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 МӘСЕЛЕЛЕРІ

Выпуск 3

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ И ОБЩЕСТВА

Өскемен, 2018
Усть-Каменогорск, 2018

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 қаржы мәселелері, туризмді және туристік кластерді дамыту мәселелерін қарастырады.

Жинақ материалдары ғылыми қызметкерлерге, ЖОО профессорлық-оқытушылық құрамына 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 ҚР ҰҒА академигі, професор

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

В 38 Қазақстан-Американдық Еркін Университетінің Хабаршысы. Ғылым журнал. 3 шығарылым: білім беру мен қоғамның экономикалық мәселелері. – Өскемен, 2018. – 325 б.

В 38 Вестник Казахстанско-Американского Свободного Университета. Научный журнал. 3 выпуск: экономические проблемы образования и общества. – Усть-Каменогорск, 2018. – 325 с.

$\text{В}\frac{4304000000}{00(09)-18}$ ББК 74.04

Журнал ҚР 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.

© Қазақстан-Американдық
Еркін Университеті, 2018
© Казахстанско-Американский
Свободный Университет, 2018

УДК 330: 378

ПОДГОТОВКА КВАЛИФИЦИРОВАННЫХ КАДРОВ В РАМКАХ НОВОЙ МОДЕЛИ ЭКОНОМИКИ: СОДЕРЖАНИЕ, ПРИОРИТЕТЫ, ЗАДАЧИ

Ишкинина Г.Ш.

Сведения об авторе. Ишкинина Гюзель Шаяхметовна – кандидат экономических наук, доцент Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. В статье систематизированы современные подходы к подготовке квалифицированных кадров для экономики страны. Особое внимание уделено содержанию проекта «Подготовка квалифицированных кадров в рамках новой модели экономики», роли системы образования в вопросе подготовки высококвалифицированных кадров. Автором сделан анализ существующей в Казахстане системы расширенного воспроизводства кадрового потенциала, предложены основные пути по решению выявленных проблем.

Ключевые слова. Кадры, подготовка кадров, новая модель экономики, наукоемкость ВВП, кадровый потенциал.

Автор туралы мәліметтер. Ишкинина Гюзель Шаяхметовна – экономика ғылымдарының кандидаты, Қазақстан-Американдық еркін университетінің доценты.

Аннотация. Мақалада ел экономикасын жақсарту мақсатында білікті мамандарды дайындау жолдары жүйелендірген. «Экономиканың жаңа моделі шеңберінде білікті мамандарды дайындау» бағдарламасының мазмұнына, жоғары білікті мамандарды дайындаудағы білім беру жүйесінің рөліне де ерекше көңіл бөлінген. Автор Қазақстандағы кадрлық әлеуетті кеңейтіп дайындау жүйесіне талдау жасап, анықталған мәселелерді шешудің негізгі жолдары ұсынылған.

Түйін сөздер. Кадры, подготовка кадров, новая модель экономики, наукоемкость ВВП, кадровый потенциал.

Information about author. Ishkinina Gyuzel Shayakhmetovna - candidate of Economic science, Associate Professor of Kazakh - American Free University.

Annotation. Modern approach to training of qualified staff for the country's economy systematized in article. Specific attention is devoted to content of the draft “Training of qualified staff under the new economic model”, role of the education system with regard to the training of highly qualified staff. The author maid analysis the present system of increased reproduction staff capacity in Kazakhstan, proposed the main ways by decision the problems identified.

Keywords. Staff, training of qualified staff, new economic model, knowledge-intensity of GDP, staff capacity.

На протяжении последних лет через стратегические программные документы правительства Казахстана, посланий Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева народу Казахстана красной нитью проходит девиз перехода экономики страны к «экономике знаний», модернизации экономики, формированию «умной экономики» и наконец, развитию новой модели экономики Казахстана в условиях четвертой промышленной революции.

Главным фактором развития «экономики знаний», «умной экономики» и основой модернизации экономики является человеческий капитал.

В своем послании народу Казахстана «Новые возможности развития в условиях четвертой промышленной революции» от 10 января 2018 г. Президент Республики Казахстан Н. Назарбаев отметил, что в эпоху четвертой промышленной революции требуется «новое качество образования. Нужно ускорить создание собственной передовой системы образования, охватывающей граждан всех возрастов. Ключевым приоритетом образовательных программ должно стать развитие способности к постоянной адаптации к изменениям и усвоению новых знаний» [1].

В этой связи, безусловно, возрастает роль системы образования, которая призвана обеспечить новую модель экономики Казахстана высококвалифицированными кадрами. Президент Республики Казахстан Н. Назарбаев считает, что «к сфере образования пора

относиться как к отдельной отрасли экономики со своими инвестиционными проектами и экспортным потенциалом» [1].

Однако не следует забывать о насущных потребностях экономики, которые ориентируются на Дорожную карту или Карту индустриализации Казахстана, предусматривающей развитие приоритетных отраслей экономики с учетом современных вызовов и угроз.

Новая экономика сегодня – это:

- Формирование новых индустрий и развитие сферы услуг.
- Цифровизация и технологическая революция.
- Новые индустрии, как в производстве товаров, так и в сфере услуг.
- Новые «точки роста» экономики - экспортоориентированные и высокопродуктивные услуги (транспорт и логистика, аэрокосмические услуги, инжиниринг, ИКТ, образование, медицинский туризм). Таким образом, в инновационной экономике главный источник развития - это люди, их умения, способности и компетенции [2].

В рамках реализации основных направлений «Модернизации экономики 3,0» Министерством образования и науки Республики Казахстан ведется работа по внедрению проекта «Подготовка квалифицированных кадров в рамках новой модели экономики».

Целью данного проекта является:

- подготовка кадров с учетом новой структуры занятости;
- повышение качества образования вузов, ТиПО через модернизацию образовательных программ, состава кадров, МТБ;
- создание условий для экспорта образовательных услуг, оказываемых казахстанскими вузами.

Содержание, приоритеты и основные задачи данного проекта представлены ниже [3].

Приоритет 1. Системные меры по организации подготовки кадров с учетом новой структуры занятости

Задача 1.1. Реструктуризация объемов госзаказа на подготовку кадров с ВО и ТиПО (Программа продуктивной занятости и массового предпринимательства, проект бесплатное ТиПО) для сервисной экономики с учетом новой структуры занятости

1.1.1. Получение данных с МТСЗН по прогнозной потребности в кадрах

1.1.2. Корректировка объемов госзаказа на подготовку специалистов на основе Реестра образовательных программ

1.1.3. Внедрение подушевого финансирования в организациях ТиПО

Задача 1.2. Повышение привлекательности курсов обучения рабочим профессиям путем внедрения образовательной интернет-платформы, цифровых образовательных ресурсов

1.2.1. Разработка контента электронных обучающих ресурсов

1.2.2. Интеграция программ обучения с вузами и колледжами и школами

1.2.3. Создание системы вебинаров

Приоритет 2. Повышение качества образования вузов, ТиПО через модернизацию образовательных программ

Задача 2.1. Трансформация содержания образовательных программ вузов и колледжей

2.1.1. Разработка инновационных образовательных программ, в том числе по подготовке IT-специалистов с компетенциями по кибер-безопасности, веб-дизайну, продвижению в социальных сетях

2.1.2. Реализация minor программы по приоритетным отраслям (например, образовательная программа по АПК + торговля) + сохранение текущего госзаказа для отраслей, где наблюдается отток кадров

2.1.3. Расширение деятельности вузов по реализации краткосрочных курсов повы-

шения квалификации

Задача 2.2. Развитие дуального обучения

2.2.1. Развитие мер по стимулированию предприятий во внедрении дуального обучения

2.2.2. Проработка законодательных инициатив по эффективному развитию системы ТиПО и квалификаций

Задача 2.3. Переподготовка педагогов, менеджеров вузов и колледжей

2.3.1. Организация курсового обучения по повышению квалификации педагогов и менеджеров

2.3.2. Внедрение профстандарта и национального квалификационного теста

Задачи 2.4 / 2.5. Развитие инструментов лизингового финансирования и создание специализированных центров компетенций, лабораторий и кабинетов «нового формата»

2.4.1 / 2.5.1. Оснащение специализированных центров, лабораторий и кабинетов «нового формата» в рамках программы «Цифровой Казахстан»

2.4.2 / 2.5.2. Создание центров компетенций

Безусловно, что рост ВВП, экономическая эффективность работы промышленных предприятий неразрывно связаны с внедрением в производство новых достижений научных исследований казахстанских ученых и инновационных технологий.

Именно поэтому большинство государств мира заинтересованы в увеличении инвестиций в науку, а те государства, наукоемкость ВВП которых превышает 3%, оказываются на передовых позициях в техническом прогрессе. Сегодня страны - технологические лидеры поддерживают показатель наукоемкости ВВП на уровне 2,7 – 4,3% (табл. 1).

Таблица 1. Валовые внутренние затраты на научно-исследовательские и опытно- конструкторские работы, в % от ВВП [4]

Страны	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Казахстан	0,2	0,2	0,2	0,2	0,16	0,17
Израиль	3,9	4	4,1	4,1	4,1	…
Республика Корея	3,5	3,7	4	4,1	4,3	…
Япония	3,3	3,4	3,3	3,5	3,6	…
Финляндия	3,7	3,6	3,4	3,3	3,2	…
Швеция	3,2	3,2	3,3	3,3	3,2	…
Дания	2,9	3	3	3,1	3,1	…
Австрия	2,7	2,7	2,9	3	3	…
Германия	2,7	2,8	2,9	2,8	2,9	…
США	2,7	2,8	2,7	2,7	…	…
Словения	2,1	2,4	2,6	2,6	2,4	…
Бельгия	2,1	2,2	2,4	2,4	2,5	…
Франция	2,2	2,2	2,2	2,2	2,3	…
Китай	1,7	1,8	1,9	2	2	…
Нидерланды	1,7	1,9	1,9	2	2	…
Чешская Республика	1,3	1,6	1,8	1,9	2	..
Великобритания	1,7	1,7	1,6	1,7	1,7	..
Канада	1,8	1,8	1,8	1,7	1,6	..
Норвегия	1,7	1,6	1,6	1,7	1,7	..
Эстония	1,6	2,3	2,1	1,7	1,4	...
Венгрия	1,1	1,2	1,3	1,4	1,4	..

Кроме того, имеет большое значение тот факт, на каком уровне зафиксирован показатель наукоемкости ВВП. Наукоемкость ВВП, равная 1% или менее, считается порого-

вой для научно-технологической безопасности страны. Из таблицы 1 видно, валовые внутренние затраты на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы в Казахстане составляют примерно 0,2% от ВВП, что должно вызывать обеспокоенность в вопросе научно-технологической безопасности страны.

В связи с этим требуется проанализировать уровень и тенденции подготовки научных кадров в Казахстане. Следует отметить, что у нас функционирует трехступенчатая модель подготовки кадров:

бакалавр ⟶ магистр ⟶ доктор PhD

Заслуживает внимания и количество организаций, которые осуществляют непрерывную подготовку научных кадров для экономики Казахстана (см. табл. 2).

Таблица 2. Число организаций с учебными программами послевузовского образования, направленными на подготовку научных и педагогических кадров [5]

Показатели	2012	2013	2014	2015	2016	2016 к 2012,%
Всего организаций, осуществляющие подготовку:	165	166	172	179	184	111,5
магистрантов	119	117	118	106	105	88,2
докторантов	46	49	54	56	63	137,0
Слушателей резидентуры	…	…	…	17	16	-

По данным таблицы 2 видно, что последние пять лет количество организаций, осуществляющих подготовку магистрантов и докторантов, в целом возросло на 11,5%, хотя имело место сокращение организаций по подготовке магистрантов на 11,8%.

Таблица 3. Численность, прием и выпуск магистрантов, чел. [5]

Показатели	2012	2013	2014	2015	2016	2016 к 2012,%
Численность магистрантов (на конец года) – всего	27 149	31 950	32 527	29882	32893	121,2
Прием магистрантов – всего	16 351	17 775	16 941	15261	19074	116,7
Из них:						
Окончившие вузы в отчетном году	13 740	14 120	12 410	11608	15018	109,3
Выпуск магистрантов – всего	10 118	12 962	15 880	15816	16445	162,5
Из общего выпуска защитили диссертацию	9 878	11 783	14 653	14869	16344	165,5
Доля защитивших диссертацию за время обучения, %	97,6	90,9	92,3	94,0	99,4	101,8

По данным таблицы 3 видно, что потребность в подготовке магистров за последние пять лет возросла в целом на 21,2%. При этом число магистрантов, защитивших диссертацию из общего выпуска, увеличилось на 65,5%, а доля защитивших диссертацию за

весь период обучения увеличилась на 1,8%. Данный факт свидетельствует о росте качества подготовки магистров за анализируемый период.

Таблица 4. Численность и выпуск докторантов человек, чел. [5]

Показатели	2012	2013	2014	2015	2016	2016 к 2012,%
Численность докторантов (на конец года)	1 588	1 892	2 063	2 288	2710	170,7
в том числе:						
Докторантов по профилю	76	170	101	122	93	122,4
докторантов (PhD)	1 512	1 722	1 962	2 166	2617	173,1
Прием докторантов – всего	565	638	729	794	1086	192,2
в том числе:						
Докторантов по профилю	13	31	-	32	25	192,3
докторантов (PhD)	552	607	729	762	1061	192,2
Выпуск докторантов – всего	257	373	503	533	619	240,8
Из них:						
Из общего выпуска защитили диссертацию – всего	110	100	125	175	117	106,4
Доля защитивших диссертацию за время обучения, %	42,8	26,8	24,9	32,8	18,9	44,2

По данным таблицы 4 видно, что потребность в подготовке докторантов за последние пять лет возросла в целом на 70,7%, в разрезе: докторантов по профилю – на 22,4%, докторантов (PhD) – 73,1% соответственно.

При этом число докторантов, защитивших диссертацию из общего выпуска, увеличилось на 6,4%, а доля защитивших диссертацию за весь период обучения сократилась на 55,8%. Данный факт свидетельствует о росте качества подготовки докторантов, с одной стороны, и повышении требовательности к уровню диссертаций, с другой, за анализируемый период.

Существующая в стране система расширенного воспроизводства кадрового потенциала несет в себе определенные проблемы, характерные не только для Казахстана, но и для большинства стран СНГ. Так, в 2016 году из общего количества (619 человека) выпущенных докторов в науку пришло всего 44 человека. Следовательно, в Казахстане проблема воспроизводства обусловлена низкими темпами роста кадрового научного потенциала, малой абсолютной численностью защищающихся докторов и тем, что большая часть их находит себе применение вне науки. Необходимо срочно решать данную проблему.

Но, несмотря на сложности, система высшего и послевузовского образования в Казахстане за годы независимости претерпела системное реформирование, продвигаются новые концептуальные подходы («образование на протяжении всей жизни»), в соответствии с которыми Республика Казахстан одной из первых на постсоветском пространстве ввела кредитную систему обучения и перешла на трехступенчатую систему подготовки кадров. Как показал вышеприведенный анализ, имеют место положительные тенденции.

Таким образом, у системы образования есть все предпосылки для реализации основных направлений «Модернизации экономики 3,0» в вопросах подготовки квалифицированных кадров в рамках новой модели экономики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Послание Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева народу Казахстана «Новые возможности развития в условиях четвертой промышленной революции» от 10 января 2018 г. http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president/poslanie-prezidenta-res-publiki- kazahstan- n-nazarbaeva-narodu-kazahstana-10-yanvarya-2018-g
2. Третья модернизация Казахстана: Новые возможности для граждан и качественный рост. Стратегический план развития страны до 2025 года. https:// primeminister. kz/ru/ page/view/strategicheskii_plan_razvitiya_kazahstana_do_2025_goda?
3. Подготовка квалифицированных кадров в рамках новой модели экономики. Проект МОН РК. 27.07.2017г. http://ssmu.kz/ru/pages/default/view?id=MOD.ECON
4. Источник: База данных ЮНЕСКО/http://data.uis.unesco.org/Index.aspx? Data Set Code = DEMO_DS
5. Данные Комитета по статистике РК.

УДК 330.3: 323.21

ПОЛИТИЧЕСКАЯ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РЕФОРМА КАК ОСНОВА МОДЕРНИЗАЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ

Уразова Н.П.

Сведения об авторе. Уразова Наталья Павловна – магистр экономических наук, старший преподаватель кафедры бизнеса.

Аннотация. В статье рассматриваются политические и экономические реформы в Казахстане как один из важнейших аспектов модернизации общественного сознания. Автор считает, что конкурентоспособность гражданина Республики Казахстан невозможна без конкурентоспособной экономики страны.

Ключевые слова. Реформы, экономические реформы, политические реформы, модернизация общественного сознания, конкурентоспособность, человеческие ресурсы.

Автор туралы мәліметтер. Уразова Наталья Павловна - экономика ғылымдарының магистрі, бизнес кафедрасының аға оқытушысы.

Аннотация. Мақалада Қазақстандағы саяси және экономикалық реформалар қоғамдық сананы модернизациялаудың маңызды аспектілерінің бірі ретінде қарастырылады. Автордың пікірінше, Қазақстан Республикасының азаматының бәсекеге қабілеттілігі елдің экономикасының бәсекеге қабілеттілігісіз болмайды.

Түйін сөздер. Реформа, экономикалық реформа, саяси реформа, қоғамдық сананың модернизациясы, бәсекеге қабілеттілік, адами ресурстар.

About the author. Urazova Natalya - master of Economic Science, Senior Professor of Business Department.

Annotation. The article discusses political and economic reforms in Kazakhstan as one of the most important **aspects** of the modernization of public consciousness. The author believes that the competitiveness of a citizen of the Republic of Kazakhstan is impossible without a competitive economy of the country.

Keywords. Reforms, economic reforms, political reforms, modernization of public consciousness, competitiveness, human resources.

Казахстан, как одна из постсоветских стран, нуждается в глобальной и постоянной модернизации в условиях изменчивости.

Качественное реформирование экономики и политической системы невозможно без базовой модернизации общественного сознания.

Как нация мыслит – так она и живет и взаимодействует с окружающим миром.

Без обновленной системы мышления, системы ценностей не будет и новой системы

действий.

В январе 2017 года президент обратился к народу Казахстана с Посланием, в котором объявил о Третьей модернизации Казахстана, давшей старт двум важнейшим процессам обновления – политической реформе и модернизации экономики.

В апреле 2017 года на официальном сайте Акорды вышла статья главы государства «Взгляд в будущее: модернизация общественного сознания» [1].

Неспроста эти два стратегических шага вышли один за другим, так как их стоит расценивать как дополнение друг к другу, то есть без политической и экономической реформы невозможна модернизация общественного сознания.

Красной нитью в статье проходит конкурентоспособность гражданина Республики Казахстан, которая невозможна без конкурентоспособной экономики страны.

Конкурентоспособность экономики каждого государства обусловливает его экономическое развитие, а в условиях всемирной глобализации этот приоритет является предопределяющим.

Только в динамично развивающейся стране с гибкой экономикой и с гибкой политической системой можно вырастить и воспитать конкурентоспособного гражданина, что подтверждается словами президента: «Сегодня не только отдельный человек, но и нация в целом имеет шанс на успех, только развивая свою конкурентоспособность. Это означает прежде всего способность нации предложить что-либо выигрышное по цене и качеству на региональных и глобальных рынках. И это не только материальный продукт, но и знания, услуги, интеллектуальные продукты, наконец, качество трудового ресурса. Особенность завтрашнего дня в том, что именно конкурентоспособность человека, а не наличие минеральных ресурсов, становится фактором успеха нации».

Казахстан уже вошёл в ТОП-50 наиболее развитых стран, а дальнейшее перспективное развитие государства будет основано на программе Третьей модернизации, базирующейся на новых, прогрессивных технологических укладах современного мира [2].

Казахстан приступил к созданию совершенно новой модели экономического развития и роста, ключевая цель которой – быть равным с ведущими развитыми странами в условиях глобальной конкурентоспособности.

Однако, только воспитывая и обогащая человеческие ресурсы, допустима ориентация на «smart экономику» для того, чтобы Казахстан был интегрирован в систему мировых хозяйственных связей.

Именно успехи в экономике позволят построить основу для модернизации общественного сознания. Ведь для того, чтобы строить качественное и доступное дошкольное, среднее, высшее или специальное образование, нужны деньги, так как это строительство детских садов, школ, университетов, кампусов, общежитий.

Это подтверждают слова Ануарбека А., доктора экономических наук, профессора ТарГУ имени М.-Х. Дулати: «Несмотря на трудности, связанные с мировыми кризисами, наша социальная политика была ориентирована на обеспечение инвестиций в человеческий капитал, важнейшей составляющей которого является интеллектуальный потенциал. Богатство страны – это его человеческий капитал, самый важный и неоценимый ресурс развитого общества, и он более важен, чем природное или накопленное богатство. Неоспоримо то, что человеческий капитал предопределяет темпы экономического развития, научно-технического прогресса и место государства в мировом рейтинге. Все эти факторы в совокупности усиливают интерес общества к системе образования как основе производства этого капитала.

Устойчивое развитие нашей национальной экономики в условиях третьей модернизации находится в прямой зависимости от качественных характеристик человеческого капитала, включающих трудовые ресурсы, знания, инструменты интеллектуального и организационного труда.

Основным приоритетом дальнейшего развития государства определена ускоренная технологическая модернизация экономики, основой которой являются инновации. В этих целях будет развиваться ускоренно на базе вузов научный и инновационный потенциал, и

это должно быть увязано с достижениями четвертой промышленной революции, начавшейся в мире.

Поставленные задачи должны решать высококвалифицированные кадры. В этой связи изменится роль системы образования. На данном этапе развития Казахстана, по нашему мнению, центральным звеном новой модели экономического роста должна быть сфера образования и науки.

Вузы должны способствовать формированию IT-знаний, экономической грамотности и воспитанию казахстанского патриотизма молодежи. С этой целью должен повышаться кадровый потенциал высших учебных заведений, уровень их материально-технического обеспечения» [3].

Инициатива о модернизации общественного сознания сама по себе не может проходить без поддержки политических преобразований и реформ, так как власть, наряду с гражданами Казахстана, должна меняться в соответствии с требованиями эпохи глобализации.

Президент Казахстана отмечает: «Модернизация невозможна без изменения ряда привычек и стереотипов». А ведь это напрямую касается политических преобразований.

В обществе давно сложились стереотипы о коррупции и бюрократизме политического аппарата, поэтому для успешной комплексной модернизации стоит менять это мнение. Именно для этого создан Пятый приоритет – институциональные преобразования, безопасность и борьба с коррупцией.

«Мы сделали существенные шаги по снижению уровня коррупции в стране. В то же время основной акцент направлен на борьбу с последствиями коррупции.

Необходимо усилить работу по выявлению и искоренению причин и предпосылок коррупции.

Одним из ключевых вопросов является совершенствование сферы закупок.

Поручаю Правительству внедрить единую систему госзакупок по принципу централизованной службы.

В квазигосударственном секторе, сфере естественных монополий и недропользования также нужно кардинально пересмотреть подходы по проведению закупок.

Многое в борьбе с коррупцией будет зависеть от активного участия всего общества. С развитием социальных сетей и других медиаресурсов всеобщее неприятие должно стать мощным инструментом в противодействии коррупции», - вот слова президента.

Однако еще раз подчеркнем тот факт, что экономическая и политическая реформы не могут быть успешно реализованными без модернизации общественного сознания. Таким образом, данные шаги являются не только взаимодополняемыми, но и должны осуществляться одновременно.

Поскольку сегодня общество требует новых принципов модернизации, конкретные шаги к этим принципам были разработаны и предложены главой государства.

Предложенные президентом основные принципы модернизации: конкурентоспособность, прагматизм, сохранение национальной идентичности, культ знания, поступательное эволюционное развитие, открытость сознания внешнему миру и всему новому в нем (то есть экономические, политические, социальные и культурные аспекты) полностью соответствуют поставленной задаче модернизации общественного сознания.

Видение главы государства относительно верховенства духовного развития в иерархии модернизаций – это новое и «свежее» слово в мировоззренческом теоретико-практическом дискурсе. Обосновав содержание дефиниции «модернизация сознания», президент выделяет 6 направлений модернизации:

1. Конкурентоспособность.
2. Прагматизм.
3. Сохранение национальной идентичности.
4. Культ знания.
5. Эволюционное, а не революционное развитие Казахстана.
6. Открытость сознания.

Все эти направления предельно актуализированы и четко отвечают вызовам времени. Подробно не останавливаясь на раскрытии каждого из них, это не задача данной статьи, мы бы хотели акцентировать внимание на Втором и Третьем направлениях – «Прагматизме» и «Сохранении национальной идентичности» [4].

Хочется вспомнить столь известный принцип, которого придерживается глава нашего государства: «Вначале – экономика, затем – политика»; этот принцип был положен у истоков зарождения нашего государства и рыночной экономики. Как говорится, все новое - это хорошо забытое старое. Прагматизм, приведший к общему успеху передовые страны мира, является универсальным ключом к достижению благополучия. Именно тот фундамент, который наша страна сформировала в своем становлении, послужит мощной опорой в модернизации общественного сознания и реализации поставленных целей.

Отмеченное ранее доказывает мудрость главы нашего государства, так как Казахстан стал современной и узнаваемой во всем мире страной, с мнением нашего президента считаются остальные государства, и мы стали членом Совета безопасности ООН.

Уверенность в правоте выбранного президентом курса вселяют его слова: «В следующие 25 лет нас ожидают еще более высокие рубежи. Собрав уникальный богатый опыт в создании государства, мы вступили в новый этап. Уверен, какие бы трудности не встретили нас впереди, мы их преодолеем. Наша главная сила – в единстве. Мы превратим Казахстан в еще более процветающую страну для наших потомков».

Важным, на наш взгляд, является направление определенное главой государства «Сохранение национальной идентичности».

Президентом было четко оговорено, что нет универсальной модели развития страны, которую мы можем позаимствовать где-либо, есть национальная модель, и именно она заключает в себе инструментализм, которому мы должны следовать.

И утверждение: общие язык, культура, история – это базис сильного государства во все века; данное утверждение заключает в себе национальный дух и объединяет наше многонациональное государство.

Глава нашего государства большое внимание уделяет истокам зарождения нашего народа, этому посвящена его монография «В потоке истории». Хочется немного отметить, что прагматизм нашей истории нашел свое отражение в информационно – культурном пространстве страны; также хочется подчеркнуть, что национальный дух и сплоченность нашего общества послужит той движущей силой, с помощью которой мы достигнем поставленных целей.

Мы получили комплексный подход, который отвечает вызовам времени и нацелен на результат вхождения в тридцать самых развитых стран мира. Подход не просто должен сопровождать модернизацию общественного сознания, политического сознания, экономики, но и стать сердцевиной.

Мир быстро меняется, и, как говорит глава государства: «Мы находимся в непонятном быстроменяющемся цикле развитий, и нам надо, прежде всего, сохранить идентификационный национальный код, чтобы не раствориться в глобализирующемся мире, сохранить свои обычаи, на основе этого разнообразия двигаться дальше, выполняя поставленные задачи».

Нельзя забывать, что картина только на первый взгляд кажется красивой, на самом деле в реализации данной программы имеется много рисков и подводных камней.

Например, у нас перед глазами опыт нашего соседа Узбекистана о переходе на латиницу. У них этот эксперимент не удался, во-первых, это финансовый аспект, во-вторых, это социальный, поскольку старшее поколение, наши предки не все успешно справились с данной реформой. Национальная культура Казахстана, достижения его науки и повседневный документооборот также связаны с кириллицей. На кириллице создан наибольший массив научных и литературных документов в истории Казахстана, будет жалко его растерять. На сегодняшний день проделано много работы касательно данного вопроса, но данные риски, на наш взгляд, велики.

Следующий аспект, который требует размышления и тщательной проработки - во-

прос о гражданском мире и межэтнических отношений, нельзя забывать, что Казахстан ведет начало от Казахской Советской Социалистической Республики, и именно советское наследие - это освоенные целинные земли, экономическая модернизация, космодром Байконур, атомная промышленность. Также нельзя забывать, что именно в советский период население Казахстана выросло в три раза.

Несомненно, программа «Модернизация общественного сознания» прагматична, и глава государства довольно осторожно трактовал направления программы, и мотивы его тоже понятны - войти в 30 развитых стран мира и оказаться в процветающем будущем.

Инициатива о модернизации общественного сознания сама по себе является своевременной и востребованной. Однако возникает много вопросов по тому, как она будет имплементирована. Понятно, что сделан упор на административные ресурсы, поскольку мы видим, что в новых условиях происходит сокращение экономических ресурсов и снижение общей управляемости ситуацией в стране. Проводить модернизацию сверху будет сложно. Также сомнения проявляются в том, сможет ли проявить достаточную гибкость бюрократический аппарат. Сумеет ли он подстроиться под задачи реальной модернизации? Не возобладает ли административно-командный подход с преобладанием риторики над реальными действиями?

Модернизация – это изменение самой природы объекта, сущности, а не просто комбинация и наложение новых элементов. Готовых рецептов для модернизации нет. Чаще всего модернизацию отождествляют с вестернизацией, хотя это не одно и то же. Модель вестернизации без модернизации показала свою несостоятельность; модель модернизации без вестернизации показала свою недолговременность; догоняющая модель сегодня осложнена тем, что Запад удаляется все дальше, шагнув в новый информационный мир. Остается одна модель – национальных модернизаций, которые могут быть осуществлены на новом уровне – ускоренном развитии человеческого потенциала [4].

ЛИТЕРАТУРА

1. Официальный сайт Акорды http://akorda.kz
2. Сайт ассамблеи народов Казахстана http://assembly.kz
3. Ануарбек А. Духовное возрождение как модернизация общественного сознания: Электронный ресурс // http://www.tarsu.kz/ru/
4. Шаукенова З. Нация единого будущего: Электронный ресурс // ttps://liter.kz/

УДК 339.9(574)

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА КАЗАХСТАНА И РОССИИ

Баелова С.М., Мухамедиева А.Г.

Сведения об авторах. Баелова Самал Мараловна - магистрант специальности 6М050600 «Экономика» ВКГУ им. С. Аманжолова. Мухамедиева Ардак Габитовна – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления ВКГУ им. С. Аманжолова

Аннотация. В статье рассмотрен процесс развития и совершенствования трансграничного сотрудничества регионов Казахстана и России. Особое внимание уделено изучению приоритетных направлений международного сотрудничества и дальнейшего развития интеграционного механизма приграничного сотрудничества РК и РФ.

Ключевые слова. Трансграничное сотрудничество, экономическое сотрудничество, экспорт, импорт, совместные предприятия.

Авторлар туралы мәліметтер. Баелова Самал Мараловна - С. Аманжолов атындағы ШҚМУ 6М050600 «Экономика» мамандығының магистранты. Мухамадиева Ардақ Ғабитовна-экономика ғылымдарының кандидаты, С. Аманжолов атындағы ШҚМУ экономика және басқару кафедрасының доценты.

Аннотация. Мақалада Қазақстан мен Ресей арасындағы трансшекаралық ынтымақтастықты дамыту және жетілдіру процесін сипаттайды. Халықаралық ынтымақтастықтың басым бағыттарын зерделеуге және Қазақстан мен Ресей Федерациясы арасындағы трансшекаралық ынтымақтастықтың интеграциялық механизмін одан әрі дамытуға баса назар аударылды.

Түйін сөздер. Трансшекаралық ынтымақтастық, экономикалық ынтымақтастық, экспорт, импорт, бірлескен кәсіпорындар.

About the authors. Baeylova Samal – graduate student of major 6M050600 “Economics” at EKSU named after S. Amanzholov. Mukhamadieva Ardak – candidate of Economic Science, Associate Professor at the Economics and Management Department of EKSU named after S. Amanzholov.

Annotation. The article describes the process of development and improvement of cross-border cooperation between the regions of Kazakhstan and Russia. Special attention is paid to the study of the priority areas of international cooperation and the further development of the integration mechanism of cross-border cooperation of the Republic of Kazakhstan and the Russian Federation.

Keywords. Cross-border cooperation, economic cooperation, export, import, joint ventures.

Трансграничное сотрудничество в современном мире становится одним из наиболее эффективных факторов, способствующих выходу государства на реальную интеграцию в создании общего рынка товаров, услуг, капиталов и рабочей силы. Трансграничное сотрудничество способно наполнить двусторонние отношения реальным содержанием. Резервы здесь колоссальны, как в экономической, так и в политической сферах, потому как регионы объективно представляют конкретные проблемы и пути их решения, глубже знают потребности и возможности действующих на их территориях предприятий, а также других участников социально-экономических отношений, эффективно могут использовать свои природные, материально-технические и финансовые ресурсы.

Трансграничное сотрудничество – одна из самых ранних форм международной деятельности регионов. Необходимость преодоления границ и развития экономических связей через этот барьер определяло и определяет исторические функции приграничных регионов.

В казахстанско-российских приграничных отношениях в полной мере реализуется лишь самая простая форма - локальные приграничные контакты, в то время как, например, Европа давно практикует создание высшей формы трансграничного сотрудничества - еврорегионов. Казахстан и Россия используют европейский, постсоветский и азиатский типы. В основу их разделения положен географический подход.

Модели трансграничного сотрудничества в странах Казахстана и России классифицируются на основе одного и того же принципа – степени развития сотрудничества от самой слабой до самой совершенной. Используются такие модели, как: барьерная (закрытость от внешних контактов), пассивной контактности и активной контактности (высшая степень развития сотрудничества через границу).

При исследовании проблемных зон трансграничного сотрудничества установлено, что его казахстанским и российским участникам приходится сталкиваться с рядом одинаковых проблем, таких, как политические, этнокультурные, исторические барьеры, правовая база, уровень экономического развития.

Совпадение или близость позиций Казахстана и России по основным международным и региональным проблемам создают основу для сотрудничества на международной арене, в том числе в рамках ООН и ее специализированных учреждений, а также СНГ, ОБСЕ, ОДКБ, ШОС и на других международных площадках. Тесно взаимодействуют внешнеполитические ведомства двух стран. Реализуется План межмидовских консультаций на 2016-2017 гг.

Казахстан и Россия являются стратегическими и дипломатическими партнерами и имеют совместную границу свыше 7500 км, которая считается самой длинной в мире по протяженности. Приграничную зону двух государств образуют 12 субъектов РФ (Республика Алтай, Алтайский край, Астраханская, Волгоградская, Курганская, Новосибирская,

Оренбургская, Омская, Самарская, Саратовская, Тюменская и Челябинская области) и 7 областей Казахстана (Атырауская, Актюбинская, Восточно-Казахстанская, Западно-Казахстанская, Костанайская, Павлодарская и Северо-Казахстанская области). Совокупная численность населения этих регионах насчитывает примерно 30 млн. человек.

Более двухсот документов (соглашений, меморандумов, протоколов) подписано между Казахстаном и Россией в различных сферах приграничного международного сотрудничества, основные из которых нацелены на решение следующих задач:

- создание обстановки доверия, взаимопонимания и добрососедства между органами власти, деловыми кругами и населением приграничной территории двух стран и органами власти, деловыми кругами и населением приграничных территорий сопредельных государств;
- развитие и укрепление хозяйственных, культурных и гуманитарных связей между приграничными территориями Казахстана и России;
- содействие взаимопониманию между народами, населяющими приграничные территории;
- упрощение взаимного общения заинтересованных органов власти, деловых кругов и групп населения, в том числе этнических общностей, разделенных государственными границами, поддержка соотечественников за рубежом, проживающих на приграничной территории;
- совместное создание и эффективное развитие экономической и социальной инфраструктуры на приграничных территориях;
- совместное решение экономических, транспортных, энергетических, коммунальных, экологических, социально демографических, гуманитарных и иных проблем приграничных территорий;
- обеспечение поддержки органами государственной власти органов местного самоуправления организаций, участвующих в обустройстве приграничной территории и решении задач развития приграничного сотрудничества;
- создание условий, способствующих прохождению экспортных и импортных товаров через приграничную территорию двух государств, включая содействие обустройству пунктов пропуска через государственную границу, транспортной инфраструктуры, таможенных складов, терминалов и т.д.;
- повышение эффективности использования производственной и социальной базы приграничной территории;
- создание условий для интеграции систем предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций сопредельных государств с целью повышения эффективности реагирования на чрезвычайные ситуации, имеющие трансграничные последствия [2].

В настоящее время Казахстан и Россия являются одними из наиболее активных участников интеграционных процессов на территории бывшего СССР. С 2011 года между Казахстаном и Россией существует единое таможенное пространство, реализуется договор о Евразийском союзе. Тесное взаимодействие между Казахстаном и Россией означает дальнейшее развитие торгово-экономических отношений, поддержку транспортных коридоров, проходящих через территории наших стран; укрепление связей между народами, реализацию мер по совместной охране окружающей среды, регулированию миграции, взаимодействию в правоохранительных мероприятиях и т.п.

Доля отдельных приграничных регионов в этом показателе различна и зависит от их экспортного потенциала. В частности, Челябинская область прекрасно обеспечивает 14% внешне торгового оборота Российской Федерации, лидером среди регионов являются Тюменская область России и Атырауская область Казахстана. На них приходится больше совокупного экспорта приграничных регионов. В отличие от порубежья с третьими странами, геоэкономическим преимуществом российско-казахстанского приграничья является то, что действующие там промышленные предприятия и бизнес-структуры находятся в непосредственной близости от своих национальных рынков и рынков друг друга. Однако сам факт наличия границы еще не гарантирует быстрого развития прилегаю-

щих к ней территорий. Напротив, он может негативно воздействовать и на местную экономику, и на господствующие в локальном социуме настроения. Например, в ходе проведенных в 2001-2004 гг. социологических опросов среди населения Челябинской области выяснилось, что количество респондентов, считающих влияние границы на жизнь позитивным, уменьшилось с 24,5% до 23,3%, а негативным - увеличилось с 15,6% до 16,1%. Соответственно, мнение о том, что граница должна быть открытой в 2001 г., разделяли 45,8%, а в 2004 г. – только 41,4% опрошенных. Число же приверженцев «закрытия» границы возросло с 54,2% до 58,6%. Подобные социологические опросы, в ходе которых удалось выявить отношение жителей приграничных регионов Казахстана, включая Костанайскую область, к приграничному сотрудничеству с РФ, были позже проведены в РК. Получены следующие ответы респондентов: рост отметили - 85,8%; улучшение подлинной жизни населения - 58,5%; складывание общего экономического пространства - 64,9%; упрочение сотрудничества между РК и РФ - 48,4%; развитие малого бизнеса - 70,5%; создание благоприятных условий для реализации продукции отечественных производителей - 67,1%; улучшение товарного обеспечения – 66 %. При оценке внешней миграции и усиления конкуренции более половины респондентов отнеслись к ним положительно, однако четверть опрошенных высказались против.

Одной из главных задач современных межгосударственных отношений стран – участников СНГ является решение социально-экономических проблем приграничья, сохранение и упрочение сложившихся связей, в первую очередь, внешнеторговых. Их вектор и объем определяется структурой экспорта и импорта. Так, экспортные поставки Костанайской области в Россию включают: зерновые (52,5%), руды металлов (20%), асбест (12%). В импорте наибольший вес составляет различные механизмы, средства наземного транспорта, продукты перегонки нефти. Основными статьями экспорта южноуральских производителей в Республику Казахстан на сегодняшний день являются: 1) черные металлы; 2) продовольствие; 3) продукция машиностроения; 4) продукты неорганической химии; 5) осветительная арматура. Лидерами среди предприятий-экспортеров Челябинской области считаются металлургические заводы и ряд промышленных предприятий различной специализации. Продукцию машиностроения в Казахстан очень поставляют около 20 предприятий области. В свою очередь, базирующиеся на Южном Урале российские резиденты закупают в РК цветные металлы; минеральные удобрения и концентраты; продукцию сельского хозяйства. В целом, Костанайская и Челябинская области активно используют рынки друг друга для реализации товаров, производимых на своих территориях.

В оценке внешней торговли регионов следует обратить внимание на новую тенденцию, набирающую силу в последние годы, а именно: активное освоение рынков российскими и казахстанскими регионами, не входящими в приграничную зону их государств, а также ориентацию на зарубежные страны. Это относится как к представителям деловых кругов Южного Урала, так и Костанайской области. В этом плане больший интерес для бизнеса хорошо представляют локомотивы казахстанской экономики: Карагандинская область, Астана, Алматы, российские города Москва и Санкт-Петербург, Республика Татарстан, Самарская и Свердловская области. Так, только через г. Алматы в 2007 г. было импортировано в Россию медикаментов на 380 млн. долл. и косметических средств на 223 млн., тогда как через все граничащие с РФ области – лишь на 75,6 млн. и 19,5 млн. соответственно. В русле этой тенденции Челябинская область установила тесное сотрудничество с г. Астаной и Карагандинской областью, а Костанайская - со Свердловской областью.

Другим примером такого рода является сотрудничество в сфере металлургии. Железную руду из Казахстана активно используют металлургические предприятия в приграничных областях России, а именно: «Уральская сталь» и Новотроицкий завод хромовых соединений в Оренбургской области, Магнитогорский металлургический комбинат в Челябинской области. При этом продукция предприятий, главным образом, экспортируется на рынки третьих стран. На приграничное сотрудничество существенно влияет эко-

номический потенциал партнеров, замедление роста которого становится более сдерживающим фактором, в том числе и в торговле. В частности, уменьшение в последние годы доли Костанайской области в республиканском внешнеторговом обороте не позволяет квалифицировать ее в качестве полноценного региона-экстраверта. Область характеризуется также сокращением ее вклада в валовый продукт республики с 3,9% в 2010 г. до 3,7% в 2012 г., низким индексом инновационной активности и наименьшими в РК среднедушевыми денежными доходами населения в месяц (23073 тенге, что равняется, примерно, 4800 руб.). Все это сужает базу, замедляет совершенствование инфраструктуры и в конечном итоге снижает ее инвестиционную привлекательность для иностранных инвесторов.

В-третьих, имеется хороший энергетический потенциал. Через Северный Казахстан проходят линии электропередач Единой Энергетической системы, передающие относительно более дешевую сибирскую электроэнергию в европейскую часть России и на Урал. Западный Казахстан, Актюбинскую, Оренбургскую, Челябинскую и Свердловскую области связывает магистральный газопровод «Бухара-Урал», совершивший революцию в энергообеспечении металлургических и машиностроительных заводов (ММК, ЧМЗ, ЧТЗ), крупных уральских городов. Кроме того, устойчиво функционирует нефтепровод из Омска в Челябинск и Уфу. По современным меркам его мощность невелика, но он до сих пор не потерял своего экономического значения.

Сотрудничество приграничных регионов в сфере промышленной кооперации сосредоточено на создании совместных предприятий в различных отраслях экономики. Сегодня широко действуют более 5 тыс. предприятий с участием российского и казахстанского капиталов, в том числе 500 в приграничных регионах двух стран. В частности, только в Костанайской области из 116 зарегистрированных и работающих здесь совместных предприятий 70 сотрудничают с российскими компаниями. В свою очередь, на Южном Урале в 2012 г. действовало 88 коммерческих предприятий, в составе учредителей которых выступают физические и юридические лица Казахстана. Это один из самых высоких показателей среди российских регионов, граничащих с Казахстаном. В 2012 г. в числе лидеров здесь были такие области, как Омская – 89, Новосибирская – 85, Оренбургская - 56 предприятий [1, С. 19].

Россия и Казахстан постоянно стремятся там наращивать отмеченную позитивную тенденцию, привлекая к этому крупные предприятия, средний и малый бизнес. В частности, доля компаний с казахстанским участием, работающих в приграничных регионах РФ, в общей численности компаний с казахстанским участием, функционирующих в экономике России. Эффективность экономического сотрудничества приграничных регионов во многом зависит от активности бизнес-сообщества двух стран. Контакты бизнесменов РФ и РК осуществляются по линии Российско-Казахстанского Делового Совета по приграничному сотрудничеству (далее - РКДС). Он создан в сентябре 2006 г. по инициативе торгово-промышленных палат Российской Федерации и Республики Казахстан и является постоянно консультативно-совещательным органом по вопросам торгово-экономического сотрудничества приграничных регионов этих стран. В 2013 г. в составе РКДС работало 29 членов (17 от России и 12 от Казахстана), в том числе: территориальные ТПП России и Казахстана, Региональное представительство ТПП РФ в странах Центральной Азии, представители российских деловых кругов. На уровне регионов ТПП сотрудничают на базе двусторонних соглашений. В частности, между администрациями Костанайской и Челябинской областей такое соглашение было заключено в 2006 г. Этот документ придал весьма ощутимый импульс развитию трансграничного бизнеса. Так, в ходе визита 19 мая 2012 г. в столицу Южного Урала делегации Костанайской области состоялись переговоры между руководителями нескольких десятков предприятий.

В рамках деловых встреч был организован и проведен Круглый стол «Проблемные вопросы Таможенного союза». В г. Костанае осуществляет свою деятельность Центр международного торгово-экономического сотрудничества и сертификации ТОО «Казроссерт», единственным учредителем которого является ЮУТПП.

Управлением экспертизы ЮУТПП на постоянной основе оказываются услуги по контрактной экспертизе, регистрации товарных знаков предприятий Челябинской области в Республике Казахстан, оформлении сертификатов происхождения товаров по сделкам с предприятиями сопредельной стороны. Информационным отделом ЮУТПП на плановой основе проводится работа по осуществлению регулярного обмена информацией о производимой в приграничных регионах продукции, поиску партнеров-производителей и потребителей продукции машиностроения и спецтехники, нефтехимического оборудования, стройиндустрии и строительства, включая обмен электронными базами данных по выпускаемой продукции и предложениями по взаимным поставкам. Отделом переводов ЮУТПП осуществляются переводы документов по внешнеэкономической деятельности с русского и казахского языков и соответствующее их заверение.

Анализ приграничного сотрудничества российских и казахстанских регионов в экономической сфере показывает, что оно базируется на прочной взаимовыгодной основе и демонстрирует хорошие темпы и перспективы развития в таких отраслях, как внешняя торговля, промышленная кооперация, инвестиционное проектирование.

Президент России В.В. Путин, развивая идею своего коллеги, определил черту промышленной кооперации предприятий двух стран: «Мы должны двигаться к технологическим, промышленным альянсам. Для этого необходимо резко создавать оптимальные производственные цепочки, в которые будут десятки, а может быть, и сотни наших предприятий». Для функционирования таких международных цепочек требуется реализация таких мер, как: упрощение таможенных процедур и снижение регламентации в использовании защитных мер; упразднение торгово-политических барьеров; проведение предсказуемой экономической политики.

Президент Казахстана Н.А. Назарбаев считает, что «максимально поддерживая предпринимательство, мы должны руководствоваться принципами рационального размещения производства. Это важно как для обеспечения его всеми ресурсами, так и для успешного выхода на имеющиеся рынки сбыта». Цель государства, полагает он, – «создать бизнесу наиболее благоприятные условия для максимальной локализации производства, наращивания цепочек добавленных стоимостей». Политическое руководство России и Казахстана уже сегодня практически выполнило эти условия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Загашвили, В. Региональный вектор интеграционной политики России // Мировая экономика и международные отношения. –2012. – № 5. – С. 15-26.
2. Изотов Д.А., Юн С.Е. Приграничное сотрудничество как объект исследования // Ойкумена. 2011. - № 4. – С. 8–21.

УДК 339.322

ФОРМИРОВАНИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Юрченко А.А., Непшина В.Н.

