova A.	151
THE ROLE OF ADVERTISING IN PROMOTION OF A RECREATIONAL TOURIST PRODUCT Medvedev A.	157

ORGANIZATION OF MARKETING SERVICE AT ENTERPRISES Mamyrbekova D., Saktaeva A., Kharsakh A.	163
 TOURISM AND TOURISTIC CLUSTER DEVELOPMENT	
THE DEVELOPMENT OF MOUNTAIN TOURISM IN THE EAST KAZAKHSTAN REGION Zakieva A., Kaliyeva A.	169
OPPORTUNITIES AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF PRIMARY WELLNESS TOURISM IN THE EAST KAZAKHSTAN REGION Sheriyazdanova N.	173
PROBLEMS AND PROSPECTS OF PRIMARY WELLNESS TOURISM DEVELOPMENT IN EASTERN KAZAKHSTAN Kozlova V.	178
SCHOOL TOURISM DEVELOPMENT Uvarova N.	184
MODERN STATE OF SPORTS TOURISM DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN Valuevich V.	190
DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN Erembekova D.	195
SIBIN LAKES AS A TOURIST DESTINATION IN THE EASTERN KAZAKHSTAN REGION Toropynina E.	200
TOURIST-REGIONAL ACTIVITY OF EAST-KAZAKHSTAN AREA AND PROSPECTS OF ITS DEVELOPMENT Mukanov B.	205
CREATING A TOURIST PRODUCT FOR PRIMARY WELLNESS TOURISM AND ITS PROMOTION IN THE EASTERN KAZAKHSTAN REGION Merkusheva M.	211
DEVELOPMENT OF ENVIRONMENTAL TOURISM IN KAZAKHSTAN Padalko S.	216
IMPROVEMENT OF NUTRITION SERVICES IN TOURISM IN THE EASTERN KAZAKHSTAN REGION Muraveva V.	221
PECULIARITIES OF DEVELOPMENT OF ECOLOGICAL TOURISM IN THE EAST-KAZAKHSTAN REGION Espolova G.	226
TRENDS OF DEVELOPMENT OF PRIMARY WELLNESS TOURISM IN THE EASTERN KAZAKHSTAN REGION Rataeva A.	231
CONTENT	242

Республикалық ғылыми басылым

Республиканское научное издание

**ҚАЗАҚСТАН-АМЕРИКАНДЫҚ ЕРКІН
УНИВЕРСИТЕТІНІҢ ХАБАРШЫСЫ**

**ВЕСТНИК КАЗАХСТАНСКО-АМЕРИКАНСКОГО
СВОБОДНОГО УНИВЕРСИТЕТА**

ҒЫЛЫМИ ЖУРНАЛ
НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Шығарылым 3
**БІЛІМ БЕРУ МЕН ҚОҒАМНЫҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ
МӘСЕЛЕЛЕРІ**

Выпуск 3
**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ И
ОБЩЕСТВА**

Журнал КР Мәдениет, ақпарат және спорт министрлігінде тіркелген. БАҚ есебіне
тіркеу туралы куәлік № 5888-ж 11.04.2005 бастап

Журнал зарегистрирован в Министерстве культуры, информации и спорта РК.
Свидетельство о постановке на учет СМИ № 5888-ж от 11.04.2005.

Ответственный за выпуск К.Н. Хаукка
Верстка В.М. Матвиенко
Технический редактор Т.В. Левина

Отпечатано в Казахстанско-Американском Свободном Университете

Подписано в печать 20.10.2017
22.2 уч.-изд.л

Формат 60x84/¹/₈
Тираж 1000 экз.

Объем 30,6 усл.печ.л.
Цена договорная