Сведения об авторах. Юрченко Анна Андреевна – студент специальности «Финансы» Казахстанско-Американского свободного университета. Непшина Виктория Николаевна – PhD, доцент кафедры бизнеса Казахстанско-Американского свободного университета

Аннотация. В статье рассматривается значение инвестиций предприятия в качестве одного из множества факторов в условиях глобализации, влияющих на повышение конкурентоспособности компании. Актуальность темы заключается в том, что необходимо обеспечивать выживаемость предприятия в современных постоянно меняющихся условиях, крайне важно уметь реально оценивать финансовое состояние, как всей компании, так и существующих потенциальных конкурентов. Авторы считают это важнейшей характеристикой экономической деятельности предпри-

ятия.

Ключевые слова. Инвестиции, инвестиционная политика, финансовое состояние предприятия, трудовые ресурсы, инновации, глобализация экономики.

Авторы туралы мәліметтер. Юрченко Анна Андреевна – Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Қаржы» мамандығының студенті. Непшина Виктория Николаевна – PhD, Қазақстан-Американдық еркін университетінің доценті.

Аннотация. Мақалада жаһандану жағдайында кәсіпорынның инвестицияның маңызы қарастырылған. Бұл инвестициялық саясат компанияның бәсекеге қабілеттілігіне тікелей әсер етеді. Тақырыптың өзектілігі – қазіргі құбылмалы заманда компанияның тіршілік етуге қабілеттілігін қамтамасыз етіп, компанияның да, оның бәсекелес терінің де қаржылық жағдайын дұрыс бағаладың маңыздылығында. Автор осы тұсты кәсіпорын қызметінің маңызды сипаттамасы деп біледі.

Түйін сөздер. Инвестиция, инвестициялық саясат, кәсіпорынның қаржылық жағдайы, еңбек ресурстары, инновациялар, экономиканың жаһануы.

About the authors. Yurchenko Anna Andreyevna – undergraduate student of major “Finance” at Kazakh American Free University. Nepshina Viktoriya Nikolayevna – PhD, Associate Professor at Business Department of Kazakh American Free University.

Annotation. The article discusses the value of enterprise investments as one of the many factors in the context of globalization that affect the increase in the competitiveness of a company. The relevance of the topic is that it is necessary to ensure the survival of the enterprise in today's constantly changing conditions, it is extremely important to be able to realistically assess the financial condition of both the entire company and existing potential competitors. The authors consider this the most important characteristic of the economic activity of the enterprise.

Keywords. Investments, investment policy, financial condition of the enterprise, labor resources, innovations, economic globalization.

Инвестиции представляют собой вложения капитала во всех его формах с целью обеспечения его роста в предстоящем периоде, получения текущего дохода или решения определенных социальных задач [1]. Инвестиции выражают все виды имущественных и интеллектуальных ценностей, которые могут быть направлены в объекты предпринимательской деятельности, в результате которой формируется прибыль или достигается иной полезный эффект, из чего следует, что инвестиционная деятельность предприятий всегда направлена на повышение рентабельности работы и как следствие увеличение прибыли. Необходимо подчеркнуть, что принятие решения об инвестициях является стратегической, одной из наиболее сложных и важных задач компании. Иными словами, важнейшим условием реализации основных задач, поставленных для улучшения развития предприятия – развитие эффективной деятельности предприятия, является осуществление инвестиций.

Инвестиционная деятельность предприятия делает возможным практическое применение инвестиций. Она обеспечивает целенаправленное осуществление процесса поиска необходимых инвестиционных ресурсов. Инвестиционная деятельность предприятия - важное условие для его стабильного финансового состояния, нормального функционирования и максимизации прибыли компании. На практике инвестиции приобретают форму инвестиционных проектов.

В свою очередь, инвестиционный проект - это программа мероприятий, с помощью которых могут осуществляться эффективные капитальные вложения с целью получения прибыли. Другими словами, это некая система целей, реализация которых основывается на инвестициях, созданных для достижения этих целей, а также исходных данных, определяющих способ достижения поставленных целей.

Экономику современного мира могут охарактеризовать глобальные интеграционные процессы. Интеграция в экономике отличается от экономического сотрудничества, которое ограничивается обычно торговыми отношениями, более углубленным состоянием всесторонних связей отдельных стран, с объединением производственных процессов

[2].

Современный международный национальный рынок имеет определенные особенности, главной из которых является его включение в процесс глобализации. Глобализация – это общая мировая взаимозависимость стран, предприятий и людей в рамках открытой системы финансово-экономических, общественно-политических и культурных связей на основе современных коммуникаций и информационных технологий [3].

Конкурентоспособность в глобальной экономике - это способность занять наиболее выгодную позицию в маркетинговой среде, которая формируется под влиянием постоянно меняющихся факторов, находящихся за пределами национальной экономики. Важное значение в условиях глобализации имеют различные факторы, направленные на повышение конкурентоспособности компании. Такими факторами могут выступать различные инновации, трудовые ресурсы (не противоречащие требованиям международного рынка труда), соответствие системы качества международным стандартам, а также постоянное совершенствование продукции, которая реализуется на внутреннем рынке и расширение деятельности предприятия на международном уровне.

Следует отметить, что текущие процессы глобализации имеют двойственный характер. С одной стороны, постоянно появляются новые перспективы для экономического развития и научно-технического прогресса, возможности для развития высоких технологий и новых средств коммуникации, расширения и углубления международного сотрудничества. С другой стороны, невозможно не учесть тот факт, что разрыв между богатыми и бедными странами только увеличивается, подрываются национальные валюты и экономики, обостряются экономические проблемы, появляются различные обстоятельства, порождающие ситуации, удобные для манипулирования сознанием масс (используя новейшие информационные технологии) [4].

Наблюдается следующая взаимосвязь: если перспективные и прибыльные идеи остались без финансирования, то развитие производства, промышленности, экономики страны затормозилось именно из-за неудачно выбранного направления для инвестирования. Инвестиции, в свою очередь, зависят от экономического роста. Получается замкнутый цикл, так как торможение роста экономики влечет уменьшение притока вливаний [5].

Повышение конкурентоспособности предприятия, в частности, и национальной экономики в целом в современной экономике является необходимым условием для интеграции страны в глобальную экономику. Концепция повышения конкурентоспособности включает в себя множество различных элементов. В зависимости от воздействия таких факторов, как внешняя среда, стратегические задачи, индивидуальные особенности предприятия элементы могут быть следующими: инвестиционные, организационно - управлен-ческие, технологические, маркетинговые, финансовые. Суть проблемы заключается в том, что глобализация экономики способствует диверсификации бизнеса, внедрению новых стандартов управления, расширению сфер и масштабов деятельности компаний, и поэтому в данный момент существует острая необходимость изучения особенностей стратегического управления в условиях глобализации.

Изменяющиеся условия и организация производства, изменения ситуации на рынке, требуют новых концепций продуктивности. Повышение конкурентоспособности предприятия можно достичь путем постоянного улучшения качества продукции, ориентации предприятия на меняющиеся потребности потребителя, пересмотра инновационной политики, более эффективного и качественного использования ресурсов (в том числе человеческих ресурсов), улучшения условий работы и других факторов. Необходимо уделить особое внимание человеческим ресурсам, так как это ключевой элемент продуктивности и, следовательно, конкурентоспособности фирмы. Несомненно, существуют общие, универсальные методы повышения конкурентоспособности предприятия, однако пути повышения конкурентоспособности каждой отдельно взятой фирмы должны рассматриваться исходя из сферы ее деятельности, вида предприятия, организационной структуры и других факторов.

Современной характеристикой среды деятельности предприятий является влияние

глобальных процессов: конкуренция со стороны транснациональных корпораций, глобальные черты предпочтений потребителей, необходимость в производстве унифицированных и высококачественных продуктов, разработка единой глобальной или региональной маркетинговой стратегии и маркетингового комплекса [6].

Следовательно, в условиях глубоких структурных изменений национального и международного рынка главной задачей предприятия становится нахождение своей ниши в условиях жесткой конкуренции на мировом рынке. Для этого предприятие, действующее в глобальной экономике, должно учитывать особенности современного рынка. Как уже было сказано выше, каждая компания подходит к вопросу формирования стратегии развития, опираясь на специфику деятельности предприятия, а также его конкурентные преимущества.

Все виды деятельности становятся более глобальными, так как размываются географические границы, ускоряются темпы научного прогресса, на первое место выходит маркетинг - как оружие для завоевания рынков и обеспечения реализации продукции в условиях глобальной конкуренции. В условиях глобальной конкуренции требования к качеству продукции постоянно усиливаются. При этом продукция предприятия должна пройти проверку как на внутреннем рынке, так и на рынках разных стран.

Глобализация - это процесс увеличения социальной, культурной, политической и экономической международной взаимозависимости, которая влияет на изменения в бизнес-окружении. Эффект глобализации, с точки зрения маркетинга, имеет два основных влияния на предприятия: на глобальные рыночные возможности и угрозы. Новые условия, вызванные глобализацией, предлагают компаниям два основных пути развития: или потерпеть банкротство, или адаптироваться. На практике глобальные маркетинговые возможности позволяют компаниям получить доступ к мировым ресурсам, расширить деятельность на новых зарубежных рынках и тем самым повысить конкурентоспособность компании. А с другой стороны - глобальные маркетинговые угрозы увеличивают количество конкурентов и интенсивность конкурентной борьбы, а также вероятность рыночной неопределенности. Комбинация угроз и возможностей предприятий в условиях глобализации позволяет потребителю получить наиболее качественный товар по низкой цене. Таким образом, глобализация - это основной двигатель технологического и экономического развития, гарант открытости рынков и свободного перемещения капиталов, товаров, рабочей силы и других ресурсов [6].

На первое место в условиях глобальной экономики выходят факторы повышения конкурентоспособности предприятия, наглядно показанные на рис. 1.

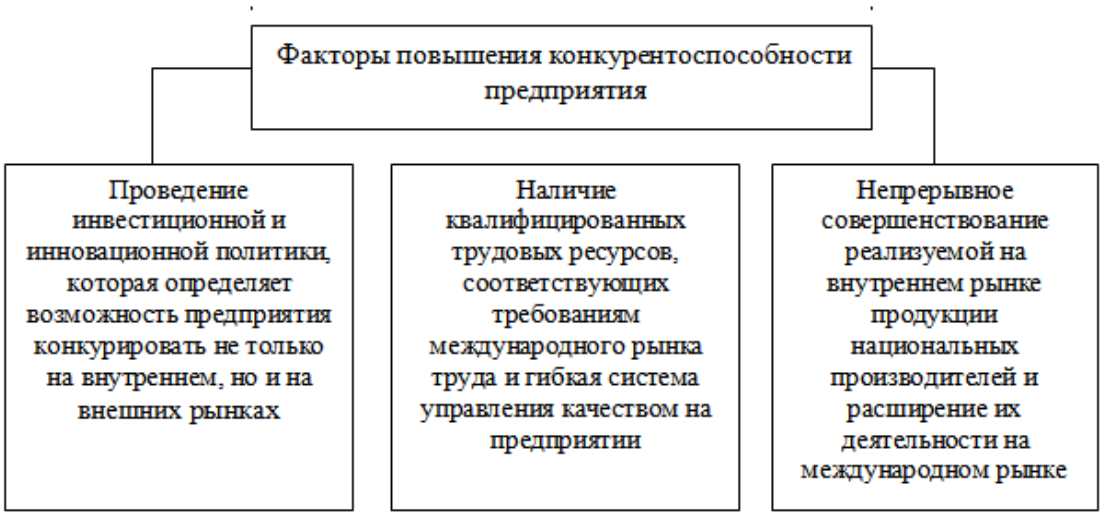


Рис. 1. Факторы повышения конкурентоспособности предприятия

Если стратегия предприятия определяется как глобальная, то компании просто необходимо учитывать такие особенности рынка каждой отдельно взятой страны, как культурные, социальные, политические, технологические, экологические и юридические различия.

ТОО «Balum Kaz Service» - официальный дистрибьютор мировых производителей горно-шахтного оборудования на территории Республики Казахстан, Средней Азии и Российской Федерации. Миссия ТОО «Balum Kaz Service» - стать ведущим официальным дистрибьютором мировых производителей горно-шахтного оборудования.

Большую часть получаемых средств ТОО «Balum Kaz Service» инвестирует в оборотный капитал. Реализация инвестиционных проектов ТОО «Balum Kaz Service» требовала отказа от денежных средств сегодня в пользу получения прибыли в будущем. Инвестиционный проект ТОО «Balum Kaz Service» оценивается, прежде всего, с точки зрения его технической выполнимости, экологической безопасности и экономической эффективности, под которой понимают результат сопоставления получаемой прибыли и затрат, т.е. норму прибыли. ТОО «Balum Kaz Service» изыскивает источники финансирования: собственный и заемный капитал, который вкладывает в имущество - во внеоборотные и оборотные активы. Проанализировав инвестиционную деятельность предприятия, можно сделать вывод, что предприятие успешно реализует свои инвестиционные проекты. Несмотря на это, у ТОО «Balum Kaz Service» остаются проблемы, связанные с непокрытым убытком и краткосрочными обязательствами. Для их устранения предприятию необходимо продолжать искать варианты инвестирования. Инвестиционная деятельность направлена на решение стратегических задач развития промышленного предприятия, создание необходимых для этого материально-технических предпосылок. Она тесно связана с операционной деятельностью, то есть с процессами производства и реализации продукции. Именно поэтому в период резких изменений в экономике, технологии, экологии и политике выживание и успех в мире бизнеса в большей степени зависит от правильности принимаемых инвестиционных решений. Инвестиционное решение - одна из наиболее важных деловых инициатив, которая должна осуществляться предпринимателями или менеджерами, поскольку инвестиции связывают финансовые ресурсы на относительно большой период времени.

Итак, в условиях глобализации основной целью предприятия является завоевание конкурентного преимущества, которое проходит в жестокой борьбе, являющейся характеристикой функционирования мирового рынка. Предприятию для этого нужна разработка инновационных продуктов, глобальные технологии, необходимо отслеживать рыночные изменения, прогнозировать поведение (как клиентов, так и конкурентов). Конкурентоспособность любого предприятия зависит от преимуществ, которые каждое предприятие создает само себе и при этом находится под влиянием государств на каждом зарубежном рынке, а также умения быстро производить инновационные продукты и продавать их на мировом рынке [6].

Процесс глобализации оказывает все большее влияние на сферы деятельности как крупных, так и малых предприятий. Формирование инвестиционной стратегии компании в условиях глобализации экономики требует не только выявления основных тенденций на международной арене, но и тщательного анализа внутренней среды предприятия, а также как его дальнего, так и ближнего окружения. Также не стоит забывать, что ни одна организация не сможет перестроиться под новые условия существования за один день. Только посредством эффективного управления компания сможет плавно адаптироваться к новому подходу ведения бизнеса в условиях многогранного процесса глобализации и продолжить свою успешную деятельность на рынке.

Можно сделать вывод, что в условиях глобализации параметры глобальной внешней среды при системном анализе стратегических решений являются первичными, а обеспечение адекватной реакции производственной системы на запросы глобального рынка становится важнейшей задачей организации деятельности предприятия. Небольшим предприятиям, которые ориентированы на мировой рынок, просто необходимо по-

стоянно внедрять в своей деятельности какие-либо новшества, иначе оно не сможет быть конкурентоспособным.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аскинадзи В.М., Максимова В.Ф. Инвестиции: учебник для бакалавров. - М.: «Юрайт», 2017.
2. Иннов: электронный научный журнал http://www.innov.ru/science/
3. Сергеев И.В., Веретенникова И.И., Шеховцов В.В. Инвестиции: учебник и практикум для прикладного бакалавриата. – М., 2016.
4. Интернет-ресурс http://www.grandars.ru/college/sociologiya/posledstviya-globalizacii. html
5. Интернет-портал Business Man.ru https://businessman.ru/
6. Журнал Европейской Экономики: изд. Тернопольского национального экономического университета, том 14 (№ 1), 2015

УДК 339.92(574+470)

ТРАНСКОНТИНЕНТАЛЬНЫЕ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИЕ КОРИДОРЫ РК

Сулейменов С.Г.

Сведения об авторе. Сулейменов Саур Габдулжанович – магистрант специальности 6М050600 «Экономика» ВКГУ им. С. Аманжолова.

Аннотация. В статье представлены основные тенденции и концепции развития международной транспортно-логистической системы Казахстана. Рассмотрена необходимость сбалансированного развития транспортной системы регионов и усиления взаимодействия центральных и местных исполнительных органов в вопросах государственного регулирования транспортной деятельности.

Ключевые слова. Экономическая инфраструктура, международный коридор, транспортный потенциал, транспортная инфраструктура.

Автор туралы мәліметтер. Сулейменов Саур Габдулжанович – С. Аманжолов ат. ШҚМУ-дың 6М050600 «Экономика» мамандығының магистранты.

Аннотация. Мақалада Қазақстан Республикасының халықаралық көлік-логистика жүйесін дамытудың негізгі тенденциялары мен тұжырымдамалары ұсынылған. Аймақтардың көлік жүйесін дамытып, орталық және жергілікті атқарушы органдардың көлік қызметін мемлекеттік реттеуге атсалысу қажеттілігі қарастырылған.

Түйін сөздер. Экономикалық инфрақұрылым, халықаралық дәліз, көлік әлеуеті, көлік инфрақұрылымы.

About the author. Suleimenov Saur – graduate student of major 6M050600 “Economics” at EKSU named after S. Amanzholov.

Annotation. The article presents the main trends and development concepts of the international transport and logistics system of Kazakhstan. The necessity of a balanced development of the transport system of the regions and the strengthening of interaction between central and local executive bodies in matters of state regulation of transport activities is considered.

Keywords. Economic infrastructure, international corridor, transport potential, transport infrastructure.

Высокие темпы роста экономики Казахстана доказывают эффективность построения и реализации собственной модели развития, основанной на долгосрочном планировании развития государства, где основополагающим документом является Послание Президента Республики Казахстан.

Принятая Указом Президента Республики Казахстан от 1 августа 2014 года № 874

Государственная программа индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2015-2019 годы создает условия для дальнейшего развития конкурентоспособной экономики и индустрии высоких технологий. Реализация Программы требует комплексных усилий, направленных на интенсивное и качественное развитие всех отраслей экономики.

Развитие единого экономического пространства страны во многом зависит от степени развития транспортной инфраструктуры каждого региона. В этой связи особенно актуальным является необходимость сбалансированного развития транспортной системы регионов и усиления взаимодействия центральных и местных исполнительных органов в вопросах государственного регулирования транспортной деятельности при сохранении тенденции к децентрализации.

Одной из многих целей в данной области провозглашается опережающее развитие транспортного комплекса для повышения эффективности транзитных перевозок по территории Республики Казахстан, формирование на территории Республики Казахстан единого, внутренне замкнутого и внешне интегрированного транспортного пространства; интеграция транспортного комплекса в мировую транспортную систему с максимальным использованием выгодного географического положения страны; формирование на территории Казахстана конкурентоспособных международных транспортных коридоров, создание необходимых и достаточных условий для повышения транзитного потенциала страны; формирование с учетом международного опыта магистральных транзитно-транспортных коммуникаций Республики Казахстан в единые транспортные коридоры, обеспечение их комплексного управления, содержания и развития.

Сектор развития транспорта является важной сферой. Геополитическое расположение Казахстана определяет потенциал РК как стратегического транзитного партнера ведущих стран евразийского континента [1].

Протяжённость транспортных линий РК составляет 106 тыс. км: магистральные железные дороги составляют 13,5 тыс. км., автомобильные магистрали составляют 87,4 тыс. км, остальное составляют речные пути.

По программе «Нұрлыжол» с 2015 года реализуются масштабные проекты. Проводимая политика положительно сказывается на позиции государства в мировых рейтингах по качеству. Порт Актау и увеличение его мощности до 21 млн. тонн, проект комплекса в п. Курык обеспечат развитие и рост «Западных ворот» страны. В рамках СЭЗ «Хоргос - Восточные ворота» практически завершен проект создания транспортно-логистического хаба, т.н. «сухого порта», что возможно увеличит товарооборот через Хоргос.

В 2017 году будет завершено строительство железнодорожного участка Алматы - Шу для устранения узких мест в процессе перевозок на железнодорожной линии и откроется движение на всем протяжении международного коридора «Западная Европа - Западный Китай», который имеет огромную значимость в построении моста между Европой и Азией. Для полноценной реализации транзитного потенциала страны и преобразования Казахстана в региональный транспортный хаб необходимо осуществить переход на новый уровень оказания качественных транспортно-логистических услуг. Опыт развитых стран показывает, что широкое применение информационных технологий оптимизирует логистические процессы и снижает транспортную составляющую в стоимости продукции [2].

«Государственная программа «Нұрлыжол» и китайская программа «Экономический пояс Шёлкового пути» играют огромную роль в строительстве моста между Европой и Азией и в формировании структуры новых путей сообщения. Вместе с тем, между логистическим оператором АО «НК «Қазақстан теміржолы» и Народным правительством провинции Цзянсу было подписано Рамочное соглашение о стратегическом сотрудничестве по совместному развитию проектов СЭЗ «Хоргос - Восточные ворота» в Республике Казахстан, что свидетельствует о расширении двустороннего сотрудничества и использовании уникального географического преимущества Казахстана как окна на Запад и создании транспортного узла на границе двух стран. Таким образом, совместные усилия Ка-

захстана и Китая позволят вписать новую страницу в историю развития Шёлкового пути.

«В настоящее время в Казахстане сформированы и функционируют следующие 5 международных транспортных коридоров» [3].

1. Северный коридор ТАЖМ.
2. ТРАСЕКА.
3. Север – Юг.
4. Центральный коридор ТАЖМ.
5. Южный коридор ТАЖМ.

На автомобильных дорогах Республики Казахстан действуют 5 основных автотранспортных коридоров:

1. Шымкент – Кызылорда – Актобе – Уральск – Самара;
2. Омск – Павлодар – Семей – Майкапшагай;
3. Астрахань – Атырау – Актау – гр. Туркменистана;
4. Астана – Костанай – Челябинск – Екатеринбург;
5. Ташкент – Шымкент – Тараз – Бишкек – Алматы – Хоргос.

«Основную долю в структуре транзитных перевозок по странам отправления занимает Россия, доля которой составила 56% в 2013 году. На Китай приходится 21% от общего объема транзитных грузов и на Узбекистан порядка 10%». «Основными странами назначения транзитных грузопотоков через Казахстан являются страны Центральной Азии – 85% (Узбекистан – 45%, Кыргызстан – 20%, Туркменистан – 6%, Таджикистан – 9,5%, Афганистан – 5%), в то время как на Россию приходится 5,6% и Китай – 4,5%».

Основные транспортные узлы Казахстана включают аэропорты, железнодорожные вокзалы, морские порты. Страна насчитывает 15 международных аэропортов, которые обслуживают международные авиаперевозки грузов из Казахстана. Самые большие аэропорты расположены в Алматы, Астане и Шыкменте. Казахстан не имеет выходов к мировому океану, однако обладает несколькими морскими портами, сооруженными на побережье Каспийского моря. Самые крупные морские порты - Атырау, Актау, Баутино и Курык [4].

В системе транспортно-коммуникационного комплекса особо стоит выделить два узла: Достык – железнодорожный узел, расположенный у границы с Китаем, на востоке страны, связывающий страны Азиатско-Тихоокеанского региона, Ближнего Востока, Западной и Восточной Европы. Морской порт Актау – западные морские ворота страны, располагается на юго-восточном берегу Каспия. Основные направления перевозок: Баку и северные бухты Ирана, а также паромная переправа «Алят - Актау-порт» как часть международного проекта «Шёлковый путь». Грузы, поступившие морским путем, авто и железнодорожным транспортом доставляются дальше в Китай, страны Юго-Восточной Азии, в Сибирь. Также следует отметить казахстанско-китайский Международный центр приграничного сотрудничества (МЦПС) «Хоргос», представляющий собой автомобильный, железнодорожный, торговый и административный узел на пути пролегания «Нового шелкового пути» [5, 6].

Были реализованы несколько крупных стратегических проектов. Реформа транспортного комплекса позволит возникновение и рост эффективной транспортной системы Казахстана и ее интеграцию в международную транспортную систему, которая предусматривает следующие целевые индикаторы.

Таблица 1. Индикаторы повышения эффективности транспортно-логистической системы Казахстана

Индикатор	ед. изм.	2013 год	к концу 2016 года	к концу 2020 года
Увеличение объема транзитных грузов по территории Республики Казахстан, в т.ч.	млн. тонн	17,7	22	33
железнодорожным видом транспорта	млн. тонн	16	20	28

автомобильным видом транспорта	млн. тонн	1,56	2	3,5
водным видом транспорта	млн. тонн	0,12	0,3	1,5
Улучшение позиции Казахстана в индексе эффективности логистики Всемирного Банка	место	88 (2014 год)	60	40
Увеличение доходов от транзитных перевозок в 2 раза	млрд. тенге	157,8	205	280

Для достижения целей предусмотрены следующие задачи:

- Привлечение транзитных грузов, в том числе между Китаем и странами ЕС, уходящих в обход территории Казахстана;
- Развитие транспортных коридоров внутри страны и обеспечение их интеграции в систему транспортной инфраструктуры за пределами Казахстана;
- Оптимизация и обеспечение правового регулирования экспортных, импортных и транзитных операций на территории Казахстана;
- Улучшение эффективности логистики Казахстана;
- Создание внутренней и внешней терминальной сети Республики Казахстан;
- Обеспечение единой системы перемещения транзитных грузов по территории Республики Казахстан;
- Институциональное реформирование транспортно-логистической отрасли;

Достижение задач будет измеряться следующими показателями прямых результатов.

Таблица 2. Показатели эффективности и ожидаемые результаты

Показатель	ед. изм.	2013 год	к концу 2016 года	к концу 2020 года
Привлечение транзитных грузов по направлению Китай – ЕС	млн. тонн	0	6	11
Привлечение транзитных грузов по направлению Россия, ЕС – Средняя Азия	млн. тонн	0	15	20
Создание внешней терминальной инфраструктуры	ед.	0	1	3
Создание внутренней терминальной сети	ед.	0	9	10
Модернизация пунктов пропуска в соответствии с решением КТС	%	-	100	100
Сокращение необходимых документов при осуществлении международной торговли	%	-	15	30
Увеличение пропускной способности железнодорожных пунктов пропуска	%	-	15	50
Увеличение мощности автомобильных пунктов пропуска	%	-	15	30
Сокращение времени в пути	%	-	10	25

Формируется эффективная транспортно-логистическая система страны в рамках Государственной программы инфраструктурного развития «Нурлыжол» на 2015-2019 годы, которая предполагает очень масштабную модернизацию транспортной инфраструктуры по 15 инфраструктурным проектам транспортной отрасли (11 проектов автодорожной отрасли, 3 проекта в сфере железнодорожного транспорта и 1 проект в отрасли гражданской авиации) [7, С. 56].

К 2020 году планируется реконструировать и построить более 7 тыс. км автомобильных дорог. В рамках Программы «Нурлыжол» на всех автодорожных проектах,

включая смежные отрасли, планируется привлечь порядка 200 тыс. человек [8, С. 17].

Продолжаются проекты Западная Европа - Западный Китай, начаты проекты «Центр-Юг» (Астана – Алматы), «Центр-Восток» (Астана – Усть-Каменогорск), «Центр-Запад» (Астана – Актобе – Атырау – Актау), Алматы – Усть-Каменогорск, Караганды-Жезказган-Кызылорда и Атырау-Астрахань. «В 2015 году на реализацию вышеуказанных проектов выделено 269,3 млрд. тенге, в т.ч. из НФ – 178 млрд. тенге. На 1 июня 2015 года было освоено 85,4 млрд. тенге (в том числе из НФ - 44 млрд. тенге) или 32%». «Всего на проектах задействованы 33 подрядных организаций и 64 субподрядных организаций, создано 27 тыс. рабочих мест и задействовано более 5 тыс. единиц дорожно - строительной техники» [9, С. 37].

Важным проектом отрасли является автомобильный коридор «Западная Европа – Западный Китай», протяженность которого составляет 2 787 км. За период реализации 2009-2014 гг. открытым остается движение в Российской Федерации до г. Шымкент протяженностью 1 884 км, по Актюбинской, Кызылординской и Южно-Казахстанской областям. Завершить цикл работ по участкам Шымкент-Ташкент и Алматы-Хоргос предусмотрено в 2016 году по транзитному коридору» [10, С. 89].

Следующий проект «Центр-Юг» (Астана-Алматы), протяженность которого составляет 1 282 км, работы продолжаются на участках Астана-Темиртау (159 км) и Алматы-Капшагай (94 км), на данных участках устроено 40 км покрытия из цементобетона. В 2016 году планируется закончить производственный цикл на участках Астана-Темиртау – 10 км и Алматы-Капшагай – 62 км.

Оплата работ по ремонту дороги «Караганды – Балхаш – Бурылбайтал – Курты» предусмотрено в счет кредитования Всемирного банка и Европейского Банка Реконструкции и Развития (в мае 2015 года по участку «Бурылбайтал – Курты» начата разработка технико-экономического обоснования и объявлен конкурс на разработку данного документа участка «Караганды – Балхаш – Бурылбайтал»). Был подписан ряд документов, в апреле 2016 года были начаты проектные и ремонтные работы, завершение которых предусмотрено в 2019 году.

Следующий проект - это «Центр-Восток» (Астана - Усть-Каменогорск), реализуемый с 2013 года и протяженностью 1 018 км. Общая стоимость составляет 431 млрд. тенге. В 2015 году на реализацию проекта выделено 85,9 млрд. тенге (НФ - 77 млрд. тенге, РБ - 8,9 млрд. тенге). Ремонтируется участок «Астана – Павлодар – Семей», общей протяженностью 509 км. По итогам 2015 года планируется открыть движение на 100 км: «Астана - Павлодар» (47 км) и «Павлодар – Семей» (53 км). На участках «Павлодар – Семей – Калбатау» и «Калбатау - Усть-Каменогорск» ведется разработка ПСД на 404 км. Работы по участку начаты в 2016 году [11, С. 9].

По проекту «Уральск - Каменка» подписан договор и начаты работы по мобилизации. В 2015 году выделено 3 млрд. тенге из Национального фонда. За счет выделенных средств реконструкцией будет охвачено 100 км. В целом реализация автодорожных проектов ведется согласно графику.

Сегодня по территории Казахстана пролегают так называемые второй, восьмой, пятый и десятый (а также ответвление первого) транспортные коридоры Организации сотрудничества железных дорог (ОСЖД). Проходя по территории республики в трех направлениях, евроазиатские международные маршруты соответственно классифицируются как Северный, Центральный и Западный коридоры. Следует отметить и Среднеазиатский коридор, имеющий важное значение для осуществления международных связей государств региона [12, С. 11].

Среднеазиатский коридор (с выделением узбекского и таджикского транзита в отдельные подпрограммы, вследствие различия экономик этих двух государств) как направление является наиболее перспективным. Коридор дает возможность Казахстану и Узбекистану использовать все существующие транспортные системы.

Коридор «Север - Юг». Организация и ориентация грузов и направлений Ирана в российские порты говорит об актуальности согласованной казахстанско-российской по-

зиции по мультимодальному коридору «Север - Юг», которая могла учесть важность индийско-иранского транзита через Актау, наблюдается также активное участие Казахстана в МТК «Север - Юг».

Одним из примеров актуальности разработки новой транспортной стратегии является отсутствие активного роста грузоперевозок по Северному коридору ТАЖД.

При реализации планов перевозок, например, через станцию Дружба - Алашанькоу, очень сложно учесть факторы и тенденции, которые могут определить развитие Китая на ближайшую перспективу. Так, в 2011 году начато освоение западных районов Китая - «Сибу да кайфа», что может повлечь за собой спрос на строительные материалы, машиностроительное и энергетическое оборудование, а также транспортные средства, производимые в России и странах Евросоюза. Это дает возможность транспортным ведомствам Казахстана и прежде всего КТЖ найти свое место в проектах индустриализации запада КНР.

Программа «Сибу да кайфа» ориентирует транспортную магистраль западного Китая с портового на железнодорожный транзитный путь. Инвестиции КНР в железнодорожное строительство в 2001-2005 годах должны составить 42,3 млрд. долларов США. Планируется строительство 7 тыс. км железных дорог, в результате которого общая длина дорог составит около 75 тыс. км (при этом около 36% общей протяженности приходится на западные регионы), из них 14 тыс. км составят скоростные железные дороги. Проложено 1350 км новых рельсовых путей, а также 800 км второй колеи. В 2002 году общая протяженность сданных в эксплуатацию новых направлений составила 1210 км, второй колеи, соответственно, 1460 км, а электрифицированных путей - 2620 км.

Направление в Китае является одним из самых востребованных; так, если в Урумчи, Пекине, Харбине, Шанхае, Гуанчжоу и Сянгане (Гонконге) имеются офисы российских транспортных предприятий, то в Ланьчжоу и Чунцине их практически нет.

В связи с этим планируется рассмотрение вопроса об открытии в Чунцине постоянного представительства ЕврАзЭС, что позволило бы лоббировать проекты с участием не только казахстанских, но также российских и белорусских предприятий.

Результаты функционирования направления МТК «Север - Юг» в Казахстане показал острую необходимость в решении вопроса о приоритетной стратегии по развитию транспортной отрасли. Необходима новая транспортная идеология не только Казахстану, но и всем странам интеграционных объединений ШОС и ЕврАзЭс, составной частью которой должна стать Система евразийских коридоров (СТЕК). Система призвана эффективно обеспечить безопасную работу транспортных потоков, а также развитие территориально-производственных комплексов (ТПК). На сегодняшний день, транспортная сеть не в силах выполнить поставленные задачи.

Странам ЕврАзЭС сегодня необходимо более самостоятельно развиваться, делая основное усилие на формирование транспортного комплекса вокруг так называемого Центрально-евразийского региона.

Центрально-евразийское транспортное кольцо может включать в себя Грузию, Армению, Азербайджан, Турцию, Казахстан, Среднеазиатские государства, Иран, Ирак, северо-западные регионы КНР, Афганистан, Пакистан, северные штаты Индии, российские Северный Кавказ, Поволжье, Урал и Южную Сибирь. Фокусируясь в Прикаспийском регионе, в перспективе в контексте развития системы мировой торговли: также может объединить континентальную - на Памире, южно-азиатскую - в порту Бендер-Аббас (Иран), черноморскую - в Новороссийске.

Хазаро-Ганзейский торговый путь (ХГТП), являющийся стратегическим приоритетом современного коридора из Балтики к индийским портам «Север - Юг», имеет особое значение. Соединяя Севморпуть (в Петрозаводске), Транссиб (в Казани) и Турксиб (в Сызрани), ХГТП имеет выход к Средиземноморскому кольцу (через Волго-Донской канал) и проходит через наиболее нестабильные территории целого ряда стран, формирующейся Центральноевразийской геоэкономической структуры. Узловые точки включают в себя Санкт-Петербург, 2К (Калининград - Клайпеда), Петрозаводск, Казань, Сыз-

рань, Аксарай - Астрахань, Актау, Махачкалу, Баку, Туркменбаши (Ашхабад), Энзели, Амирабад, Тегеран, Бендер-Аббас, Мумбаи (или соседний порт Джавахарлал Неру).

На сегодняшний день Казахстан имеет железнодорожный выход к портам Персидского залива (через узбекские Джизак и Бухару, туркменские Чарджоу и Мары, иранский Серахс). Совместно с Туркменистаном запланировано строительство и создание ветки.

Казахстанско-туркменская железнодорожная ветка сможет пройти по маршруту Ералиево - Туркменбаши (через залив Карабогазгол), либо по маршруту Узень - Газанджик (с обходом восточнее Карабогазгола). Второй путь намного легче реализовать, учитывая геологические условия. Кроме того, он представляется более интересным, однако необходимо учесть непредсказуемость экологических последствий строительства крупного транспортного сооружения через залив Карабогазгол.

Планируется завершить «Восточный луч» меридионального коридора в центре «Север - Юг» - транспортном узле Аксарай - Астрахань. Связка порт Бузан - Аксарай могла бы создать условия для смешанных перевозок из Центральной Азии в направлении Волго-Донского и Волго-Балтийского каналов. Направление Аксарай - порт Бузан - Волго-Дон - Азовское море имеет перспективы также для транспортировки нефти в цистернах и малых танкерах.

Задачи казахстанского «Восточного луча» МТК «Север - Юг», по нашему мнению, могут быть следующими:

- обслуживание в порту Актау товарооборота Уральского и Сибирского регионов (в частности, отработанный маршрут Никель-Тау Оренбургской области - порт Актау);
- развитие паромного сообщения между портом Актау и портами других государств Каспийского бассейна;
- возникновение зоны СЭЗ по МТК «Север - Юг» и направлению Центральная Азия - Европа;
- реализация действующих железнодорожных маршрутов через Мешхед для снятия возможной нагрузки в сезон;
- создание линии вдоль Каспийского моря по направлению Узень - Газанджик;
- создание зоны свободной торговли в районе смешанного узла Аксарай - Астрахань для работы по ряду казахстанских транзитных маршрутов;
- создание казахстанско-российского танкерного флота;
- создание казахстанско-российской автотранспортной компании;
- постмодернизация автодорожных магистралей Восточного Каспия.

Характерно, что и на другом конце коридора - на Балтике, Казахстан действует активным образом. Балтийск (Калининградская область) и некоторые другие порты готовят специальные предложения для порта Актау и казахстанских компаний. В рамках быстрого наращивания объемов казахстанского зернового экспорта увеличился зернотранзит через российские и балтийские порты. Имеется договоренность о стратегическом партнерстве казахстанской стороны с портом Клайпеда (в конце 2002 года Клайпедский морской порт ввел в действие современный зерновой терминал).

В целом, трансконтинентальные транспортные коридоры для Казахстана являются возможностью получения прибыли от транзита и определяют возможности развития внутреннего сообщения между регионами, предполагающей также индустриальное развитие соединяемых пунктов назначения. В этой связи нужно стремиться к развитию меридиональных связей, созданию трансграничных кластеров развития и инвестиций. Стоит задача добиться активного роста торговли и экономических связей между странами региона.

ЛИТЕРАТУРА

1. Назарбаев Н.А. Рост благосостояния граждан Казахстана - главная цель государственной политики: Послание Президента РК народу Казахстана.- Астана, 6 февраля 2008 г. //online.zakon.kz/
2. Назарбаев Н.А. Стратегия вхождения Казахстана в число 50-ти наиболее конкуренто-

способных государств мира»: приоритеты и пути их реализации : Послание Президента Республики Казахстан Алматы: КИСИ при Президенте РК, 2006 // www.akorda.kz
3. Назарбаев Н.А. Новый Казахстан в новом мире» - стратегия очередного этапа развития страны: Послание Президента Республики Казахстан - Алматы: КИСИ при Президенте РК, 11 апреля 2007 г. // www.akorda.kz
4. Назарбаев Н.А. Казахстан на пути ускоренной экономической, социальной и политической модернизации: Послание Президента Республики Казахстан //online.zakon.kz
5. Назарбаев Н.А. К конкурентоспособному Казахстану, конкурентоспособной экономике, конкурентоспособной нации: Послание Президента страны народу Казахстана //online.zakon.kz
6. Указ Президента Республики Казахстан от 17 мая 2003 г. № 1096. Стратегия индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003-2020 гг. // online. zakon.kz
7. Абдалиев С.К. Корпоративное управление и стратегическое планирование на железнодорожном транспорте // Магистраль. - 2003. - №4. – С. 55-59.
8. Абрамов А.П., Толкачева М.М, Мазо Л.А., Писаревский Г.Е. Актуальные вопросы экономики железнодорожного транспорта// Вестник ВНИИЖТ. - 1998. №3. - С. 16-22.
9. Акбутаев М.У., Мендыбаев Б. Мировой опыт реформирования железных дорог // Магистраль. - 2003. - №4. – С. 35-41.
10. Атамкулов Е.Д., Жангаскин К.К. Железнодорожный транспорт Казахстана: реструктуризация и пути интеграции в мировую экономику. - Алматы, 2003.
11. Атамкулов Е. Железная дорога Казахстана: деятельность и перспективы развития // Бюллетень ОСВД. - 2004. - №2. – С. 8-12.
12. Атамкулов Е. АО Национальная компания «Казахстан темиржолы» сегодня и завтра // Магистраль.- 2003. № 4. – С. 5-10.

УДК 316: 330

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА КАЗАХСТАНА – УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Макажанов А.А., Мухамедиева А.Г.

Сведения об авторах. Макажанов Алибек Алпысович - магистрант специальности 6М050600 «Экономика» ВКГУ им. С. Аманжолова. Мухамедиева Ардак Габитовна – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления ВКГУ им. С. Аманжолова

Аннотация. В статье представлены приоритетные направления индустриально - инновационного развития РК. Приведен обзор программ и стратегий экономического развития страны, этапы реализации государственных программ и результаты инновационной активности предприятий ВКО.

Ключевые слова. Инновации, инвестиции, глобализация, экономический рост, индустриально-инновационное развитие.

Авторлар туралы мәліметтер. Макажанов Алибек Алпысович - С. Аманжолов ат. ШҚМУ-дың 6М050600 «Экономика» мамандығының магистранты. Мухамедиева Ардак Габитовна – экономика ғылымдарының кандидаты, С. Аманжолов ат. ШҚМУ-дың экономика және басқару кафедрасының доценті.

Аннотация. Мақалада ҚР-ның индустриалды-инновациялық дамуының басым бағыттары ұсынылған. Елдің экономикалық дамуының бағдарламалары мен стратегияларына шолу жасалып, мемлекеттік бағдарламаларды жүзеге асыру мен ШҚО кәсіпорындарының инновациялық белсенділігінің нәтижелері көрсетілген.

Түйін сөздер. Инновациялар, инвестициялар, жаһандану, экономикалық өсім, индустриялық-инновациялық даму.

About the authors. Makazhanov Alibek – graduate student of major 6M050600 “Economics” at EKSU named after S. Amanzholov. Mukhamadieva Ardak – candidate of Economic Science, Associate Professor at the Economics and Management Department of EKSU named after S. Amanzholov.

Annotation. The article presents the priority directions of industrial-innovative development of the Republic of Kazakhstan. An overview of the programs and strategies of the economic development of the country, the stages of implementation of state programs and the results of innovative activity of enterprises of the East Kazakhstan region are given.

Keywords. Innovations, investments, globalization, economic growth, industrial and innovative development.

Высокие темпы роста экономики Казахстана доказывают эффективность реализации казахстанской модели развития, основанной на долгосрочном планировании развития страны, где основополагающим документом является Послание Президента Республики Казахстан.

Государственная программа индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2015-2019 годы, принятая Указом Президента Республики Казахстан от 1 августа 2014 года № 874, создает условия для дальнейшего развития конкурентоспособной экономики и индустрии высоких технологий.

Характерной чертой казахстанской экономики современного периода явилось сужение процессов воспроизводства основного капитала, когда текущее выбытие не возмещается притоком инвестиционных ресурсов, а обновление производственного аппарата осуществляется такими масштабами, что не обеспечивает сколько-нибудь заметных технико-технологических и структурных изменений.

Правильная экономическая политика государства является залогом успешного развития страны в целом, немаловажной её составляющей является и инвестиционная политика. Государство здесь выступает во многих ролях: кредитора, гаранта, законодателя, регулятора и многих других.

Анализ проблематики современного состояния казахстанской экономики приводит к выводу о необходимости совершенствовании инвестиционной политики государства. Важность инвестиционной политики заключена в создании «будущего» экономики: определению приоритетных отраслей, восстановлению и совершенствованию основных производственных фондов.

Изучение проблем инвестирования всегда находится в центре внимания экономической науки. Это связано с тем, что в системе воспроизводства инвестициям принадлежит базовая роль в возобновлении и увеличении производственных ресурсов, а, следовательно, и в обеспечении высоких темпов экономического роста.

Государственная инвестиционная политика не учитывает потенциал и интересы отечественных инвесторов, не стимулирует рост инвестиционного спроса в реальном секторе экономики, не способствует повышению эффективности инвестиционной деятельности институциональных единиц.

Сохранившийся производственный, научно-технический и интеллектуальный потенциал в состоянии переломить негативные тенденции нового технологического уклада при условии, что инвестиции будут рассматриваться как фактор реструктуризации производственных сил.

Все это требует выработки научно обоснованных новых подходов к формированию инвестиционной политики. Она должна быть нацелена на активизацию существующих и выявлению новых конкурентных преимуществ, стимулирование которых выведет отечественные предприятия уже в ближайшем будущем на новый технологический уровень, что создаст «локомотивы роста» экономики страны в целом. Именно пониманием этого вызваны предпринимаемые Президентом РК и Правительством шаги по активизации инвестиционной деятельности в республике. Так, одним из приоритетов Стратегии «Казахстан-2030» является выработка и реализация открытой и либеральной инвестиционной политики с ясными и строго соблюдаемыми законами, нацеленной на обеспечение высо-

ких темпов экономического роста.

Послание Президента народу Казахстана, ставшее новой точкой отсчета в истории страны и определившее курс дальнейшей экономической, социальной и политической модернизации, с большим энтузиазмом поддержано многотысячным корпусом ученых и инженеров страны. Особого внимания заслуживают те положения Послания, в которых Нурсултан Абишевич Назарбаев развил принципиально новые подходы к экономическому и технологическому переустройству государства: стратегия индустриально - инноваци-онного развития, создание производственно-экономических кластеров и уникальной в мировой практике национальной инновационной системы. Этими положениями закладываются базовые основы грядущего экономического и технологического могущества государства, фундамент развития конкурентоспособного производства.

Полномасштабная реализация обозначенных стратегических установок обеспечит то, о чем мечтали многие поколения наших ученых и специалистов - огромные возможности для творческого и, главное, плодотворного труда, востребованного новой технологической и наукоемкой экономикой страны. Но для этого отечественная наука должна четко определить свою роль в социальных и экономических процессах, выработать действенные механизмы своего участия в обеспечении национальных интересов Казахстана.

Эта проблема формулируется главой государства очень жестко и конкретно: «Страна, не умеющая развивать знания, в XXI веке обречена на провал». В свете такой постановки вопроса неизбежной и неотложной становится задача системного реформирования отечественной науки, смена целевых ориентиров и модернизация механизмов ее дальнейшего развития.

Переходный период, итоги которого подведены Посланием, характеризовался ориентацией науки не столько на развитие, сколько на выживание. И в этом отношении основные задачи были выполнены - Казахстану, в отличие от большинства стран СНГ, удалось в значительной мере сохранить базовый костяк научно-технического потенциала, фундаментальную и отраслевую науку.

Перед Казахстаном стоит задача динамичной модернизации всей системы социально-экономических и общественно-политических отношений, которая позволит Казахстану закрепить лидирующее положение на постсоветском пространстве и в Центральной Азии, а также войти в число 50-ти наиболее конкурентоспособных и динамично развивающихся государств мира.

Особое внимание в стратегии развития уделяется полноценному вхождению нашей страны в систему мирового хозяйства, и при этом основное внимание сосредоточивается на рынках России, Китая, Центральной Азии, Каспийского и Черноморского регионов. Это предполагает, государственную поддержку экспансии казахстанского капитала, товаров и услуг на внешние рынки.

Развитие новых инновационных секторов и создание наукоемких отраслей невозможно решить без развития отечественной науки. Инновационные сектора представляют собой все сектора так называемой «новой экономики», развитие которых во многом определяется результатами научных исследований и разработок, в том числе: отрасли мобильных и мультимедийных технологий, нано- и космических технологий, робототехники, генной инженерии, поиска и открытия энергии будущего.

Для сохранения высоких темпов экономического роста Республике Казахстан потребуется реализовать структурные изменения в экономике, необходимые для перехода на новую стадию развития. Эти изменения включают активное создание новых продуктивных рабочих мест в обрабатывающей промышленности, в том числе за счет перетока рабочей силы из аграрного сектора.

Благодаря успешной реализации Государственной программы по индустриально-инновационному развитию на 2010-2014 годы, в государстве установилась стабильная промышленность, различные отрасли которой требуют дальнейшего развития от программы, рассчитанной на 2015-2019 годы. Были заложены основы современной промышленной политики, опробованы на практике разные инструменты поддержки индустри-

ального развития и механизмы привлечения прямых иностранных инвестиций.

Программа развития промышленной индустрии на 2015-2019 годы была разработана в соответствии с проанализированными слабыми и сильными сторонами, а также угрозами и возможностями. В ходе исследования были выявлены такие барьеры, как все еще недостаточная инвестиционная активность, нехватка квалифицированных профессионалов, недостаточная доля малого и среднего бизнеса, недостаточный уровень инноваций. Все эти барьеры программа предусматривает решить с помощью таких возможностей, как улучшение качества добычи в ресурсных секторах, доступ к рынку Таможенного Союза, Китая, стран Центральной Азии и прикаспийских государств.

Концепция программы форсированного индустриально-инновационного развития Казахстана на 2015-2019 годы была сформирована в соответствии с принципами и задачами стратегии «Казахстан - 2050» и концепций по вхождению нашей республики в 30-ку самых развитых государств. Программа логически продолжает успешно реализованную аналогичную программу развития предыдущей пятилетки.

Основная цель новой программы – стимулирование диверсификации и повышение конкурентоспособности промышленности государства в сфере обработки.

На протяжении последних лет Правительство Республики Казахстан занималось укреплением финансового сектора, накоплением материальной базы, привлечением инвестиций, формированием налоговой и бюджетной системы.

Участие в крупных и «прорывных» проектах обусловливает наши экономические достижения определили лидерство Казахстана в центрально-азиатской экономике. Теперь у нас есть силы превратить Казахстан в «региональный локомотив» экономического развития и сделать его успешным «игроком» мировой экономики.

Во-первых, правительство должно создать систему информирования наших компаний о перспективных региональных проектах и оказывать им содействие для участия в таких проектах и получения государственных контрактов на конкурсной основе. Это могут быть высокотехнологичные производства, инфраструктурные и другие проекты.

Во-вторых, нужно стимулировать сотрудничество наших крупных корпораций с транснациональными компаниями с целью развития конкретных «прорывных» проектов.

В-третьих, Казахстан будет развивать интеграцию региональных финансовых рынков вокруг финансового центра в Алматы, создавать товарно-сырьевые рынки в регионе на базе современных технологий международной торговли, например, зерновую биржу.

Правительству, всем соответствующим органам и институтам, в том числе, госхолдингам было поручено создать благоприятные условия для преобразования Казахстана в региональный «центр по обеспечению товарами и услугами», но главное, предпринять конкретные меры для обеспечения участия казахстанских компаний в крупных региональных экономических проектах.

В основные задачи Правительства при разработке индустриальной программы входит: определение перспективных перерабатывающих производств, повышение качества отечественной продукции, расширение ассортимента готовой продукции, модернизация основных фондов предприятий, изучение внешних рынков, создание конкурентных преимуществ для продвижения отечественной продукции на внутреннем и внешнем рынках, и немаловажной задачей является накопление научно-технического потенциала страны с целью создания базы для интеграции Республики в мировое постиндустриальное общество.

Каким образом реализуются планы государства по инновационной деятельности можно отследить на примере статистики в Восточно-Казахстанской области. На предмет инновационной деятельности за 2016 год статистическому обследованию подлежали 1617 малых, 224 средних, 144 крупных предприятий и организаций области. Из них указали, что имели инновации 175 малых, 56 средних, 65 малых предприятий. Уровень инновационной активности составил 10,8%, 25% и 45,1% соответственно.

В 2015 году 240 хозяйствующих субъектов имели инновации, в 2014 году – 157. Уровень инновационной активности в области составил 11,5% в 2015 году, 7,6% в 2014

году. Инновационная активность предприятий по продуктовым, процессным инновациям в 2016 году составила 9,6% (2015 г. – 7,3%, 2014 г. – 5,6%). Таким образом, динамика показывает рост инновационной активности предприятий области.

Инновационные предприятия подразделяются по типам осуществленных инноваций: одни из них могли освоить новый продукт или процесс, другие – новый метод маркетинга, третьи – осуществить организационное изменение.

Объем произведенной инновационной продукции за 2016 год составил 54299,4 млн. тенге, из которого было реализовано продукции на сумму 50191,1 млн. тенге (в 2015 г. – 13420,9 и 10633,1, в 2014 г. – 97778,9 и 84311 соответственно). Объем инновационной продукции поставленной на экспорт составил за 2016 год 29182,6 млн. тенге.

За 2016 год затраты на продуктовые и процессные инновации составили 154980,3 млн. тенге (в 2015 г. – 22884,5 млн. тенге, в 2014 г. – 43226,4 млн. тенге). Основной объем этих затрат насчитывали затраты на приобретение машин и оборудования, связанных с технологическими инновациями (71,3% затрат на инновации). Больше всего на процессные инновации было затрачено средств в горнодобывающей промышленности и разработке карьеров (91,8%).

Наряду с продуктовыми и процессными инновациями, в 2016 году респонденты отмечали маркетинговые и организационные инновации, Так, на маркетинговые и организационные инновации затраты в 2016 году составили 64,5 млн. тенге и 1066,9 млн. тенге соответственно.

Предприятия области отметили внедрение новых или усовершенствованных товаров и услуг. Так, больше остальных отраслей внедрялись новые товары в обрабатывающей промышленности (2014 г. – 64,3%, 2015 г. – 73,3%, 2016 г. – 82,4%), а услуги – в предприятиях, занятых научными исследованиями и разработками (2014 г. - 30%, 2015 г. – 53,8%, 2016 г. – 26,1%).

В 2016 году на 19 предприятиях области (в 2014 г. – 14, 2015 г. - 29) были созданы 65 новых технологий и объектов техники (2014 г. – 67, 2015 г. - 124), на 31 предприятии (2014 г. – 21, 2015 г. - 25) использовано 106 новых технологий и объектов техники (2014 г. – 87, 2015 г. - 84).

Обследование включало в себя также исследование причин отсутствия на предприятиях инноваций. Из 11 возможных причин, по которым не осуществлялась инновационная деятельность на предприятиях, основной причиной, респонденты называли отсутствие спроса на использование инноваций (в 2014 г. - 45,4% респондентов указали эту причину, 2015 г. – 32,8%, 2016 г. – 32,9%). Также отмечался недостаток финансовых средств (в 2014 г. - 30,6%, 2015 г. – 43,4%, 2016 г. – 30,8%), неопределенность спроса на инновационные товары и услуги (в 2014 г. - 6,5%, 2015г - 5,4%, 2016 г. – 10,7%), прочие причины – в 2014 г. - 17,5%, 2015 г. – 18,4%, 2016 г. – 25,6%.

Для дальнейшего роста показателей инновационной активности предприятий необходимо поддерживать инновационный бизнес. В частности стимулировать компании, активно занимающиеся научными исследованиями, разработкой и внедрением новых технологий. Нужен механизм привлечения квалифицированных специалистов в производстве для работы в учебных заведениях. В условиях конкуренции малое предприятие должно постоянно предлагать инновационный продукт, что означает либо разработку новых технологий, либо получение доступа к технологиям, разработанным другими.

Поэтому Казахстан стоит перед необходимостью создать широкую разветвленную сеть субъектов инновационной инфраструктуры, задача которых повысить эффективность научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, создать благоприятные условия для организации и развития малых высокотехнологичных фирм.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абдыгаппарова С.Б. Инновационный потенциал Казахстан: механизмы активизации: Монография. – Алматы: «Экономика», 2001.
2. Андронова Л.. Приоритет инноваций: dejure-defacto// Промышленность Казахстана.

2002. № 1 (10). - С. 44-46.
3. Баймуратов У. Инвестиции и инновации: нелинейный синтез // Том 3. Избранные научные труды. – Алматы: БИС, 2005.
4. Байсартов Э. Инновационная деятельность – перспективы развития предприятий обрабатывающей отрасли // Қаржы-қаражат №2, 2005.
5. Беляева Г., Кожукалова О. Рынок научно-технической продукции в Республике Казахстан // Экономика и статистика. 2000. № 2. - С. 40-44.
6. Закон Республики Казахстан «Об инновационной деятельности». №333-II ЗРК от 03.07.2002 г.
7. Закон РК от 8 января 2003 года N 373-II с изменениями и дополнениями «Об инвестициях»
8. Ибадильдин Н. Инновации как бизнес-проект Казахстана или как уйти от сырьевой направленности экономики? //Капитал №48 21, декабря 2006.
9. Инновации: теория, механизм, государственное регулирование. Учебное пособие /Под ред. Ю.В. Яковца. – М .:Изд -во РАГС, 2000.
10. Кембаев Б.А., Ахметов Ф.И., Тулебаев А.К., Дзекунов В.П. Инновационная деятельность в Республике Казахстан: Аналит. обзор. - Алматы: КазгосИНТИ, 2002.
11. Дзекунов В., Абдрахманов Е., Тулебаев А., Ахметов Ф. Инновационная деятельность на промышленных предприятиях // Промышленность Казахстана. 2002. № 6. - С. 24-25.

УДК 330.331

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В РК

Добрынина А.С., Трофимова Ю.В.

Сведения об авторах. Добрынина Александра Сергеевна – студентка специальности «Государственное и местное управление» Казахстанско-Американского свободного университета. Трофимова Юлия Владимировна – магистр учета и аудита, докторант специальности «Менеджмент» Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. Данная статья посвящена объяснению необходимости модернизации общественного сознания общества. Модернизация общественного сознания приобретает особую значимость и актуальность именно сейчас, поскольку современный мир все более меняется. Авторы рассматривают также вопрос, готово ли население государства к серьезным изменениям.

Ключевые слова. Модернизация, прагматизм, конкурентоспособность, "Мәдени мұра", "Халық тарих толқынында", «Дарын», Конгресс, сознание.

Авторлар туралы мәліметтер. Добрынина Александра Сергеевна – Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Мемлекеттік және жергілікті басқару» мамандығының студенті. Трофимова Юлия Владимировна – есеп және аудит магистрі, Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Менеджмент» мамандығының докторанты.

Аннотация. Беріліп отырған мақала қоғам санасының модернизациялану қажеттілігіне арналған. Қоғамдық сананың модернизациясы – қазіргі сәтте өте өзекті, өйткені қазіргі қоғам өзгеріс үстінде. Авторлар сондай-ақ ел тұрғындары мұндай өзгерістерге дайын ба екенін зерттейді.

Түйін сөздер. Модернизация, прагматизм, бәсекеге қабілеттілік, "Мәдени мұра", "Халық тарих толқынында", «Дарын», Конгресс, сана.

About the authors. Dobrynina Alexandra – undergraduate student of “Public and Local Administration” at Kazakh American Free University. Trofimova Yuliya – master of Accounting and Audit, PhD student of major “Management” at Kazakh American Free University.

Annotation. This article is devoted to explain the necessity to modernize the public consciousness of society. Modernization of public consciousness acquires special significance and relevance right now, as the modern world is changing. The authors also consider whether the population of the state is ready for serious changes.

Keywords. Modernization, pragmatism, competitiveness, “Madeni Mura”, Khalyk tarikh tolkynynda”, “Daryn”, Congress, consciousness.

Как отмечает в своем послании Глава государства, Казахстан вступил на путь нового исторического периода. В своем послании наш президент огласил о начале Третьей модернизации Казахстана. Важнейшей задачей на пути к модернизации Казахстана является модернизация экономики, а главной целью - войти в тридцатку развитых государств мира. Как правило, процесс модернизации имеет разборчивые цели, задачи, приоритеты и методы их достижения, однако наиболее важным критерием, который необходимо принять во внимание, и который должен быть направлен в максимально возможной степени, является модернизация общественного сознания. Задуманная Нурсултаном Назарбаевым идея модернизации требует масштабных реформ и изменений во всех сферах жизнедеятельности. Поэтому одним из следующих необходимых шагов, который предпринял Президент, стало создание Национальной комиссии по реализации программы модернизации сознания населения, в состав которой вошли опытные государственные служащие и общественные деятели, способные осуществить поставленные в программе цели. Создание Национальной комиссии говорит о немалой важности, ответственности и значимости задачи по модернизации. Следует отметить, что пользующийся авторитетом состав специалистов подобного рода мы можем наблюдать в первый раз за всю историю независимого Казахстана, что говорит о устремлении охватить абсолютно все сферы жизни общества [1].

Вероятно, что желание модернизировать общественное сознание является основным идеологическим курсом на ближайшие долгие годы.

Наш президент отмечает, что главнейшим условием новой модернизации является сохранение ее казахского культурного наследия, его традиций. Модернизация старого, в какой-то мере, «высокого» взгляда на традиции казахского народа, новая же модернизация должна пойти противоположным путем. Этот путь заключается в использовании исторического опыта своих предков в качестве предпосылки для успеха последней модернизации. Без поддержки национальных корней модернизация не будет проникать глубоко в общественное национальное сознание. Невозможно модернизировать сознание населения государства, не прививая уважения к культурному наследию их родины и их предков. Народ Казахстана хотел бы видеть, что Казахстан известен в мире, не только богатым минеральными ресурсами и большим дружелюбием к другим странам, но и стал известен своей уникальной историей и культурным наследием, и, самое главное, уважением его населения к ценному прошлому страны [2].

Следует отметить то, что за годы независимости Казахстана государство приняло и осуществило ряд крупных программ. С 2004 года была реализована программа "Мәдени мұра". Которая направлена на реконструкцию историко-культурных памятников и объектов на территории Казахстана. В 2013 году была реализована программа "Халық тарих толқынында". Эта программа, в свою очередь, позволяет систематически сосредоточивать и изучать документацию из ведущих мировых архивов, посвященных истории нашей страны. И сегодня мы должны начать еще более фундаментальную работу, отмечает Глава государства. Поэтому Президент Нурсултан Назарбаев решил модернизировать общественное сознание, чтобы стать единой нацией независимых, сильных и уважаемых людей [3].

Общественная модернизация - это платформа, которая соединяет горизонты прошлого, настоящего и будущего наших людей. Самой важной миссией духовной модернизации является согласие различных аспектов национального самосознания. Исходя из выводов, Нурсултан Назарбаев выделил несколько областей модернизации сознания как отдельного члена, так и в целом всего общества:

1. Конкурентоспособность. Прежде всего, это способность нации предложить что-то выигрышное по качеству на мировой рынок. И это не только материальные продукты, но и знания, услуги и интеллектуальные продукты.

Главной особенностью современного мира является то, что именно конкурентоспособность человека, а не наличие минеральных ресурсов, становится фактором успеха нации.

Поэтому каждому гражданину Республики Казахстан необходимо обладать набором качеств, присущими человеку XXI века. Безусловно, сюда включаются умение работать с компьютерной техникой, знание нескольких иностранных языков, воспитанность и культурность.

Частью нашей конкурентоспособности являются программы «Цифровой Казахстан», программа умения владеть тремя языками, программа культурного и конфессионального согласия, которые готовят казахстанцев к жизни в XXI веке.

2. Прагматизм. Смысл прагматизма в том, что необходимо изменить некоторые привычки и стереотипы народа. В нашей истории существует множество примеров прагматизма. На протяжении веков наши предки сохраняли уникальный экологически правильный устой жизни, сберегая природу и экономно используя богатства родной земли.

И только за последние несколько лет неблагоразумное использование природных ресурсов привело к исчезновению Аральского моря и превращение плодородных земель в зоны экологической катастрофы. Это примеры крайне непрагматичного отношения к окружающей среде.

А прагматизм в поведении есть адекватные подходы к достижению целей, получение профессионального опыта, здоровый образ жизни и благонравие.

К сожалению, в мировой истории существует масса примеров, когда целая нация, ведомая непрагматичной идеологией, потерпела поражение. Самыми известными примерами могут выступать фашизм или коммунизм.

3. Культ знания. В период Независимости Казахстана, государство приобрело десятки тысяч молодых и грамотных специалистов в совершенно разных сферах образования. В этот период было создано множество высокоразвитых университетов и интеллектуальных школ.

Совершенно очевидно, что культ образования абсолютно необходим и необходим повсеместно. Развитие технологической революции в скором времени приведет к тому, что половина известных профессий исчезнет. В такой эпохе полноценно жить сможет только высокоразвитый и образованный человек, который способен жить, подстраиваясь и адаптируясь к изменяющимся условиям внешнего мира.

Несомненно, каждый казахстанец должен понимать, что образование – это ключ к благополучному будущему и поэтому в списке приоритетов нынешней молодежи образование должно занимать стержневое место.

4. Открытость сознания. Современный мир вокруг нас постоянно меняется, а массовое сознание остается на прежнем месте и не подвластно изменениям. Простейшим примером могут служить миллионы индонезийцев, китайцев и т.д. изучающие необходимый им английский язык, так как он является глобально используемым языком в мире. Представителей наций нельзя обвинить в непочтительности к родным языкам и культуре, условие изучения английского языка является непременным условием для работы в глобальном мире. Необходимость открытости сознания можно объяснить несколькими причинами, к числу которых относятся: возможность перенимать чей-то ценный опыт, учится у других, готовность к переменам, и в целом, готовность понимать, что творится в мире вокруг нас, и какого рода происходят изменения.

5. Эволюционное, а не революционное развитие Казахстана. Весь XX век прошел под знаком революционных ударов. Каждая нация извлекла ценный урок из прошлой истории. А уроки XX века во многом весьма драматические.

Последствиями являются появившиеся на территории Казахстана зоны экологического бедствия, едва не были утрачены культурные традиции казахского народа, был нанесен невосполнимый ущерб казахской нации с демографической точки зрения.

Но имели место и положительные моменты, к примеру, индустриализация, создание новой инфраструктуры. Произошла определенная модернизация, но не модернизация нации, а модернизация территории.

Эпоха революций прошла, и следует извлекать из нерадостного опыта прошлого нашей Родины ценный опыт. Необходимо присутствие эволюционного развития, иначе

государство может попасть в историческую ловушку.

6. Сохранение национальной идентичности. Само понятие модернизации предполагает изменения в духовном обществе. В чем опасность модернизации? В том, что возможен переход от национальной модели модернизации к универсальной, подходящей всем модели. Это неправильно. Национальный дух должен всегда быть присущ модели модернизации. Творения Ауэзова, мудрость Абая, чувственные строки Джамбула, неземные звуки музыки Курмангазы, бессмертный зов аруаха – неотъемлемая часть казахской культуры (таблица 1).

Таблица 1. Духовное развитие Республики Казахстан

Языковая политика	**Изменения в области образования**	**Развитие науки**	**Культурное наследие**
В Конституции Республики Казахстан обеспечены равные гражданские права представителей всех наций и народностей, проживающих в Республике Казахстан, создание условий для формирования их языка и национальной культуры. Конституция закрепила за казахским языком статус государственного языка, а за русским статус языка межнационального общения. Главная задача языковой политики – это поднять казахский язык до истинного уровня государственного языка. Этот процесс должен идти одновременно с развитием других языков республики. Решение данного вопроса – это прежде всего опека о будущем казахской нации, о судьбе других	После 1991 года определенный кризис испытывает система образования Казахстана. На 1 января 1993 года в республике было закрыто 303 детских сада на 154 тысячи мест, сокращается количество средних школ. В то же время начался процесс возникновения негосударственных образовательных учреждений – школ и высших учебных заведений. В 1991 году появились школы нового образца и специальные средние учебные заведения: лицей, гимназии, профессионально-технические школы, колледжи. В 1995 году в Казахстане принята новая Конституция, в которой объявлено о всеобщем обязательном бесплатном среднем образовании. В законе РК «Об образовании», принятом 7 июня 1999 года в общеобразовательных школах утверждены три ступени обучения: начальная (1-4 кл.), основная (5-9 кл.), верхняя (10-11 кл.). В рамках Государствен-	1991 год является началом нового периода в развитии отечественной науки. 15 января 1992г. принят закон «О научной и научно-технической политике Республики Казахстан», в том же году образовано Министерство науки и новых технологий. Научный потенциал Казахстана складывается из более 320 исследовательских центров, региональных и специальных институтов. В различных отраслях науки работают 900 докторов и 20 тысяч кандидатов наук. Флагманом в этой сфере является Министерство науки, Академии наук Республики Казахстан, в системе которых действуют 35 исследовательских институтов. Академическими научными исследованиями охвачены практически все области фундаментальной науки как технического и гуманитарного профиля. Большое количество казахстанских ученых участвуют в международных исследователь-	Культура Казахстана поистине уникальна, поскольку представляет собой совокупность многовекового духовного опыта всех населяющих страну народов. Культура отличается разнообразием форм и жанров, основанных как на национальных традициях этих народов, так и на основании шедевров мировой классики. В стране действуют более пятидесяти театров различных жанров, которые осуществляют постановки на пяти языках, около тридцати пяти организаций индустрии развлечений, несколько цирков, более двадцати тысяч публичных библиотек, более десяти тысяч клубов,

наций, населяющих республику, попытка сохранения дружбы и единства между народами как залога процветания нашей общей Родины – Республики Казахстан.	ной программы «Дарын» образован республиканский научно-практический центр «Дарын», имеющий в 8 областях специализированные школы и школы – интернаты для одаренных детей.	ских проектах, также проходят стажировку в ведущих научных центрах США, Великобритании, Германии, Франции, Турции и других стран.	около ста исторических, художественных и литературных музеев.

Но модернизация состоит в том, что ряд отдельных привычек все же надлежит оставить в прошлом.

Глава государства создает общество, в котором каждый должен быть оценен по его профессионализму и вкладу в формирование общества, и это самое рассудительное решение. Такая система не терпит необъективного отношения [4].

Подводя итоги, можно сделать следующие выводы:

1. В своем послании Президент Нурсултан Назарбаев коснулся очень деликатной проблемы, проблемы модернизации общественного сознания народа Казахстана. Поставленная задача модернизации необходима для ознакомления каждому члену общества, каждому гражданину Республики Казахстан.

2. Модернизация, как таковая, подразумевает собой изменение укоренившихся укладов общества, но совершенно исключать национальные традиции казахского народа нельзя, уважение к своим предкам должно быть свойственно каждому казахстанцу.

3. Получение образования должно быть приоритетным желанием каждого, уважающего себя члена социума. Мир вокруг нас хаотично меняется, некоторые устаревшие профессии уходят в прошлое, и нужно уметь переквалифицировать себя в иную профессию.

4. Данные нам в пользование богатства нашей Родины следует оберегать. Минеральные ресурсы необходимо использовать экономно, без ущерба территории Казахстана, и, не создавая новых зон экологического бедствия.

5. Данный пункт немного противоречит пункту 2. Необходимо избавляться от устаревших стереотипов общества. Не все привычки минувших лет являются целесообразными, времена меняются и необходимо какие-то устаревшие стереотипы заменять чем-то новым и актуальным.

6. Процесс модернизации общественного сознания не принесет желаемого эффекта, если общество не захочет в реальности что-то менять в себе, в своем сознании. В данной ситуации необходимо довериться руководству к действиям от главы государства, проникнуть вглубь своего сознания и начать меняться в лучшую сторону.

ЛИТЕРАТУРА

1. Статья Президента «Взгляд в будущее: модернизация общественного сознания» // https://informburo.kz //
2. Духовное развитие Республики Казахстан // http://testent.ru //
3. Высказывание молодежи о статье Н. Назарбаева // http://today.kz/news/kazahstan/2017-04-13/740099-molodezh-vyiskazalas-o-state-nazarbaeva-o-modernizatsii-obschestvennogo-soznaniya//
4. Обсуждение статьи // https://mail.kz/ru/news/politics/obsuzhdenie-stati-vzglyad-v-budush-chee- modernizaciya-obshchestvennogo-soznaniya //

УДК 336.717.1

РАЗРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ МОНИТОРИНГА КАНАЛОВ СВЯЗИ И ДОСТУПНОСТИ КАРТОЧНОГО ОБОРУДОВАНИЯ

Исебаев М.Т, Жантасова Ж.З.

Сведения об авторах. Исебаев Мерхат Төлегенұлы – магистрант специальности «Информационные системы», Жантасова Женискуль Зейнешовна - кандидат технических наук, доцент.

Аннотация. В статье описаны тенденции развития платежных карт и рассмотрены проблемы доступности карточного оборудования. Предложено решение проблемы через разработку информационной системы мониторинга каналов связи и оповещения о событиях в сети карточного оборудования.

Ключевые слова. Платежные системы, банковская сфера, банковские карты, платежные карты, зарплатные проекты, безналичный расчет, банкоматы, ИТ-инфраструктура.

Авторлар туралы мәліметтер. Исебаев Мерхат Төлегенұлы – «Ақпараттық жүйелер» мамандығының магистранты, Жантасова Женискуль Зейнешовна - техникалық ғылымдар кандидаты, доцент.

Аннотация. Мақалада төлем карталарының даму тенденциялары сипатталып, карталық құрылғылардың қол жетімділігіне байланысты мәселелер қарастырылған. Мәселені байланыс арналары мониторингісінің және карталық құрылғының ақпараттық жүйесін құру арқылы шешу жолы ұсынылған.

Түйін сөздер. Төлем жүйесі, банк саласы, банктік карталар, жалақы карталары, жалақы жобалары, қолма-қол ақшасыз төлем, банкоматтар, АТ-инфрақұрылымы.

About the authors. Isebayev Merkhat – graduate student of major “Information Systems”, Zhantasova Zhenisgul – Candidate of Technical Sciences, Associate Professor.

Annotation. The article describes the development trends of payment cards and addresses the problems of availability of card equipment. A solution to the problem was proposed through the development of an information system for monitoring communication channels and notifying about events in the network of card equipment.

Keywords. Payment systems, banking, bank cards, payment cards, payroll projects, non-cash settlement, ATMs, IT infrastructure.

В современных условиях развития глобальных информационных платежных систем происходит процесс интеграции экономик отдельных государств и изменение условий функционирования этих платежных систем, что находит свое проявление, прежде всего, в развитии безналичных форм расчетов. Одним из инструментов безналичных расчетов является банковская карта, параметры ее применения характеризуют степень интегрированности банковской системы и общества, развития банковских операций и платежного оборота. За последние годы по всему миру расчеты банковскими картами стали более популярными. По Республике Казахстан количество карточек в обращении на 2017 год составило 19 236,1 (тыс. ед.), в т.ч., а количество держателей карточек составило 16 764,2 (тыс. чел.) [1]. И в связи с этим в Казахстане за последние годы наблюдается тенденция роста платежных операций, совершенных при помощи платежных карт, эмитируемых локальными и международными системами.

Однако основная проблема в настоящее время видится в том, что платежные карточки, в большинстве своем, используются как средство по получению наличности. Основной причиной этого можно назвать то, что платежные карточки, в основном, выдаются в рамках так называемых «зарплатных проектов», для получения заработной платы и стипендий. В связи с этим задачей Национального Банка является обеспечение возможности использования платежных карточек в качестве оплаты за услуги предприятий торговли и сервиса. Одной из наиболее важных задач создания и развития межбанковской национальной системы платежных карточек на основе микропроцессорных технологий является перевод в безналичную форму расчетов значительного объема налично-

денежного оборота, который позволил бы сократить теневой оборот наличных денег, легализовать торговые обороты коммерческих предприятий и увеличить налоговые поступления в бюджет.

По данным Нацбанка РК, по состоянию на 1 января 2018 года эмитирование платежных карточек фактически осуществляли 26 банков и АО «Казпочта». Указанные организации выпускают и распространяют платежные карточки международных систем, доля которых составляет 99,6%. В обращении находится 19,4 млн. платежных карточек (по сравнению с ситуацией на аналогичную дату 2017 года - рост на 23,6%). Наиболее распространенными являются дебетные карточки, их доля составляет 80,4%, доля кредитных карточек - 16%.

Приведем анализ платежных карт, точнее, количества транзакций. И тут есть очень интересные тренды. Начнем с объема операций по выдаче наличных. На рис. 1 заметно, что весь 2017 год это показатель растет. В январе он составил 690 млрд. тенге, а в декабре - уже 1,172 трлн. тенге (рост составил почти 70%), за всю историю превысив триллионную отметку [2]. Все операций по выдаче наличных по картам производится механическо-электронными аппаратами, это – банкоматы (банковский автомат, АТ Мот англ. Automated teller machine). В филиале АО «Банк ЦентрКредит», в городе Усть-Каменогорске обслуживается 32 банкоматов. По городу Усть-Каменогорск, включая Зайсан, Риддер и Зыряновск на 2017 год было выпущено 18 451 карт [3]. В целях качественного обслуживания клиентов все доступные банкоматы должны функционировать круглосуточно и бесперебойно.

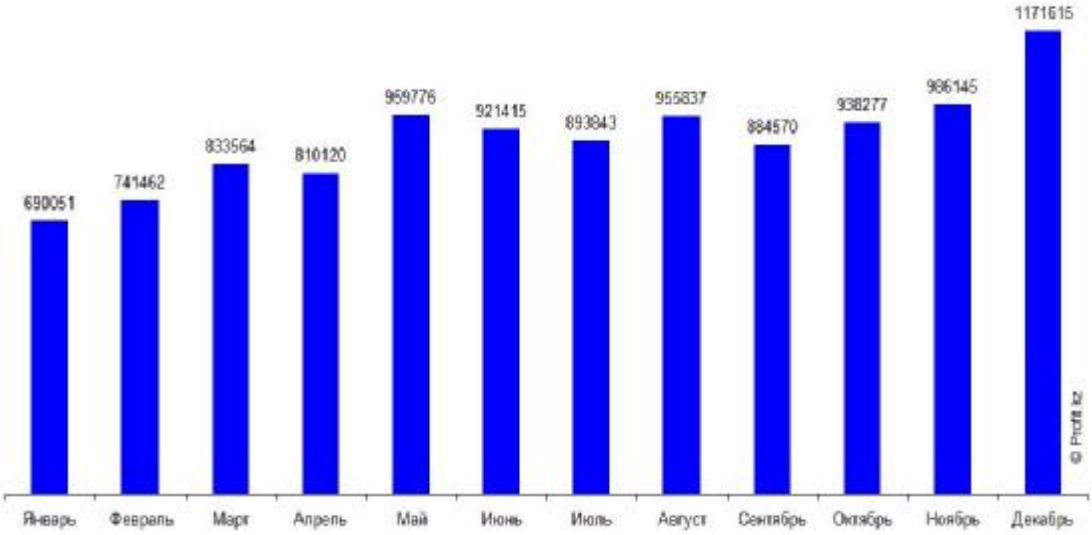


Рис. 1. Объем операций по выдаче наличных по картам, эмитированным в Казахстане, 2017 год, млн. тенге

Основной задачей системы мониторинга является предоставление актуальной информации для анализа состояния ИТ-инфраструктуры и быстрого обнаружении возникшей неисправности и ее оперативное устранение. Системы мониторинга производительности позволяют ИТ-специалистам вовремя заметить снижение производительности и определить «узкие места» в ИТ-инфраструктуре. Постоянный мониторинг помогает избежать простоев в ее работе, поддерживать все ИТ-сервисы в рабочем состоянии и сохранять необходимый уровень их качества, а также спланировать её модернизацию [4]. Раньше роль мониторинга осуществляли администраторы, а информация о состоянии систем в лучшем случае собиралась ими же в каких-либо неспециализированных программах, в худшем же вообще никак не накапливалась и не агрегировалась. Все сведения

о системе были привязаны к практическому опыту работы с инфраструктурой у конкретного специалиста и полностью терялись при его уходе. Сейчас появилось множество полу- и полностью автоматизированных систем для мониторинга, которые анализируют состояние систем, собирают информацию в коллекции, которые тоже впоследствии можно изучить при необходимости [5]. Существуют довольно специфические виды мониторинга, например, от лица конечного пользователя, когда в заданные промежутки времени циклически эмулируются его действия. Обычно это робот, планировщик заданий, запускающий специальный, заранее определённый скрипт-сценарий, а затем рапортующий в рамках заданной программы об успехе выполнения действий или о возникших в процессе ошибках [6].

При разработке систем мониторинга сначала необходимо определиться с объектами, которые будут подвергаться слежению, а также критические события и показатели, которые и определят количество оповещений при поломке, частоту сканирования и прочие параметры и последствия. Для больших инфраструктур, вроде дата-центров, перед финальным внедрением обычно разворачивают тестовую площадку, где можно оценить целесообразность сделанных решений и определений параметров пороговых значений [7].

Представим краткое описание разработанной информационной системы мониторинга каналов связи.

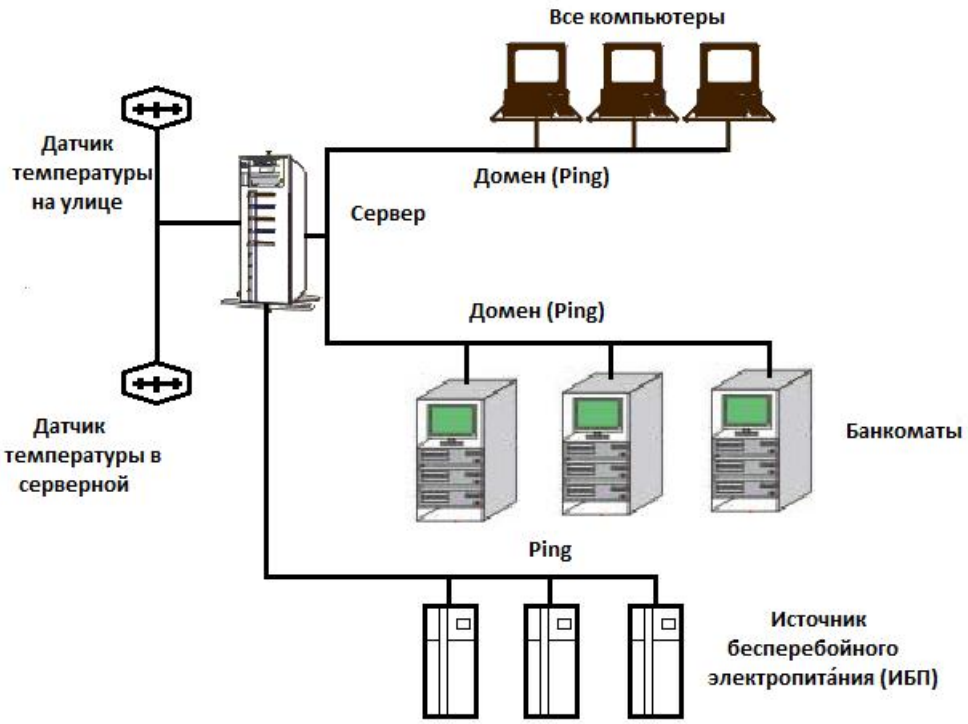


Рис. 2. Структура соединения рабочих станций с сервером

Программа представлена в форме web-страницы на платформах Power Shell и Javascript, в которой представлены такие данные, как ping-сигналы между программой и рабочими станциями, id (наименование рабочих станций), напряжение ИБП (источник бесперебойного питания), уровень заряда о критически важных рабочих станциях, температуру серверной, количество задействованных рабочих станций и данные о потери связи с банкоматами. На рис. 2 данная структура соединения рабочих станций с программой.

Чтобы получать данные с рабочих станций, необходимо объединить банкомат и

компьютер в одну доменную группу. С сервера посылаются ping-сигналы для получения событий с рабочих станций. Для получения сигналов от источников бесперебойного электропитания необходимо их прошивать, после мы получаем данные о напряжении и данные о уровне заряда. Перед использованием программы необходимо запустить сценарии Power Shell на сервере через Server Manager (на рис. 3).

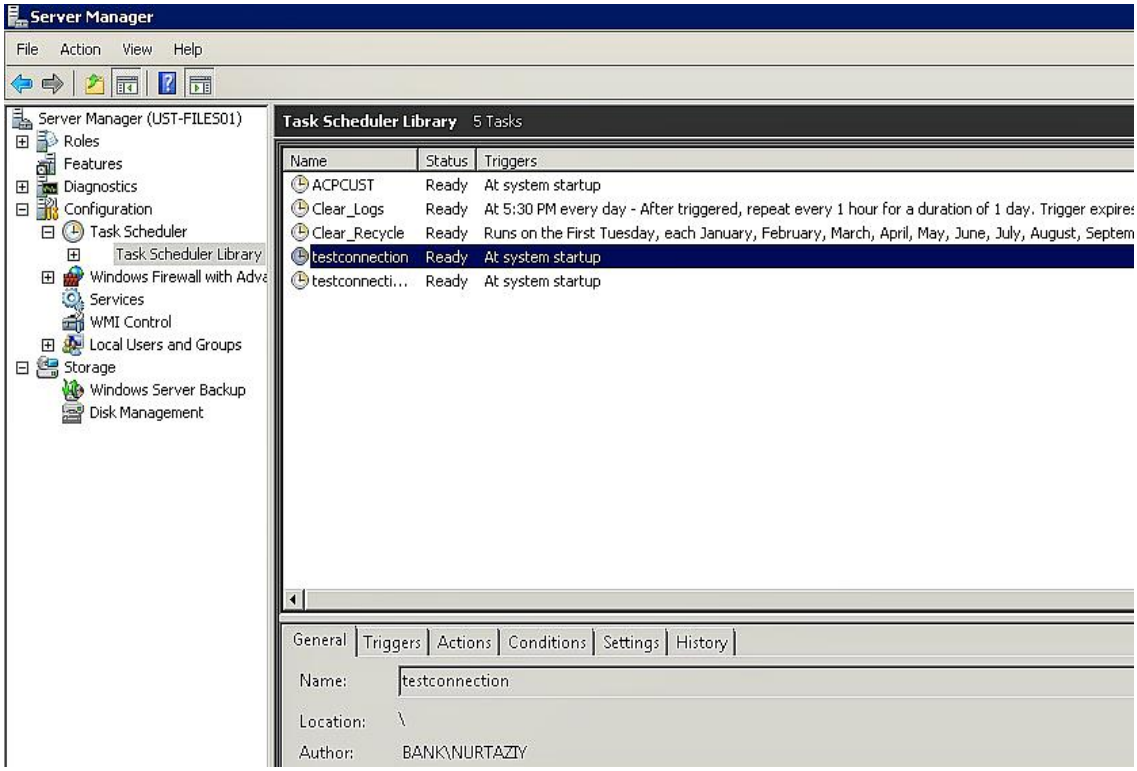
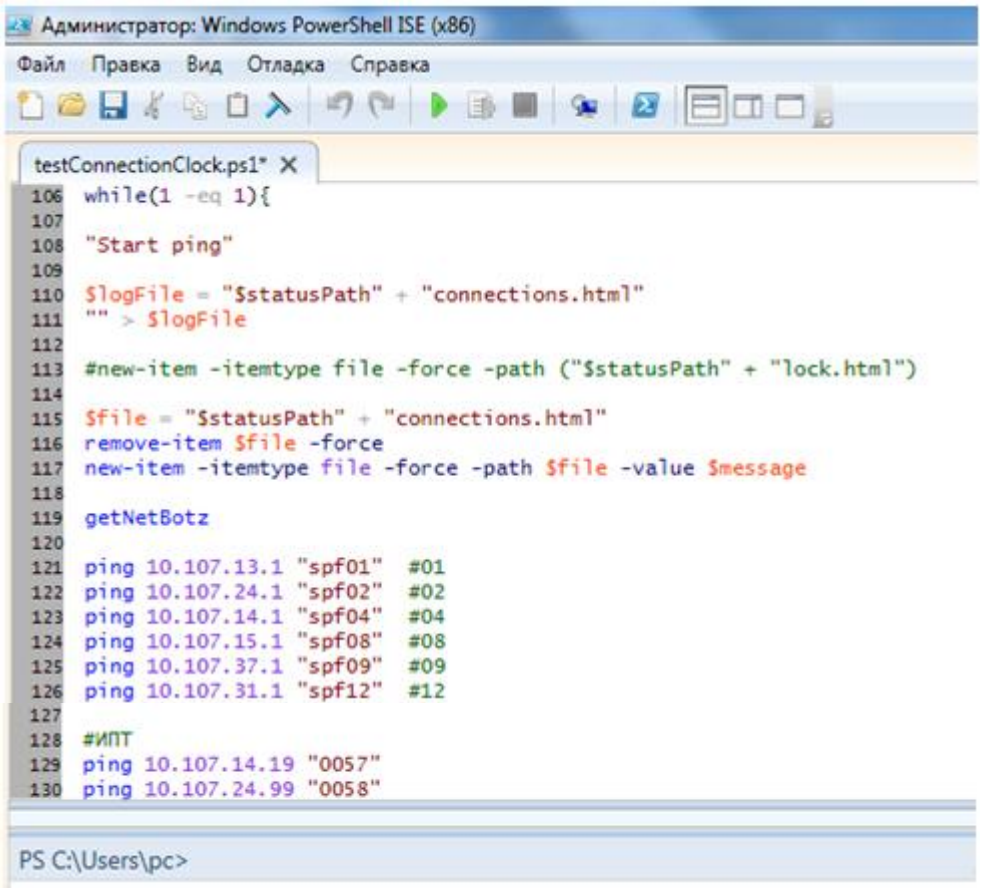


Рис. 3. Запуск сценария Power Shell

В листинге 1 мы видим заданные ip адреса, по которым посылаются ping сигналы для получения событий с рабочих станций, от ИПТ и от банкоматов. В программе мониторинга (на рис/ 4) в верней части расположены данные ping-сигналов между программой и рабочими станциями, id (наименование рабочих станций), напряжение ИБП и уровень заряда о критически важных рабочих станциях. Программа автоматически обновляется каждые 5 секунд.



Листинг 1. Сценарий Power Shell для получения ping-сигналов

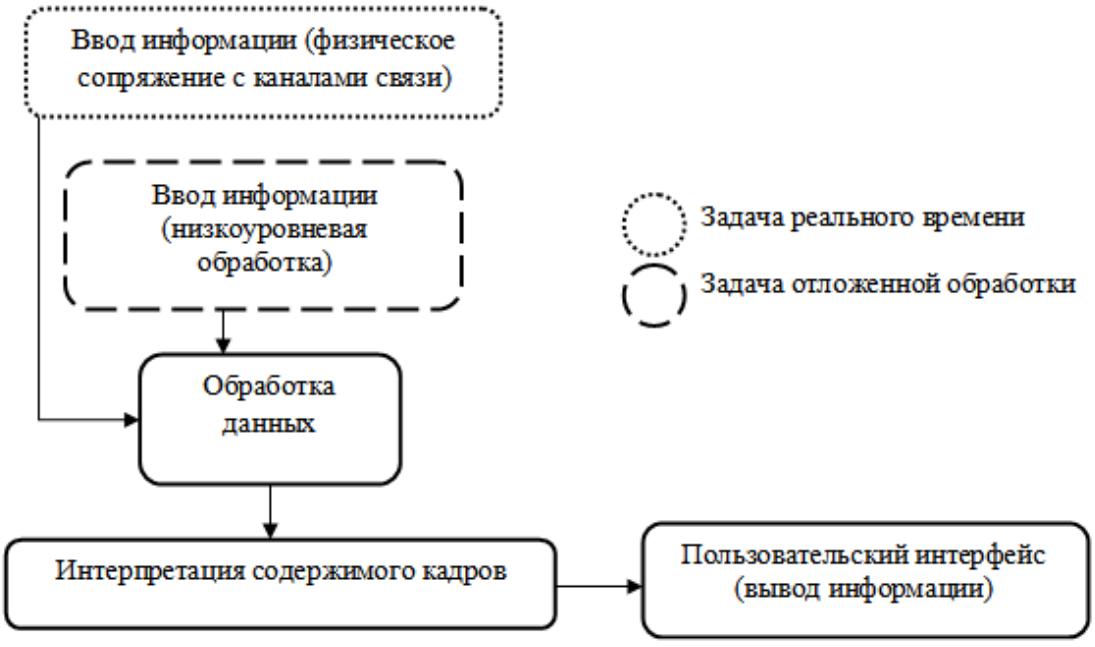


Схема 1. Схема обработки информации в системе мониторинга

Составим схему обработки информации в системе мониторинга (Схема. 1). Задачи, выполняемые системой, делятся на задачи реального времени, где поступающая инфор-

мация о потери данных требует безотлагательной обработки (ИПТ, АТМ), задачи отложенной обработки, где информация может быть, где система может обрабатывать информацию по мере наличия свободных ресурсов (Рабочий станции, сбой датчиков температуры).

Рис. 4. Рабочая форма программы мониторинга

В середине программного интерфейса расположены данные о времени и дате, а в нижней части - температура серверной, данные об ИБП (источник бесперебойного питания) и количество задействованных рабочих станций. Данные о потери связи с банкоматами и ИПТ (информационно-платёжный терминал) появляется в нижней части программы и заменяет данные об ИБП, как это мы видим в рис. 5.

Рис. 5. Рабочая форма программы мониторинга с потерями данных о связи с банкоматами

Широкое распространение платежных карточек привело к появлению и развитию оборудования по их обслуживанию. Основным из устройств обслуживания платежных карт является банкомат. Банкоматы встречаются теперь практически везде: на улице, в магазинах, развлекательных центрах. Тем самым, требования к работоспособности карточного оборудования усложнились и разнообразились. Предлагаемое решение позволяет достаточно эффективно и оперативно реагировать на возникающие инциденты.

ЛИТЕРАТУРА

1. http://profit.kz/news/39462/Nacbank-RK-platezhnie-karti-v-Kazahstane-itogi-I-polugodiya-2017/
2. http://profit.kz/news/44997/Itogi-2017-go-platezhnie-karti-v-Kazahstane/
3. https://www.bcc.kz/
4. EMC Smarts: интеллектуальный мониторинг ИТ-среды и бизнес-процессов. - М.., 2003.
5. Баженов Р. И. Интеллектуальные информационные технологии. Биробиджан: ПГУ им. Шолом-Алейхема, 2011. 176 с.
6. Бон Я.В. ИТ Сервис-менеджмент. Вводный курс на основе ITIL – М., 2015.
7. ITFB [Электронный ресурс]: Мониторинг серверов, сервисов и сайтов - http:// www. itfb. com.ua/monitoring.html

УДК 330.322

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ ҰЛТТЫҚ ЭКОНОМИКАСЫНДАҒЫ ШЕТЕЛДІК ИНВЕСТИЦИЯЛАР

Кумашев Ч.Б.

Сведения об авторе. Кумашев Чингизхан Бакытбекулы – студент специальности «Финансы» Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. Сегодня закономерности и тенденции привлечения иностранных инвестиций в экономику Казахстана в среде сильной конкуренции не соответствуют целям и задачам отечественного производства. Это не приводит к его интенсивному развитию. Способы инвестирования, активизация использования внутренних инвестиционных ресурсов, а также определение приоритетных направлений инвестирования еще полностью не исследованы.

Ключевые слова. Национальная экономика, иностранные инвестиции, инновационная экономика, инновационный бизнес, экспорт и импорт.

Автор туралы мәліметтер. Кумашев Чингизхан Бакытбекулы – Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Қаржы» мамандығының студенті.

Аннотация. Бүгінгі бәсекелестік ортада Қазақстанның экономикасына шетелдік инвестицияларды тарту заңдылықтары мен тенденциялары отандық өндірістің мақсаты мен міндеттеріне сәйкес келмейді. Бұл оның белсенді дамуына әкелмес хақ. Инвестициялау тәсілдері, ішкі инвестициялық ресурстарды пайдалануды белсендендіру, сондай-ақ инвестициялаудың басым бағыттары әлі де толық зерттелмеген.

Түйін сөздер. Ұлттық экономика, шетелдік инвестициялар, инновациялық экономика, инновациялық бизнес экспорты мен импорты.

About the author. Kumashev Chingizkhan - undergraduate student of major “Finance” at Kazakh American University.

Annotation. Today, the patterns and trends of attracting foreign investment in the economy of Kazakhstan in an environment of strong competition do not correspond to the goals and objectives of domestic production. Methods of investing, enhancing the use of domestic investment resources, as well as determining the priority areas of investment have not yet been fully investigated.

Keywords. National economy, foreign investment, innovative economy, innovative business, export and import.

Әлемдік тәжірибе көрсеткендей, экономикалық өсу шетел капиталының әсерінен болады. Бірақ, шетел инвесторлары үшін шикізат өндіруші салалар, әсіресе, мұнай-газ салалары басымды болып отыр. Осындай жағдайда экономиканың қалыпты және қарқынды дамуы қолайлы инвестициялық саясатқа тәуелді. Экономикалық дамудың, құрылымдық қайта құруды ұтымды жүзеге асырудың, әлемдік нарықта бәсекелестік позицияларды бекітудің қажетті шарты болып инвестициялық ресурстар табылады. Оңтүстік - Шығыс Азияның «Жаңа индустриалды елдері» экономикалық феноменінің пайда болуы, қазіргі заманғы ғылыми негіздегі салалардың кең бағытта дамуға көшуі бұл елдер экономикасындағы инвестицияның қарқындап өсуінің арқасында мүмкін болды.

Сондықтан мемлекет шетел инвестицияларын тартудың бағыттарының басымдылығын белгілеу керек. Шетел инвестициялары Қазақстан экономикасының бәсеке қабілеттілігін жоғарылататын факторға айналуы қажет.

Инвестиция дегеніміз табыс табу және капиталды ұлғайту мақсатымен өндірістік және басқа да қызметтерге қаржы жұмсау болып табылады, яғни қаржы үнемі жұмыс істеуге, басқаша айтқанда, қандай да бір табыс түсетін жұмысты немесе іске жұмсалынуы тиіс.

Қазақстан экономикасына шетел инвестицияларын тартудың қазіргі беталысы мен заңдылықтары отандық өндірістің мақсаттары мен міндеттеріне сай емес және оның күшті бәсекелестік ортада қарқынды дамуына әкеліп соқпайды. Экономиканы инвестициялandыру теориясының тәсілдері, ішкі инвестициялық қорларды пайдалануды жандан-

дыру мәселелері, инвестицияланды рудың басымды бағыттарын анықтау әлі де толықтай зерттелмеген.

Қазақстан Республикасы тәуелсіз мемлекет болғанынан бастап ел экономикасына шетелдік инвестициялар тартуға қолайлы жағдайлар жасауда. 1993 жылғы «Шеврон» корпорациясының келуі мен онымен Теңіз орналасымында келісімге келу өзге трансұлттық корпорацияларға өзіндік белгі болды. Бұл кезеңнен бастап қазақ нарығының мұнай-газ саласына инвесторлардың келуі басталды, әлемнің «Эксон мобил», «Шелл», «Эни», «Шеврон Тексако», «Тоталь», «Бритиш петролеум», «Лукойл», «Китайская национальная нефтяная корпорация» сияқты ірі мұнай компаниялары өздерінің инвестицияларын тарта бастады.

Бұл жылдары өнеркәсіптің дамуында шикізаттық сәйкессіздіктер бекітіле бастады. Өнеркәсіп өндіретін жоғары және тез өсімді капитал сиымдылығы құралдардың жетіспеушілігі жағдайында оның өмір сүру қабілеттілігін қолдау қажеттілігі шикізат салаларының пайдасына капитал салымдарының ары қарайғы құрылымдық өзгеруіне алып келді. Шешуші өлшемде инвестициялық құлдыраудың тереңдігі 1996 жылы кейінгі 1999 жылы 18,5%-ке төмендеген инвестициялық сұраныстың 40% ғана қаржыландырған мемлекеттік сектордағы кәсіпорындардың төмен инвестициялық белсенділігімен анықталды.

Мемлекеттік емес секторлар үлесі керісінше жылдан жылға көбейді. Дегенмен, экономикалық дағдарысты жеңу мәселесінде, сонымен бірге ұлт экономикасының ірі құрылымдық кәсіпорындарын қаржыландырудың тұрақсыз жағдайын ескере Қазақстанның инвестициялық стратегиясы шетелдік капиталдарды тартудың үлкен бағытында дами бастады.

Экономика құрылымының өзгеруі, оның құрылымдық қайта қалыптасу қажеттілігі, көптеген өндірістердің шамадан тыс ұлғайтылған монополизациясы олардың мобильділігін, шығарылушы өнім сапасына, өндіріс нәтижелілігі мен оның рентабельділігіне кері әсер етуде болды.

Ішкі инвестициялық ресурстарды бірден қысқарту кәсіпорындарға толық инвестициялық әрекетпен айналысуға мүмкіндік бермеді. Сонымен қатар, өңдеуші секторлардағы инвестициялардың деңгейі жеткіліксіз күйінде қалып отырды. Және инвестордың (шетелдік сияқты отандық та) инвестициялық мақсаттары мен экономиканың шынайы қажеттілігінің арасында сәйкессіздік байқалды. Кәсіпорындарда бос қаржылық орындардың болуы жағдайында олар аралық өндіріс талаптарын шешуге бағытталып отырды. Коммерциялық банктер бірқатар себептер бойынша шынайы сектордың әлі де негізгі инвесторлары бола алмады.

Сонымен бірге, қазақстандық экономиканың дамуына кері әсерді елден шығарылатын жалғасымды ағым тигізеді. Тартылушы шетелдік капитал көлемінің ұлғаюын тежейтін бірқатар факторлар бар:

- қазақстандық нарықтың төмен іскерлік белсенділігі;
- шетелдік капитал тарту аясындағы нақты емес реттеушілік шаралары мен заңдылықтардың сақталынуы;
- төлемсіздік дағдарысымен күрделенуші қаржы ресурстарының төмен өтімділігі;
- сенімді іскери ақпараттардың қатаң жетіспеушілігі.

Сонымен қатар, қимыл-қозғалысты және ұтқыр бола отырып, инвестициялық процесс шартты түрде негізгі және қосымша деп жіктеуге болатын бірқатар мәселелермен шарттасқан.

Негізгі мәселерге мыналарды жатқызуға болады:

- Қазақстандағы экологиялық жағдайдың жалғасымды нашарлауы. Ірі мұнай және өзге де компаниялар тарапынан болатын қоршаған ортаның ластану фактісі белгілі. Бизнесмендер табиғи ресурстарды теңсіздікте пайдалана отырып және отандық экологиялық заңдылықты оның іс жүзінде орындалмайтындығына сай елемей, салаларға келіп түсетін өздерінің құралдарын инвестициялауды жөн көреді;
- инвестицияның шикізаттық бағыттылығы (ұлттық сияқты шетелдік те), яғни барлық инвестициялық салымдардың «арыстанды бөлігі» тау игеру өндірісіне келіп түседі,

басқаша айтар болсақ, экономика салалары бойынша инвестициялардың тиімсіз бөлініс орнына ие;

- мемлекеттік өндірістің әрекет етуші моделдері мен технологиялық саясаттың жоқтығы;
- шетелдік жұмыс күшінің болуы себебінен туындаған ел халқы арасындағы жұмыссыздық;
- экономика инфрақұрылымдары объектілерінің дамуы мен қаржылануы;
- отандық статистикалық мәліметтердің халықаралық қаржы ұйымдарының мәліметтерімен сәйкес келмеуі себебінен болған инвестициялар көлемінің анализі мен бағамына арналған дамыған әдістемелік базаның жоқтығы;
- өндіріс салаларының шетелдік инвесторлардың енуі, компания капиталына қатысым деңгейі бойынша бөлінісі;
- инвестициялық жобаларды басқарудың дамыған әдістемесін қолдану тәжірибе-сінің жоқтығы және т.б.

Қосымша мәселелерге келесі мәселелер жатады:

- инвесторлар өндіретін тауарлар сапасын стандарттау және сертификаттауға мемлекеттік қызмет жұмысының іске асырылмағандығын;
- корпоративтік басқару жүйесінің жеткіліксіз даму деңгейі;
- импорт сиымдылығы саясатының жеткіліксіз нәтижелілігі;
- халықаралық менеджмент және маркетингтің заманауи әдістеріне ие білікті персонал санының жеткіліксіздігі;
- шетелдік инвесторлармен келісімге арналған құжаттар дайындаудағы өлшемсіз төрешілдік және онымен байланысты елдің оң инвестициялық образын қалыптастыруда кедергі келтіретін фактор тәрізді коррупция мәселесі және т.б.

Бұл мысалдар Қазақстан ЖІӨ-нің қанағаттандырарлық көрсеткіші дамудың бағалылық факторы есебінде артықшылықтарға қол жеткізгендігін көрсетеді. Экономикалық өсім шетелдік инвестициялар мен ішкі жинаққа тиімді қатынаста қол жеткізілген жоқ. Қарастырылушы кезең ішінде экономикалық даму мақсаттары бірінші кезектегі өлшемдермен шектелді, бірақ тұрақты және созылмалы экономикалық өсімді қамтамасыз ететін барлық мәселелерді қамтыған жоқ, олар мыналарға бағытталды:

1) шынайы сектор реформалауы мен өнеркәсіпті өңдеуші кәсіпорындар түрлерін көбейту саясатына толық сәйкес келетіндіктен айналымнан жарамсыз кәсіпорындарды шығарып тастау;

2) инфляцияның төмен деңгейін сақтау, бағалар құрылымын әлемдікке жақындату, табиғи монополия салаларындағы (жылу-энергетикалық кешен (ЖЭК), темір жол көлігі) бағаларды түзете реттеу;

3) отандық экспорттың «примитивизациялауының» (қарабайырлану) алдын алу және импорт жағдайын жақсарту;

4) келешегі бар жеке қожалықтарды және стратегиялық инвесторларды құру, осылайша елде тиімді қаржы нарығының қалыптасу мәселесін шешу;

5) елде қалыптасқан қолайлы инвестициялық климатты ұстап тұру және жақсарту, нарықтық дамыған ел ретіндегі Қазақстан Республикасының рейтингін сақтау.

Көрсетілген шараларды өткізу қажет, бірақ өндірістің техникалық негіздерін реформалаудың басты мәселесін шешуде және негізінде республика халқының өмір сүру деңгейін көтеру мен экономикалық өсім қамтамасыз етілетін жоғары технологиялық тәсілдерді жасауда жеткіліксіз болады.

Айтылғандар Қазақстан Республикасында нарықтық қайта құрудың катализаторы болуы тиіс шетелдік инвестицияларды тартуда, әсіресе әлемдік нарықта отандық өндірушілердің ілгерілеу кезеңінде жаңа бағыттарды қалыптастырудың қажеттілігіне алып келеді.

Экономиканы тиімді басқару жүйесіне шет елдердің капиталын саналы тарту жатады. Өтпелі кезеңнің тарихи ерекшеліктерінің бірі – шетел инвестицияларын тарту мен пайдаланудың оңтайлы жолын табу болып табылады.

Шетел капиталы ақша қаражатының жай массасы ретінде ғана қажет емес, жаңа әлемдік ғылыми – техникалық жетістіктер, технологиялар енетін маңызды арна ретінде қажет.

Олар ірі коммерциялық өмірді инвестициялау негізінде ұлттық шаруашылық субъектілерінің дамыған тауарлық қатынастарға бейімделу дәрежесін арттыруға, олардың өндірістік қызметін ұтымды етуге мүмкіндік туғызады.

Жаңа қазіргі өндірістік қуаттылықтарды құру үшін Қазақстанға ең алдымен, тікелей өндіруші капитал импорты қажет, бұл шетел инвестицияларын республикаға тарту бағдарламаларын құруды талап етеді. Бұл процесс барысында инвестициялық жобалардың мақсатқа лайықтылығын көрсететін, белгілі бір қағидаларды жетекшілікке алу қажет.

Бұл қағидалар:

- экономикалық мақсатқа сәйкестілік - ол сол немесе басқа әлеуметтік – экономикалық мәселелерді, инвестиция тапшылығын, ішкі резервтер мен мүмкіндіктерін шектеулігін, шетел инвесторлары қатысуымен болатын инвестициялық жобалар шарттарының тартымдылығын шешуді тығысы қажеттілігінің туындай отырып анықталады:

- әлеуметтік экономикалық тиімділік - кез келген нысанда шетел инвестицияларын тартуды бірден-бір шарты.Бұл қағида: шетел компаниялардың қатысуымен болатын жобаларын жоғары табыстылығы мен пайдалылығы, қарыз бен несие беру шарттарының тиімділігі, жаңа жұмыс орындарын құру мен тұрғын халқын жұмыс бастылығын арттыруды пайымдайды:

- экономикалық-экологиялық қауіпсіздік - егемендік қауіпсіздігінің қағидасы республиканың табиғи байлықтарын айқындықпен пайдалануға, қоршаған ортаны ластауға, елден тысқары капиталды қансыз шығаруға, артта қалған технологиялар мен техниканы қолдануға, отандық тауар өндірушілерді нарықтан бәсекелестікке қарсы тәсілдермен ығыстыруға жол беретін жобаларды жүзеге асыруға мүмкіндік бермеуі тиіс. Бұл қағиданы қолдану ұлттық ресурстарын жекелеген түрлеріне (мысалы, жер) шетел капиталының еркін кіруін шектеу қажет:

- шетел инвестицияларын тарту барысында өзара тиімділік қағидасы. Бірде-бір мемлекет, бірде бір кәсіпкер өзіне пайдасыз болатын серіктестікке кірмейді, республика экономикасын инвестицияламайды

- экономикаға шетел инвестицияларына басымдылықты салу қағидасы. Бұл Қазақстанда жүргізіліп жатқан құрылымдалық пен инвестициялық саясатқа сәйкес оларды ең мәртебелі объектілерге бағыттауды білдіреді. Бұл қағиданың енді бір жағының мәні мынада ел белгілі бір елдердің, олардың компанияларының, фирмаларының инвестицияларына олардың экономикалық жағдайын, әлемдік экономикалық жүйедегі орны, экономиканың нақты сфералары мен салаларындағы жетекші жағдайын және басқа да сипаттамаларын ескере отырып, басымдылықтар беруі тиіс

- Республика үшін маңызды қағида болып, барынша аз коммерциялық тәуекел қағидасы табылады. Оны жүзеге асырудың негізі – осы процесті басқарудың толық құқылы органдарын, кәсіпорындарын жеткілікті хабардарлығын қамтамасыз ету болып табылады

- ең соңында, шетел инвестицияларын тартудың әлемдік тәжірибесін барынша ескеру қағидасы маңызды рөл атқарады. Әрбір елдің өзіне ғана тән көптеген ерекшеліктері бар экономикалық, технологиялық, қаржылық және басқа да потенциалдардың жекелеген аспектілерінің жетілгендігінен немесе қалуымен ерекшеленеді.

Аталған қағидалар инвестиция тартуды басқарудың тәжірибелік негізін құрайды. Оларды тарту елдің экономикасын жалпы алғанда және өтпелі кезенде реформалауда басты сәт болып табылады, әсіресе ол халық шаруашылығын реконструкциялау, құрылымын өзгерту, жапаландыру мақсаттарына қызмет етеді.

Сонымен қатар елде бұл процесті басқару барысында оның дамуының стратегиясын анықтаушы және тартымды күші бар бір қатар глобалды факторларды ескеру қажет. Мұнда ең бірінші, республиканың қуатты потенциалы туралы сөз болуы тиіс. Біздің мемлекетіміз мұнай, газ, көмір мен уран рудаларының әлемдік қорын жетекші иеленушіле-

рінің бірі болып табылады. Осы салаларды дамыту мен оларды басқаруды тиімділігін арттыру мемлекетін ерекше назар аударуын талап етеді. Республиканың жер қойнауынан алынатын минералды шикі заттын потенциалды құндылығы - 8,7 триллион долларға бағаланады. Минералды шикізат кешеніндегі реформалауға сәйкес заңдар, сондай-ақ жер қойнауын пайдалану мен жер қойнауын қорғауды басқару мен реттеу қағидаларының негізінде жүргізіледі.

Келесі фактор, Қазақстанда ауыл шаруашылық өнімдерін өндірудің қуатты әлеуетінің болуы мен оларды ең алдымен, дәнді дақылдарды Орта Азия нарығына экспорттау мүмкіндіктері болып табылады.

Үшіншіден, Қазақстан дамуының ұзақ мерзіміңді стратегиясының басымдықтарының бірі көлік инфрақұрылымын дамыту болып табылуда. Бұл мұнай құбырларын, магистралды трассалар, темір жолдар, теңіз және өзен терминалдары, әуежайлар құрылысы. Басқаша айтқанда - бұл дамыған байланыс торабын құру.

Төртіншіден, адам ресурстарына капитал салу. Қазақстанның тұрғын халқының білім алу деңгейінің жетіктігі әрқашан оның интеллектуалдық әлеуетінің айрықша белгісі болатын. Бұл фактор республиканың бәсекелестікке қабілеттілігінің импульсивті негізін көрсетеді. Кадр әлеуетін қалыптастыру мен жеке тұлғаны дамытуға бағыттанған инвестициялар ең тиімді инвестициялар болып табылатындығы бұрыннан есептеліп келуде.

Инвестициялық қызметті басқаруда жоғарыда келтірілген қағидаларды тиімді және саналы қолдану, соңдай-ақ, елдіні потенциалды мүмкіндіктерін барынша ескеру, шетелдік және отандық инвестициялар үшін де қолайлы, тартымды атмосфера жасайды.

Шетел инвестицияларын тартудың тарту арналары мен нысандары бар.

Қазақстандағы шетел капиталы 3 арна бойынша түседі:

- экспорттық несиелер: инвестициялық және тауарлық;
- дамуға ресми көмек: қаржылық және техникалық;
- инвестициялар: тікелей және портфельдік.

Кредитор (несие беруші) – елден тауарларды немесе қызметтерді сатып алу шарты бар экспорттық несиелер . Инвестициялық несиелер технологияны, жабдықты және басқаны жеткізіп беру мақсатымен, ал тауарлық несие - дайын тұтыну тауарларын жеткізіп беру шартымен беріледі.

Дамытуға ресми көмек мемлекетке өкімет аралық деңгейде көрсетіледі. Мұнда техникалық көмек дегенде - әр түрлі салаларда қызмет көрсету: оқыту, кенесі беру, жұмысты ұйымдастыру мен оқыту барысында қолданатын жабдық кіреді.

Инвестициялар республика экономикасы шетел капиталының ағымы ретінде түсіндіріледі. Олардың 2 нысаны бар:

- тікелей;
- портфельдік.

Олардың біріншісі, кәсіпкердің өзіне тәуекел ала отырып, республика экономикасына шетел капиталын салуы, ал екіншісі, фиктивті капиталға акциялармен басқа да құнды қағаздарға қаржы қаражат салу.

Алушы ел үшін тікелей инвестициялардың басқа нысандармен салыстырғанда бірталай артықшылықтары бар. Біріншіден, олардың кейбір нысандары алатын жаққа ескірген технологиялармен техника әкелу мүмкіндігіне жол бермейді; екіншіден, олар елдің сыртқы қарызын құру және өсірумен байланысты емес; үшіншіден, олар ең бастысы тауарлармен қызмет көрсетулер өндіруге, өндірісті ұйымдастырумен басқарудың, маркетингтің, ноу-хаудың алдыңғы қатарда әдістеріне бағытталады. Соңында олар республика экономикасының әлемдік интеграциясына халықаралық экономикалық қатынастарын дамуына тікелей ықпалын көрсетеді.

Барлық сфералар мен салаларды қолданатын тікелей инвестициялардың ең таралған нысаны бірлескен кәсіпорындар (БК) болып табылады. Қабылдаушы жақтың табысы өнімнің өз үлесінен, роялтиден (нақты тұрақты төлемдер; марапаттау болып табылады) және шетел серіктесінің табысына салынған құралады.

Тікелей шетел инвестициясының нысанын өнім бөлінісі (Продакшн - ширинг) ат-

қарады. Бұл нысан экспорттық салалармен өзгерістерде кенінен қолданылуы мүмкін, ішкі нарыққа жұмыс істейтін салалармен өндірістерде біршама шектелген бұл тенгенің толық айыр бастылығының жоқтығымен байланысты.

Республикада шетел кәсіпорындарын құру сияқты тікелей инвестициялардың басқа да нысандары бар. Ең алдымен, жекешелендіруге қатысы арқылы әрекеттегі кәсіпорындарды сатып алу немесе жаңаларын салу. Соңдай-ақ, шетел инвестицияларының нысаны кепілдеген ақшалай сыйлық үшін жұмысты жекелеген түрлерін (темір жолдар, өткізгіш құбырлар салу (трубопровод) геологиялық барлау және басқа) шетел мердігерлері жүзеге асыратын, техникалық қызмет көрсетулер туралы келісім, басқару келісім шарттары (өндірісті ағымдық басқару) бола алады.

Бұрын айтылғандай, тікелей инвестицияларды тару үшін тартымды жағдайлар жасау бойынша жедел шаралар республикада қабылдануда, бұл олардың көбеюі үшін шынайы мүмкіндіктер береді.

Қазақстан республикасы Президентінің тұжырымдауынша халқыны жаң басына шаққандағы тікелей шетел инвестицияларын тарту деңгейі бойынша Орталық және Шығыс Еуропа елдерінің, соңдай-ақ ТМД-ның алғашқы бестілі сенімді түрде кіреді.

Шетел инвестицияларын тартуды басқа нысандары шетел компанияларына республика кәсіпорындарының акцияларын сату; шетел мемлекеттері жеке компаниялар беретін инвестициялық қарыздар мен несиелер бола алады.

Ең бірінші кезекте, шетел инвестицияларының негізгі бағыттары капитал сыйымдылығы жоғары салалар мен өзгерістер, ең бастысы мемлекеттік сектор арқылы экспортқа бейімделген ірі кәсіпорындар болып табылады. Республика экономикасына шетелдік капитал салымдарының негізгі бағыттарының бірі - шағын мен орта кәсіпкерлік сферасы болып табылады. Мұнда салалар инвестициялар басымдылықты объектілерге өндірістер мен аймақтарға бағытталуының тиіс. Бұл басымдықтар республикада ресми түрде белгіленген.

Қазіргі кезеңде тікелей инвестицияның басымдылық маңызы мойындалып келеді.

Тікелей инвестиция әлемдік экономикаға және оның жүрегі халықаралық бизнеске елеулі әсер етеді. Экономикалық көзқарас және фирмалар тарапынан оған мыналар жатады:

- өзі үшін тұрақты нарықты тікелей қамтамасыз ету немесе үшінші ел нарығына шығатын басқыш ретінде қолдануы;

- өзінің «ішкі нарығын» құру, оның кейбір секторлары басқа елдерде орналасуы мүмкін;

- өз мүддесін аймақтық және кең ауқымды халықаралық деңгейде мемлекетаралық қатынастарға енгізу.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. «Инвестиция туралы» ҚР Заңы (Өзгертулер мен түзетулер енгізілген)
2. Назарбаев Н.А. Новое время - новая экономика // Казахстан и современный мир, 2016 г.
3. Теңізбаев Т.Т. Мемлекеттік басқару және мемлекеттік қызмет // Журнал, 2016.
4. Ілиясов Қ.Қ., Құлпыбаев С. Қаржы. - Алматы, 2015.
5. Сағындықов Е.Н., Жүнісов Б.А., Байжомартов Y.С., Комяши Б.И. Жалпы экономикалық теория. - Алматы, 2015.
6. Ерғалиев Ж. Қазақстан экономикалық, әлеуметтік және саяси жедел жаңару жолында // Жас Алаш, 2017 ж.
7. Сәдуақасов А. Экономикалық дамудың кепілі - инвестициясы // Заң газеті, №2, 2017 ж.
8. http / www.Google.kz.

УДК 316.422.44

ИННОВАЦИЯЛЫҚ ҚЫЗМЕТТІ МЕМЛЕКЕТТІК РЕТТЕУ МЕХАНИЗМДЕРІ

Ысқақ А., Абылайханова Т.А.

Автор туралы мәліметтер. Ысқақ Асқар - С. Аманжолов атындағы ШҚМУ-дың «Экономика» мамандығының магистранты, Абылайханова Тана Аблайхановна – экономика ғылымдарының кандидаты, С. Аманжолов атындағы ШҚМУ-дың аға оқытушысы.

Аннотация. Мақалада инновациялық қызметті мемлекеттік реттеу механизмдеріне талдау жасалынған. Индустриалды-инновациялық саясаттың негізгі бағыттары берілген.

Түйін сөздер. Инновация, ғылыми-техникалық революция индустриалды-инновациялық даму, экономика, технология.

Сведения об авторах. Ысқақ Асқар - магистрант специальности «Экономика» ВКГУ им. С. Аманжолова, Абылайханова Тана Аблайхановна – кандидат экономических наук, старший преподаватель ВКГУ им. С. Аманжолова

Аннотация. В статье рассмотрены механизмы государственного регулирования инновационной деятельности. Определены основные направления индустриально-инновационной политики государства.

Ключевые слова. Инновация, научно-техническая революция, индустраильно-инновационное развитие, эффективность, экономика, технология.

About the authors. Yskak Askar – graduate student of major “Economics” at EKSU named after S. Amanzholov, Abylaikhanova Tana – Candidate of Economic Science, Senior Professor at EKSU named after S. Amanzholov.

Annotation. The article deals with the mechanisms of state regulation of innovation activity. the main directions of industrial-innovative policy of the state are defined.

Keywords. Innovation, scientific and technical revolution, industrial and innovative development, efficiency, economy, technology.

Елдегі инновациялық қызмет Қазақстан Республикасының «Инновациялық қызметті мемлекеттік қолдау туралы» мен «Ғылым туралы» Заңдарымен реттеледі [1]. Инновациялық қызмет саласындағы қолданыстағы заңнаманың кемшілігіне елдің инновациялық - технологиялық дамуы саласындағы бірыңғай мемлекеттік саясатты қалыптастыру мен іске асыруға жауапты орталықтың болмауы және тиісінше мемлекеттік органдар мен институттар, ғылыми-зерттеу ұйымдары мен экономиканың нақты секторлар кәсіпорындары арасындағы бірыңғай инновациялық және үйлестіру стратегиясының болмауы жатады.

Индустриалды-инновациялық қызметті тікелей мемлекеттік реттеу ғылым мен техниканы дамытудың басым бағыттарын таңдау, «мәселелі технологиялар» қатарын анықтау, мемлекеттік бюджеттен жобалардың мақсатты қаржыландырылуы, мемлекеттік емес құрылымдармен жүзеге асырылатын жобалар мен бағдарламаларды қайта қаржыландырылуы, индустриалды - инновациялық қызметтің инфрақұрылымын қалыптастыру және басқа да шаралар негізінде іске асады. Индустриалды-инновациялық қызметті ынталандырудың жанама шаралары фискальдық әдістерді қолдануды, зияткерлік меншікті құру, беру және қорғау саласында нормативтік-құқықтық реттеуді, сондай-ақ, ғылыми білімді коммерциялауға қатысатын құрылымдарға қолайлы жағдай жасауды қамтиды.

Экономиканы мемлекеттік басқарудың жаңа стратегиясының негізгі бағыттарына мыналар кіреді: экономиканың мемлекеттік секторының қалыптасуы және нығаюы; артықшылықты бағыттар бойынша өнеркәсіптің өркендеуін мемлекеттік ынталандыру және индустриалды-инновациялық процессті қолдау; тауарлық, қаржылық және ақпараттық нарықтарды, сыртқы экономикалық процесстерді мемлекеттік реттеу; аймақтық деңгейде мемлекеттік басқару.

Мемлекеттік меншікті басқару, экономиканың мемлекеттік секторын басқарудың құрылымы. Қазіргі кезде негізгі ставканы реформа жылдары сатылуға ұшыраған мемлекеттік меншікті тиімді пайдалану жолымен мемлекеттің әсерін күшейтуге қою ұсынылып отыр. Бірақ одан алынған сомалар ЖІӨ-нің 1 пайыздан аз мөлшерін құрай отырып, мемлекеттік кірістерде шешуші рөл атқармайды. Мемлекеттік меншіктен түскен барлық дивидендтер 400 млрд. теңгені құрады. 2009 жылы дивидендтер түсімі күрт азаяды, оның мөлшері бюджет кірісінің 0,03%-нан аспайды. Осылайша, әлі де аз емес мемлекеттік меншік мемлекетке кіріс әкелмейді.

Индустриалды-инновациялық процесстерді мемлекеттік қолдау. Ғылыми-техникалық революция кезеңіндегі экономиканы мемлекеттік реттеудің тиімділігі көбіне оның индустриалды-инновациялық процеске әсерімен анықталады. Басқарудың орталықтанған жүйесінің негізгі артықшылығы ресурстар және ғылыми кадрлардың стратегиялық индустриалды-инновациялық бағыттарда шоғырлану мүмкіндігі болып табылады. Алдыңғы қатарлы елдер инновациялардың оптималды конвергентті жүйесіне жеткілікті түрде жақын келді. Олардың көпшілігі ғылым мен жаңашылдықтың өндіріске қатысты озық өсуі арқасында дамудың жоғары деңгейіне қол жеткізді. Сонымен қатар, Жапония сияқты елдер тарихтың қиын кезеңдерінің өзінде өндірістің болашақтағы өсуіне маңызы зор екенін ескере отырып, ҒЗТКЖ-ға қаржы бөлуді өсірді. Экономиканың мүшкіл жағдайына қарамай бюджеттік қаржыландырудың статьяларына сәйкес, қаржыландырумен қамтамасыз ете отырып, сол стратегиялық жолғы түсу керек [2].

Тауар, қаржы және ақпарат нарығын мемлекеттік басқару. Нарықтардың мемлекеттік басқарылуы экономиканы мемлекеттік басқарудың неғұрлым дамыған бөлігін құрайды. Нарықтың қай түрі болмасын әрқашан және барлық елдерде болған және мемлекет құрылған кезден бастап басқарылып келген.

Қазіргі кезеңнің шынайылығы нарықтарды басқаратын ақпараттық - қаржылық жаңа институттардың құрылуы мен қаржылық және ақпараттық нарықтардың көлемінің ұлғаюы мен маңыздылығының күрт күшеюі болып табылады. Бұл бағыттағы алдыңғы қатарлы елдерден әлдеқайда артта қалған Ресей жинақталған тәжірибені қолдана алады. Салалар мен кешенді салалар сияқты, соларға сәйкес нарықтар да елдің ұлттық және экономикалық қауіпсіздігіне маңыздылығы деңгейіне байланысты жіктеледі, компанияларындағы потенциалдың аталған нарықты шетел бәсекелестерінен жеңіп алу және сәйкес нақтықта ары қарай бекіту үшін қолданылуы маңыздылығына байланысты да жіктеледі. Жіктеу бағанасындағы алатын орнына байланысты сыртқы экономикалық қызметтің мемлекеттік басқарылуының үгісі таңдалады: шамалы протекционизмнен толық ашықтыққа дейін және тікелей мемлекеттік басқарудың қажетті деңгейі.

Мемлекет ішкі нарықтың 60-70 пайызын бақылайтын 3-4 ғылыми - өндірістік корпорациялардың құрылуына септігін тигізеді. Стратегиялық өмірлік маңызы бар нарықтар үшін бұл мемлекеттік холдинг формасына ие болу керек. Мақсатты түрде бәсекелестікке түсе алатын және өнім сапасын әлемдік деңгейге жеткізе алатын шетел ТҰК-рын кейбір нарық түрлеріне тарту [3].

Аталған нарықты басқаратын мемлекеттік орган (министрлік, мемлекеттік комитет) оған қатысушыларды лицензиялайды және нарықтағы қарым-қатынас ережелерінің орындалуын және нормативтердің орындалуын бақылайды. Стратегиялық маңызы бар немесе өмірлік қамтамасыз етуші нарықта холдинг өнімді сатып алу және тауарлық интервенция жолымен мақсатты бағаны сақтауға бағытталған мемлекеттік саясат жүргізеді. Экспортқа бейімделген жоғары технологиялы салалар үшін мемлекет мемлекеттік холдинг шеңберінде маркетингпен және тауарды сыртқы нарықтарға өткізумен айналысатын арнайы компаниялар құрады.

Тауарлық нарықтың басқарылуы көбінесе қаржы нарығын басқару арқылы анықталады. Сонымен қатар экономиканың өсуінің ең қажет шарты ұлттық валютаның долларға және басқа валюталардың орташа бағамына қатысты тұрақтылығы ғана емес, мемлекет тарапынан оның өзгергіштігін болжау болып табылады.

Алдыңғы қатарлы елдердің қаржы нарығы олардың ішкі нарықтарының жоғары кө-

лемін сақтауда маңызды орын алады, ЖІӨ-нің 50% құрайды. Біздің қор нарығының көлемі, әсіресе, акциялар нарығы қазіргі заманғы өнеркәсіп деңгейіне сай келмейді. Көптеген компанияларда өз акцияларын нарықта жылжыту үшін тәжірибе және қаражат жетіспейді, сондықтан осы кезеңде мемлекет компания активтерін кеңейтуге, олардың акцияларын алғашқы орналастыруда көмектесуі қажет.

Мемлекет экономиканы бақылау және басқаруды қамтамасыз ету үшін ақпараттық нарықтарға бақылау орнату бойынша келесі іс-шараларды жүзеге асыруы керек: негізгі тауар нарықтарын ақпараттық қамтамасыз ету, нарық қатысушыларын лицензиялауды, пайдаланылған ақпаратты сертификациялауды және т.б. қамтамсыз ету.

Аймақтық деңгейде мемлекеттік реттеу. Реттеуді мемлекеттік басқарудың проблемасы аймақтық саясатпен тығыз байланысты. Реформалардың бастапқы кезеңінде республика шегінде аймақтарға максималды дербестік беру көзделді. Бірақ аймақтарға трансферттерге және аймақтық бюджеттерге бақылаусыз иелік ету құқығын беру кейбір аймақтарда қаражатты тиімсіз пайдалануға әкеп соқты. Аймақтарда биліктің шектеу қою әрекеттері республика субъектілерінің қарсылығына ұшырады, олардың бір бөлігі ерекше шарттарға қол жеткізді. Ол сепаратизм және республиканың конфедерацияға айналу қаупін туғызды. Оның алдын алу экономиканы мемлекеттік басқарудың міндеттерінің бірі болып табылады. Бірегей экономикалық кеңістікті нығайту үшін аймақ аралық саудада кездесетін шектеулердің барлығымен күресу керек [4].

Экономиканы мемлекеттік басқару стратегиясын институционалды қамтамасыз ету. Экономиканы мемлекеттік басқарудың жаңа саясатын жүргізу ресми және бейресми институттардың жетілуін болжайды. Басқарудың және реттеудің мемлекеттік стратегиясын нормативтік-құқықтық қамтамасыз ету келесі іс-шараларды қарастырады:

- мемлекеттік компанияның мәртебесін және оған қатысты мемлекеттің құқын «Мемлекеттік компаниялар туралы» заңда анықтау;

- «Экономикадағы мемлекеттік меншік туралы» заңда мемлекет меншігі бар акционерлік қоғамдарға қатысты мемлекеттің ерекше құқықтарын талдау;

- ғылыми ұйымдардың, индустриалды-инновациялық қорлардың, венчурлік фирмалардың, инновация саласындағы мемлекеттік органдардың қызметтерін регламенттеуші индустриалды-инновациялық кодексті жасауды жылдамдату;

Мемлекеттің ақпараттық нарықтағы қызметін, оның нарыққа қатысушыларды лицензиялау, нарықтық ақпаратты сертификациялау құқықтарын регламенттеуші заңдар және мемлекеттік актілер кешені қажет.

Заң шығару базасын, ынталандырудың сенімді жүйесін және ақпараттық технологиялардың, глобалды компьютерлік жүйенің, тиімді байланыстардың дамуының бірінші кезекті міндеттерінің шешілу кепілдіктерін жетілдіру қажет. Экономиканы стратегиялық басқару реформаларының жаңа кезеңін идеологиялық қолдаумен айналысатын арнайы мемлекеттік орган құру қажет.

Нақты нарықты реттеудің минималды қажетті шекаралары ақша айналымын ұйымдастырумен, қоғамдық тауарларды өндірумен және сыртқы әсерлерді жоюмен анықталады. Экономикаға мемлекеттің араласуының максималды мүмкін болатын шекаралары кірістерді қайта бөлумен, жұмысбастылық деңгейін қамтамасыз етумен, монополия және инфляцияға қарсы әрекет етумен, фундаменталды зерттеулерді дамытумен, аймақтық саясатты жүргізумен, әлемдік нарықта ұлттық мүдделерді іске асырумен анықталады [5].

Мемлекет өз қызметтерін экономикалық және әкімшілік әдістерді қолдану арқылы жүзеге асырады. Олар өзара байланысты және сонымен қатар қарама-қарсы болып табылады. Әкімшілік әдістерді қолдану тиімді, әрі нарықтық механизмге қарсы келмейтін облыстар бар. Мемлекет ұсынатын қоғамдық тауарлар ақшалай нысанда өлшеу мүмкін емес және осыған байланысты нарық өндіре алмайтын ұжымдық қажеттіліктерді қанағаттандыруға арналған.

Индустриалды-инновациялық қызметтің дамуы негізгі және қолданбалы ғылымның жағдайына және ғылыми-техникалық әзірлемелердің коммерциялық қажеттілігіне тікелей байланысты. Қазақстан индустриясы халық шаруашылығының индустриализация

деңгейін, егеменді ел экономикасының нақтылығы мен перспективасын, қазіргі әлемдік шаруашылықтағы орны мен рөлін ақтайтын басты фактор болып табылады.

Мемлекеттің ғылыми-техникалық прогреске қатынасын сипаттайтын көрсеткіштердің бірі – ғылымды қаржыландыру көлемі болып табылады.

Индустриалды-инновациялық дамудың басымдықтарын таңдаудың әдістемесі және НИОКР мен индустриалды-инновациялық әдістері әрбір елде әртүрлі жүзеге асырылады. Олар экономикалық дамудың ішкі және сыртқы жағдайларына байланысты үнемі өзгерістерге ұшырап отыратын, мемлекеттік саясаттың стратегиялық бағыттарына сәйкес келуі тиіс.

Индустриалды-инновациялық бағыттағы ғылыми-техникалық қызметті қолдау барлық елдерде нарықтық экономика принциптеріне сәйкес жүзеге асырылады. Қаржылық көмек көрсету принципі елдің технологиялық дамуындағы олқылықтарды толтыруға бағытталған жұмыстарды қолдау болып табылады. Зерттеулер мен әзірлемелерді қолдау мемлекеттің нарықта қалыптасқан өз фирмаларының арасында қарым-қатынастарды сақтай отырып, тек жалпы қол жетімділік ғылыми-техникалық өнімге субсидия беруді құрайды.

Ғылыми-техникалық зерттеулер мен әзірлемелерді қолдау бойынша тиісті іс-шаралар әртүрлі агенттіктердің, несиелік және инвестициялық мекемелердің қызметімен түрлі мемлекеттік органдар іске асырады.

Дамыған елдерде индустриалды-инновациялық саясатты қалыптастыруға жүйелі бағыттылықты қолдану маңызды болып табылады және әлемдік экономиканың даму қарқындылығының мынадай ерекшеліктерін қамтиды:

- әлемдік индустриалды-инновациялық дамуда сапалы адами капитал үшін бәсекелестік, жоғары білікті персоналдың мобильдігі индустриальды-инновациялық білімнің таралу процесін қамтамасыз етеді;

- индустриалды-инновациялық белсенділікті әрі қарай дамытуда ақпараттық технологияларды пайдалану өзекті болып қалып отыр;

- жаһандану компаниялардың технологиялардың жоғары деңгейінде бәсекелесуіне және сондай-ақ инновацияға мамандандырылуы мен локализацияларға ынталандырады.

Индустриалды-инновациялық саясатты жүйелі бағытпен іске асырған елдер қысқа мерзім ішінде тиімді ұлттық индустриалды-инновациялық жүйе құрды. Ол мемлекеттің, бизнестің, ғылымның өзара қатынас механизмін қамтыды және ЖІӨ-дегі ғылыми сыйымдылық көлемінің өсуіне қол жеткізді.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. «Инновациялық қызметті мемлекеттік қолдау туралы» Қазақстан Республикасының 2006 жылғы 23 наурыздағы № 135 Заңы // Егемен Қазақстан. – 2006. – 31 наурыз.
2. Алпысбаев С.Н. Жизненный цикл инноваций: рамки теоретического анализа / Саясат. – 2010. – № 3. – С. 49–54.
3. Есентугелов К. Инновационный малый бизнес // АльПари. – 2010. – №6. – С. 15 – 18.
4. Нестеренко А. Современное состояние и основные проблемы институционально-эволюционной теории. // Вопросы экономики. – 2009. - № 3. – С. 42-57.
5. Баймуратов У.Б. Национальная экономическая система. – Алматы: «Ғылым», 2000.

УДК 330.1(574)

БИЗНЕС-ЖОСПАР ЖӘНЕ ОНЫҢ БИЗНЕСТІ ДАМЫТУДАҒЫ РӨЛІ

Мамырбекова Д.С., Сактаева А.А., Нұржан К.

Авторлар туралы мәліметтер. Мамырбекова Динара Самаркановна - бизнес кафедрасының аға оқытушысы, Қазақстан-Американдық еркін университеті. Сактаева Альмира Абешевна - экономика ғылымдарының кандидаты, аға оқытушы С. Аманжолов атындағы ШҚМУ. Нұржан

Керейхан - «Экономика» мамандығының студенті С. Аманжолов атындағы ШҚМУ.

Аннотация. Мақалада бизнес жоспардың мәні маңызы және элементтерімен үдерісі жанжақты қарастырылған. Бизнес жоспар кез келген фирманың даму әлеуетін бағалаудың, жобалаудың негізгі құралы. Осы арқылы кәсіпорындар болашаққа тұрақтылық пен сенімділікті қамтамасыз етеді.

Түйін сөздер. Бизнес жоспар, бизнесті дамыту, бизнес жоспар элементтері, бизнес жоспарлау үдерісі.

Сведения об авторах. Мамырбекова Динара Самаркановна – старший преподаватель кафедры бизнеса Казахстанско-Американского свободного университета. Сактаева Альмира Абешевна – кандидат экономических наук, старший преподаватель ВКГУ им. С. Аманжоловна. Нұржан Керейхан – студент специальности «Экономика» ВКГУ им. С. Аманжоловна.

Аннотация. В статье подробно рассматриваются суть и элементы бизнес-плана. Бизнес-план является ключевым инструментом для оценки потенциала развития любой фирмы. Благодаря этому предприятия обеспечивают стабильность и надежность в будущем.

Ключевые слова. Бизнес-план, развитие бизнеса, элементы бизнес-плана, процесс бизнес-планирования.

About the authors. Mamyrbekova Dinara – Senior Professor at Business Department in Kazakh American Free University. Saktayeva Almira – Candidate of Economic Science, Senior Professor of EKSU named after S. Amanzholov. Nurzhan Kereikhan – undergraduate student of major “Economics” at EKSU named after S. Amanzholov.

Annotation. The article discusses in detail the essence and elements of the business plan. The business plan is a key tool for assessing the development potential of any firm. Thanks to this, the enterprises provide stability and reliability in the future.

Keywords. Business plan, business development, elements of the business plan, business planning process.

Нарықтық экономика жағдайында кәсіпкерлік қызметті ұйымдастыру үшін негіз фирманың даму әлеуеті бағаланып, жобаланатын бизнес-жоспар болып табылады. Бұл фирманың кәсіпкерлік қызметінің барлық аспектілерін (нарықты зерттеуден персоналды басқаруға дейін) көрсетеді, жұмыстың бағыттары толық негізделеді және ықтимал проблемаларды шешу жолдары айқындалады. Тәжірибе көрсеткендей, нақты мақсаттарда қойылған мақсатты жүзеге асыратын теңгерімді және үнемі жаңартылған бизнес-жоспардың жоқтығы компанияның басқару жүйесіндегі кемшіліктерді көрсетеді және қаржы ресурстарын тарту мүмкіндіктеріне теріс әсер етеді. Қазақстан экономикасының даму тарихы, нақты кәсіпорындардың экономикалық дағдарыс кезінде төтеп беруге қабілетті екендігін көрсетіп, нарықта өз қызметінің ауқымын кеңейту үшін алғышарттар жасайтын көптеген мысалдар бар, олар басқару механизміне жоспарланған қағидаттарды енгізу.

Бизнес-жоспар компанияның даму стратегиясын анықтайтын кешенді құжаттардың бірі болып табылады. Сонымен бірге ол компанияның дамуының жалпы тұжырымдамасына негізделген, стратегияның экономикалық және қаржылық аспектілерін егжей-тегжейлі қарастырады, белгілі бір қызметтің техникалық-экономикалық негіздемесін ұсынады. Бизнес-жоспар тиімді менеджмент пен бизнес-жоспарлау үшін жасалады және кәсіпорынның тиімділігін анықтайтын кәсіпорындарды басқарудың негізгі құралдарының бірі болып табылады. Бизнес-жоспар кез-келген кәсіпорынның жұмысының негізі болып табылады, сонымен бірге мүліктік қауіпсіздікпен бірге инвестицияларды тартудың минималды кепілдіктеріне енгізіледі.

Компанияның бизнес-жоспарын жасау - сәнге деген құрмет емес, инвестордың құмарлығы емес. Инвестор егер сіз сапалы бизнес-жоспарды жасай алмасаңыз, оны шынымен де солай ете алмайтыныңызды анық түсінеді.

Бизнес-жоспар - белгіленген мақсаттарға жетуді қамтамасыз ететін алдын-ала жоспарланған, нақты келісілген, уақытша кәсіпкерлік іс-әрекеттердің іс жүзінде мүмкін болатын жүйесі. Кәсіпкердің өзі бизнес-жоспарды мәміленің жарамдылығы, сенімділігі жә-

не орындылығы туралы дәлелдеме ретінде талап етеді. Бизнес-жоспар ағымдағы және келешектегі кезеңдер үшін компанияның қызметінің үш негізгі бөлігін анықтайды: маркетингтік зерттеу; коммерциялық қызметтің мақсаттары мен міндеттерін негіздеу; экономикалық негіздеменің негізгі бөлімдерін әзірлеу. Бизнес-жоспар кәсіпорынның және жұмыс істейтін ортаны, сондай-ақ оның мақсаттарына қол жеткізе алатын басқару және басқару жүйесін қамтитын сипаттамасы болып табылады.

Ең дұрысы, бизнес-жоспарды жобаға қатысатын адамдар жазуы керек және авторлардың табиғаты мен олардың кәсіпкерлік жобасының (кәсіпорынның) ерекшеліктерін айқындауға тиіс. Жалпы, бизнес-жоспар төмендегілерге ықпал етуі тиіс: кәсіпорынның шаруашылық қызметінің мақсаттарын айқындау; белгіленген мақсаттарға жету үшін стратегия мен тактиканы дамыту; экономикалық қызметтің нәтижелерін өлшеу жүйесін құру; кәсіпорындарды басқару жүйесін құру; кәсіпорынның күшті және әлсіз жақтарын бағалау, сондай-ақ оны дамытудың баламалары.

Бизнес-жоспар кәсіпорынның таяу болашақта да, болашақта да қажет болатын мақсаттары мен міндеттерін сипаттайды. Онда ағымдағы жағдайды бағалау, жобаның күшті және әлсіз жақтары, нарықты талдау және өнім немесе қызмет тұтынушылары туралы ақпарат бар.

Бизнес-жоспарды әзірлеудің өзектілігі: жобаның бәсекеге қабілетті ортада өміршеңдігін анықтауға мүмкіндік береді; нұсқаулық бар, жоба қалай (кәсіпорын) дамуы керек; сыртқы инвесторлардан қаржылық қолдау алудың маңызды құралы болып табылады.

Әлемдік тәжірибе шектеулі ресурстар мен өнімдерді бөлудің үш жолмен тиімді түрде жүзеге асырылуын растайды:

- нарықтық өзін-өзі реттеу негізінде;
- тиісті жоспарлау тетіктері жүйесі;
- нарықтық және жоспарлы принциптерді бір мезгілде қолдану арқылы.

Нарық тұтастай жоспарлаудан басым емес және мүлдем бас тартпайды, бірақ оны бірінші кезекте бастапқы өндірістік байланыстарға - кәсіпорындар мен олардың бірлестіктеріне ауыстырады. Нарықтық ортада тұрақты кәсіпорындар бәсекелестікті жоспарлаудың артықшылықтарын кеңінен қолданады.

«Жоспар немесе нарық» деген келіспеушілік жоқ және «және нарық пен жоспар» интегративтік формуласы өз мәні бойынша кәсіпкерлердің жеке мүдделерін, сондай-ақ жалпы аймақтық және мемлекеттік тапсырмаларды толығымен қанағаттандырады.

Бизнес-жоспарлау мүмкіндігі:

- мақсаттарға қол жеткізу жолдары мен құралдарын анықтау;
- компанияның бәсекелестік артықшылықтарын барынша пайдалануға;
- қате әрекеттерге жол бермеу;
- экономиканың, технологияның және технологияның жаңа үрдістерін қадағалау және оларды өз қызметінде пайдалану;
- жобаның негізділігін, сенімділігін және орындылығын дәлелдеу және көрсету;
- компанияның әлсіз тұстарының әсерін азайту;
- капиталдың және ақшаның қажеттілігін анықтайды;
- тәуекелдердің әр түрлі түрлеріне қарсы қорғаныс шараларын уақтылы қабылдау;
- өз қызметінде инновацияларды толыққанды пайдалану;
- кәсіпорынның өндірістік және коммерциялық қызметінің нәтижелерін бағалаудың мақсаты;
- кәсіпорынның даму бағытының экономикалық негізділігін (жобаның стратегиясы) негіздеу [1].

Ең жалпы жағдайда, жоспар - бұл нәрсенің бейнесі, қалаған болашақтың үлгісі немесе белгіленген мақсаттар мен міндеттерге қол жеткізуге бағытталған шаралар жүйесі. Қазіргі уақытта жоспарлардың ең көп таралған түрлерінің бірі ретінде бизнес-жоспар болып табылады:

- өз жұмысын ұйымдастыру үшін кәсіпкердің жұмыс құралы;
- шығыстар мен кірістерді бағалауды көздейтін, бизнес-жобаны іске асыруға арнал-

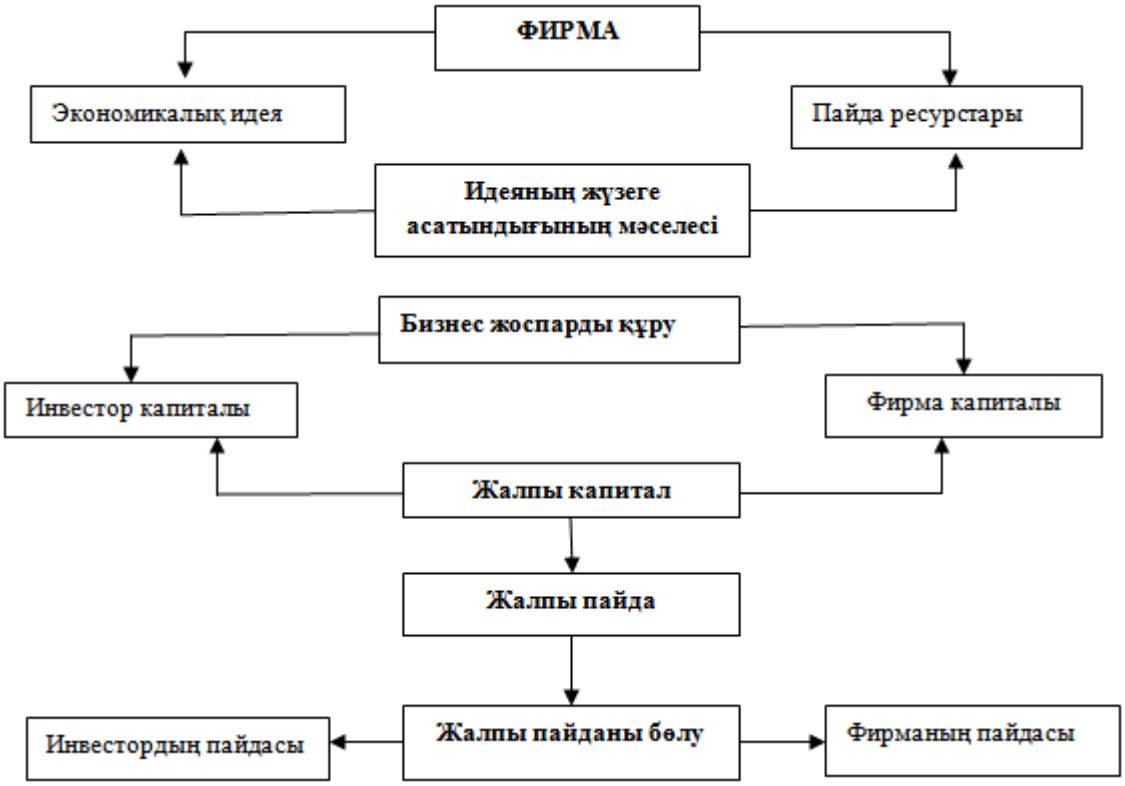
ған кеңейтілген бағдарлама (рационалды түрде ұйымдастырылған шаралар, іс-әрекеттер);

- кәсіпорын қызметінің дамуының негізгі аспектілерін сипаттайтын құжат;
- белгілі бір нарықтағы бизнестің белгілі бір бағытын зерттеу және негіздеу;
- бизнес-жоспарлау функциялары мен принциптері.

1-сурет. Бизнес-жоспардың мақсаты және оның негізгі элементтері [2]

Басқарудың қажетті элементі ретінде бизнес-жоспарлау кәсіпкерлік қызмет жүйесінде бірқатар маңызды функцияларды орындайды, олардың ішінде ең маңыздысы:

- бастама - жоспарланған іс-шараларды, жобаларды және мәмілелерді жандандыру, ынталандыру және ынталандыру;
- болжау - факторлардың жиынтығын талдау мен есепке алу процесінде фирманың қалаған күйін болжау және негіздеу;
- оңтайландыру - белгілі бір әлеуметтік-экономикалық ортада кәсіпорынның дамуына рұқсат етілген және ең жақсы нұсқасын таңдауды қамтамасыз ету;
- үйлестіру және интеграция - компанияның барлық құрылымдық бөлімшелерінің ортақ жалпы нәтижеге бағдарланған өзара байланысын және өзара байланысын ескере отырып;
- қауіпсіздік менеджменті - жағымсыз салдарларды азайту немесе болдырмау үшін алдын-алу шараларын уақтылы қабылдау үшін ықтимал қауіптер туралы ақпарат беру;
- оңтайландыру - сәтті жұмыс және жауапкершілік үшін жалпы ортақ тәртіпті құру;
- бақылау - жоспарды іске асыруды жылдам бақылауға, қателерді және ықтимал түзетулерді анықтауға;
- тәрбиелеу және оқыту - қызметкердің мінез-құлқы туралы ұтымды жоспарланған іс-әрекеттердің мысалдарына және олардың қателіктеріне де оқыту мүмкіндігіне қолайлы әсер етуі;
- құжаттама - іс-әрекеттерді деректі түрде көрсету, бұл компанияның басшыларының сәтсіз немесе қате әрекеттерінің дәлелі болуы мүмкін [3].



2-сурет. Бизнесті жоспарлау процесі [4]

Экономикалық ниеттің пайда болуынан оның қатысушыларының пайда алуына және бөлінуіне дейінгі бизнесті жоспарлау процесі осы 2 суретте келтірілген.

Бизнес-жоспардың дамуы келесі кезеңдерді қамтиды:

- Жобаның идеясын негіздеу. Жобаның негізгі сипаттамалары. Жобаның мақсаттары және оның негізгі стратегиясы.
- Нарық туралы ақпаратты жинау және талдау. Маркетинг және өнімді сату.
- Өнім туралы ақпаратты жинау және талдау. Өнімнің сипаттамасы және олардың құрылымы, кәсіпорынның әлеуеті.
- Кәсіпорынның жағдайы мен мүмкіндіктерін талдау және саланың келешегі. Кәсіпорын сипаттамасы.
- Жобаға қолайлы ұлттық, салалық және дайындық факторлары.
- Экономикалық, өндірістік, қаржылық, әлеуметтік саясаттың контурлары.
- Аумақтарды, жабдықтарды, персоналды және басқа да ресурстарды қамтамасыз етудің қажеттілігі мен тәсілдерін анықтау. Өндірістік жоспар.
- Қажетті капитал мен қаржыландыру көздерін есептеу. Қаржылық жоспар.
- Жобаның бағыты мен ауқымын анықтау, тиімділікті есептеу. Жобаның бағыттары мен тиімділігі.
- Материалдарды іріктеу және қосымшалар жасау [5].

Бизнес-жоспар фирманың қызмет бағыттарының нақты бағыттарын анықтауға, сонымен қатар мақсатты нарықтарға және осы нарықтардағы фирманың орнын анықтауға көмектеседі, бизнес-жоспар ұйымның ұзақ мерзімді және қысқа мерзімді мақсаттарын, сондай-ақ стратегияны іске асыру үшін жауапты тұлғалармен қамтамасыз ету стратегиясын және тактикасын белгілейді, ұйымнан тұтынушыларға ұсынылатын тауарлар жазылып көрсетіледі.

Бизнес-жоспардағы ең маңызды нәрсе - нарықтың осы немесе басқа сегментінде сіздің мүмкіндіктеріңізді талдай білу. Менеджер компанияның әлеуетін қалай анықтауға және бағалауға болатынын білуі керек.

Бизнесті жоспарлаудың басты артықшылығы - компанияны дамыту перспективасын көрсететін дұрыс және сауатты бизнес-жоспары болып табылады, ол сатып алынған бизнесті инвестициялауға немесе жұмсамауға қатысты барлық сұрақтарға жауап бере алады.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Сергеев И.В., Шипицын А.В. Оперативное финансовое планирование на предприятии. - М.: «Финансы и статистика», 2002.
2. Финансовый менеджмент / Под ред. проф. Е.И. Шохина. – М., 2003.
3. Деловое планирование (Методы. Организация. Современная практика). Учеб. пособ. / Под ред. В.М. Попова. – М.: «Финансы и статистика», 2006.
4. Букаяков М.И. Внутрифирменное планирование. Учебник. – М.: «Инфра-М», 2000.
5. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы. - М., 2005.

УДК 332.12

ШАРУАШЫЛЫҚ СУБЪЕКТІЛЕРІНІҢ ҚАРЖЫЛАНДЫРУДЫ МЕМЛЕКЕТ ТАРАПЫНАН ҚОЛДАУЫ

Рахимов А.Б., Ашимова А.С.

Авторлар туралы мәліметтер. Rakhimov Azat – undergraduate student of major “Finance” at Kazakh American Free University. Ashimova Altynai – master of Economic Science, Senior Professor at Kazakh American Free University.

Аннотация. Шаруашылық жүргізуші субъектілердің қаржысы - бірыңғай қаржы жүйесінің құрамды бөлігі және айырықша сферасы болып табылады, оның орталықтандырылмаған бөлігін құрайды, материалдық және материалдық емес игіліктер жасалатын және елдің қаржы ресурстарының негізгі бөлігі қалыптасатын қоғамдық өндірістің басты буынына қызмет көрсетеді. Елдегі ақша қатынастарының аса маңызды сферасын, атап айтқанда, жасалатын қоғамдық өнімді, ұлттық табысты және ұлттық байлықты - халықтың қажеттіліктерін, өндірістік емес сфераның материалдық шығындарын қамтамасыз етудің көздерін алғашқы бөлуді қамтитындықтан бұл буынның қаржысы қаржылардың негізгі, бастапқы бөлігі болып табылады.

Түйін сөздер. Кәсіпорын; өндіріс; толық серіктестік; Сенім серіктестігі; Жауапкершілігі шектеулі серіктестік; Қосымша жауапкершілігі бар серіктестік; Акционерлік қоғам.

Сведения об авторах. Рахимов Азат Бауыржанович – студент специальности «Финансы» Казахстанско-Американского свободного университета. Ашимова Алтынай Сериковна – магистр экономических наук, старший преподаватель Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. Фонды субъектов хозяйствования являются неотъемлемой частью единой финансовой системы, которая представляет собой децентрализованную часть, служит основным направлением общественного производства, где создаются материальные и нематериальные выгоды и формируется основная часть финансовых ресурсов страны. Фонды этого поколения являются основным источником финансирования, поскольку наиболее важной сферой денежных отношений в стране, в частности, является первичное распределение общественных благ, национального дохода и национального богатства - потребностей населения, материальных затрат непроизводственной сферы.

Ключевые слова. Предприятие; производство; полное товарищество; коммандитное товарищество; товарищество с ограниченной ответственностью; товарищество с дополнительной ответственностью; акционерное общество.

About the authors. Rakhimov Azat – undergraduate student of major “Finance” at Kazakh American Free University. Ashimova Altynai – master of Economic Science, Senior Professor at Kazakh American Free University.

Annotation. Funds of economic entities are an integral part of a single financial system, which is a decentralized part, is the main direction of social production, where tangible and intangible benefits are

created and the main part of the country's financial resources is formed. Funds of this generation are the main source of funding, since the most important area of monetary relations in the country, in particular, is the primary distribution of public goods, national income and national wealth - the needs of the population, material costs in the non-production sphere.

Keywords. Company; Production; General partnership; limited partnership; limited liability partnership; partnership with additional liability; Joint-Stock Company.

Кәсіпорындар мен ұйымдардың мүлкін жалға бергенде айрықшалықты төлем – жалға берілген мүлік құнының амортизациялық аударымдарын, жалға беру мерзімінің өтуіне қарай объектілерді жөндеу үшін жалдаушының жалға берушіге беретін қаражаттарын, жалға алынған мүлікті қоғамдық қажетті пайдаланудан түсетін пайданың (табыстың) бір бөлігін (жалгерлік пайызды) кіріктіретін жалгерлік ақы қолданылады.

Өндірістің бастапқы қорларының қалыптасуына сәйкес шаруашылық қызметтің мынадай қаржылық нәтижелері бөлінеді және пайдаланылады: жалпы табыс, пайыздық табыс, дивидендтер, үлестік табыстар, бюджеттің (бюджеттік кредиттердің) және бюджеттен тыс қорлардың шығыстарын өтеу.

Үлестік жарна негізінде жұмыс істейтін кәсіпорындардың - шаруашылық серіктестіктерінің, кооперативтердің, бірлескен кәсіпорындардың қаржысын ұйымдастыру мұндай кәсіпорындар қаржысының қалыптасу және алынған табыстарды әрбір қатысушының мүліктегі үлесіне сәйкес кейінгі бөлудің ерекшеліктерімен анықталады. Мұндай кәсіпорындардың құрылтайшылары мен қатысушылары өздерінің салымдарын ақша қаражаттары, мүліктің әр түрлі түрлері (үймереттің, ғимараттың, жабдықтың және басқаларының), мүлікті құқықтар (жерді, табиғи ресурстарды, мүлікті, зияткерлік (интеллектуалдық) меншікті пайдалану құқықтары) түрінде жүзеге асырады.

Қазақстан Республикасы Президентінің "Шаруашылық серіктестіктері туралы" заң күші бар жарлығына сәйкес шаруашылық серіктестігі - жарғылық капиталы құрылтайшылардың (қатысушылардың) салымдарына (үлесіне) бөлінген, өз қызметінің негізгі мақсаты пайда түсіру деп есептелетін және заңды тұлға болып табылатын коммерциялық ұйым. Шаруашылық серіктестіктің мынадай нысандары белгіленген:

1) толық серіктестік;
2) сенім серіктестігі;
3) жауапкершілігі шектеулі серіктестік;
4) қосымша жауапкершілігі бар серіктестік;
5) акционерлік қоғам.

Толық серіктестіктің пайдасы мен залалдары қатысушылар арасында, егер құрылтайшылардың шартында немесе қатысушылардың келісімінде өзгеше белгіленбесе, олардың серіктестіктің жарғылық капиталындағы үлесінің мөлшеріне бара - бар бөлінеді; сенім серіктестігі мен жауапкершілігі шектеулі серіктестікте де осылай бөлінеді.

Акционерлік қоғамдар туралы Қазақстан Республикасының заңына сәйкес өзінің қызметін жүзеге асыру үшін қаражаттарды тарту мақсатымен акциялар шығаратын заңи тұлға акционерлік қоғам деп танылады.

Қаржы қатынастарының акционерлік қоғамға сәйкес белгілі бір ерекшеліктері акцияларды өндірістік және коммерциялық қажеттіліктерді қаржыландыру ретінде қолданғанда көрінеді. Бұған акционерлік қоғамдар қызметінің ұйымдық нысандарының әр алуандығы (халықтық акционерлік қоғам) мүмкіндік туғызады. Қаржыны ұйымдастыруға акциялар категорияларының (кәсіпорынның акциялары, еңбек ұжымының акциялары, акционерлік қоғамдардың акциялары), олардың түрлерінің (артықшылықты, жай акциялар) әр алуандығы әсер етеді.

Акционерлік қоғамның баланстық таза табысы заңнамамен қарастырылған тәртіппен анықталады. Таза табыс (салықтарды төлегеннен кейін) қоғамның қарамағында қалады және акционерлердің арасында дивидендтер түрінде бөлінеді, резервтерге, өндірісті дамытуға немесе қоғам жиналысының шешімімен қарастырылған өзге мақсаттарға ауда-

рылады.

Меншіктің акционерлік нысаны экономикалық жағынан дамыған елдерде тиімді жұмыс істеуде және дүниежүзілік практикада көпшілікке танылған нысан болып табылады. Ол ұсақ меншік иелерінің көпшілігін - акция ұстаушыларды қазіргі кезеңде кәсіпорындардың немесе салалардың қаражаттарын неғұрлым тиімді қалыптастыруға қатысуға араластырады (тартады), қаржы ресурстарының қызметтің аса басымырақ сфераларына қайта құйылығына мүмкіндік жасайды. Акционерлік нысанның құндылығына қаражаттардың жеке иелері үшін, тіпті жеке қаржы институттары үшін қиын болатын жеткілікті ірі кәсіпорындарды құру мүмкіндігі жатады. Акционерлік кәсіпорынның көлемі тек оның нарықтық сұранымның ауқымымен, басқарушылықпен, рыноктың даму перспективаларымен ғана сәйкестенеді.

Экономикада едәуір орынды мемлекеттік сектор алады. Бұл секторда кәсіпорындардың мынадай түрлері жұмыс істейді:

1) шаруашылық жүргізу құқығына негізделген кәсіпорындар; бұл құқық мүлікті мемлекеттен меншік иесі ретінде алған және осы мүлікті иелену, пайдалану және оған билік ету құқықтарын заңнамада белгіленген шекте жүзеге асыратын мемлекеттік кәсіпорынның заттық құқығы болып табылады;

2) жедел басқару құқығына негізделген (қазыналық кәсіпорын) кәсіпорындар. Бұл құқық қазыналық кәсіпорынның меншік иесінен алған және өз қызметінің мақсатына, меншік иесінің тапсырмалары мен мүліктің мақсатына сәйкес заңнамалық актілерде белгіленген шекте сол мүлікті иелену, пайдалану және оған билік ету құқығын жүзеге асыратын заттық құқық болып табылады.

Мемлекеттік меншіктің түріне қарай кәсіпорындар:

1) республика меншігіндегі кәсіпорындар - республикалық мемлекеттік кәсіпорындар;

2) коммуналдық меншіктегі кәсіпорындар - коммуналдық мемлекеттік кәсіпорындар болып бөлінеді;

Басқа мемлекеттік кәсіпорын құрған мемлекеттік кәсіпорын еншілес мемлекеттік кәсіпорын болып табылады.

Мемлекеттік кәсіпорын үшін мемлекеттің тапсырмасын орындау міндетті болып табылады. Мемлекеттік кәсіпорындар қызметінің негізгі міндет-мақсаты (арналығы) қоғам мен мемлекеттің қажетіне қарай айқындалатын мынадай әлеуметтік-экономикалық міндеттерді шешу болып табылады, олар:

1) мемлекеттің қорғаныс қабілетін материалдық жағынан қамтамасыз ету және қоғам мүддесін қорғау;

2) экономиканың жеке меншік секторы қамтыған немесе жеткіліксіз қамтылған қоғамдық өндірістің сфералары мен салаларында бірінші қажеттіктегі тауарларды өндіру (жұмыстар атқару, қызметтер көрсету);

3) мемлекеттік монополияға жатқызылған немесе мемлекеттің функциясы болып табылатын сфералардағы қызметті жүзеге асыру. Кәсіпорынға қатысты уәкілді орган меншік иесінің және мемлекеттік басқару органдарының басқару функцияларын орындайды.

Меншік иесі кәсіпорынды құру, оның қызметінің предметі мен мақсаттары, қайта ұйымдастыру және тарату, мүліктің сақталуын бақылау мәселелерін шешеді. Меншік иесінің кәсіпорын мүлкін пайдаланудан түскен таза табыстың бір бөлігін алуға құқығы бар.

Меншік иесіне аударуға жататын таза табыстың үлесі уәкілді органның Қаржы министрлігімен келісілген пайданы бөлудің жыл сайын анықталатын таза табысты бөлу нормативінде белгіленеді.

Мемлекеттік кәсіпорындардың мүлкін негізгі құрал-жабдықтар мен айналым қаражаттары, сондай-ақ кәсіпорынның дербес балансында көрсетілген құндылықтар құрайды. Мемлекеттік кәсіпорындардың мүлкі оған меншік иесі берген мүліктің, өз қызметі нәтижесінде сатып алған мүлікті (ақшалай табыстарды қоса), заңдармен тыйым салынбаған өзге де көздер есебінен қалыптасады.

Шаруашылық жүргізу құқығындағы мемлекеттік кәсіпорын қызметтің сан алуан сферасында құрылып, іс-әрекет етуі мүмкін.

Кәсіпорын өндіретін тауарлардың (атқарылатын жұмыстардың көрсетілетін қызметтердің) бағалары кәсіпорынның оларды өндіруге кеткен шығындарды толық өтеуге, оның қызметін шығынсыз етуге өз кіріс есебінен қаржыландыруды қамтамасыз етуге тиіс.

Мемлекеттік тапсырысты орындау есебіне кәсіпорын өндіретін және өткізетін тауарлардың (жұмыстардың, қызметтердің) бағаларын уәкілді органның келісуі бойынша жоғарыда айтылған талаптарды ескере отырып белгілейді.

Кәсіпорын мемлекеттік тапсырыстан тыс өндіретін және өткізетін тауарлардың (жұмыстардың, қызметтердің) бағасын өзі дербес белгілейді.

Кәсіпорын өз қызметінен алған меншікті табыстар есебінен ұсталады. Мемлекеттік кәсіпорынға қаражат заңнамада көзделген тәртіппен беріледі.

Кәсіпорын иесіне аударылуға тиіс табыстың (пайданың) үлесі жыл сайын уәкілді орган Қаржы министрлігінің (тиісінше - оның жергілікті органдарымен) келісімі бойынша белгіленетін пайданы бөлудің нормативінде көрсетіледі және тиісті бюджеттердің кірісіне аударылады.

Жедел басқару құқығындағы мемлекеттік мүлікке ие кәсіпорын қазыналық болып табылады.

Қазыналық кәсіпорындар заңнамада белгіленген тәртіппен:

1) төтенше және авариялық жағдайларда кен - құтқару және өзге де арнаулы жұмыстарды орындау, өрттен, су тасқынынан және басқа сұрапыл апаттардан қорғау;

2) заңнамада қаржыландырудың арнайы тәртібі белгіленген мемлекеттік автомобиль жолдарының және басқа инфрақұрылым объектілерінің жүйесін ұстау мен дамыту;

3) пошта байланысы мен телекоммуникация, жалпы республикалық және халықаралық байланыс желісін пайдалану саласындағы қызмет;

4) топографиялық-геодезиялық және картографиялық жұмыстар жүргізу;

5) денсаулық сақтау, табиғатты қорғау, білім беру, әлеуметтік қорғау, ғылым және мәдениет сферасында өндірістік-шаруашылық қызметті жүзеге асыру үшін құрыла алады. Қазыналық кәсіпорын өндіретін және өткізетін тауарлардың (атқаратын жұмыстардың, көрсететін қызметтердің) бағаларын уәкілді орган белгілейді. Қазыналық кәсіпорындардың қызметі уәкілді орган бекітетін смета бойынша өз табысының есебінен қаржыландырылады. Кәсіпорынның меншікті табыстары оның шығындарын жабуға жеткіліксіз болған жағдайда қажетті жетпеген қаражаттар тиісті бюджеттен бөлінеді.

Қазыналық кәсіпорынның сметадан тыс алған табыстары тиісті бюджетке аударылуға жатады.

Еншілес кәсіпорын - өз мүңкінің есебінен басқа мемлекеттік кәсіпорын құрған заңи тұлға. Еншілес кәсіпорындар құру құқығын шаруашылық жүргізу құқығындағы кәсіпорындар ғана пайдалана алады.

Еншілес кәсіпорындар негізгі кәсіпорынды, соның ішінде монополияға қарсы заң талабы күшіндегі кәсіпорынды ықшамдау, негізгі кәсіпорынның филиалдарын дербес заңи тұлға етіп қайта құру, негізгі өндірістің тиімділігін арттыру үшін қосымша және мамандандырылған өндіріс құру, негізгі өндірісті оған тән емес қызмет пен функция түрлерінен босату мақсатында құрылады.

Кәсіпкерлік қызметті жүргізудің тиімді ұйымдық-құқықтық нысандарының бірі шетелдік фирмалар қатысқан бірлескен кәсіпорындар болып табылады. Бірлескен кәсіпорындардың мүлкі шартта анықталған мөлшерде қатысушылардың салымдары (жарналары) есебінен құрылады. Бірлескен кәсіпорындар заңнамамен белгіленген салықтарды төлейді, бірлескен кәсіпорын жойылғанда оның резервтік капиталының пайдаланылмаған сомасына қолданыстағы мөлшерлемелер бойынша салық салынады. Республикада шетелдік фирмалар қатысқан бірлескен кәсіпорындарды құрудың және олардың іс-әрекет етуінің тәртібі заңнамамен белгіленген. Кәсіпорын капиталындағы үлес уағдаластық бойынша анықталады. Әріптестерге қажетті кепілдіктер, соның ішінде олардың салықтарды төө-

легеннен кейін қалған табысының (пайдасының) бір бөлігін валюта түрінде шет жаққа аударуға, ұлғаймалы өндіріске жұмсағымға салу мүмкіндігіне, басқаруға қатысуға, республика аумағында олардың меншігін құқықтық қорғауға кепілдіктер беріледі.

Экономиканың кооперативтік секторы бірыңғай ұлттық шаруашылық кешені буындарының бірі болып табылады. Нарықтық қатынастардың қалыптасу барысында меншік нысандарының дамуы қызметтің жаңа сфераларында шаруашылықты жүргізудің бұл демократиялық нысанының қайта дамуына және дәстүрлі салаларда оның кеңеюіне кең жол ашты.

Қазіргі кезде кооперация жүйесінде кооперативтердің екі негізгі тұрпаты - өндірістік және тұтыну кооперативтері жұмыс істейді.

"Өндірістік кооператив туралы" заңда өндірістік кооператив азаматтардың бірлескен кәсіпкерлік қызмет үшін мүшелік негізде, олардың жеке еңбегімен қатысуына және мүшелерінің мүліктік салымдарын (үлестерін) біріктіруіне негізделген ерікті бірлестігі делінген. Өндірістік кооперативтер тауарлар, өнімдер өндіріп, жұмыс атқарады, шаруашылық жүргізуші субъектілерге және халыққа қызмет көрсетеді.

Өндірістік кооператив коммерциялық ұйым және заңи тұлға болып табылады. Ол жеке кәсіпкерлік үшін заңнамалық актілермен тиым салынбаған кәсіпкерлік қызметтің кез келген түрін жүзеге асыруға құқығы бар.

Өндірістік кооператив мүлкін жарғы салымдары, оның қызметінен алынған табыстар, заңнамамен тыйым салынбаған өзге де көздер құрайды.

Кооператив жыл сайынғы пайдасынан аударымдар жасаудың есебінен резервтік капитал құра алады, ол кооперативтің несие берушілер алдындағы міндеттемелерінің орындалуын қамтамасыз етуге және көзделмеген шығыстарды өтеуге арналады.

Өндірістік кооперативтің пайдасы жыл қорытындысы бойынша анықталады. Салықтар мен бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдер төленгеннен кейін қалған пайда кооперативтің толық қарамағында қалады және оның мүшелерінің жалпы жиналысы мен кооперативтің құрылтай құжаттарында көрсетілген мақсаттарға бөлінеді.

Тұтыну кооперативі сауда-саттық және тұрмыстық қызмет көрсету арқылы өзінің мүшелерін және басқа азаматтардың қажеттіліктерін қанағаттандырып отырады.

Қазақстан Республикасының заңына сәйкес селолық тұтыну кооперативі мүшелік негізде оның мүшелерінің (пайшыларының) материалдық және өзге де қажеттерін қанағаттандыру үшін өз мүшелерінің мүліктік (үлестік) жарналарын біріктіру жолымен жүзеге асырылатын азаматтардың ерікті бірлестігі деп танылады.

Заңи тұлға да селолық тұтыну кооперативіне мүше бола алады.

Селолық тұтыну кооперативтері коммерциялық емес ұйымдар болып табылады және кәсіпкерлік қызметпен өздерінің жарғылық мақсаттарына сәйкес келетіндей дәрежеде ғана айналыса алады.

Селолық тұтыну кооперативтері сауда, дайындау, өткізу, өңдеу, қызмет көрсету, жабдықтау қызметін және заңнамаларда тиым салынбаған өзге де қызметті жүзеге асыру үшін "мүліктік (үлестік) жарналар есебінен құрылады.

Пәтерлер иелерінің тұтыну кооперативтері - ПИК өзгеше ұйымдық-құқықтық түр болып табылады, олар тұрғын үй қорын ұстаумен, оған қызмет көрсетумен және пайдаланумен байланысты болатын өзара қатынастарды реттеп отыруы тиіс.

Бұл буынның қаржысын басқаруды министрліктердің, ведомстволардың, концерндердің, ассоциациялардың, қоғамдардың, серіктестіктердің қаржы департаменті (басқармалары) мен бөлімдері, шаруашылық жүргізуші субъектілердің қаржы бөлімдері мен қаржы службалары жүзеге асырады.

Қоғамдық ұйымдардың қаржысын осы ұйымдардың қаржы бөлімдері мен топтары басқарады.

Министрліктер мен басқа жоғарғы органдардың қаржы басқармаларының аппараты жиынтық қаржыны болжау (жоспарлау), кірістер мен шығыстардың жиынтық балансын бақылау жөніндегі жұмыстарды жүзеге асырады, ведомствоға қарасты кәсіпорындардың қаржы бөлімдерінің жұмысын үйлестіреді.

Қаржы жүйесінің бұл буынында нарық жағдайында басқару қаржы менеджменті деп аталады және кәсіпорындар мен ұйымдардың кәсіпкерлік қызметі арқылы және соның шеңберінде әлеуметтік-экономикалық процестерді басқарудың нысаны болып табылады. Қаржы менеджментінің мәні тиісті службалар тарапынан қосымша қаржы ресурстарын ең тиімді етіп тартуға, оларды неғұрлым ұтымды етіп жұмсауға, қаржы рыногында бағалы қағаздарды сатып алып, қайтып сатып пайдалы операциялар жасауға мүмкіндік беретіндей етіп қаржыны басқаруды ұйымдастыру.

Кәсіпорындарда қаржы менеджментінің объектілері мыналар болып табылады: жылжымайтын және жылжымалы мүлік, мүліктік құқықтар. жұмыстар және қызметтер, ақпарат, зияткерлік (интеллектуалдық) қызметтің нәтижелері, материалдық емес игіліктер.

Қаржы менеджменті уәждемелерге - адамдардың немесе ұжымдардың қажеттіліктері мен тиісті қылықтарын анықтайтын мақсаттарды іске асыру жөніндегі қызметке негізделеді. Уәждеме іскерлік белсенділікті, еңбек өнімділігі мен сапасын ынталандыру процесінде көрінеді.

Шаруашылық жүргізуші субъектілердің қаржы бөлімдері (службалары) кредит және есеп айырысу операцияларының (акциялардың, вексельдердің, факторингтің және басқалардың) жаңа нысандарын пайдалана отырып, оперативті қаржылық жоспарлауды, қаржы ресурстарымен оңтайландыруды жүзеге асырады.

Шаруашылық жүргізуші субъектісінің қаржысын басқару

Шаруашылық жүргізуші субъектінің қаржы бөлімі					
Жоспарлау-экономикалық бюросы		Банк және кассалық операциялар бюросы		Есеп айырысу бюросы	
ТОПТАР					
Қаржылық-кредиттік жоспарлау	Оперативтік-жоспарлау және бақылау	Экономикалық талдау	Сатып алушылармен есеп айырысу бюросы	Жеткізушілермен есеп айырысу	Кінәраттаған тобы

Сурет 1. Шаруашылық жүргізуші субъектісінің қаржысын басқару

Шаруашылық серіктестіктерінде қаржыны басқаруда басқа функциялармен қатар, жоғарғы органдар - олардың қатысушыларының жалпы жиналысы (өкілдіктердің жалпы жиналысы), акционерлік қоғамдарда - акционерлердің жалпы жиналысы үйлестіріп отырады. Атқарушы орган - басқарма өзінің лауазымды адамдарының, соның ішінде қаржыны басқару жөніндегі лауазымды адамдардың құрамына мыналарды қосады: қаржы жөніндегі вице-президентті (басқарушының орынбасарын); ол серіктестіктің (қоғамның) тиісті бөлімшесіне - қаржы бөліміне, топқа, секторға жетекшілік етеді немесе оның бағынышындағы жеке қызметкерлер - шаруашылық жүргізуші субъектісінің қаржылық қызметінің бағыттары жөніндегі қаржы менеджерлері жұмыс істейді.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Дүйсенбаев К.Ш., Төлегенов Э.Т., Жұмағалиева Ж.Г. Кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдау: оқу құралы. – Алматы, 2001.
2. Лисицина Н.А. Экономика, организация и планирование промышленного производства. - Минск: «Высшейшая школа», 1999.
3. Әбдікерімова Г.И. Кәсіпорын экономикасы: оқу құралы. - Алматы, 2007.
4. Экономика предприятия / Рос. эконом. акад. им. Г.В. Плеханова. – М, 2008.
5. Қазақстандағы өндіріс тиімділігін арттыруда материалдық ынталандыру жүйесін дамытудың бағыттары // Қаржы – Қаражат журналы. – Астана, 2006, №3-4.

УДК 336.71

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ БАНК СЕКТОРЫНДАҒЫ МӘСЕЛЕЛЕР ЖӘНЕ ЖЕТІЛДІРУ ЖОЛДАРЫ

Нұрсапарова Н.Е.

Автор туралы мәліметтер. Нұрсапарова Назерке Ерболқызы – Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Қаржы» мамандығының студенті.

Аннотация. Белгілі бір уақыт кезеңінде әлем экономикасында, әсіресе қаржы саласында белгілі бір мәселелер туындап отырады. Алайда сарапшылардың біреуі де қазіргі таңға дейін айыға алмай отырған әлемдік экономикалық дағдарысты болжаған емес. 2006 жылы американдық ипотека саласында мәселелер туындай бастады. Оның алғашқы көрінісі тұрғын несиелерін жаппай қайтармаудан басталды. Америкада осының салдарынан ипотекалық сектордың жойылуына әкелсе, әлемде ақша ағымдарының ликвидтілігіндегі дағдарысқа да әкелді. Берілген мақалада еліміздің банк секторының мәселелері сипатталған.

Түйін сөздер. Банк, банк секторы, қаржы дағдарысы, ипотека, валюта, қаржы және несие, корпорациялар, холдингтер.

Сведения об авторе. Нұрсапарова Назерке Ерболқызы – студентка специальности «Финансы» Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. В определенный период времени в мировой экономике, особенно в финансовой системе, случаются определенные проблемы. Но никто из экспертов этой области не мог предсказать таких масштабов проблем и тем более всемирного финансового кризиса, который до сих пор еще переживает мир. С 2006 года начались трудности в американской ипотеке. В США первые признаки ипотечного кризиса возникли с увеличением объемов жилищного не возврата кредитов. В Америке это привело к гибели ипотечного сектора, а это, в свою очередь, вызвало кризис ликвидности мировых денежных потоков. В данной статье описываются проблемы банковского сектора нашей страны.

Ключевые слова. Банк, банковский сектор, финансовый кризис, ипотека, валюта, финансы и кредит, корпорации, холдинги.

About the author. Nursaparova Nazerke - undergraduate student of major “Finace” at Kazakh American Free University.

Annotation. In a certain period of time in the global economy, especially in the financial system, certain problems occur. But none of the experts in this field could predict the magnitude of the problems and the more so the global financial crisis that the world is still experiencing. Since 2006, difficulties began in the US mortgage. In the US, the first signs of a mortgage crisis arose with an increase in the volume of housing non-repayment of loans. In America, this led to the death of the mortgage sector, and this, in turn, caused a crisis of liquidity in global cash flows. This article describes the problems of the banking sector in our country.

Keywords. Bank, banking sector, financial crisis, mortgage, currency, finance and credit, corporations, holdings.

2007 жылы АҚШ-тан басталған қаржы дағдарысы Еуродақ, Оңтүстік - Шығыс Азия елдерінің қаржы нарығын тұралатып тастады. Дағдарыс, әсіресе, көптеген елдердің банк секторы мен қор нарығына мықтап соққы болып тиді. Банк активтерінің, жылжымайтын мүлік құнының төмендеуі барлық елдерде дағдарысқа қарсы шұғыл шаралар кешенін қабылдауды талап етуде. Жаһандық қаржы жүйесімен тығыз байланысты болғандықтан бұл дағдарыс Қазақстанды да айналып өте алмады.

Бүкіләлемдік дағдарыс 2007 жылы тамыз айында АҚШ-та бастау алды. Басты себебі ретінде – ипотекалық несиелеуді айтады. Инвесторлардың жауапкерсіз қылығы, яғни ипотека және бағалы қағаздар арқылы жоғары табысқа жету мақсатында өздеріне үлкен мөлшерде несиелік қарыздарды алуы, несиелік кепілдің төмен сапалы болуы - әлемдік дағдарыстың себебі болды және әлемдік экономика үшін еш жақсылығы болмайтыны түсінікті.

Әлемдік экономикадағы, әсіресе қаржылық жүйедегі мәселенің ушығуы көптен бе-

рі күтіліп келген болатын. Бірақ, мұндай масштабқа дейін жетіп, бүкіләлемдік дағдарысқа айналуы болжанбаған еді. 2006 жылдан бері американдық ипотекада қиындықтар басталды. АҚШ-тағы ипотекалық дағдарысының алғашқы белгілері – тұрғын үй несиелерінің қайтарылмау көлемінің ұлғаюы болды. Бұл Американдағы ипотекалық сектордың күйреуіне әкелді, ал бұл өз алдына өтімділіктің әлемдік дағдарысын тудырды.

АҚШ-тағы ипотекалық дағдарыс салдары әлемдік нарыққа және экономикаға, соның ішінде халықаралық нарыққа терең интеграцияланған біздің елімізге де теріс әсерін тигізбей қоймады. Қаржылық дағдарыстың алғашқы толқынымен Қазақстан 2007 жылдың күзінде беттесті.

Еліміздің экономикасы АҚШ-та басталған ипотекалық дағдарыс салдарынан 2007 жылдың соңында-ақ (“бірінші толқын”) қиыншылықтарға душар бола бастады. Әлемдік қаржы рыноктарындағы ахуалдың шиеленісуі нәтижесінде, дәлірек айтқанда, жаһандық дағдарыстың 2008 жылғы “екінші толқынында” қиыншылық жағдайларына тап болды.

Әлемдік рыноктардағы капитал өтімділігі дағдарысы нәтижесінде Үкімет 2008 жыл бойына бүтіндей алғанда елдің қаржы жүйесінің, соның ішінде екінші деңгейдегі банктердің тұрақтылығын арттыру жөнінен бірқатар шаралар қабылдады. Бұл жұмыста негізгі салмақ елдегі жүйе құраушы банктерге түсірілді.

Қазақстанға да бұл дағдарыстың әсер етпей қоймағаны анық. ҚР-да дағдарыстың пайда болу себептеріне мыналарды жатқызуға болады:

- Қазақстан экономикасының әлемдік экономикаға интеграциялануы;
- Экономиканың шикізаттық мамандану, сол себептен елде өндірілген шикізаттың әлемдік бағасы тәуелділігі;
- Бос ақшалай қаражаттарының көптігі және оларды инвестициялау мүмкіншіліктің аздығы;
- Көптеген екінші деңгейлі банктердің агрессивті несиелік саясаты, қысқа мерзім ішінде сыртқы қарыздың күрт өсуі;

Баршаға мәлім, экономикадағы рецессия әдетте іскерлік белсенділіктің құлдырауы, ІЖӨ өсім қарқынының, тұтыну сұранысының төмендеуі секілді қазір бүкіл әлемде байқалып отырған түрлі құбылыстармен қатар жүреді. Еліміздің қаржы нарығына келсек, банктердің сырттан белсенді түрде қарыз алу саясаты бірқатар тәуекелдердің тууына және өсуіне әкелді. Ол турасында мемлекеттік реттеуші органдар бірнеше рет ескерткен болатын. Бұл ретте, әлемдік қаржы рыногындағы тұрақсыздық отандық банк секторындағы жағдайды да күрделендіріп, сол арқылы төлемпаздық тәуекелінің артуына, кері қаржыландыруға әкелді. Сыртқы әсерлерден кейінгі, қазіргі ахуалға келсек, біздіңше, жаһандық тұрақсыздықтың нәтижесінде туындаған сыртқы қатерлерді бәсеңсітуде. Қаржы нарығын қадағалау агенттігінің іс-қимылы айрықша рөл ойнады. Осы орайда, Үкіметтің қазір қабылдап жатқан шаралары әлемдік қаржы дағдарысының отандық экономикаға тигізер кері салдарларын мейілінше азайтуға мүмкіндік береді. Мұны отандық және шетелдік экономист-сарапшылардың соңғы кездері айтқан түсініктемелері де қуаттап отыр.

Үкіметтің 2009-2010 жж арналған дағдарысқа қарсы бағдарламасы осы мәселе бойынша баяндама жасаған Экономикалық даму және сауда министрлігінің айтуынша Үкіметтің, Ұлттық банктің және Қаржы қадағалау агенттігінің дағдарысқа қарсы бірлескен іс-қимылдар жоспары шеңберінде еліміздегі жүйе құраушы банкілер «БТА банк», «Альянс банк», «Қазкоммерцбанк», «Темірбанк» акционерлік қоғамдарына «Самұрық-Қазына» ҰӘҚ» АҚ арқылы мемлекет қаржысын салу дағдарыс уақытында елдің қаржы жүйесін, соның ішінде халықтың да қаржыларын құтқарып қалуға жағдай жасады. Осы мақсатта 486 миллиард теңге қаржы бөлінді. Соның ішінде “БТА банкке” – 212 миллиард, “Қазкоммерц банкке” - 120 миллиард, “Халық банкіне” - 120 миллиард, “Альянс банкке” - 24 миллиард теңге бөлінді. Қордың банктер капиталына енуінен кейін өткен жылы олар өз міндеттемелерін қайта құрылымдауды табысты аяқтады.

Банктердің өтімділігін арттыру мақсатында осыған қосымша Ұлттық банк талап етудің төменгі шегін одан әрі төмендетті. Мұның өзі банктерге 490 миллиард теңгенің қаражаттарын босатып алуын талап етті.

Жай тұлғалардың салымдарына берілетін кепілдік бұрынғы 700 мың теңгеден 5 миллион теңгеге дейін арттырылды. Осының нәтижесінде халықтың банктердегі салымын қайта алып қоюының алды алынды.

Банктердің сыртқы қарыздары 11 миллиард долларға азайды. 2009 жылдың 4 ақпанында Ұлттық банк теңгені бұрынғы айқын емес дәлізде ұстап тұрудан бас тартып, долларға шаққандағы айырбас бағамын бір долларға плюс-минус 3 пайыз немесе 5 теңге ауытқушылықпен 150 теңге көлемінде жаңа дәліз белгіледі. Оған мұнай мен металдың әлемдік бағаларының күрт және айтарлықтай төмендеуі, Қазақстанның негізгі сауда әріптестері болып саналатын елдердегі ұлттық валюталардың құнсыздануы себеп болды. Сөйтіп алтын-валюта резерв¬терінің ағымдағы деңгейін сақтап қалу және отандық өнім өндірушілердің бәсекеге қабілеттілігіне қолдау көрсету қажеттіліктері Ұлттық банктен валюта саясатына деген көзқарасты қайта қарауды талап етті.

Ұлттық банктің теңгенің айырбас бағамының тұрақтылығын қамтамасыз ету жөніндегі шаралары, сол сияқты қазақстандық экспорттың негізгі позицияларына қатысты әлемдік бағалар өсуінің қайта қалпына келуі ішкі валюта рыногындағы ахуалдың тұрақтануына жағдай жасады. Осылайша, 2009 жылдың соңына таман ұлттық валютаның нығаю тенденциясы байқала бастады.

2009 жылдың басынан бастап Ұлттық банк қайта қаржыландырудың ресми ставкаларын 10,5 пайыздан 7 пайызға дейін төмендетті. Ал соңғы 7,5 пайыздан 7,5 пайызға дейін төмендеу 2009 жылдың 4 қыркүйегінде жүзеге асты.

2009 жылдың наурызында банктерге қатысты ең төменгі резервтік талаптар ішкі міндеттемелер бойынша 2 пайыздан 1,5 пайызға дейін, қалған міндеттемелер бойынша 3 пайыздан 2,5 пайызға дейін төмендетілді.

Валюта рыногындағы тұрақты жағдай Ұлттық банктің теңгенің өзгермелі дәлізін 2010 жылдың 5 ақпанынан бастап 1 долларға 150 теңгеге дейін кеңейтуге жағдай жасады. Осы аталған жыл бойына теңгенің долларға шаққандағы айырбас бағамы Ұлттық банктің болмашы ғана қатысуымен бұрын белгіленген дәлізде өзгеріссіз күйінде қалды.

Еліміз әлемдік қаржы-экономикалық дағдарыстың ықпалына іліккен жылдары Үкіметтің онымен күресте белгілеген бес басым бағытының бірі шағын және орта бизнесті қолдау мәселесі болатын. Өйткені халықты жұмыспен қамтуда, ішкі рынокты көпшілік қолды тауарлармен қамтамасыз етуде қашанда болмасын шағын және орта бизнестің қалыпты жұмыс істеп тұруының маңызы зор.

Дағдарысқа қарсы Үкімет қай салаға, қандай қызмет түріне жататындығына қарамастан мемлекеттік қолдауды барлық шағын және орта бизнес субъектісінен көрсету керек деп шешті. Осы мақсатта «Самұрық-Қазына» әл-ауқат қоры бұрынғы көрсетілген көмекке қосымша 2009 жыл үшін 120 миллиард теңге қаржы бөлетін болды. Оның 70 пайызы іске қосылған және жүзеге асырылған жобалардың жұмыс істеуіне, 30 пайызы жаңа жобаларды жоспарлап, іске асыруға бағытталды.

Сонымен қатар «Самұрық-Қазына» қоры арқылы бір жобаны қаржыландыру көлемінің шекті мөлшері бұрынғы белгіленген 3 миллион АҚШ долларынан 5 миллион долларға дейін өсірілді.

Мұның сыртында Үкімет «Самұрық-Қазына» қорымен бірлесе отырып, шағын және орта бизнеске берілетін несиелердің банктік сыйақы ставкасының шекті мөлшерін бұрынғы дағдарысқа дейінгі деңгейде, яғни 14 пайыздан асырмай ұстап тұру жөнінде шешім қабылдады. Сондай-ақ, бұл шешім жаңадан берілетін несиелерге ғана емес, беріліп қойған несиелерге де қатысты болды.

Осынау күрделі де қиын шақта шағын және орта бизнеске берілген несиелердің қайтарылатынына банктер сенімін арттыру үшін «Даму» кәсіпкерлікті дамыту қорының кепілдік беру механизмі енгізілді. Екіншіден, «Самұрық Қазына» қоры ауыл тұрғындарын несиелендірудің олар үшін тиімді жаңа бағдарламасын әзір¬леді. Соның ішінде жұмыс орындарын сақтап, дамыту үшін ауылдағы кәсіпкерлерге де жеңілдікті несиелер берілетін болды.

Үшіншіден, шағын және орта бизнес субъектілерін тапсырыстармен тұрақты қам-

тамасыз ету мақсатында олар мемлекеттік органдардың, мемлекеттік холдингтер мен ұлттық компаниялардың тарапынан ұсынылатын мемлекеттік тапсырыстарға молынан қатысу мүмкіндігіне ие болды. Жаңадан қабылданған «Мемлекеттік сатып алулар» туралы Заң оларға осы бағытта бірқатар артықшылықтар берді. Сонымен қатар мемлекет тарапынан Қазақстанда жұмыс істейтін жер қойнауын пайдаланушылар мен сервистік компанияларға, олардың меншік түріне қарамастан өз тапсырыстарында қазақстандық үлесті арттыру жөніндегі талап күшейтілді.

Қазақстан Республикасының Қаржы нарығын және қаржы ұйымдарын реттеу мен қадағалау агенттігінің 2011-2015 ж.ж. арналған жоспарына сәйкес, банк секторының қаржылық тұрақтылығын және бәсекелестік қабілеттілігін нығайту, реттеу мен қадағалау жүйесін жалпы әлемдік қадағалау стандарттарына жақындату.

Ел Президентінің кеңейтілген Үкімет отырысында берген тапсырмасына сәйкес, Үкімет Ұлттық банкпен және Қаржы нарығын қадағалау агенттігімен бірлесіп, Қазақстанның қаржы жүйесі мен экономикасын тұрақтандырудың 2011-2015 жылдарға арналған жоспарын әзірледі. Онда өзге де іс-шаралармен қатар, қазақстандық банк секторының төлемпаздығы мен капиталдануын нығайтуға және қолдауға бағытталған кешенді шаралар да қарастырылған. Атап айтқанда, екінші деңгейлі банктерді қосымша капиталдандыру арқылы мемлекеттік қолдауды ұсыну, Ұлттық банк тарапынан төлемпаздықты сақтау, сондай-ақ «Самұрық-Қазына» Ұлттық әл-ауқат қоры» шығаратын облигацияларды ҚР Ұлттық қорының сатып алуы арқылы банктерге төлемпаздықтың қосымша көздерін ұсыну. Мәселен, Агенттік әзірлеген ұсынымға сәйкес, Үкімет еліміздің “Альянс Банк”, “Тұран Әлем Банкі”, “Халық Банкі” және “Казкоммерцбанкі” секілді жүйе құраушы төрт банкінің акционерлеріне олардың капиталдарын нығайту шарасы ретінде акционерлік капиталдарына қосымша қаражат құю туралы ұсыныспен шықты. Бұл ұсыныстың аясында қосымша капиталдануды қарапайым және басым акциялар эмиссиясы арқылы және жалпы көлемі 5 миллиард АҚШ доллары сомасында субординді заемдар беру арқылы жүзеге асыру көзделеді. Акционерлерге жаңа шығарылған қарапайым және басым акцияларды басымдықпен сатып алу құқығы беріледі де сол арқылы банктерге қаржылық тұрақтылығын қамтамасыз ету үшін қажетті капиталдану көлемі ұсынылады. Бұл ретте, Үкіметтің қандай да бір банктің капиталындағы бақылау пакетін сатып алуды жоспарлап отырмағанын атап айту керек. Жоспар іске асқан жағдайда, мемлекеттің меншігіне жоғарыда көрсетілген 4 банктің дауыс беретін 25 пайыз акциялар үлесінің түсуі көзделуде. Бұл банктердегі мемлекеттің мүддесін «Самұрық-Қазына» Ұлттық әл-ауқат қоры» қадағалайтын болады. Банктердің жоғарыда аталған бағалы қағаздарын сатып алу үшін Қор мемлекет тарапынан қосымша 5 миллиард долларға капиталдандырды.

Тағы да қайталап айтамын, Үкімет банктердің үлескері болып ұзақ мерзімге қалуды жоспарлап отырған жоқ және әлемдік қаржы нарығындағы жағдайға байланысты олардың капиталынан орта мерзімді болашақта шығатын болады. Сол кезде мемлекетке тиесілі акциялар нарық қағидаларына сәйкес сатылады. Ал жоғарыда айтқан, банктерге төлемпаздықтың қосымша көздері ретінде ұсынылатын және Ұлттық қор арқылы сатып алынатын облигациялардан түсетін қаражат экономиканың нақты секторын, соның ішінде серпінді және инфрақұрылымды жобаларды да несиелеуге, шағын және орта кәсіпкерлік субъектілерін қаржыландыруға бағытталады. Ал уақытша бос қаражаттар бірқатар банктердің депозиттеріне салынып, олардың жаңа жобаларды несиелеуіне және ағымдағылар қаржыландыруына мүмкіндік береді. Сөз болып отырған жоспарда банктердің минималдық резервтік талаптарын азайту арқылы репо операциялар бойынша қабылданатын құралдар тізбесін кеңейту арқылы қосымша қаражат көзін ұсыну негізінде барлық екінші деңгейлі банктердің ағымдағы және қысқа мерзімді төлемпаздығын қолдау шарасы жүзеге асырылады. Мемлекет осының бәрін серпінді және инфрақұрылымдық жобаларды қоса алғанда, экономиканың нақты секторын несиелеуді ынталандыру үшін, сондай-ақ шағын және орта кәсіпкерлік субъектілерін қаржыландыру үшін істеп отыр. Төлемпаздық көлемінің одан әрі қысқаруы мен сыртқы қарыз алу көздерінің шектеулілігі банк активтері сапасының нашарлауына, экономиканың нақты секторын несиелеу көле-

мінің қысқаруына, түпкі нәтижеде қазақстандық кәсіпорындардың іскерлік белсенділігінің төмендеуіне әкелді. Мұндай жағдайда экономикалық үдерістерді ынталандыру мен үйлестіруде мемлекеттің рөлі айқындаушы мәнге ие болатынын бірқатар елдердің үкіметтері мен реттеуші органдарының әрекеттері көрсетіп отыр. Халықаралық қаржы көздерінің шектеулілігіне қарамастан, қазақстандық банктер бүгінге дейін сыртқы қатерлерге лайықты төтеп берді және өзінің ішкі-сыртқы міндеттемелерін толығымен өтеп келді.

Қайта құрылымды табысты өткізу нәтижесінде үш банктің, яғни «БТА Банк АҚ», «Альянс Банк АҚ», «Темірбанк АҚ» сыртқы берешегі 12 млрд. долларға төмендеген, бұл әрине банк секторының сауығуына ықпал етеді және отандық қаржы нарығының жалпы ахуалына оң әсерін тигізеді. Бұл ретте қайта құрылымдаудың оң нәтижелері айқын нәтижелері айқын байқалып отыр.

Қазіргі уақытта өтімділіктің жоғары маңызын екінші деңгейлі банктердің бос ресурстарын жоғары өтімді активтерге салудан (Қазақстан Республикасы Ұлттық Банкіндегі депозиттер, мемлекеттік бағалы қағаздар) көруге болады. Осыған байланысты Қазақстан Республикасы Ұлттық Банкі банктердің өзінің депозиттерінде бос ресурстарды жинақтауын және жоғары өтімді активтердің көлемін өсіруін ынталандырмау үшін Қазақстан Республикасы Ұлттық Банкінде орналастырылатын банктердің депозиттері бойынша ставкаларды төмендетті.

Қазіргі уақытта болып жатқан кредиттік портфель сапасының нашарлау қарқынының баяулауы аясында резервілеу деңгейінің төмендеуі банк секторында пайданың жинақталуына әкеледі. Мысалы, 2010 жылдың 1-қарашасындағы жағдай бойынша табыс салығын төлегеннен кейінгі жиынтық кіріс 1 460,9 млрд. теңгені құрады. Бұл ретте банктер кескінінде теріс қаржы нәтижесінің болуы белгіленбеген.

Осыған байланысты дағдарыстан кейінгі кезеңде акцент, бұрынғыдай, клиенттердің сенімін сақтап қалу, өтімділіктің тиімді деңгейін қамтамасыз ету, капиталдандыруды нығайту, тәуекелдерді барабар бағалау, провизиялардың тиісті деңгейін қалыптастыру, стресс-тестілеу жүргізу және қадағалау органының инспекторлық қызметін жетілдіру сияқты бағыттарға жасалады.

Тәуекелдерді барынша төмендету және ұлттық банк секторы қызметінің айқындылығын қамтамасыз ету мақсатында шоғырландырылған негізде банк секторын дамыту, қаржы ұйымдарының және банк холдингтерінің корпоративтік басқару және тәуекелдерді басқару жүйелерінің деңгейін көтеру айтарлықтай маңызды болып отыр.

Банк секторының дамуы халықаралық тәжірибенің негізінде, банктік реттеудің халықаралық стандарттарын енгізу, сондай-ақ шетел мемлекеттерінің қадағалау органдарымен өзара әрекеттесу арқылы жүзеге асырылатын болады.

Нарықтық экономика ерекшеліктері банктік емес мекемелермен үйлестіре отырып көп деңгейлі банк жүйесінің, олардың ақша-несие және делдалдық қызметінің формалары мен түрлері бойынша көп түрлілігінің, Орталық (бірінші деңгей) және басқа банктер (екінші деңгей) арасындағы функцияларды заң жүзінде бөлудің қажеттілігін тудырады.

Қазақстан Республикасының Ұлттық банкі (бұдан әрі Ұлттық банк) Қазақстан Республикасының орталық банкі болып табылады және Қазақстан Республикасы банк жүйесінің жоғары деңгейін құрайды.

Банк ісінің әлемдік тәжірибесі көрсетіп отырғандай, барлық елдердегі несиелік институттардың ішінен елдің бүкіл несиелік жүйесін басқаруда басты роль атқаратын орталық банктер бөлініп шығатын болды. Ал олардың басшылық ролі мемлекет берген кең ауқымды өкілеттіліктерге байланысты. Банктердің банк функцияларын, ақша - несие эмиссиясын жүзеге асыруына байланысты орталық банктер коммерциялық банктердің, яғни екінші деңгейлі банктердің қызметіне әкімшілік бақылау мен нақты экономикалық ықпал ету құқығы несиелік мекемелер міндетті түрде қолдануы тиіс норма шығару құқығы бар. Коммерциялық банктер несиелік саясат жүргізуде және өз клиенттеріне толығымен дербес әртүрлі қызметтер көрсетуде.

Нарықтық экономикада арнайы банктік емес институттар құрылмаған жағдайда кез келген елдің несие жүйесі аяқталмай қалады. Халық салымдарын толығымен тарту мүд-

десі мен өзгеріп отырған нарықтық экономика талаптарын толық қанағаттандыру бұл институттардың құрылуын талап етеді, ал олар несие жүйесін толықтырып, байытады, экономикадағы өзгерістерді икемді және сезімтал ете түседі.

Мемлекет, экономикаға жетекшілік жасай отырып, Ұлттық банк арқылы бірегей ақша – несие саясатын жүргізеді. Бұл принцип айналыстағы ақша массасының көлемін реттеу жолымен ұлттық валютаның ішкі және сырқы тұрақтылығын қамтамасыз ету үшін, ақша-несие саясатын жалпы экономикалық саясатты жүзеге асыру және оны әлемдік экономикаға интеграциялау саласында республика мүдделерін қорғау үшін қажет.

Әлемдік тәжірибеде, нарықтық экономика жағдайында Орталық банкінің жұмысын ұйымдастырудың әр түрлі құқықтық формалары бар:

- оның капиталының қалыптасуы 100% мемлекеттің қаражаты есебінен болатын унитарлық банк;
- акцияларының бөлігі мемлекетке тиесілі (немесе мемлекеттің қатысуынсыз) акционерлік қоғам;
- бірлестік типтес ұйым (мемлекеттің қатысуымен немесе қатысуынсыз);
- Орталық банкінің қызметін бірігіп атқаратын тәуелсіз банктер жүйесі.

Негізі Ұлттық банк унитарлық орган болып табылады. Мемлекет – жарғылық қордың жалғыз иесі. Негізгі қор – ғимараттардан, құрылғылардан, көлік және басқа да құндылықтардан тұрады, ал айналым қаражаты – банкіге тиесілі ақша қаражаттарынан тұрады. Ұлттық банк резервтік және басқа қорлар құрады. Резервтік қор жарғылық көлемінде құрылып, ол өзіндік табыс есебінен толтырылады және осы қорға байланысты нормаларға сәйкес жүргізілетін операциялар бойынша шығындарды жабуға арналады.

Қазақстан Республикасының Ұлттық банкінің негізгі міндеті – Қазақстан Республикасының ұлттық валютасының ішкі және сыртқы тұрақтылығын қамтамасыз ету болып табылады.

Коммерциялық банктердің басқа қаржы институттарынан айырмашылығы және ерекше бір қабілеті ол ақшаны жасауы мен жоюында болып табылады. Бұл жерде ақша деп, тек қолма – қол ақшалар ғана емес, сондай-ақ талап етуге дейінгі салымдар түсініріледі. Банктердің ақша жасау мүмкіндігі экономика үшін өте маңызды. Ол тиімді несие жүйесін іске асыра отырып, экономиканың өсуіне қажетті жағдай туғызады. Банк несиелерінің жетіспеушілігі және өте жоғары пайыз мөлшерлемесі тұсында өндірісті кеңейту мүмкін емес. Халық шаруашылығындағы осы сияқты іс – тәжірибелер тиімсіз, себебі бір жағынан, мынадай ірі ақша сомасы белгісіз уақытқа қозғалыссыз жататын болса, екінші жағынан, мұндай ақшалар қажетті емес.

Тәуекелдерді барынша төмендету және ұлттық банк секторы қызметінің айқындылығын қамтамасыз ету мақсатында шоғырландырылған негізде банк секторын дамыту, қаржы ұйымдарының және банк холдингтерінің корпоративтік басқару және тәуекелдерді басқару жүйелерінің деңгейін көтеру айтарлықтай маңызды болып отыр.

Банк секторының дамуы халықаралық тәжірибенің негізінде, банктік реттеудің халықаралық стандарттарын енгізу, сондай-ақ шетел мемлекеттерінің қадағалау органдарымен өзара әрекеттесу арқылы жүзеге асырылатын болады.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Қазақстан Республикасының Конституциясы. 1995 ж., 30 тамыз.
2. «Қазақстан Республикасындағы банктер және банктік қызмет туралы» заң күші бар Жарлығы.
3. 1 наурыз 2006 жылы Елбасы Нұрсұлтан Әбішұлы Назарбаев Қазақстан халқына арнаған өзінің кезекті Жолдау. Егемен Қазақстан, 2 наурыз, 2006 ж.
4. ҚР-сы Президентінің № 1720 «ҚР – ң мемлекеттік басқару жүйесін одан ары жетілдіру туралы» жарлығы, 2015 ж.
5. Кушербаев Б.П. Банктер және несие алушылар қарым - қатынастарын реттеу. – Қарағанды, 2012.
6. Қазақстан Республикасының Президентінің «Қазақстан Республикасындағы банктер

және банктік қызмет туралы» заң күші бар Жарлығы
7. Жүнісов Б., Мәмбетов Ұ., Байжомартов Ү. Нарықтық экономика негіздері. – Алматы: «Экономика», 2015.
8. Көшенова Б.А. Ақша, Несие, Банктер, Валюта қатынастары. – Алматы: «Экономика», 2016.
9. Шаяхметова К.О. ҚР-ның екінші деңгейлі банктеріндегі шағын және орта бизнесті несиелеу жағдайы // Хабаршы-2016, N 1.
10. Қазақстан Республикасының «Қаржы нарығын және қаржы ұйымдарын реттеу мен қадағалау агенттігінің» 2016-2020 ж.ж. арналған жоспары.

УДК 336.71

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ БАНКТІК ЖҮЙЕСІНІҢ ӨТІМДІЛІКТІҢ МӘНІ

Тоғанбаева Қ.Н., Ашимова А.С.

Авторлар туралы мәліметтер. Тоғанбаева Құралай Нұрланқызы – Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Қаржы» мамандығының студенті. Ашимова Алтынай Сериковна – экономика ғылымдарының магистрі, Қазақстан-Американдық еркін университетінің аға оқытушысы.

Аннотация. Қазақстан Республикасының осы заманғы әлеуметтік-экономикалық даму кезеңі нарықтық қатынаспен сипатталады. Бұл қатынаста жаңа ақша-несие жүйесі қалыптасып, қаржы-несие институттарының жаңа түрлері пайда болып жатыр, нарықтық экономикаға тән жүйеге сәйкес банк жүйесінің құрылымы өзгереді. Еліміздің банктік жүйенің халықаралық банк жүйесінің жұмыс істеу принциптеріне көшуі барысында Қазақстан Республикасындағы өтпелі кезеңнің ерекшеліктерімен әлемдік банктің технологиясын ұштастыра білудің маңызы өте зор.

Түйін сөздер. Өтімділік; төлем қабілеттілігі; капитал; банк.

Сведения об авторах. Тоганбаева Құралай Нұрланқызы – студентка специальности «Финансы» Казахстанско-Американского свободного университета. Ашимова Алтынай Сериковна – магистр экономических наук, старший преподаватель Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. Период современного социально-экономического развития Республики Казахстан характеризуется рыночными отношениями. В связи с этим возникает новая валютная система, появляются новые виды финансово-кредитных учреждений, а структура банковской системы меняется в соответствии с системой рыночной экономики. Важно сочетать технологии Всемирного банка с переходным периодом в Республике Казахстан при переходе банковской системы страны на принципы функционирования международной банковской системы.

Ключевые слова. Ликвидность; платежеспособность; капитал; банк.

About the authors. Toganbayeva Kuralai - undergraduate student of major “Finance” at Kazakh American Free University. Ashimova Altynai – master of Economic Science, Senior Professor at Kazakh American Free University.

Annotation. The period of modern socio-economic development of the Republic of Kazakhstan is characterized by market relations. In this regard, there is a new monetary system, there are new types of financial and credit institutions, and the structure of the banking system is changing in accordance with the market economy system. It is important to combine the technologies of the World Bank with the transition period in the Republic of Kazakhstan during the transition of the country's banking system to the principles of functioning of the international banking system.

Keywords. Liquidity; solvency; capital; bank.

Өтімділік – банктің сенімділігін қамтамасыз ететін, оның қызметінің жалпы сипаттамаларының бірі.

Банк өтімділігі- бұл салымшылар мен қарыз берушілер алдында банктің өз міндет-

темелерін уақытында және шығынсыз орындау қабілеттігі.

Банктің төлем қабілеттілігі оның қаржылық тұрақтылығының маңызды белгілерінің бірі және сонлықтан онымен тығыз байланысты болады. Сол себепті нарық экономикасы жағдайында оған көп көңіл бөлінеді.

Арнайы есептік-талдау әдебиеттерінде төлем қабілеттілігін анықтау жөнінде әр түрлі көзқарастар кездеседі. Қаржылық талдау бойынша кейбір авторлар төлем қабілеттілігі ретінде кәсіпорынның өзінің ұзақ мерзімді міндеттемелері бойынша есептесе алу қабілеттілігін түсінеді. Мысалы О.С. Ефимова төлем қабілеттілігі: «кәсіпорынның өзінің ұзақ мерзімді міндеттемелері бойынша есептесе алу қабілеттілігін түсіну қабылданған», - деп жазады.

«Төлем қабілеттілік деп -компанияның ұзақ мерзімді қарыздарын уақыты келген кезде өтеу қабілеттілігін анықтау үшін бағалайды». Басқа авторлар төлем қабілеттілігі деп кәсіпорынның тек қысқа мерзімді міндеттемелерін өтеуге дайындығын түсінеді. Осылай, «Кәсіпорынның төлем қабілеттілігі деп оның өзінің жедел міндеттемелері бойынша өз мерзімінде төлем жүргізу қабілеттілігі түсіндіріледі» деп есептейді. Бұл түсінікті М.Н. Крейнина толығырақ баяндайды. «Төлем қабілеттілігі, - деп жазады ол, - бұл кәсіпорынның кредиторлары жағынан төлемдер туралы қойылған талаптары қарыздарын өтеуге дайындығы». Сөз, тек қысқа мерзімді қарыздар туралы екендігі анық. Ұзақ мерзімді қарыздарды қайтару мерзімі алдын ала белгілі болады. Төлем қабілеттілігі – бұл барлық қысқа мерзімді міндеттемелер бойынша қарыздарды өтеу және өнім процесін үзіліссіз іске асыру үшін жеткілікті қаржының болуы.

Профессор И.Т. Балапановтың анықтамасы: «Төлем қабілеттілігі – ол бар ақша сомасының белгілі бір мерзімді жедел төлемдердің сомасына қатынасын көрсететін төлем қабілеттілігінің коэффициенті арқылы көрінеді. Егер төлем қабілеттілігінің коэффициенті бірден үлкен немесе тең болса, онда бұл шаруашылық жүргізуші субъект төлем қабілетті екенін білдіреді. Егер төлем қабілеттілігінің коэффициенті 1-ден аз болса, онда талдау процесінде төлем қаражаттарының жетіспеу себептерін анықтау керек» [2].

Жоғарыда айтылғандарды қорытындай келе, банктің төлем қабілеттілігі деп, оның дер кезінде өзінің барлық міндеттемелері бойынша төлемдер жүргізуге дайындығын түсіну керек деп есептейміз.

Теориялық түрде қарыздарды өтеу банктің барлық ағымдағы активтерімен қамтамасыз етіледі. Нақ осылай теорялық түрде, егер банктің ағымдағы активтерң қысқа мерзімді міндеттемелерінің сомасынан артса, онда ол қарыздарды өтеуге дайын деп есептеуге болады. Бірақ, егер банк барлық ағымдағы активтерін қарыздарды өтеуге бағыттаса, онда дәл сол кезде оның өндірістік қызметі тоқтатылады, себебі онда өндіріс құралдарын тек негізгі құралдары құрайды, ал материалды айналым құралдарын алуға қаржы жоқ, олар толығымен қарыздарды төлеуге кетті,

Сондықтан төлем қабілеттілігі бар деп, ағымдағы активтің сомасы ағымдағы міндеттемелерін көп жоғары банктерді есептеуге болады банктің тек қарыздарды өтеуге ғана емес, сонымен бірге үздіксіз өндіріс үшін қаржылары болуы керек.

Банктің міндеттемелері нақты және потенциалды деп екіге бөлінеді. Банктің нақты міндеттемелері: талап ету депозиттері, мерзімді депозитттер, тартылған банкаралық ресурстар, несие берушілердің қаражаттары түрінде банктің балансында көрсетілді .

Ал потенциалды немесе баланстан тыс міндеттемелерге: банктен берген кепілхаттар, клиенттерге несие желілерін ашу, тағы басқа арқылы көрсетіледі .

Егер коммерциялық банктің борыштық және қаржылық міндеттемелерді уақытында орындау үшін қолма-қол ақшалай қаражаттар мен басқа да өтімді активтері болып, сонымен қатар басқа көздерден қаражаттарды тез арада жұмылдыру мүмкіндігі жеткілікті болса, онда бұл өтімді банк болып табылады.

Банк өтімділігі аталған барлық міндеттемелерді, сонымен бірге болашақта пайда болуы мүмкін міндеттемелерді уақытында орындауын сипаттайды. Міндеттемелерді орындау үшін кассадағы және корреспонденттік шоттардағы (Орталық банкте және басқа коммерциялық банктерде) қалдықтарымен сипатталған банктік ақшалардың барлығы;

қолма-қол ақшаға тез айналатын активтер; банкаралық нарықтан немесе Орталық банктен алынатын банкаралық несиелер сияқты қаражат көздері пайдаланады.

Осы аталған қаражат көздерін пайдалану банк үшін шығыстармен байланысты болмау керек. Мысалы, өтімді қаражаттардың көзі ретінде бағалы қағаздарды немесе басқа активтерді сату қалыпты тәртіпте алдын ала келісіп қойған шарттардың негізінде жүзеге асырылуы керек.

Банк өтімділігі мынадай қызметтерді атқарады:

- депозиттерді алу мен несиелерге байланысты сұранысты қанағаттандыру;
- тиімділік тәуекелін азайту және банктің сенімділігін қамтамасыз ету;
- активтерді зиянсыз сату;
- тартылған қаражаттары бойынша төлей алмау тәуекелі үшін сыйақы мөлшерін шектеу.

Банк өтімділігінің екі формасы, яғни міндеттемелерді өз уақытында және шығынсыз орындауы көптеген ішкі және сыртқы факторлардың ықпалымен анықталады.

Ішкі факторларға қатарына мыналар жатады:

- банк капиталының базасы;
- банк активтерінің сапасы;
- депозиттердің сапасы;
- сыртқы қаражат көздеріне орташа тәуелділігі;
- мерзімі бойынша активтер мен пассивтердің өзара сәйкестігі;
- сауатты менеджмент;
- банктің жоғары дәрежелі беделі.

Банк капиталының базасы - бұл салымшылар қаражаттары мен депозиттеріне кепіл беретін және олардың мүдделерін қорғайтын меншікті капиталдың жеткілікті мөлшерін сипаттайды. Меншікті капиталдың көзіне: жарғылық капитал және әр түрлі мақсаттар үшін бағытталған банктің басқа да қорлары жатады. Банктің меншікті капиталы неғұрлым жоғары болса, оның өтімділігі соғұрлым жоғары болады [3].

Банк активтерінің сапалылығы мынадай төрт критерийлермен анықталады:

– өтімділік;
– тәуекелділік;
– табыстылық;
– диверсификация.

Активтердің өтімділігі – бұл қарыз алушының міндеттемелерді өтеу немесе осы активтерді сату арқылы олардың қолма-қол ақшаларға айналу қабілеті.

Активтердің өтімділік дәрежесі олардың айналымына байланысты. Ақшалай формадағы банктің активтері төлем қызметін орындауға бағытталған.

Активтер тәуекелі критериийі, олардың ақшалай формаға айналдыру кезінде шығындарға ұшырау мүмкіндігін сипаттайды. Активтердің тәуекел дәрежесі, олардың әр түрі үшін ерекше көптеген факторлармен анықталады. Мысалы, несиелік тәуекел қарыз алушының қаржылық жағдайына, қарыз көлеміне, беру мен өтеу тәртібіне, тағы басқа факторларға байланысты.

Банк активтерінің тәуекелі неғұрлым жоғары болған сайын банктің өтімділігі соғұрлым төмен болады.

Активтердің табыстылығының критерийі ретінде: активтердің жұмыс жасау қабілеті, тиімділігі, яғни табысты әкелу қабілеті, сонымен қатар банктің дамуы үшін қаражат көзін табу және банктің капитал базасын нығайту қабілеті. Табыстылық дәрежесі бойынша активтер: табыс әкелетін және табыс әкелмейтін боылп екіге бөлінеді.

Активтердің диверцификациясы критерийі банктің ресурстарын әр түрлі орналастыру аялары бойынша бөлу дәрежесін сипаттайды. Активтердің диверсификациялау көрсеткіштері мынадай:

- ресурстарды орналастыру бағыттары бойынша банк активтерінің құрылымы, объектілері мен субъектілері бойынша несиелік жұмсалымдардың құрылымы; бағалы қағаздар портфелінің құрылымы, валюталар құрылымы;

- банкпен корреспонденттік және несиелік қатынастарда болатын басқа банктердің құрылымдық құрамы. Активтер неғұрлым көп диферсификацияланса,соғұрлым банктің өтімділігі жоғары болады.

Банк өтімділігін анықтайтын фактор - банктің депозиттік базасының сапалылығы. Депозиттік базаны мерзімді депозиттік және жинақ салымдары, есеп айырысу және ағымдағы шоттардағы қаражаттарды ретінде банкте жинақталған заңды және жеке тұлғалардың қаражаттары құрайды. Депозиттердің сапалылығының басты критерийі олардың тұрақтылығын сипаттайды. Депозиттердің тұрақты бөлігі неғұрлым көп болса, банктің өтімділігі соғұрлым жоғары болады. Депозитттердің тұрақты бөлігінің көбеюі өтімді активтерге мұқтаждығын азайтады. Талап етілгенге дейінгі депозиттер жоғары тұрақтылыққа ие, өйткені бұл депозиттердің түрі сыйақы мөлшерлемесіне байланыссыз. Банкте осы депозит түрінің көп болуы банктің қызмет етуінің сапалылығы мен жылдамдығы, банктің клиентке жақын орналасуы сияқты факторларға байланысты. Ал мерзімді және жинақ депозиттерінде қалдықтары тұрақтылықтың төмен дәрежесіне ие ,себебі оған банктің сыйақы мөлшерлемесі ықпал етеді.

Банк өтімділігі оның сыртқы қаражат көздеріне, яғни банкаралық несиелерге деген тәуекелдігімен де сипатталады. Банкаралық несие өтімді қаражаттарға деген қысқа мерзімді жетіспеушілікті жоя алады, бірақ осы несиенің жалпы тартылған ресурстардың құрамындағы үлесі жоғары болса, онда банк банкротқа ұшыруы мүмкін. Егер банктің сыртқы көздерге тәуелділігі жоғары болса, онда бизнес үшін өз базасының даму перспективаларының жоқтығын көрсетеді.

Банк активтері мен пассивтерінің арасында мерзім мен сомма бойынша сәйкестілігі де банк өтімділігін анықтайды. Банктің клиенттер алдында міндеттемелерді орындауы инвестицияланатын ақша қаражаттары мерзімдері мен салымшылары берген ақша қаражаттарының мерзімдері сәйкес болуын білдіреді.

Менеджмент, яғни жалпы банктің қызметін және өтімділігін басқару жүйесі де банк өтімділігін анықтайтын ішкі факторлардың бірі болып табылады. Банкті басқару сапасы мыналармен анықталады:

1) банк саясатының болуы және оның мазмұны;

2) стратегиялық және ағымдағы міндеттемелерді жоғары деігейде шешуге мүмкіндік беретін банктің аймақтық ұйымдастыру құрылымы;

3) банктің активтері мен пассивтерін басұару механизмі;

4) әр түрлі пруденциялардың нақты мазмұнын анықтау;

5) білікті мамандардың болуы;

6) банк қызметін басқару жүйесінің ғылымилығы.

Банктің беделі де банк өтімділігін анықтайды. Жақсы беделі бар банк депозитттік базасының тұрақтылығын оңай қамтамасыз ете алады.

Банк өтімділігің жағдайы бірқатар сыртқы факторларға, яғни банк қызметінен тыс факторларға байланысты оларға мыналар жатады:

- елдегі жалпы саяси және экономикалық жағдайы;
- бағалы қағаздар нарығының дамуы;
- банкаралық несие нарығының дамуы;
- қайта қаржыландыру жүйесін ұйымдастыру;
- Орталық банктің қадағалау қызметінің тиімділігі.

Елдегі жалпы саяси және экономикалық жағдай банк операцияларының дамуының және банк жүйесінің сәтті жұмыс істеуінің алғышарттарын қалыптастырады, банктер қызметінің экономикалық негізінің тұрақтылығын қамтамасыз етеді. Банктерге деген отандық және шетелдік инвесторлардың сенімділігін арттырады. Осы аталған жағдайларсыз банктердің тұраөты депозиттік базаны құруы, операциялардың тиімділігіне қол жеткізуі, өз құралдарын дамытуы, активтерінің сапалығын жоғарлатуы және басқару жүйесін жетілдіруі мүмкін емес.

Бағалы қағаздар нарығының дамуы өтімді қаражаттар құрудың оңтайлы вариантын қамтамасыз ете алады, себебі көптеген шетел мемлекеттерінде банктің активтерін ақша-

лай қаражаттарға тез арада айналдыру жолы қор нарығының жұмысымен байланысты.

Банкаралық нарықтың дамуы уақытша бос ақшалай ресурстарды банктер арасында жылдам қайта бөлуге көмектеседі. Банк өз өтімділігін ұстап тұру үшін банаралық нарықтан әр түрлі мерзімге, сонымен қатар бір күнге болсын, қаражаттарды тарта алады. Банкаралық нарықтан қаражаттарды тарту жылдамдығы жалпы қаржылық конъюктураға, банкаралық нарықтың ұйымдастырылуына банктік беделіне байланысты.

Орталық банкі коммерциялық банктерді қайта қаржыландыру жүйесі банктердің өтімді активтерін Орталық банктен алынған несиелер арқылы жабуға мүмкіндік береді.

Орталық банкінің қадағалау қызметінің тиімділігі өтімділікті басқарудағы коммерциялық банктер мен мемлекеттік қадағалау органы арасындағы қарым-қатынастың дәрежесін көрсетеді.

Қазақстан Республикасы Ұлттық банкінің екінші деңгейдегі банктер үшін өтімділіктің белгілі бір нормативтерін белгілеуге мүмкіндігі бар. Көрсеткіштер банктің өтімділік жағдайын неғұрлым нақты көрсететін болса, соғұрлым банктің өзі және қадағалау органы өтімділікпен байланысты проблеманы уақытында шешуге мүмкіндігі бар.

Банктің өтімділігі тұрақты өзгерісте болатын көптеген факторлармен анықталатын банк қызметінің сапасын сипаттайды. Сондықтан банктің өтімділігі бірте - бірте қалыптасатын тұрақты факторлармен және әр түрлі тенденциялармен сипатталатын динамикалық жағдайды білдіреді.

Банк өтімділігінің коэффициенті – бұл банк балансының мәліметі бойынша белгіленетін, несиелік және «өтімді» деп аталатын активтер жиынтығының активтердің жалпы сомасына немесе пассивтің бірқатар тиісті баптарына арақатынасын көрсететін көрсеткіші.

Әдебиеттерден көбінесе өтімділіктің кеңінен тараған қаржылық коэффициенттерін кездестіруге болады. Мәселен, мыналар секілді:

1) ағымдағы активтердің ағымдағы міндеттемелердің қатынасына тең болатын ағымдағы өтімділік коэффициенті (% есебімен);

2) дебиторлық берешектің ағымдағы міндеттемелердің қатынасын қоса алғанда өтімді құнды қағаздар мен қолма-қол ақша сомасына тең өтімділіктің шапшаң коэффициенті (% есебімен).

Сондай-ақ, өтімділік коэффициентіне мына көрсетікіш жатады:

К өтім, өзіндік қаражаттың (банк капиталының) міндеттемелердің сомасына қатысты қатынасы.

К өтім дамыған елдердің көбісінде төлем қабілеттілігін сипаттау үшін пайдаланылады. Банк міндеттемесі мен капиталының арасындағы бұл арақатынас банк міндеттемесінің оның өзіндік қаражатымен қаншалықты өтелгенін көрсетеді.

Коммерциялық банктердің өтімділік коэффициентін, әдетте орталық банк белгілейді және ол міндетті сипатқа ие немесе ұсыныс түріндегі сипатқа ие болады.

Франция мен Германияда өтімділіктің міндетті коэффициенті анықталған, ал, басқа елдерде орталық банк коммерциялық банктердің өтімділік коэффициентін белгілемейді. Коммерциялық банктердің өтімділік коэффициентін белгілемейтін бұл елдердің орталық банкісі тек кейбір коэффициенттердің есептелуін ғана талап етеді әрі оны қадағалап отырады [4].

Қазақстан Республикасы Ортылық банкісінің екінші деңгейдегі банктердің өтімділігін реттеудегі рөлі мынады: ТР Президентінің «Ортылық банк туралы» Жарлығына сәйкес екінші деңгейдегі банктердің қызметі Ортылық банк белгіленген нормативтермен (пруденциялық нормативтермен) реттеледі.

Капитал жеткіліктілігі коэффициенті мен жарғылық қордың ең аз шамадағы мөлшерінен өзге онда аз немесе 0,2–ге тең болатын өтімділік коэффициенті анықталған. Бұл өтімді активтердің барлық міндеттеме сомасына қатынасы.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Ақша, несие, банктер / Жалпы ред. бас. Сейтқасымов Ғ.С. – Алматы, 2001.

2. Сейтқасымов Ғ.С. Ақша, несие, банктер. – Алматы, 2005.
3. Міржақопов С.Т. Банктегі бухгалтерлік есеп. Оқулық. - Алматы, 2004.
4. Көшенов Б.А. Ақша, несие, банктер. Валюта қатынастары. - Алматы, 2000.
5. Антонов А.Г., Пессель М.А. Денежное обращение, кредит, банки. - М., 2013.

УДК 336.7

ОСОБЕННОСТИ КЛИЕНТОЦЕНТРИЧНОЙ МОДЕЛИ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПАО «СБЕРБАНК»

Климова Н.Н.

Сведения об авторе. Климова Наталья Николаевна, кандидат экономических наук, преподаватель МПЭК РЭУ им. Г.В. Плеханова (Москва, Российская Федерация)

Аннотация. В борьбе за клиентов банкам необходимо поддерживать необходимый уровень лояльности клиентской базы, а значит, стратегии по его бизнес-направлениям должны корректироваться в соответствии с этой задачей. Принципы эмпатии и дизайн-мышления должны стать основой при развитии современных бизнес-моделей работы с клиентами. Интеграция новых подходов к построению работы с клиентскими данными обеспечит банку возможность «массовой персонализации» предложения для всех категорий клиентов. В данной статье представлен опыт внедрения клентоцентричной модели банковского обслуживания в крупнейшем российском банке ПАО «Сбербанк».

Ключевые слова. Банк, банковское обслуживание, банковские бизнес-процессы, финансовая безопасность клиента, бизнес-модель банка, качество банковского обслуживания, клиент банка, клиентоцентричность, лояльность клиента

Автор туралы мәліметтер. Климова Наталья Николаевна – экономика ғылымдарының кандидаты, Г.В. Плеханов атындағы РЭУ оқытушысы (Ресей Федерациясы, Мәскеу)

Аннотация. Банктердің клиенттер үшін күресінде клиенттік базаның бейілділік деңгейін демеп отыру қажетті болып табылады. Демек оның бизнес бағыттары бойынша стратегиялар да осы міндетке байланысты түзетіліп отыру керек. Эмпатия мен дизайн-ойлау қағидалары клиенттермен жұмыс істеудің заманауи базнес-модельдерін дамытуда негіз болу керек. Клиенттің мәліметтерімен жұмысты ұйымдастырудың жаңа тәсілдерінің кірік тірілуі банкке клиенттердің барлық санаттарына арналған ұсыныстың «массалық персонализациялауына» мүмкіндікті қамтамасыз етеді. Берілген мақалада Ресейдің ең ірі банктерінің бірі «Сбербанк» КАҚ-дегі банктік қызмет көрсетудің клиенттерге бағытталған моделін енгізу тәжірибесі ұсынылған.

Түйін сөздер. Банк, банктік қызмет көрсету, банктік бизнес-процестер, қаржылық қауіпсіздік, клиенттің бизнес-моделі, банктің сапасы, банктік қызмет көрсету, банк клиенті, клиенттің адалдығы.

About the author. Klimova Natalya - Candidate of Economic Science, Professor at Moscow Industry and Economical College of Plekhanov Russian University of Economics (Moscow, Russian Federation).

Annotation. In the struggle for customers, banks need to maintain the necessary level of customer loyalty, which means that strategies for its business areas should be adjusted in accordance with this task. The principles of empathy and design thinking should be the basis for the development of modern business models of working with clients. The integration of new approaches to building work with customer data will provide the bank with an opportunity to “mass personalize” offers for all categories of customers. This article presents the experience of introducing a customer-centric model of banking services in the largest Russian bank SB Sberbank JSC.

Keywords. Bank, banking services, banking business processes, financial security of a client, business model of a bank, quality of banking services, a client of a bank, customer centricity, customer loyalty.

Современные технологии серьезно меняют способ взаимодействия клиента с банком, и в долгосрочной перспективе изменится сама суть банка как финансового института: из оператора финансовых транзакций по требованию клиента банк трансформируется в платформу взаимодействия с клиентом, где финансовые услуги станут лишь частью клиентского предложения.

Сегодня бизнес-модель Сбербанка акцентирована на удовлетворение основных финансовых потребностей клиентов, однако со временем в нее будут интегрированы и предложения нефинансовых сервисов.

Сбербанк ежедневно запрашивает у клиентов обратную связь, оперативно обрабатывает ее и совершенствует качество обслуживания. В подобных опросах ежемесячно принимают участие более 6 миллионов клиентов. Ноу-хау 2017 года – автоматизированные опросы об удовлетворенности качеством обслуживания, которые позволяют получать обратную связь по восьми каналам обслуживания. По низким оценкам проводится выяснение причин недовольства по телефону. Действующий в Сбербанке модуль CRM-обращений позволяет ежедневно регистрировать все обращения клиентов и обрабатывать их в единой системе. Для минимизации репутационных рисков разработана уникальная методика выявления потенциальных резонансных событий на основе Big Data, а также организована система компенсации клиентам за ошибки Сбербанка. В целях большего вовлечения команды в клиентоцентричную модель для сотрудников Сбербанка организованы специальные проекты, которые направлены на развитие эмпатии. Уже традиционным стал конкурс клиентских историй для сотрудников фронт-офиса, в котором ежемесячно принимают участие более 40 тысяч сотрудников. Популярна Мотивационная программа с элементами геймификации I like Сбербанк, в которой принимают участие около 60 тысяч сотрудников. Методология дизайн-мышления применяется более чем в 40 проектах розничного бизнеса, где, в частности, состоялся запуск розничной Лаборатории инноваций.

Интегрированная клиентоцентричная бизнес-модель Сбербанка учитывает интересы всех стейкхолдеров. В своей деятельности банк ориентирован на долгосрочное устойчивое развитие, используя подход Run – Change – Disrupt (рис. 1).

Рис. 1. Тримодальная организация клиентоцентричной бизнес-модели банка

Принципы взаимодействия со стейкхолдерами представлены в таблице 1.

Таблица 1. Принципы взаимодействия со стейкхолдерами

Клиенты	Банк-партнер, который готов помочь каждому клиенту во всем, что связано с финансами. Банк, который постоянно совершенствуется, чтобы радовать своих клиентов. Банк, который ценит каждого клиента. Банк, которому можно доверять.
Команда	Банк, в котором интересно работать. Банк, который дает возможность сотрудникам развиваться, работать в котором стремятся профессионалы. Банк, в котором сотрудники чувствуют себя активными участниками всех процессов. Банк, который ценит своих сотрудников, заботится о них.

	Банк, который обеспечивает своим сотрудникам достойный материальный достаток и положение в обществе.
Общество и государство	Российский банк, активно участвующий в развитии мировой финансовой системы. Ведущий банк, опора финансовой системы страны, основа ее роста и благополучия. Активный участник экономического и социального развития каждого региона и города. Ответственный банк, осознающий последствия своих решений и активно инвестирующий в рост финансовой грамотности и культуры. Банк, в котором работают люди с активной жизненной позицией.
Акционеры	Банк, приверженный высоким стандартам корпоративного управления, строящий свою работу на принципах открытости, прозрачности и предсказуемости. Банк, активно внедряющий высокие стандарты социальной ответственности. Лидер банковского сектора страны, который стремится к максимизации акционерной стоимости. Банк, последовательно реализующий разумный и профессиональный подход к рискам.

Ключевой принцип клиентоцентричной модели Сбербанка: я отношусь к клиенту так, как хотел бы, чтобы относились ко мне. В числе десяти составляющих этой модели были названы доступность сервиса в любом канале, решение проблемы в момент обращения, полная финансовая безопасность и презумпция правоты клиента. Бизнес-модель Сбербанка – клиентоцентричная экосистема представлена на рис. 2.

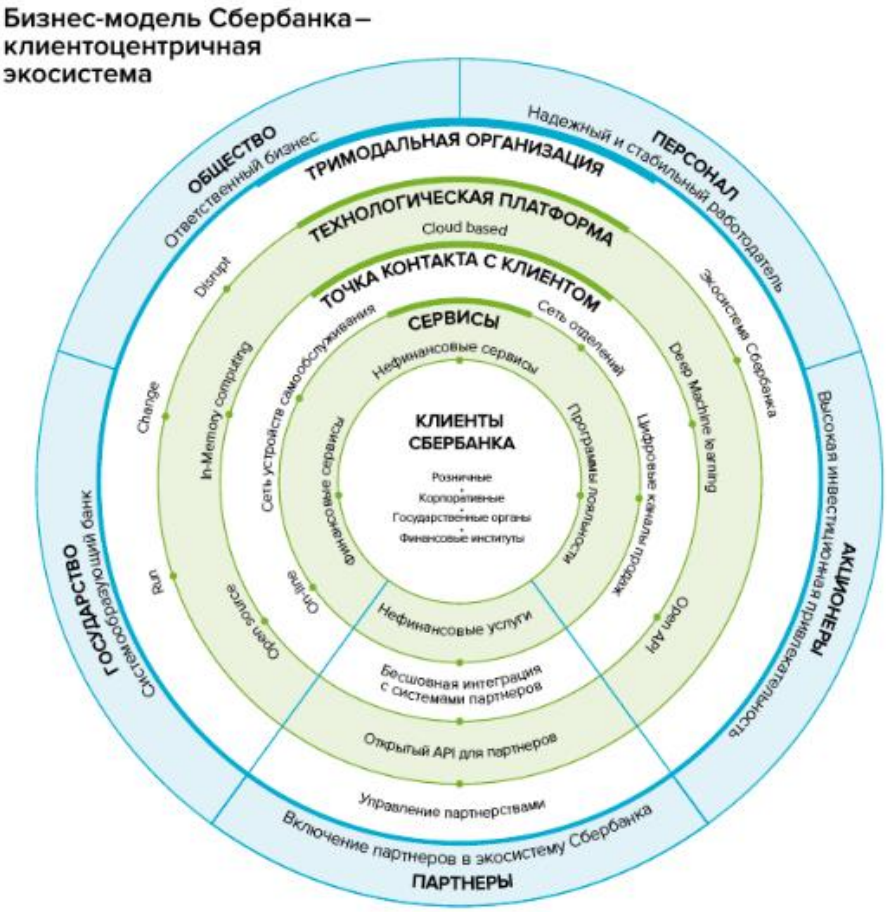


Рис. 2. Клиентоцентричная экосистема ПАО «Сбербанк» [1]

В Стратегии развития Сбербанка клиентоцентричность раскрывается в следующих тезисах:

1. Вся наша деятельность построена вокруг и ради интересов клиента.
2. Мы удивляем и радуем клиентов качеством своих услуг и нашим отношением.
3. Мы превосходим ожидания наших клиентов.

Для клиентов ПАО «Сбербанк» клиентоцентричность выражается в конкретных характеристиках компании, и их сотни. Например, если компания работает 24/7 или быстро решает проблемы клиента - это клиентоцентрично (рис. 3).

Рис. 3. Клиентоцентричность, по мнению клиентов банка [1]

Слагаемые модели можно представить следующим образом:

- клиенту доступен любой сервис в удобном канале;
- решение проблемы клиента в момент обращения;
- сервисы, которые нужны клиенту в режиме 24/7, доступны постоянно;
- клиенту доступна история всех его операций и взаимоотношений с банком;
- полная финансовая безопасность, незаметная для клиента;
- презумпция правоты клиента;
- надежность / исполнение обязательств 100%;
- мы знаем все о клиенте и предвосхищаем его ожидания;
- дружелюбное отношение и квалифицированное обслуживание клиентов;
- непрерывное внедрение новых сервисов и улучшений.

Реализация на практике слагаемых модели на 100 процентов позволит утверждать, что компания работает на клиента и способна превзойти ожидания потребителя, который, в свою очередь, готов порекомендовать продукты и услуги банка своим знакомым.

По каждой из десяти слагаемых-характеристик представлен конкретный план действий и проекты. Один из безусловных приоритетов Сбербанка – развитие удаленных каналов обслуживания. Клиенты будут получать сервисы, которые можно предоставить дистанционно, без посещения банковских отделений, для этого достаточно открыть ноутбук, взять в руки мобильный телефон или другое электронное устройство и выполнить нужную операцию в два клика.

Клиенты уже сегодня достаточно позитивно оценивают банк по указанным десяти характеристикам, средняя оценка составляет 7 баллов. Как только на основании репрезентативного опроса клиентов Сбербанку удастся получить оценку «9» по каждой из характеристик, его можно будет назвать клиентоцентричным.

В Сбербанке действуют простые «Золотые правила» взаимодействия с клиентами

для всех каналов и сегментов обслуживания. На их основе разработаны сервисные памятки, в том числе, которые определяют сотрудникам алгоритм их действия и подготовку ответов, действий на нестандартные претензии и жалобы. Это необходимо для того, чтобы помочь клиенту понять решение банка и поставить высокую оценку CSI.

Разработан обязательный обучающий курс «Сервис для всех» (его проходят новые сотрудники). Еще один курс по управлению впечатлениями клиентов предназначен для руководителей подразделений. Запущен конкурс лучших клиентских историй «Мы создаем лучший клиентский опыт» (сторителлинг) на развитие эмоциональной эмпатии сотрудников банка. Сторителлинг - одна из самых лучших форм передать знания и сформировать в команде клиентоориентированную модель поведения. Более 15 000 вовлеченных сотрудников ежемесячно проходят тренинги, в программы и инструменты обучения которых внедрены практические кейсы, демонстрирующие WOW-сервис на примерах реальных клиентских историй, которыми делятся сами сотрудники банка. Такой подход позволяет максимально эффективно сформировать и отработать навыки клиентоцентричного поведения.

Запущена новая система компенсаций клиентам за ошибки по вине банка. Если банк не выполнил свои обязательства перед клиентом, и клиент пострадал по вине банка, в качестве дополнительных извинений банк вручаем клиентам подарки. Более 4000 отделений, куда доставлено около 260 тысяч сувениров (флеш-карты, чашки, ручки, пледы, зонты и др.) презентовало подарки своим клиентам.

В настоящее время Сбербанк учится распознавать эмоции своих клиентов. Ожидается, что в скором времени банк сможет фиксировать, с какими эмоциями посетитель зашел в отделение банка и с какими его покинул. По итогам реализации пилота будет приниматься решение о тиражировании технологии. Если задуманное действительно удастся воплотить на практике, то в банке готовы дополнительно поощрять тех сотрудников, которые поспособствуют тому, чтобы эмоции клиента после обслуживания стала на порядок выше. В банке осторожно оценивают ожидаемые результаты пилотного проекта, при этом верят, что за подобными технологиями будущее.

Планируется также предоставлять клиенту подробную, доступную и прозрачную информацию не только о транзакциях, но и обо всех элементах взаимоотношений с банком. Например, обращение клиента в Сбербанк в режиме онлайн, другие действия должны отображаться в истории контактов с банком. Иными словами, все данные, доступные в CRM-системе для банковских работников, планируется сделать открытым и для клиента.

Особое внимание уделяется развитию механизмов финансовой безопасности. Планы банка в данном направлении называют интересным обещанием в эпоху перемен. За плечами у банка период, в рамках которого все было либо просто, либо безопасно. Такие разнонаправленные векторы. Сегодня Сбербанк движется к тому, чтобы клиенту было просто и безопасно одновременно. В качестве примера директор департамента привела биометрический проект «Ладошки», реализация которого дает возможность отказаться от сложных многоступенчатых процедур идентификации клиента. В ряде российских регионов дети уже могут выбирать в школьной столовой блюда из меню и оплачивать заказ путем поднесения ладошки к терминалу. Деньги списываются с личного счета ребенка, «привязанного к ладони». Пополняется счет родителями через Сбербанк-онлайн. Точность определения капиллярного рисунка ладони близка к 100 процентам, поэтому дополнительные средства идентификации не требуются.

Удобные и безопасные сервисы аутентификации для клиентов: простота и скорость аутентификации во всех каналах обслуживания, отсутствие лимитов на совершение операций, возможность однократного входа для доступа к разным услугам и сервисам банка и партнеров, для обеспечения безопасности клиента при заказе обратного вызова (call back) будет генерироваться уникальный аудиокод.

Одно из слагаемых модели – презумпции правоты клиента. В данном направлении банк только начинает работать, но «мы надеемся на быстрый прогресс, и в скором време-

ни будем отличаться от многих других игроков рынка». Речь идет о сложных случаях, когда клиент обращается с проблемой и зачастую, невозможно точно установить, что произошло и выяснить, прав клиент или виноват. Во многих ситуациях подобные истории связаны с действиями мошенников. Сбербанк обещает придерживаться принципа, что прав клиент, если не доказано обратное. При этом планируется делать все для того, чтобы системы, процессы и процедуры давали возможность установить, кто в сложившейся ситуации прав, и кто несет ответственность. Если установить это не представляется возможным, Сбербанк будет признавать правоту за клиентом, резюмировала директор департамента. Что касается неисполнения обязательств перед клиентом (например, вовремя не прошел платеж), то Сбербанк намерен предоставлять определенные гарантии и компенсации. Такая схема сейчас разрабатывается.

Развитие культуры обслуживания предполагает, что сотрудники банка как можно чаще должны отвечать на вопрос, отношусь ли я к клиенту так, как хотел бы, чтобы относились ко мне? Каждый сотрудник Сбербанка, независимо от должности, является сотрудником сервисной организации, у него есть свои клиенты – внешние или внутренние, а вся цепочка обслуживания в конечном итоге ведет к внешнему клиенту.

Кроме того, все элементы модели тесно связаны с таким инструментом измерения лояльности клиентов, как NPS (Net Promouter Score – чистый индекс промоутеров).

О том, насколько доволен клиент уровнем обслуживания, в банке судят на основании показателя NPS. Клиентов просят ответить на вопрос, порекомендуют ли они компанию, услугой или сервисом которой воспользовались. Задается шкала от одного до десяти. Поставившие банку «9» или «10» баллов становятся его промоутерами. Ответившие в диапазоне «1» до «6» причисляются к критикам. NPS определяется арифметически: из количества промоутеров вычитается количество критиков. ПАО «Сбербанк» считает, что это честный показатель. Согласно замерам, NPS Сбербанка равен 58 процентам (2017), что на 3 процента выше, чем в 2016 году Это указывает на то, что большое количество клиентов ставят отметки «9» и «10». Аналогичный показатель лучших мировых компаний, на результаты которых ориентируется команда Сбербанка, составляет 75 процентов. Сегодня по уровню NPS Сбербанк лидирует на российском рынке, но, при этом, в банке не скрывают намерений стать лучшей сервисной компанией на глобальном рынке.

Как показывают исследования, NPS напрямую влияет на долгосрочную прибыльность компании. Чем выше NPS, тем больше доходы, тем выше лояльность клиентов, тем большую долю рынка занимает компания. Довольный клиент рекомендует компанию своим друзьям, а недовольный рассказывает о ней еще большему количеству людей, но делится своим негативным опытом.

Внедрение модели клиентоцентричности из десяти пунктов-обещаний – долгий, «бесконечный» процесс. Реализуя что-то сегодня, банк задумывается над тем, что и как следует изменить, чтобы сервисы стали еще проще, удобнее, доступнее, эмоционально привлекательнее для клиента. Постоянное совершенствование модели с учетом потребностей клиентов, в конечном результате приведет к расширению клиентской базы банка, поскольку, во-первых, ее слагаемые учитывают буквально все пожелания и ожидания клиентов, а во-вторых, каждая из характеристик сформулирована просто и определяет конкретный план действий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Официальный сайт ПАО «Сбербанк» – Режим доступа: http://www.sberbank.ru/

УДК 338.26.01

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

Локотко А.В., Сорокина Л.И.

Сведения об авторах. Локотко Анна Вениаминовна - кандидат экономических наук, доцент, преподаватель специальных дисциплин колледжа КАСУ. Сорокина Людмила Ивановна - кандидат экономических наук, доцент ВКГТУ им. Д. Серикбаева.

Аннотация. Инновационная стратегия развития предприятия является залогом успешной деятельности предприятия. Для разработки стратегии необходимо решить ряд первостепенных задач, таких как: выделение инновационных разработок, которые предприятие может решить самостоятельно, определение рационального соотношения между различными инновациями и другие задачи. Объектом исследования является ТОО «Востоксельхозпродукт». Для этого предприятия будет эффективной имитационная стратегия развития. В статье сформулированы основные элементы инновационной стратегии, названы основные принципы стратегии а также цели развития предприятия. В результате анализа разработаны мероприятия для успешной реализации инновационной стратегии, выполнена оценка инновационного проекта, выполнен расчет себестоимости единицы продукции и расчет денежных потоков при реализации предлагаемого проекта.

Ключевые слова. Инновационная стратегия, устойчивое функционирование предприятия, наукоемкость продукции, функциональное замещение, принцип минимизации издержек, принцип товарности, принцип соответствия во времени, безрисковая ставка, итоговая ставка дисконтирования, доход.

Авторлар туралы мәліметтер. Локотко Анна Вениаминовна – экономика ғылымдарының кандидаты, доцент, ҚАЕУ колледжінің оқытушысы. Сорокина Людмила Ивановна – экономика ғылымдарының кандидаты, Д. Серікбаев ат. ШҚМТУ доценті.

Аннотация. Кәсіпорын дамуының инновациялық стратегиясы кәсіпорынның нәтижелі қызметінің кепілі болып табылады. Стратегияны құру үшін бірқатар алғашқы мәселелерді шешу шарт: кәсіпорын өз бетімен шеше алатын инновациялық өнертабыстарды бөлу, түрлі инновациялар арасындағы оңтайлы қатынасты анықтау, және басқа міндеттер. Зерттеу нысаны «Востоксельхозпродукт» ЖШС болып табылады. Бұл кәсіпорын үшін дамудың имитациялық стратегиясы тиімді болып табылады. Мақалада инновациялық стратегияның негізгі элементтері құрастырылып, оның негізгі қағидалары да, сондай –ақ кәсіпорынның даму мақсаттары аталады.

Түйін сөздер. Инновациялық стратегия, тұрақты жұмыс істеу кәсіпорындары, өнімнің ғылымилығы, функционалдық ауыстыру, шығындарды азайту принципі, уақытқа сәйкестік принципі, тәуекелсіз ставка, қорытынды дисконттау ставкасы, табыс .

About the authors. Lokotko Anna - Candidate of Economic Science, Associate Professor of Special Subject at KAFU College. Sorokina Lyudmila - Candidate of Economic Science, Associate Professor at EKSTU named after D. Serikbayeva.

Annotation. Innovative development strategy of the enterprise is the key to the success of the enterprise. To develop a strategy, it is necessary to solve a number of primary tasks, such as: identifying innovative developments that an enterprise can solve on its own, defining a rational relationship between various innovations and other tasks. The object of the research is Vostokselkhozprodukt LLP. For this enterprise, an imitational development strategy will be effective. The article formulates the main elements of the innovation strategy, identifies the main principles of the strategy as well as the goals of the enterprise development. As a result of the analysis, measures were developed for the successful implementation of the innovation strategy, the innovation project was assessed, the unit cost of production was calculated, and the cash flows were calculated during the implementation of the proposed project.

Keywords. Innovative strategy, sustainable operation of the enterprise, the knowledge-intensiveness of products, functional substitution, the principle of cost minimization, the principle of marketability, the principle of compliance in time, the risk-free rate, the final discount rate, income.

Инновационная стратегия – долгосрочное направление развития организации, касающееся сферы, средств и форм ее деятельности, системы взаимоотношений внутри организации, а также позиции организации в окружающей среде [1].

Отправным периодом разработки инновационных стратегий считается выявление инновационных целей, которые связанны желаемыми итогами обновления продуктов и процессов фирмы. Среди их характеризующих показателей можно отметить следующие: удельный вес новой продукции в общем ее объеме; удельный вес продукции на стадии вывода на рынок и роста; средний возраст производственного оборудования; удельный вес продукции с высокими качественными характеристиками; средние сроки вывода новой продукции на рынок и др.

Из выше обозначенных целей вытекает ряд задач, которые следует решить для их достижения: обеспечение соответствия структуры продукции по стадиям жизненного цикла структуре НИОКР по стадиям завершенности; определение источников возникновения инноваций (собственные разработки или привлеченные со стороны); обеспечение рациональных пропорций между инновациями различных типов; парирование угроз функционального и технологического замещения.

Первая задача нацелена на обеспечение своевременности возникновения инноваций на предприятии, подмены устаревшей продукции, создание необходимых заделов НИОКР. Вторая - важно понять, какие разработки рекомендуется реализовывать собственными силами, а какие заимствовать извне. Третья задача более специфичная: поиск рационального соотношения между инновациями, различающимися по степени новизны и радикальности, достижение оптимального соответствия между инновациями - продуктами и инновациями-процессами, радикальными и адаптивными инновациями. Общий подход таков, что инновации различных типов должны дополнять друг друга.

Устойчивое функционирование предприятия зависит от того, насколько успешно оно сможет спрогнозировать угрозы технологического и функционального замещения.

Технологическое замещение приводит к тому, что отпадает надобность производства продукции старым, существующим на предприятии способом, так как за его пределами изобретен новый, более эффективный способ и велика вероятность того, что он будет использован конкурентами.

Функциональное замещение - это появление нового продукта взамен старого, то есть другого, продукта, который будет выполнять функции существующего, но на более высоком уровне. Предприятие должно вовремя принять упреждающие меры, найти рациональное соотношение между адаптивными и стратегическими инновациями.

Факторами, определяющими характер инновационных стратегий предприятия, являются наукоемкость продукции, доля рынка, научно-технический потенциал, структура продукции по стадиям жизненного цикла и др. Ресурсы, которыми располагает орган инновационного управления: научные и инженерно-технические кадры, денежные средства, выделенные на цели научно-технического развития, производственные и научно-технические фонды [2].

В ходе рассмотрения стратегий инновационного развития было выявлено, что для объекта исследования ТОО «Востоксельхозпродукт» наиболее эффективной будет имитационная стратегия. Она характеризуется невысоким уровнем риска, достаточно высоким уровнем технических (технологических) разработок и определенной завоеванной долей рынка. При защитной стратегии предприятия отличаются достаточно высоким уровнем техники и технологии производства, качеством выпускаемой продукции, относительно низкими издержками производства и пытаются удержать свои рыночные позиции. Такую стратегию используют предприятия (фирмы), которые получают значительную прибыль в условиях конкуренции. Предприятие имеет более прочные позиции в области маркетинга и производства по сравнению с инновационными разработками, научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими работами.

К основным элементам инновационной стратегии предприятия относятся: совершенствование выпускаемой продукции и применяемых технологий; создание и освоение новых продуктов и процессов; повышение качественного уровня технико-технологической базы предприятия; повышение эффективности использования кадрового потенциала предприятия; совершенствование организации и управления инновационной деятельно-

стью; рационализация ресурсной базы; достижения на внутреннем и внешнем рынке конкурентных преимуществ.

Следует заметить, что выполнение данных целей полностью соответствует организационной структуре, инфраструктуре и системы управления ТОО «Восток сельхозпродукт».

Стратегия ТОО «Востоксельхозпродукт» отвечает трем основным принципам:

- принципу товарности – разрабатываемый продукт соответствует требованиям рынка;

- принципу минимизации издержек – реализуемые в рамках стратегии мероприятия должны сводить к минимуму себестоимость продукции;

- принципу соответствия во времени – усовершенствованная продукция появится на рынке в соответствующий момент.

При разработке инновационной стратегии были сформулированы следующие цели:

- расширить долю рынка до 20 % в следующем 2019 году;

- завершить модернизацию производства подсолнечного масла в текущем 2018 году;

- повысить объем выпуска рафинированного и нерафинированного масла на 10% в следующем 2019 году;

- увеличить эффективность работы предприятия за счет применения модели инновационным потенциалом в следующем 2019 году.

Все вышеперечисленное позволяет заметить, что в результате внедрения эффективной инновационной стратегии предприятие получит дополнительные конкурентные преимущества, которые позволят сохранить и увеличить существующую долю рынка, повысить эффективность финансово-хозяйственной деятельности и создадут условия для дальнейшего интенсивного роста предприятия. Также хотелось бы подчеркнуть, что в рамках выбранной стратегии инновационного развития ТОО «Востоксельхозпродукт» рекомендуется провести следующий ряд мероприятий:

- строительство-реконструкция здания рафинации-дезодорации (капитальный ремонт имеющегося одноэтажного здания, а также достройка на данной базе дополнительно двух этажей);

- оснащение здания современным автоматическим оборудованием по производству рафинированного, дезодорированного подсолнечного масла производительностью до 100 тонн масла в сутки;

- строительство-реконструкция здания цеха фасовки и упаковки (увеличение общей площади цеха);

- установка нового оборудования по розливу и упаковке подсолнечного масла.

Реализация предлагаемого проекта позволит предприятию на собственной базе завершить полный производственный цикл по изготовлению рафинированно-дезодорированного масла, увеличить производственную мощность розливо-фасовочного подразделения [2].

Предлагаемая производственная линия в основном ориентирована на производство подсолнечного масла, но одновременно с этим производит и другие виды масляной продукции. В ходе производства различных масел производственная линия обеспечивая качество продукции, дает предпосылки высоких темпов переработки, а также помогает уменьшить использование материалов, с тем, чтобы добиться низкой себестоимости улучшая качество продукта.

На предприятии в 2017 году уже было установлено оборудование по производству рафинированного, дезодорированного подсолнечного масла. Остальные пункты инвестиционного проекта находятся в ходе реализации.

Для проведения расчета коэффициентов эффективности проекта необходимо рассчитать ставку дисконтирования. Ставка дисконтирования рассчитывается кумулятивным методом. Ставка дисконтирования складывается из безрисковой ставки и ставки на различные виды риска. Безрисковая ставка была принята в размере официальной ставки ре-

финансирования Национального банка Республики Казахстан и составляла 11% (апрель, 2017г.). Размер скидок на различные риски представлен в таблице 1.

Таблица 1. Расчет скидок на различные риски

Вид риска	*Вероятный интервал значений, %*	*Параметры риска*	*Значение, %*
Руководящий состав: ключевая фигура, качество управления	0-5	Независимость (зависимость) от одной ключевой фигуры	1
Размер компании	0-5	Крупное (среднее, мелкое) предприятие; монопольная или конкурентная форма рынка	2
Финансовая структура (источники финансирования предприятия)	0-5	Соответствующая нормам (например, среднеотраслевым) или завышенная доля заемных источников в совокупном капитале предприятия	1
Товарная и территориальная диверсификация	0-5	Широкий (узкий) ассортимент продукции; территориальные границы рынка сбыта; внешний, региональный, местный	1
Диверсифицированность клиентуры	0-5	Форма рынка, на котором действует компания, с позиции спроса; много или несколько потребителей; незначительная (значительная) доля в объеме продаж, приходящаяся на одного или нескольких потребителей	1
Уровень и прогнозируемость прибылей	0-5	Стабильность (нестабильность) уровня дохода; рентабельность; наличие (отсутствие) необходимой для прогнозирования информации о деятельности предприятия за последние три - пять лет	0

Итоговая ставка дисконтирования определятся как сумма ставки рефинансирования и премий за риск, которая составила 17%.

Для расчета показателей эффективности инновационного проекта необходимо сформировать денежные потоки, генерируемые с помощью проводимых в рамках проекта мероприятий.

С этой целью сначала были рассчитаны доход от реализации продукции и себестоимость производимой продукции. Далее по результатам проведенных расчетов определялась выручка от реализации продукции. Потом из выручки вычитались административные расходы. Таким образом, была получена прибыль до налогообложения.

Известно, что доля рафинированного масла будет составлять 60% от общего количества производимой продукции. Соответственно, денежные потоки, генерируемые нововведениями, будут приравнены к произведению прибыли до налогообложения, полученной от реализации проекта, и доли рафинированного масла (60%).

Сумма первоначально вложенных средств составляет 429 000 тысяч тенге. Известно, что для реализации данного проекта предприятия берет часть указанной суммы в кредит, который выдается банком второго уровня на условиях платности и возвратности [3].

В таблице 2 представлен расчет дохода от реализации продукции ТОО «Востоксельхозпродукт».

Таблица 2. Расчет дохода от реализации продукции на начало реализации проекта

Наименование показателя, ед. изм.	Значение показателя по видам продукции			
	масло разливное	масло фасованное	шрот подсолнечника	итого
Планируемый объем реализации: - в сутки, л. - в месяц, л. - в год, л.	 60 000 1 200 000 13 200 000	 20 000 400 000 4 400 000	 80 000 1 600 000 17 600 000	 160 000 3 200 000 35 200 000
Цена реализации, тенге	185	220	30	-
Годовой доход от реализации, тыс. тг.	2 442 000	968 000	528 000	3 938 000

В таблице 3 представлен расчет себестоимости на единицу производимой продукции.

Таблица 3. Расчет себестоимости на единицу продукции

Наименование статей себестоимости	Разливное масло, тг/л	Фасованное масло, тг/л	Шрот, тг/кг
1 Сырье и материалы	156,54	178,90	14,50
2 Расходы по переделу			
2.1 Электроэнергия	2,04	0,70	0,43
2.2 Теплоэнергия	1,66	0,10	0,34
2.3 Коммунальные услуги, в том числе аренда	0,63	0,10	0,13
2.4 Зарплата производственных рабочих	3,40	2,40	1,03
2.5 Транспортные расходы	3,74	0,50	1,16
Итого расходы по переделу	11,47	3,80	3,09
3 Налоги	0,37	0,14	0,11
4 Другие переменные расходы	0,30	0,10	0,10
Себестоимость продукции, реализуемой в отчетном периоде	168,70	182,90	17,80

В таблице 4 представлен итоговый расчет себестоимости на весь объем производимой продукции.

Таблица 4. Расчет себестоимости продукции на начало реализации проекта

Наименование показателя	Значение показателя по видам продукции			
	масло разливное	масло фасованное	шрот подсолнечника	итого
Плановая себестоимость единицы, тг.	168,70	182,90	17,80	-
Плановые затраты на выпуск продукции: - в месяц, тыс. тг. - в год, тыс. тг.	 202 431,00 2 226 743,00	 73 155,00 804 709,00	 28 480,00 313 280,00	 304 067,00 3 344 733,00

Прогнозы доходов от реализации продукции рассчитывались на 5 лет реализации проекта путем построения линии тренда. На рис. 1 представлен тренд для составления прогнозов значений доходов от реализации продукции.

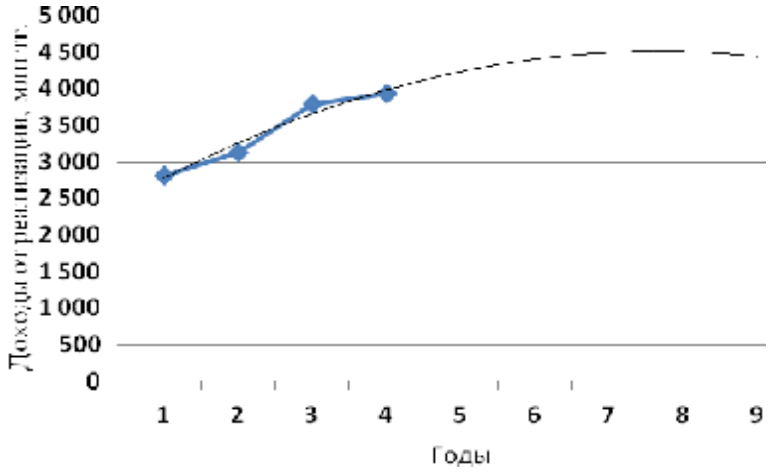


Рис. 1. Прогнозирование доходов от реализации на 5 лет реализации проекта

С помощью рис. 1 было сформировано уравнение тренда. Прогнозные значения доходов от реализации были рассчитаны по формуле:

$$У = -39 \times X^2 + 598 \times X + 2213{,}5, \quad (1)$$

где У – прогнозное значение показателя, тыс. тг.;
X – фактическое значение показателя, тыс. тг.

Коэффициент вариации составляет 95,6%, что свидетельствует о том, что данным уравнением регрессии объясняется 95% дисперсии результативного признака.

Прогнозы себестоимости рассчитывались на 5 лет реализации проекта путем построения линии тренда. На рис. 2 представлен тренд для составления прогнозов значений себестоимости.

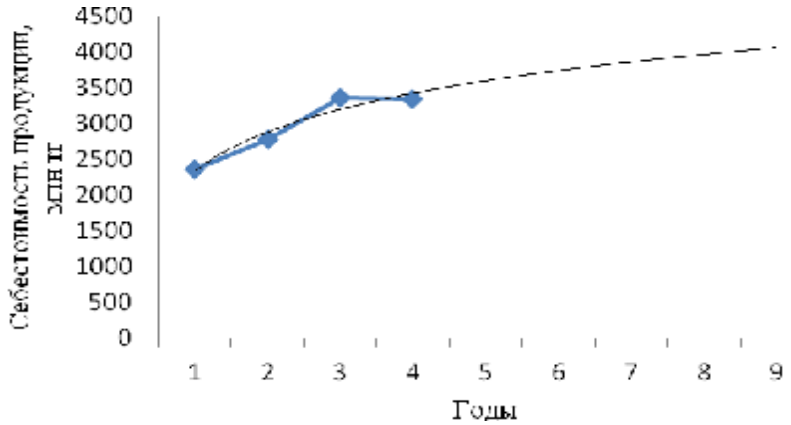


Рис. 2. Прогнозирование себестоимости на 5 лет реализации проекта

С помощью рис. 2 было сформировано уравнение тренда. Прогнозные значения доходов от реализации были рассчитаны по формуле (2):

$$У = 783{,}65 \times \ln(X) + 2336{,}6\ , \quad (2)$$

где У – прогнозное значение показателя, тыс. тг.;
X – фактическое значение показателя, тыс. тг.

Коэффициент вариации составляет 95,6%, что свидетельствует о том, что данным уравнением регрессии объясняется 95% дисперсии результативного признака.

Предлагаемая производственная линия в основном ориентирована на производство подсолнечного масла, но одновременно с этим производит и другие виды масляной продукции. В ходе производства различных масел производственная линия обеспечивая качество продукции, дает предпосылки высоких темпов переработки, а также помогает уменьшить использование материалов, с тем, чтобы добиться низкой себестоимости улучшая качество продукта.

В таблице 5 представлены результаты расчета прогнозов доходов от реализации и себестоимости продукции.

Таблица 5. Прогноз дохода от реализации и себестоимости производимой продукции на период с 2018 по 2022 годы, млн. тг

Наименование показателя	Значение показателя по годам				
	2018	2019	2020	2021	2022
Доход от реализованной продукции: - всего - доход, приходящийся на производство рафинированного масла	 3 938,0 2 362,8	 4 228,5 2 537,1	 4 397,5 2 638,5	 4 488,5 2693,1	 4 501,5 2 700,9
Себестоимость: - всего - себестоимость, приходящаяся на производство рафинированного масла	 3 345,0 2007,0	 3 597,8 2 158,7	 3 740,7 2 244,4	 3 861,5 2 316,9	 3 966,2 2 379,7

В таблице 6 проведен расчет денежных потоков, генерируемых реализацией инновационного проекта и, соответственно, мероприятиями, реализуемыми в рамках данного проекта.

Таблица 6. Расчет денежных потоков, генерируемых реализацией проекта, тыс. тг

Наименование показателя	Значение показателя по годам				
	2018	2019	2020	2021	2022
Доход от реализованной продукции, (рафинированного) масла	2 362 800	2 537 100	2 638 500	2 693 100	2 700 900
Себестоимость от реализованной продукции, (рафинированного) масла	2 007 000	2 158 700	2 244 400	2 316 900	2 379 700
Административные расходы	180 000	180 000	180 000	180 000	180 000
Денежный поток	175 800	198 400	214 100	196 200	141 200

Таким образом, сумма денежных потоков за весь период реализации проектов составляет 790 748 тысяч тенге, а сумма дисконтированных денежных потоков равна 504 261 тысяча тенге.

В таблице 7 представлен расчет денежных потоков инновационного потока.

Таблица 7. Денежные потоки инновационного потока на 5 лет реализации проекта, тыс. тг

Наименование показателей	Значения показателя по годам				
	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
Прибыль до налогообложения	175 800	198 400	214 100	196 200	141 200
Дополнительные денежные оттоки:					
- вознаграждение по кредиту	34 214	34 416	24 697	14 978	5 259
- налог на имущество,	3860	4147	4353	4478	4521
Итого приток денег	137 726	159 835	185 023	176 737	131 427
Дисконтированный денежный поток	117 715	116 762	115 523	94 316	59 945

Наиболее важным из статических методов является «срок окупаемости», который показывает ликвидность данного проекта. Недостатком статических методов является отсутствие учета фактора времени. Рассчитаем данный показатель:

$$PP = 2 - \frac{-131\,439}{185\,023} = 2{,}71;$$ PP = 2,71 года

Дисконтированный срок окупаемости рассчитывается:

$$DDP = 3 - \frac{-79\,001}{94\,316} = 3{,}83;$$ DDP = 3,83 года

Чистая приведенная стоимость (Net Present Value - NPV), критерий оценки инвестиций, относящийся к группе методов дисконтирования денежных потоков.

Результатом такого сопоставления будет положительная или отрицательная величина (чистый приток или чистый отток денежных средств), которая показывает, удовлетворяет или нет проект принятой норме дисконта. Чистая приведенная стоимость рассчитывается:

$$NPV = 504\,261 - 429\,000 = 75\,261;$$ NPV = 75 261 тыс. тг.

Так как NPV проекта больше 0, то проект принимается.

Необходимо отметить, что показатель NPV отражает прогнозную оценку изменения экономического потенциала предприятия в случае принятия рассматриваемого проекта. Этот показатель аддитивен во временном аспекте, то есть. NPV различных проектов можно суммировать. Это очень важное свойство, выделяющее этот критерий из всех остальных и позволяющее использовать его в качестве основного при анализе оптимальности инвестиционного портфеля.

Индекс рентабельности показывает, сколько единиц современной величины денежного потока приходится на единицу предполагаемых первоначальных затрат. Этот метод является, по сути, следствием метода чистой современной стоимости. Оценка проекта по критерию индекс рентабельности:

- если величина критерия PI больше 1, то современная стоимость денежного потока проекта превышает первоначальные инвестиции;
- при PI меньше 1, проект не обеспечивает заданного уровня рентабельности, и его следует отвергнуть;
- если PI равна 1, то инвестиции не приносят дохода - проект ни прибыльный, ни

убыточный.

Из проведенных расчетов показателя PI можно сделать вывод, что стоимость денежного потока проекта превышает первоначальные инвестиции и проект рекомендуется к принятию.

Следовательно, критерий PI характеризует эффективность вложений; именно этот критерий наиболее предпочтителен, когда необходимо упорядочить независимые проекты для создания оптимального портфеля в случае ограниченности сверху общего объема инвестиций.

Показатели эффективности проекта сведем в таблицу 8.

Таблица 8. Показатели эффективности инвестиционного проекта

Наименование показателя, ед. изм.	Значения
Период окупаемости, лет	2,67
Дисконтированный период окупаемости, лет	3,83
Чистая приведенная стоимость - NPV , тыс. тенге	75 261
Индекс прибыльности - PI , доли	1,18

Таким образом, анализируя результаты таблицы 8 можно сказать, что инновационный проект эффективен.

ЛИТЕРАТУРА

1. Жданкин Н.А. Инновационный менеджмент: учебник. – М.: КНОРУС, 2017.
2. Вертакова Ю. В., Симоненко Е. С. Управление инновациями: теория и практика. – М.: Эксмо, 2015.
3. Закон РК «О банках и банковской деятельности в РК» от 31.08.1995г. года № 2444 (с изменениями и дополнениями по состоянию на 09.01.2018 г.).

УДК 338.47

ФАКТОРИНГ КАК СХЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПРОБЛЕМНОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ

Клиновицкая Т.Г.

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

Аннотация. В статье рассмотрен факторинг как один из целесообразных и удобных по своей простоте вариантов управления «проблемным» долгом. В схеме факторинга отражена последовательность этапов взаимодействия банка, заемщика и дебиторов заемщика. Для наглядной демонстрации результатов предлагаемого механизма возврата «проблемного» долга приведен пример и расчет эффективности применения схемы факторинговых операций. Особое внимание уделено сравнению применения и неприменения факторинга, как схемы управления «проблемной» задолженностью, преимуществам и недостаткам предлагаемой схемы.

Ключевые слова. Факторинг, факторинговые операции, финансовый агент, клиент, денежные средства, банк, договор, дебиторская задолженность, дебиторы, заемщик, эффективность.

Автор туралы мәліметтер. Клиновицкая Татьяна Григорьевна - Д.Серікбаев ат. ШҚМТУ аға оқытушысы.

Аннотация. Мақалада Факторинг проблемалық қарыздануды басқарудың ең жеңіл жолы ретінде қарастырылады. Факторинг схемасында банк, қарыз алушы мен дебитор арасындағы өзара әрекеттесу кезеңдерінің реттілігі көрсетілген. Проблемалық қарызды қайтарудың ұсынылып отырған механизмінің нәтижелерін көрнекі түрде ұсыну үшін факторингтік операциялардың схемасын қолдану тиімділігінің мысалы мен есебі келтірілген. Факторингті пайдаланатын және пайдаланбайтын мысалдарға ерекше орын беріліп, артынша толыққанды талдау жасалған.

Түйін сөздер. Факторинг, факторинг операциялары, қаржы агенті, клиент, ақшалай қаражат, банк, келісім-шарт, дебиторлық берешек,

About the author. Klinovitskaya Tatyana - Senior Professor at EKSTU named after D. Serikbayeva.

Annotation. The article considers factoring as one of the most appropriate and convenient in its simplicity options for managing “problem” debt. The factoring scheme reflects the sequence of stages of interaction between the bank, the borrower and the borrower’s debtors. For a visual demonstration of the results of the proposed mechanism for the return of a “problem” debt, an example is given and a calculation of the effectiveness of the use of a factoring scheme. Particular attention is paid to the comparison of the use and non-use of factoring as a “problem” debt management scheme, the advantages and disadvantages of the proposed scheme.

Keywords. Factoring, factoring operations, financial agent, client, cash, bank, contract, receivables, debtors, borrower, efficiency.

Подходы к разрешению кризисных ситуаций и выводу заемщика из сложившегося, часто предбанкротного, состояния весьма разнообразны и различаются в зависимости от объема и степени сложности предстоящей работы по выводу должника.

В настоящее время объем «проблемной» задолженности является угрожающе высоким. Какими бы не были причины ухудшения качества кредита, одним из целесообразных и удобных по своей простоте вариантов управления «проблемным» долгом, является факторинг.

Согласно статье 729 Гражданского Кодекса Республики Казахстан, «по договору финансирования под уступку денежного требования одна сторона (финансовый агент) передает или обязуется передать в распоряжение другой стороне (клиент) деньги, а клиент уступает или обязуется уступить финансовому агенту свое денежное требование к третьему лицу, вытекающее из отношений клиента (кредитора) с этим третьим лицом (должником)».

В банковской практике факторинговые операции - операции, в соответствии с которыми Клиент (Заемщик) обязуется уступать Финансовому агенту (Банку) денежные требования к третьему лицу (предприятия-партнеры Заемщика, далее Дебиторы), вытекающие из предоставления Клиентом товаров (выполнения им работ или оказания услуг) Дебитору, а Финансовый агент обязуется предоставлять Клиенту денежные средства (осуществлять финансирование) на условиях и в порядке, определяемых Договором факторинга, и оказывать следующие услуги: осуществлять учет текущего состояния денежных требований к Дебиторам и контроль своевременности их оплаты (административное управление дебиторской задолженностью); иные финансовые услуги, связанные с денежными требованиями [1].

Факторинг, как индустрия коммерческого финансирования, в развитых странах мира существует достаточно давно. В Казахстане факторинг практически не существовал вплоть до 2009 года. Объем рынка факторинга в Казахстане ничтожно мал. В то время как в развитых странах объем факторинга составляет порядка 10% от ВВП, в России - 1,5%.

Целями использования факторинговых операций является:

- ускорение денежного оборота;
- устранение риска (немедленное инкассирование средств или получение их на определенную в факторинговом договоре дату вне зависимости от платежеспособности плательщика);
- управление дебиторской задолженностью (профилактика проблемных долгов и взыскание просроченной задолженности).

Основной целью и преимуществом предлагаемой модели является возврат кредитов, качество которых существенно ухудшилось. Отличительной особенностью данной схемы является то, что должник не лишается всех денежных ресурсов при погашении

кредита, поскольку Банком-кредитором устанавливается такой план погашения «проблемной» ссудной задолженности, при котором часть денежных платежей от Дебиторов должника остается у должника на поддержание его деятельности. Подобным взаимоприемлемым сотрудничеством Банк не только не дает должнику обанкротиться, но позволяет ему расплатиться с долгами, сохранив при этом свой бизнес и репутацию. Дополнительным преимуществом предлагаемого механизма (схемы) погашения долга является для Банка полный контроль данного сегмента финансовых потоков должника [2].

Наиболее приемлемым по гарантируемым свойствам для Банка следует считать вид факторинговой сделки с регрессом (обратное требование Банка к Заемщику о возмещении суммы, не уплаченной в срок Дебиторами Заемщика по контрактам). Общая схема взаимодействия Банка и Заемщика, в которой качество задолженности должника существенно улучшается в результате введения и применения договора о факторинге приведена на рис. 1.

Рис. 1. Факторинг как способ управления «проблемной» задолженностью

Последовательность этапов взаимодействия Банка, Заемщика и Дебиторов Заемщика при применении схемы факторинга как способа управления «проблемной» задолженностью Банка:

1) банк кредитует Заемщика, впоследствии выданный Заемщику кредит приобретает статус «проблемного»;

2) заемщик предоставляет товары, услуги предприятиям-партнерам (впоследствии после заключения договора о факторинге становятся Дебиторами);

3) предприятия-партнеры Заемщика (Дебиторы) производят оплату Заемщику за предоставляемые им товары или услуги. На момент, когда кредит непроблемный, оплата партнерами производится Заемщику;

4) обслуживание долга Заемщиком производится по установленному Банком графику погашений кредита, и, соответственно, долг Заемщика перед Банком уменьшается;

5) в случае, если по каким-либо существенным причинам Заемщик далее не в состоянии обслуживать долг, то в рамках мер по оптимизации сформировавшейся «проблемной» задолженности Банк заключает с Заемщиком договор о факторинге;

6) согласно заключенному договору о факторинге денежные средства от предприятий-партнеров (Дебиторов) Заемщика, направляемые ему в счет оплаты за предоставляемые товары, услуги, перечисляются в Банк в оговоренном размере в счет погашения

задолженности Заемщика; оставшаяся часть денежных средств от предприятий-партнеров (Дебиторов) поступает к Заемщику в сумме, необходимой для дальнейшего функционирования деятельности Заемщика;

7) в случае невозможности кем-либо из Дебиторов оплатить товары, услуги, предоставленные Заемщиком, требование Банка о возмещении задолженности переходит к Заемщику (активация регресса);

8) неуплаченный в срок Дебиторами Заемщика долг по контрактам переходит к Заемщику (регресс).

Сама схема взаимодействия, а также дальнейшая последовательность действий Банка рассматриваются и одобряются на Кредитном комитете, при необходимости одобряются Правлением Банка, Наблюдательным советом Банка и собранием акционеров Банка.

Для наглядной демонстрации результатов предлагаемого механизма возврата «проблемного» долга приведем пример, который подтвержден нижеследующими расчетами.

Основной долг - 5 млн. тенге, задолженность по начисленным, но неуплаченным процентам - 0,1 млн. тенге и штрафным санкциям - 0,3 млн. тенге (за 30 дней просроченного платежа). Банк не взимает 50% начисленных штрафов, оставшаяся часть штрафов - 0,15 млн. тенге. Суммарная задолженность Заемщика - 5,25 млн. тенге. Заемщик в качестве Дебитора взаимодействует с основным предприятием-партнером, своевременно оплачивающим поставляемые Заемщиком продукцию на условиях отсрочки платежа (не более 90 дней).

Между Заемщиком и Дебитором заключены Договора поставки, согласно которым:

- количество отгружаемого товара - 2 080 штук;
- цена за штуку - 1 500 тенге;
- сроки поставки - в течение 10 дней текущего месяца;
- отсрочка платежа — 90 календарных дней;
- соответственно минимальный размер ожидаемой к поступлению выручки - 3120000 тенге, ожидаемый период поступления - 90 дней.

Исходя из данной выше информации, необходимо оценить эффективность применения факторинга в качестве схемы управления проблемным кредитом, то есть оценить сроки возврата кредита, пропорции затрат Заемщика (на цели погашения кредита и на цели поддержания его производственно-хозяйственного функционирования), также объемы дополнительного финансирования Банком на всех периодах погашения кредита.

В таблице 1 приведен расчет эффективности применения схемы факторинговых операций в отношении вышеизложенного примера.

Таблица 1. Эффективность применения факторинга как схемы возврата «проблемной» задолженности (тыс. тенге)

№	Наименование	месяцы								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Задолженность перед Банком	5250	5490	2610	2850	3090	210	450	690	0
2	Расходы Заемщика (кроме погашения кредита), в т.ч:	240	240	240	240	240	240	240	240	240
3	Расходы Заемщика на поддержание производства	140	140	140	140	140	140	140	140	140
4	Обязательные платежи Заемщика (налоги, хоз. расходы)	100	100	100	100	100	100	100	100	100
5	Финансирование Банком	240	240	240	240	240	240	240	240	240
6	Поступления от Дебитора	0	0	3120	0	0	3120	0	0	3120
7	Погашение кредита	0	0	3120	0	0	3120	0	0	3120

В Строке 1 отражается текущая задолженность Заемщика, которая по истечении девяти месяцев становится равной нулю, то есть предполагаемый срок возврата задолженности - 9 месяцев. Строка 2 (сумма строк 3 и 4) отражает расходы Заемщика, необходимые для поддержания стабильного производственного функционирования.

Строки 3 и 4 представляют суммы обязательных ежемесячных расходов Заемщика. Банк финансирует данные расходы, что отражено в Строке 5. Строка 6 - поступления от Дебитора.

Строка 7 - отражает процесс погашения кредита, который происходит следующим образом: денежные средства поступают в Банк от Дебитора, Банк учитывает их в счет погашения долга Заемщика.

Для наглядности в таблице 2, приведено сравнение двух вариантов изменения качества кредита: в случае неприменения схемы факторинговых операций - нулевой возврат задолженности (невозврат) и в случае применения вышеописанной схемы - возврат в оговоренные сроки.

Таблица 2. Сравнение применения и неприменения факторинга, как схема управления «проблемной» задолженностью

Условия	Текущее состояние	Неприменение факторинга (невозврат)	После применения факторинга
Просроченный основной долг	5 млн. тенге	5 млн. тенге	Сумма основного долга погашена 0 т
Сумма неуплаченных процентов и неустойки	0,4 млн. тенге	0,4 млн. тенге и ежедневное увеличение штрафов)	Частично не взыскана Банком, частично погашена. 0 тенге
Финансово-экономическое состояние Заемщика	Ухудшающееся финансово- экономическое состояние Заемщика	Ухудшающееся финансово- экономическое состояние заемщика	Улучшающееся (или стабильное) финансово- экономическое состояние заемщика
Срок погашения «проблемного» кредита	Неизвестно	Неизвестно	9 месяцев

Преимущества предлагаемой схемы: снижение рисков Банка в связи с диверсификацией кредитного риска по кредиту строгий контроль денежных потоков Заемщика, частичное или полное невзымание суммы штрафов по просроченным кредитам, что стимулирует должника к погашению кредита, предотвращение банкротства Заемщика.

К недостаткам схемы следует отнести: зависимость возвратности кредита от финансового состояния компаний – Дебиторов, возможность существенного ухудшения платежеспособности компаний-Дебиторов, в случае банкротства, ранее полученные средства могут быть востребованы.

Таким образом, в сравнении с преимуществами вышеизложенной схемы, риск реализации ее недостатков может быть оценен как существенно более низкий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Посадская М.К. Работа с проблемной задолженностью // Банковское кредитование.– 2015. - №1.- С. 23-25.
2. Каримова Ш.Д. Проблемы взыскания «проблемных» кредитов в Казахстане и международный опыт // Банки Казахстана. – 2016.- №12. - С. 28-36.
3. Тавасиев А.М. Банковское дело: технологии и управление. – М.: «Юнита», 2007.

УДК 338.24.01

УПРАВЛЕНИЕ МОДЕРНИЗАЦИЕЙ ПРОИЗВОДСТВА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Уразова Н.П.

Сведения об авторе. Уразова Наталья Павловна – магистр экономических наук, старший преподаватель кафедры бизнеса.

Аннотация. В статье рассматривается функционирование предприятия в реалиях рыночной экономики. Автор считает, что современному предприятию необходимо одновременно решать ряд вопросов и принимать сложные управленческие решения – поиск рынков сбыта, определение каналов поставщиков, оптимизация производства.

Ключевые слова. Модернизация производства, сокращение затрат, управление персоналом, повышение прибыли, перспективное развитие предприятия.

Автор туралы мәліметтер. Уразова Наталья Павловна – экономика ғылымдарының магистрі, бизнес кафедрасының аға оқытушысы.

Аннотация. Мақалада нарықтық экономика жадайтында кәсіпорын қызметі қарастырылған. Автор ойынша, заманауи кәсіпорын бір мезетте бірнеше мәселелерді шешумен қатар басқару бойынша шешімдерді де қабылдауы керек – олар өткізу нарығын іздеу, жеткізушілердің арналарын анықтау, өндірісті оңтайландыру.

Түйін сөздер. Өндірісті жаңғырту, шығындарды қысқарту, персоналды басқару, арттыру, пайданы перспективалы дамыту.

About the author. Urazova Natalya - master of Economic Science, Senior Professor of Business Department.

Annotation. The article discusses the functioning of the enterprise in the realities of a market economy. The author believes that a modern enterprise needs to simultaneously solve a number of issues and make complex management decisions - finding sales markets, determining suppliers channels, and optimizing production.

Keywords. Modernization of production, cost reduction, personnel management, increase profits, the future development of the enterprise

Функционирование предприятия в реалиях рыночной экономики при капиталистическом строе существенно сложнее, чем при плановой структуре экономики [1, с. 92].

Современному предприятию необходимо одновременно решать ряд вопросов и принимать сложные управленческие решения – поиск рынков сбыта, определение каналов поставщиков, оптимизация производства.

Под последним процессом понимается ряд взаимосвязанных действий необходимых для дальнейшего развития предприятия. Под этим понимается:

- сокращение затрат;
- увеличение прибыли.

Значительных успехов в этом деле невозможно достичь без модернизации производства. Именно она поможет снизить затраты путём совершенствования производственных процессов или увеличить выпуск продукции, что приведет к повышению прибыли.

Под модернизацией понимается не только работа с основными средствами, но и в целом управление рядом задач, таких, как:

- управление персоналом;
- управление технологией;
- управление стратегией;
- управление культурой.

Так как для любой организации прибыль (максимизация доходов, сокращение затрат) является основной целью функционирования, то процесс управления модернизацией, как инструмент достижения этой цели, выходит на первый план.

Таким образом, перспективное развитие предприятия, и как минимум его стабильное существование зависит от того, как сможет руководство использовать данный про-

цесс.

Актуальность модернизации заключается в том, сможет ли предприятие стать конкурентоспособным или пополнит статистику обанкротившихся хозяйствующих субъектов.

Модернизация – комплексное понятие. Данный процесс нельзя описать даже двумя-тремя словосочетаниями. Однако наиболее ёмким является следующее определение [5, с. 106].

Модернизация – процесс обновления объекта для приведения его к новым нормам или требованиям.

Под объектом могут пониматься различные предметы или явления. В основном на предприятии под объектом выступают следующие понятия, представленные на рис. 1.

Рис. 1. Объекты модернизации на предприятии

Также модернизацию можно рассматривать как инструмент или способ снижения рисков возникновения банкротства, или предбанкротного состояния предприятия, неплатёжеспособности или убыточности, инструмент выживания в рыночном обществе, который стал необходимым и неизбежным для дальнейшего развития предприятия.

Цель модернизации любого производства – максимизация прибыли и оптимизация затрат – увеличение чистой прибыли в интересах собственника предприятия.

Для достижения этой цели модернизация решает ряд взаимосвязанных задач:

- производство товара (или услуги) с усовершенствованными характеристиками;
- расширение ассортимента;
- повышение эффективности средств производства (увеличение производственной мощности);
- снижение трудоёмкости производственного процесса (автоматизация) и как следствие снижение себестоимости за счёт сокращения затрат на оплату труда производственного персонала;
- сокращение операционного цикла;
- снижение потерь (нормативных и сверхнормативных);
- оптимизация расходной части бюджета или сокращение себестоимости произведенной продукции;
- смена технологического процесса, либо обновление существующего;
- модернизация логистической инфраструктуры.

Так сложилось, что при модернизации производства руководство уделяет внимание только совершенствованию или замене основных средств или технологий, забывая при этом уделять внимание модернизации логистической инфраструктуры.

Логистические вопросы должны планироваться и решаться параллельно управлению модернизации основного производства.

Логистическая инфраструктура предприятия делится на два вида:

- внутренняя – её модернизация подразумевает оптимизацию внутреннего перемещения ТМЦ;
- внешняя – модернизация внешней цепочки поставок.

Политика модернизации производства на предприятии заключается в решении следующих вопросов представленных на рис. 2.

Рис. 2. Политика модернизации производства

При формировании политики модернизации производства предприятие должно определиться с целями её осуществления. Как правило, это повышение выручки и/или снижение расходов.

Здесь же организация расставляет приоритеты модернизации – предпочтительней повысить доходы без изменений расходов или наоборот. Также выбирают направление модернизации.

Вторым этапом формирования политики модернизации является выбор инструментов:

- организация управляющих механизмов – совокупность инструментов для эффективного управления модернизации производства;
- организация регулирующих механизмов – совокупность инструментов для регламентации и контроля модернизации.

В политике модернизации производства должны быть оговорены моменты обеспечения модернизации, то есть определение круга источников для снабжения процесса:

- материальными ресурсами – оборудование и технология;
- финансовыми средствами;
- трудовыми ресурсами – квалифицированные кадры.

Основные направления модернизации представлены на рис. 3.

Одним из базовых направлений модернизации является работа с основным капиталом, то есть средствами производства, ведь именно от них зависит весь операционный цикл. Здесь же стоит отметить и внедрение инновации, новых технологий и т.п.

С основным капиталом работают кадры. Поэтому параллельно модернизации основного капитала происходит модернизация кадрового потенциала.

Рис. 3. Направления модернизации

Одной из основных проблем при модернизации производства выступает человеческий фактор. Некомпетентные и низкоквалифицированные кадры не только тянут предприятие назад и не дают ему развиваться, но и сопротивляются любым новшествам и изменениям [8, с. 15].

Также неподготовленный персонал не сможет овладеть новыми средствами производства или технологией, что не позволит получить 100% отдачу от модернизации.

Аутсорсинг позволяет избавиться от сопутствующих и обслуживающих функций на предприятии (бухгалтерия, юридические вопросы, охрана и так далее) для того, чтобы сосредоточиться на главном [4, с. 62].

Конкурентоспособность продукции целиком зависит от цены реализации, которая неразрывно связана с уровнем затрат на ее производство. Уровень затрат в основном определяется двумя факторами:

- эффективностью процесса производства;
- уровнем оплаты труда участников процесса производства.

Прежде, чем разбираться в проблемах эффективности производства, разберём понятие «производство продукции».

Производство продукции – процесс преобразования исходных материалов в конечный продукт с использованием продуктов и услуг.

Рассмотрим это понятие на примере производства гвоздей: взяли кусок проволоки (исходный материал) и на гвоздильном автомате, с использованием электроэнергии, инструмента и прочих затрат (продукты) и труда рабочего (услуга) получили конечный продукт (гвозди).

Представим гипотетическую матрицу формирования величины себестоимости производства гвоздей в таблице 1.

Таблица 1. Матрица формирования величины себестоимости

Параметр себестоимости	Рыночная цена	Расход	Расчёт составляющей	Себестоимость
Материалы	См	Рм	Н= См х Рм	Q=∑Ci x Pi
Энергоносители	Сэ	Рэ	Н= Сэ х Рэ	
Инструмент	Си	Ри	Н= Си х Ри	
Заработная плата	Ст	Рт	Н= Ст х Рт	
Прочее	Сп	Рп	Н= Сп х Рп	

В формировании величины себестоимости производитель находится в области двухсторонних ограничений: определенная рынком стоимость продуктов и услуг, на «входе» процесса, и стоимость товара, тесно увязанная с величиной себестоимости, на

выходе процесса.

В этих условиях единственная возможность повлиять на величину себестоимости – управление и изменение параметрами «расход продукта, услуги».

Говоря об эффективном производстве, можно смело подразумевать оптимальное управление именно этим параметром.

Обеспечить эффективность производства можно только сочетанием современного уровня управления производством, технологического обеспечения с использованием современного оборудования.

В 1933 году на открытии Уралмашзавода С. Орджоникидзе произнес слова, которые не потеряли актуальности и сегодня: «Успеха добьется тот, у кого лучшие машины, лучшие технологии и лучшая организация производства».

Остановимся еще на одном аспекте проблемы, предопределяющей необходимость модернизации производства – прогресс в создании средств производства, обусловленный развитием вычислительной техники и точной механики.

Применительно к области обработки металлов резанием отметим появление буквально на наших глазах станков, несоизмеримо повышающих производительность труда рабочего.

Наиболее развитые промышленные предприятия проводят обновление основных фондов в среднем раз в пять лет и отнюдь не по причине физического износа оборудования.

Сегодня на первый план вышла проблема морального старения оборудования, что увеличивает долю оплаты труда рабочего в единице продукции. Это явление экономически нецелесообразное. Принципиально иное оборудование неизменно требует изменения «среды обитания», что является побудительным фактором к проведению структурных изменений в сфере производства.

Таким образом, модернизация производства перешла из категории одноразовых процедур в категорию циклических явлений. В этих условиях для отечественной экономической науки особую актуальность приобретает проблема разработки методических подходов и методик процесса модернизации управленческой среды, обеспечивающей эффективное функционирование производства, насыщенного современной техникой.

Все вышесказанное в полном объеме относится к отечественной промышленности, но к этому добавляется национальный аспект проблемы.

Необходимо признать, что система хозяйствования в государстве ушла от плановой экономики, но при этом подавляющее большинство машиностроительных предприятий продолжают жить по нормативам советского времени, пытаясь как-то приспособить ранее существующие правила управления предприятия к современным условиям.

Приведенные обстоятельства не позволяют создать эффективную систему управления производством. В этих условиях предприятия просто обязаны провести модернизацию производства как разовую меру, обеспечивающую адаптацию промышленности к новым условиям хозяйствования.

Представим производство системой, состоящей из двух составляющих. Первую назовем системой управления (или управляющим органом) и отнесем к ней всех фигурантов, управляющих в том или ином виде процессом производства продукции.

По этой логике в начале системы находится руководитель производства, а замыкает этот строй рабочий, выполняющий работу на станке. Машины, непосредственно изготавливающие продукцию, назовем объектом управления. Исходя из этих посылок, процедуры, улучшающие характеристики управляющего органа, назовем управленческой модернизацией, процедуры с оборудованием назовем технологической модернизацией, а суммарный процесс перевода производства на более высокий уровень назовем процедурой комплексной модернизации производства (КМП).

Побудительные мотивы КМП:

- увеличение объема выпуска продукции с целью удовлетворения возросших потребностей рынка сбыта либо обеспечение выполнения контрактных обязательств пред-

приятия;

- сокращение уровня затрат на производимую продукцию;

- повышение быстродействия производства, что позволит сократить время вывода на рынок инновационного продукта.

- создание опытно-серийного производства (ОСП) на базе опытных производств Научно-производственных объединений (НПО) советской промышленности.

В состав НПО входили проектирующие подразделения, имеющие опытное производство и серийное производство. Опытное производство имело свою производственную базу, но не создавало товарную продукцию, а изготавливало только экспериментальные образцы техники, решая сугубо конструкторские задачи. Такая структура предприятий была особо распространена в сфере ВПК.

В начале девяностых годов прошлого века проектирующие подразделения вышли из состава НПО и образовали самостоятельные предприятия, имеющие собственное производство.

В то же время произошло резкое сокращение оборонного заказа, что позволило опытному производству наряду с экспериментальной продукцией изготавливать еще и серийную. Принципиальное отличие НПО от производств заключается в том, что экспериментальная и серийная продукция изготавливается на одном и том же оборудовании. Это обстоятельство вызывает специальные требования к производству в части возможности перехода на выпуск иной продукции.

Исходными материалами, определяющими процесс КМП, являются:

- комплект конструкторской документации на изготавливаемую продукцию;

- плановые задания по выпуску продукции, включая выпуск новой продукции;

- результаты технического аудита.

Применительно к отечественной промышленности, приведенный перечень необходимо дополнить результатами технического состояния имеющегося оборудования, в результате которого будут определены фактические возможности производства [9, с. 29].

К сожалению, сложилась ситуация, когда предприятие понимает, что делать (имеется комплект конструкторской документации), но совсем не знает планов по выпуску продукции. В этом случае процедура КМП превращается в никчемное занятие, которое ничем, кроме неоправданной траты денег, не заканчивается.

Таким образом, модернизация – процесс обновления объекта для приведения его к новым нормам или требованиям. Объектом модернизации могут быть основные средства, технологии, персонал, стратегия и так далее. Цель модернизации любого производства – максимизация прибыли и оптимизация затрат – увеличение чистой прибыли в интересах собственника предприятия. Задачами модернизации являются производство товара (или услуги) с усовершенствованными характеристиками, расширение ассортимента, повышение эффективности средств производства (увеличение производственной мощности), снижение трудоёмкости производственного процесса и так далее. Модернизация должна проводиться на комплексной основе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ермолович Л.Л. Анализ эффективности хозяйственной деятельности промышленных объектов. - Менеджмент, 2014.
2. Илюшин С.И. Организация и планирование производства промышленности строительных материалов. – М.: Стройиздат, 2014.
3. Захаревич В.И. Планирование на предприятии. - Одесса, 2015.
4. Коваленко В.В. Управление капиталом. Выбор инвестиций. – М., 2015.
5. Купка В.А. Планирование деятельности предприятия. – М., 2016.
6. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий. - М., 2014.
7. Сергейко И.В. Экономика предприятия. – М., 2014.
8. Сухова Л.Ф. Практикум по разработке бизнес-плана. – М., 2015.
9. Волкова О.И. Экономика предприятия. - М., 2015.

УДК 316.7

РАЗРАБОТКА КОРПОРАТИВНОЙ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ ПРОГРАММЫ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА С ЭЛЕМЕНТАМИ ВНЕДРЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ

Шашкова Л.И., Богородская О.Г.

Сведения об авторах. Шашкова Лилия Игоревна – студентка специальности «Финансы», Богородская Оксана Григорьевна - старший преподаватель Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. Статья посвящена проблеме разработки корпоративной стратегической программы для коммерческого банка, включая элементы внедрения инвестиционной стратегии. Основное внимание в работе акцентировано на том, что в настоящее время механизм государственного частного партнерства обладает весомым потенциалом в отношении привлечения инвестиций. На основании изученного материала предлагается стратегическая программа развития коммерческого банка на примере АО «Казкоммерцбанк».

Ключевые слова. Стратегический план, стратегическая программа, кредитно-инвестиционная деятельность, индустриально-инновационное развитие, государственно-частное партнерство (ГЧП), бизнес-процессы, инфраструктурные проекты, производственная система, стратегический проект.

Авторлар туралы мәліметтер. Шашкова Лилия Игоревна – «Қаржы» мамандығының студенті, Богородская Оксана Григорьевна – Қазақстан-Американдық еркін университетінің аға оқытушысы.

Аннотация. Мақала инвестициялық стратегияны енгізе отырып коммерциялық банктің ұжымдық коммерциялық бағдарламасын құрастыруға арналған. Жұмыста басты назар мемлекеттік жеке серіктестік механизмінің инвестицияларды тартудағы ауқымды әлеуетіне аударылған. Зерттелген материалдың негізінде «Казкоммерцбанк» АҚ-ны мысалға келтіре отырып, коммерциялық банкті дамытудың стратегиялық бағдарламасы ұсынылады.

Түйін сөздер. Стратегиялық жоспар, стратегиялық бағдарлама, кредиттік-инвестициялық қызмет, индустриялық-инновациялық даму, мемлекеттік-жеке меншік әріптестік (МЖӘ), бизнес-процестер, инфрақұрылымдық жобалар, өндірістік жүйе, стратегиялық жоба.

About the authors. Shashkova Liliya - undergraduate student of major “Finance”, Bogorodskaya Oksana - Senior Professor at Kazakh American Free University.

Annotation. The article is devoted to the problem of developing a corporate strategic program for a commercial bank, including elements of implementing an investment strategy. The focus of the work is focused on the fact that at present the mechanism of public private partnership has a significant potential in terms of attracting investment. Based on the material studied, a strategic program for the development of a commercial bank is proposed based on the example of Kazkommertsbank JSC.

Keywords. Strategic plan, strategic program, credit and investment activities, industrial and innovative development, public-private partnership (PPP), business processes, infrastructure projects, production system, strategic project.

Стратегия любого казахстанского коммерческого банка принимается на срок 5 лет. Анализируя стратегические планы банков можно дать следующую характеристику - суть стратегии, зачастую, сводится к следующим основным направлениям, представленным на Рис. 1. Далее будет подробно раскрыто каждое из направлений.

1) Качество портфеля.

В первую очередь, банк заботится о качественных характеристиках своего портфеля. Такая мера актуальна в условиях кризиса в стране, когда на качество портфеля влияет клиентская база банка, которая, к тому же, обеспечивает качество активов банка. Кроме того, постоянный контроль качества активов требует перманентного внимания к системе управления рисками банка и аккуратной работы с проблемными задолженностями. Для этого необходим качественный и индивидуальный подход к клиентам, продвигая их бизнес и, тем самым, обеспечивая должный уровень качества портфеля [1].

Рис. 1. Основные направления стратегии коммерческого банка

2) Управление ликвидностью.

Банки намерены актуализировать действия по аккумуляции внутренних ресурсов фондирования: приоритетной целью в этой связи стала необходимость сохранения корпоративных клиентов банка, открывающих депозитные счета в БВУ.

3) Инвестиционное развитие.

Расширение спектра предоставляемых продуктов и услуг, прежде всего, в рамках развития кредитно-инвестиционной деятельности.

При осуществлении кредитно-инвестиционной деятельности принципы инвестирования должны отражать идею «разумного консерватизма», что предполагает:

- тщательную проверку кредитных заявок и отбор проектов не только с финансовой точки зрения, но и с точки зрения соответствия миссии Банка;
- анализ качественных характеристик потенциальных инвестиционных проектов и финансового состояния заемщиков;
- надежность и ликвидность обеспечения;
- прогнозирование финансовых потоков;
- экономическую безопасность;
- формирование портфеля инвестиционных ценных бумаг путем участия в акционерном капитале компаний.

Для успешного развития кредитной деятельности Банк будет уделять особое внимание следующим аспектам:

- формированию клиентской базы, предполагающему практические шаги по привлечению надежных заемщиков;
- расширению географической диверсификации кредитного портфеля путем усиления странового подхода;
- повышению эффективности работы с существующими кредитами [2].

4) Участие в государственных программах, содействующих развитию многоотраслевого региона. Например, АО «Казкоммерцбанк» с самого начала объявленной модернизации и развития первых проектов по форсированному индустриально-инновационному развитию экономики участвует своими деньгами в финансировании этих программ и проектов, в антикризисных программах, направленных на поддержание юридических лиц-субъектов МСБ, заемщиков по ипотеке. А также совместно с фондом ДАМУ реализует программы субсидирования и гарантирования для предпринимателей.

Как показывает зарубежная хозяйственная практика, механизм государственно-частного партнерства обладает огромным потенциалом по привлечению частных инвестиций. Посредством ГЧП возможна реализация социально значимых проектов без значительных единовременных затрат из бюджета. В рамках ГЧП бизнес получает доступ к новым источникам доходов, а для государства открываются возможности использования ресурсного и интеллектуального потенциала частного сектора. Система государственно-частного партнерства предоставляет частному сектору возможности для внедрения инно-

ваций. Привлекая инновационные технологии, разработанные самостоятельно и с опорой на систему ГЧП, можно получить много новых проектов [3].

Данная программа может быть применима для любого казахстанского банка, однако для АО «Казкоммерцбанк» в его положении расширившегося банка, изменение существующей стратегии будет наиболее актуальным.

Основная цель данной стратегии - сосредоточить ресурсы АО «Казкоммерцбанк» на увеличении инвестиционной деятельности путем синтеза в стратегической программе кредитования и обслуживания крупных проектов. Задачи предполагаемой стратегии показаны на Рис. 2, на основании данных [4].

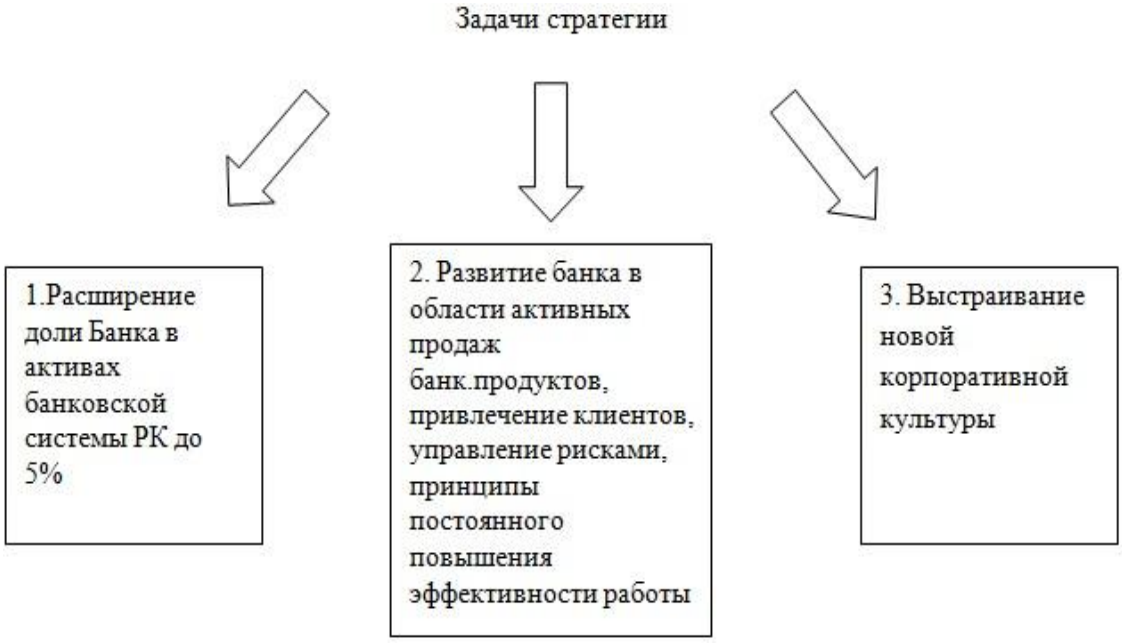


Рис. 2. Задачи стратегии

Ныне действующие бизнес-процессы (БП) и информационная инфраструктура недостаточно развита в банке и не может способствовать адаптации банка и эффективной его работе в условиях повышающейся его инвестиционной активности. Этот аспект может существенно тормозить развитие банка в дальнейшем.

Требуется провести перестройку БП на новую организационную базу и проводить банковские операции на промышленной основе, т.к. банк будет кредитовать не только малый бизнес и частных клиентов, но встанет на путь финансирования крупных проектов и компаний. Изменения, присущие такому процессу, будут затрагивать работу всех подразделений банка. Существенная часть из них будет связана с увеличением эффективности кредитных процессов, оценки рисков и трансформацией ИТ-инфраструктуры.

Одной из важнейших задач банка будет полномасштабная реализация мероприятий по постоянному совершенствованию путём применения в его структуре основ Производственной системы АО «Казкоммерцбанк»:

- рост качественного обслуживания;
- максимизация продаж банковских продуктов и услуг;
- непрерывная оптимизация технологии.

Задача Производственной системы http://www.kkb.kz/ – превращение банка в крупнейшую финансово-инвестиционную организацию и обеспечение постоянного увеличения качества его деятельности. Это может быть достижимо с помощью:

- внедрения способов оптимизировать и стандартизировать бизнес-процессы;
- беспрестанного применения инструментов экономии издержек за счёт сокращения расходов и ухода от ситуации, когда сотрудники перегружены и неравномерно наде-

лены работой в течение всех этапов работы в банке при кредитовании и обслуживании клиентов [5].

Концентрация внимания на определенных направлениях:

- изменение моделей работы с клиентами;
- «отшлифовывание» системы риск-менеджмента;
- значительная модернизация технической базы и внутренних процессов;
- модификация операционной модели (ОМ);
- налаживание качественно эффективной организационной структуры, учитывающей новую инвестиционную деятельность банка;
- внедрение системы менеджмента, готовой к изменениям, постоянному совершенствованию и развитию;
- автоматичность бизнес-процессов (БП).

Организация финансирования инфраструктурных проектов в рамках реализации провозглашённой Президентом РК в ноябре 2014 экономической политики «Нурлы жол» по строительству новой транспортной сети, покупка пакета акций крупных и средних АО, способных расширяться. Мероприятия, которые банк организует в рамках работы на данном направлении, потребуют специфических инструментов, подходов и компетенций, требующих реализации следующих мероприятий:

- создание отдельного подразделения для обслуживания этого направления работы банка;
- формирование кастомизированных услуг с учетом нужд каждого клиента и отдельно взятой сделки;
- проведение работы при помощи клиентских менеджеров;
- совершенствование знаний по продаже инвестиций, займов и сложносоставных сделок;
- совершенствование знаний сотрудников по управлению многовариантными рисками в сложных структурных операциях;
- создание схем финансирования с минимальными издержками и максимальным доходом.

Организационная модель и работа с персоналом АО «Казкоммерцбанк» будет включать такие направления работы, как внедрение системы менеджмента, готовой к изменениям, постоянному совершенствованию и развитию. Такое внедрение в новом банке потребует кардинального пересмотра всей системы управления, а также предполагает длительную работу, которая будет проводиться в несколько этапов.

При реализации IT-стратегии АО «Казкоммерцбанк» должен следовать принципам организации процесса по целям:

- внедряемые технологии должны соответствовать требованиям разработанных нормативов и регламентов, учитывая особенности и потребности отдельно взятых сегментов, но при этом системы должны быть максимально гибкими и устойчивыми к изменениям;
- переключение на автоматизированную банковскую IT систему нового поколения;
- одновременное внедрение новых систем, которые имеют преимущественное значение для активного развития бизнеса.

Если ориентироваться на сроки 3-5 лет, то банку рекомендуется интегрирование своей информационной сети с системами крупнейших финансовых институтов мира, например, в банках стран ЕС по таким направлениям, как CRM-системы, базы данных, черные списки заемщиков и т.д.

Данная стратегическая программа – довольно крупное мероприятие и внедрение ее требует от банковских работников максимальной концентрации усилий, максимального участия и индивидуальной ответственности.

Из этого следует, что применение системного подхода в управлении стратегией является ключевой составляющей ее успеха.

В основе подходов осуществления стратегии должны быть:

- проектный подход;
- приоритезация целей
- персональная ответственность;
- координация и мониторинг;
- корректировка и обратная связь.

Председатель Правления и члены Правления АО «Казкоммерцбанк» будут ответственными за успех внедрения стратегии. В свою очередь, руководители блоков отвечают за реализацию стратегии по своим направлениям, а руководители филиалов отвечают за внедрение стратегических инициатив в регионах.

Координирование управления стратегией должно быть возложено на отдельное подразделение – Центр Управления Программой, которое также будет отвечать за мониторинг за процессом реализации стратегии в ходе внедрения, выявлением проблемных точек, узких мест и конфликтов интересов.

Для успешной реализации стратегических проектов по каждому блоку должны быть подготовлены и утверждены детализированные планы внедрения, которые были разработаны на основе общего плана стратегических инициатив. В свою очередь, внедрение планов мероприятий в процесс финансового планирования и бюджетирования позволит обеспечить стратегические инициативы необходимыми для их реализации ресурсами.

Система мониторинга будет включать в себя все уровни управления банком, от Совета Директоров до руководителей блоков и направлений.

В случае успешной реализации мероприятий по развитию бизнеса Банка, в том числе с использованием вышеперечисленных приоритетов, на рубеже 2018-2020 годов, целесообразно рассмотреть вопрос о внедрении в практику и других продуктов, в том числе комбинированных:

- предоставление инвестиций предприятиям через организацию облигационных займов и приобретение облигаций;
- участие в региональных инфраструктурных проектах;
- вхождение в фонды прямого финансирования, чьи цели совпадают с целями и задачами Банка (например, венчурные фонды прямого финансирования в высокотехнологичных отраслях с высокой добавленной стоимостью, фонды поддержки малого и среднего бизнеса и др.) [5].

Таким образом, предложенная стратегия отвечает основным приведенным критериям эффективности, т.к. отвечает современным вызовам, которые диктует мировая и региональная банковская система коммерческому банку. Реализация предложенных мероприятий выведет банк на новый уровень развития и обеспечит не только прибыль этого финансового института, но и повысит устойчивость и степень доверия к отечественной банковской системе всего населения Казахстана. Данные рекомендации могут применяться не только в указанном банке, но и в других коммерческих банках.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ефремов В.С. Стратегия бизнеса. Концепции и методы планирования. – М.: «Финпресс», 2015.
2. Болатханова З.А., Жатканбаев Е.Б. Кошанов.А.К. Формирование государственного предпринимательства в РК в условиях смешанной экономики. – Алматы: «Қазақ университеті», 2012.
3. Камионский С.А. Менеджмент в российском банке: Опыт системного анализа и управления / общ. ред. и предисл. Д.М. Гвишиани. - М.: УрСС., 2014.
4. Резников А.В. Общая проблематика инвестиционной деятельности кредитных организаций // Деньги и кредит. – 2012. - № 1. – С. 54-59.
5. Коттер Р., Рид Р., Смит Э. Коммерческие банки. – М.: «Прогресс», 2014.

УДК 338.3

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЕГО ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ

Сабырбаева А.К., Ишкинина Г.Ш.

Сведения об авторах. Сабырбаева Алина Кайратовна - студент специальности «Менеджмент» Казахстанско-Американского свободного университета. Ишкинина Гюзель Шаяхметовна – кандидат экономических наук, доцент Казахстанско-Американского свободного университета

Аннотация. В статье раскрыты теоретические основы эффективного управления деятельностью предприятия как фактора повышения его платежеспособности. Особое внимание уделено анализу ликвидности бухгалтерского баланса посредством показателей ликвидности и платежеспособности предприятия. Авторами разработаны основные направления повышения уровня платежеспособности исследуемого предприятия ТОО «Логос Абсолют», в частности: рекомендовано построение системы внутреннего финансового контроллинга и составление платежного календаря на анализируемый период, введение в организационную структуру управления предприятия единицы финансового менеджера, использование факторинга как эффективного инструмента управления платежеспособностью предприятия.

Ключевые слова. Управление, эффективное управление, платежеспособность, управление платежеспособностью, ликвидность баланса, финансовый контроллинг, факторинг.

Авторлар туралы мәліметтер. Сабырбаева Алина Кайратовна - Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Менеджмент» мамандығының студенті. Ишкинина Гюзель Шаяхметовна – экономика ғылымдарының кандидаты, Қазақстан-Американдық еркін университетінің доценті.

Аннотация. Мақалада кәсіпорын қызметін тиімді басқару оның төлем қабілеттілігін арттыру факторы ретінде қарастырылады. Кәсіпорынның өтімділік пен төлем қабілеттілігінің көрсеткіштері көмегімен бухгалтерлік теңгеруімнің өтімділік талдауына ерекше назар аударылған. Авторлар зерттелетін «Логос Абсолют» ЖШС кәсіпорынының төлем қабілеттілігінің деңгейін арттырудың негізгі бағыттарын жасап шығарады: ішкі қаржылық бақылау жүйесін құру мен талданатын кезеңдегі төлем күнтізбесін жасауға ұсыныс беру; кәсіпорынды басқарудың ұйымдастыру құрылымына қаржылық менеджер бірлігін енгізу, факторингті кәсіпорынның төлем қабілеттілігін басқару қабілеттілігінің тиімді құралы ретінде пайдалану.

Түйін сөздер. Басқару, тиімді басқару, төлем қабілеттілігін басқару, төлем қабілеттілігі, өтімділік, баланс, қаржылық контроллинг, факторинг.

About the authors. Sabyrbayeva Alina - undergraduate student of major “Management” at Kazakh American Free University. Ishkinina Gyuzel - candidate of Economic Science, Associate Professor of Kazakh - American Free University.

Annotation. The article reveals the theoretical foundations of effective management of the enterprise as a factor in increasing its solvency. Particular attention is paid to the analysis of liquidity of the balance sheet by means of indicators of liquidity and solvency of the company. The authors have developed the main directions of increasing the solvency level of the investigated enterprise “Logos Absolute” LLP, in particular: recommended building a system of internal financial controlling and drawing up a payment calendar for the analyzed period, introducing a unit of a financial manager into the organizational structure of an enterprise management, using factoring as an effective tool for managing the enterprise’s solvency.

Keywords. Management, effective management, solvency, solvency management, balance sheet liquidity, financial controlling, factoring.

Современные рыночные преобразования определяют особые управленческие задачи к финансовой деятельности и разработке долгосрочных стратегий развития предприятий. В связи с этим, немаловажно возросла значимость обеспечения платежеспособности, как ключевого фактора развития и функционирования предприятий. Обеспечение платежеспособности и устойчивого финансового положения указывает на инвестиционную привлекательность предприятия, расширение ассортимента производимой продукции, повышение качества обслуживание покупателей, увеличение объемов продаж, по-

вышение рентабельности, что в конечном итоге позволит предприятию занять более конкурентные позиции на рынке.

Следовательно, управление платежеспособностью предприятия является основанием результативности его экономической деятельности и включает в себя несколько уровней управления (Рис. 1).

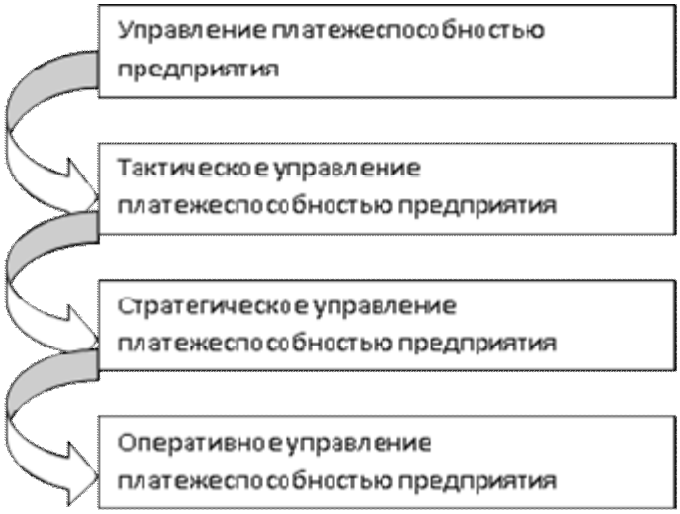


Рис. 1. Управление платежеспособностью предприятия

Согласно рис. 1, в структуре управления выделяют 3 уровня:

1) тактическое управление, которое включает в себя:

- оценку текущего состояния платежеспособности и факторов финансовой устойчивости предприятия;
- выбор методов и направлений в текущем периоде с целью управления платежеспособностью и финансовой устойчивостью, с учетом установления организации нормативных и плановых показателей;
- анализ соответствия фактических показателей платежеспособности заданным значениям;
- разработка системы мер по корректировке показателей платежеспособности.

2) стратегическое управление включает:

- установление стратегических ориентиров и ограничений развития финансовой системы предприятия:
- разработку концепции управления платежеспособностью;
- определение целевых показателей платежеспособности.

3) оперативное управление содержит:

- уточнение и планирование оперативной потребности в финансировании;
- оценка влияния на платежеспособность предприятия планируемых и совершенных хозяйственных операций;
- оценку, мониторинг, корректировку отклонений фактических от нормативных показателей [1, с. 22].

Таким образом, управление платежеспособностью предприятия представляет собой систематический процесс его финансовой деятельности, который направлен на погашение в срок своих обязательств, обеспечение роста дисконтированного дохода и поддержание финансового равновесия.

В этой связи особое значение приобретает ликвидность бухгалтерского баланса, которая определяется как степень покрытия обязательств организации ее активами, срок превращения которых в деньги соответствует сроку погашения обязательств.

Для характеристики ликвидности баланса ТОО «Логос Абсолют» составляется следующая аналитическая табл.1.

Таблица 1. Группировка средств баланса ТОО «Логос Абсолют», тыс. тг.

Группировка средств баланса	Состав	2015г.	2016г.	2017г.	Изменения	
					2016г.-2015г.	2017г.-2016г.
АКТИВЫ						
Наиболее ликвидные активы	Денежные средства + Краткосрочные финансовые вложения	1560	2840	6360	1280	3520
Быстрореализуемые активы	Краткосрочная дебиторская задолженность + Прочие оборотные активы	94990	113740	154780	18750	41040
Медленно реализуемые активы	Запасы - Расходы будущих периодов + НДС + Долгосрочные финансовые вложения + Долгосрочная дебиторская задолженность	188890	277600	370260	88710	92660
Труднореализуемые активы	Долгосрочные активы - Долгосрочные финансовые вложения	82260	83290	89330	1030	6040
ПАССИВЫ						
Наиболее срочные обязательства	Кредиторская задолженность + Прочие краткосрочные обязательства	-	-	-	-	-
Краткосрочные обязательства	Краткосрочные займы кредиты	259610	307220	344680	47610	37460
Долгосрочные обязательства	Долгосрочные обязательства	-	-	15000	-	15000
Постоянные обязательства	Капитал и резервы - Расходы будущих периодов + Доходы будущих периодов, Резервы предстоящих расходов	136850	206490	308940	69640	102450
Примечание – таблица составлена автором на основе проведенного анализа						

Для определения ликвидности баланса следует сопоставить итоги, приведенных групп по активу и пассиву (см. табл.2).

Анализ ликвидности позволяет сделать вывод о том, что баланс ТОО «Логос Абсолют» отличается от абсолютного его значения, так как не соблюдаются приведенные выше неравенства, а именно второй группы, которые связаны с превышением краткосрочных обязательств над величиной краткосрочной дебиторской задолженности.

Таблица 2. Анализ ликвидности баланса ТОО «Логос Абсолют», тыс. тг.

Показатели сравнения	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Наиболее ликвидные активы > Наиболее срочные обязательства	1560>0	2840>0	6360>0
Быстро реализуемые активы > Краткосрочные пассивы	94990<259610	113740<307220	154780<344680
Медленно реализуемые активы > Долгосрочные пассивы	188890>0	277600>0	370260>0
Трудно реализуемые активы < Постоянные пассивы	82260<136850	83290<206490	89330<308940
Примечание – таблица составлена автором на основе проведенного анализа			

Под платежеспособностью предприятия следует понимать готовность его своевременно осуществлять платежи по всем своим обязательствам. Платежеспособным можно считать предприятия, у которых сумма текущих активов значительно выше размера текущих обязательств. Предприятия должны иметь средства не только для погашения долгов, но и одновременно для бесперебойного осуществления процесса производства и реализации продукции [2, с. 82].

Для увеличения коэффициентов ликвидности организации необходимо заменить кредиторскую задолженность собственным капиталом, долгосрочными обязательствами или краткосрочными кредитами и займами, кроме того, могут быть предприняты меры по увеличению оборачиваемости активов, уменьшению потребности в источниках финансирования (Табл. 3).

Таблица 3. Показатели ликвидности активов ТОО «Логос Абсолют»

Показатели	2015г.	2016г.	2017г.
Коэффициент абсолютной ликвидности >0,5	0,72	0,9	1,03
Коэффициент промежуточной ликвидности >0,8-1	0,73	0,91	1,05
Общий коэффициент ликвидности >1	1,21	1,4	1,6
Примечание – таблица составлена автором на основе проведенного анализа			

Проведенный анализ деятельности ТОО «Логос Абсолют» показал, что все рассчитанные показатели ликвидности по состоянию на конец 2017 года достигают необходимого уровня (Рис.2).

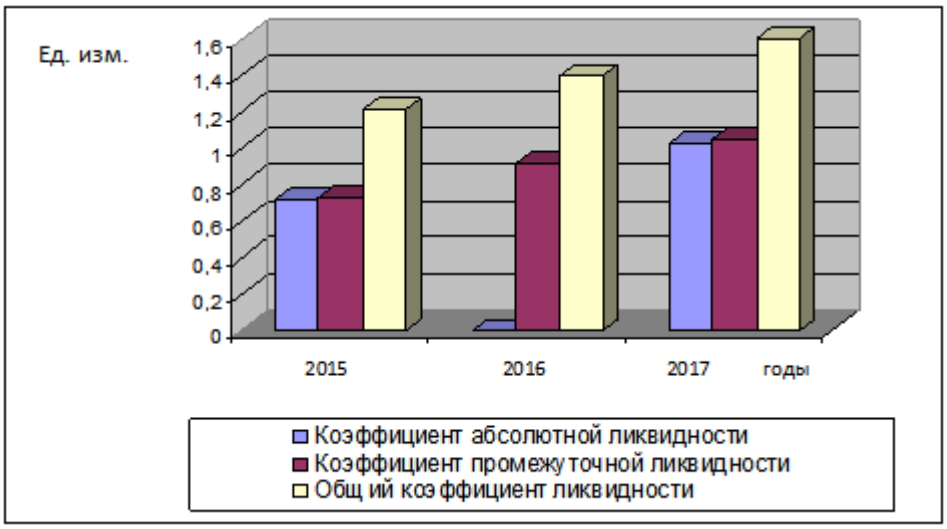


Рис. 2. Показатели ликвидности ТОО «Логос Абсолют»

Однако данные показатели характеризуют деятельность исследуемого предприятия в краткосрочном периоде времени, что характерно оперативному управлению платежеспособностью предприятия. Вместе с тем, нас интересует этап стратегического управления платежеспособностью, значит, следует рассмотреть деятельность исследуемого предприятия в долгосрочном периоде времени (табл. 4).

Таблица 4. Оценка показателей долгосрочной платежеспособности ТОО «Логос Абсолют»

Показатели	Исследуемый период			Изменения	
	2015г.	2016г.	2017г.	2016г. - 2015г.	2017г.- 2016 г.
Общий коэффициент ликвидности >1	0,8	0,94	1,13	0,14	0,19
Коэффициент утраты платежеспособности >1	1,35	1,37	1,39	0,02	0,02
Коэффициент восстановления платежеспособности>1	1,27	1,41	1,67	0,14	0,26
Примечание – таблица составлена автором на основе проведенного анализа					

По данным таблицы 4 следует, что общий коэффициент ликвидности свидетельствует, о том, что ТОО «Логос Абсолют» сможет по состоянию на конец 2017 года любым видом своих активов полностью погасить свои обязательства. Вместе с тем, коэффициент утраты платежеспособности указывает на низкий уровень возникновения угрозы потери платежеспособности ТОО «Логос Абсолют» в течение трех месяцев. При этом коэффициент восстановления платежеспособности дает возможность установить, что в течение шести месяцев ТОО «Логос Абсолют» сможет восстановить достаточный уровень платежеспособности (Рис. 3).

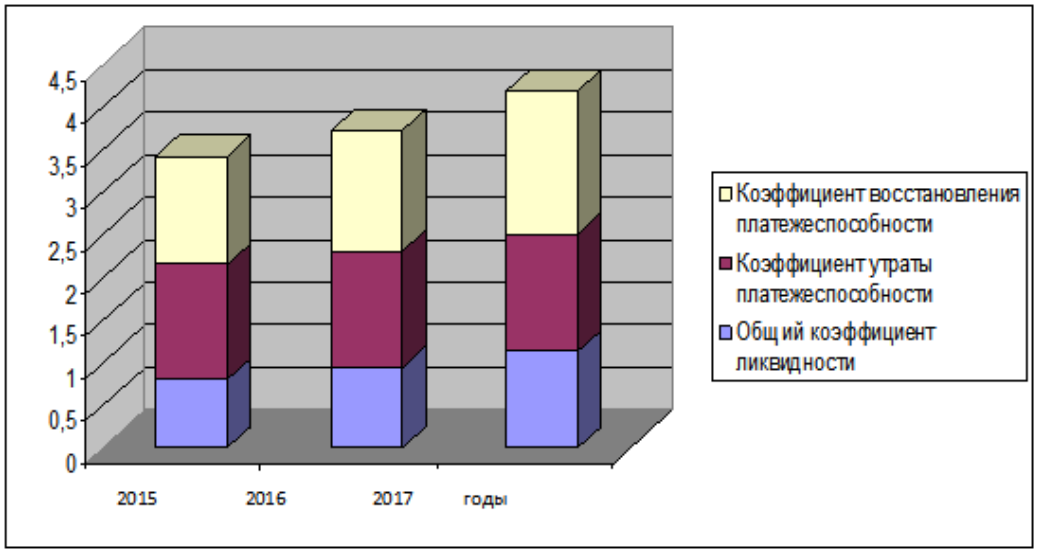


Рис.3. Показатели долгосрочной платежеспособности ОО «Логос Абсолют»

Проведенный анализ финансовой деятельности и показателей платежеспособности ТОО «Логос Абсолют» показал, что все рассчитанные показатели достигают необходимого уровня, в условиях жесткой конкурентной борьбы предприятие представляет собой быстро развивающийся бизнес с долгосрочными целями и конкурентоспособными строительно-монтажными, инженерными услугами.

Следовательно, результаты проведенного исследования дают нам основу для разработки дальнейших мер по повышению эффективности деятельности ТОО «Логос Абсолют».

Прежде всего, предлагаем построение системы внутреннего финансового контроллинга на анализируемом предприятии, которая будет являться неотъемлемой частью построения всей системы управления предприятием, с целью обеспечения платежеспособности, результативности его финансовой деятельности (рис. 4).

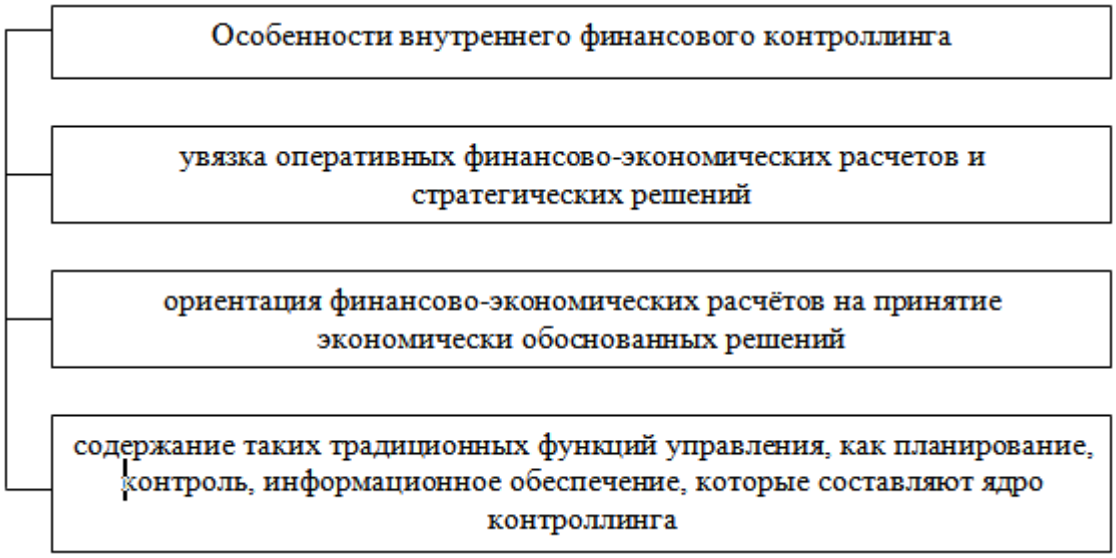


Рис. 4. Особенности внутреннего финансового контроллинга ТОО «Логос Абсолют»

В качестве комплексного инструмента финансового управления является составление платежного календаря, основная цель которого заключается в формировании графика денежных потоков за отчетный период (как правило, на конец текущего месяца), с помощью которых гарантируется оплата всех необходимых платежей, с учетом минимизации излишка/недостатка денежных средств, избежание кассовых разрывов.

Таким образом, использование в практической деятельности ТОО «Логос Абсолют» внутреннего финансового контроллинга и платежного календаря в качестве инструментов управления платежеспособностью предприятия обеспечит:

- оперативное финансирование деятельности;
- выполнение платежных и расчетных обязательств в установленные сроки;
- фиксирование происходящих изменений в платежеспособности, финансовой устойчивости и ликвидности хозяйствующего субъекта;
- сбалансированное равновесие состояния собственных средств;
- результативность использования капитала.

С целью дальнейшего повышения эффективности управления деятельностью предприятия предлагается в организационную структуру управления ТОО «Логос Абсолют» ввести новую структурную единицу - финансового менеджера (Рис. 5).

Основной задачей финансового менеджера ТОО «Логос Абсолют» будет эффективное управление финансовыми средствами предприятия с целью максимизации его стоимости, повышения платежеспособности и финансовой независимости.

Следующим в качестве эффективного инструмента управления платежеспособностью предприятия и устранения кредитного риска предлагается прибегнуть к факторингу, который выступает результативным элементом пополнения оборотных средств. «Факторинг - инструмент управления, включающий комплекс услуг по сопровождению факторинговой компанией поставок клиента с отсрочкой платежа под уступку дебиторской задолженности» [3, с. 6]. К преимуществам факторинга относятся:

- Возможность пополнения оборотных средств;
- Ускорение оборачиваемости оборотных средств;
- Расширение ассортимента, что повлечет приток новых покупателей;
- Предоставление более льготных условий оплаты для покупателей;
- Рост объема продаж, а значит рост прибыли;
- Улучшение структуры баланса и др.

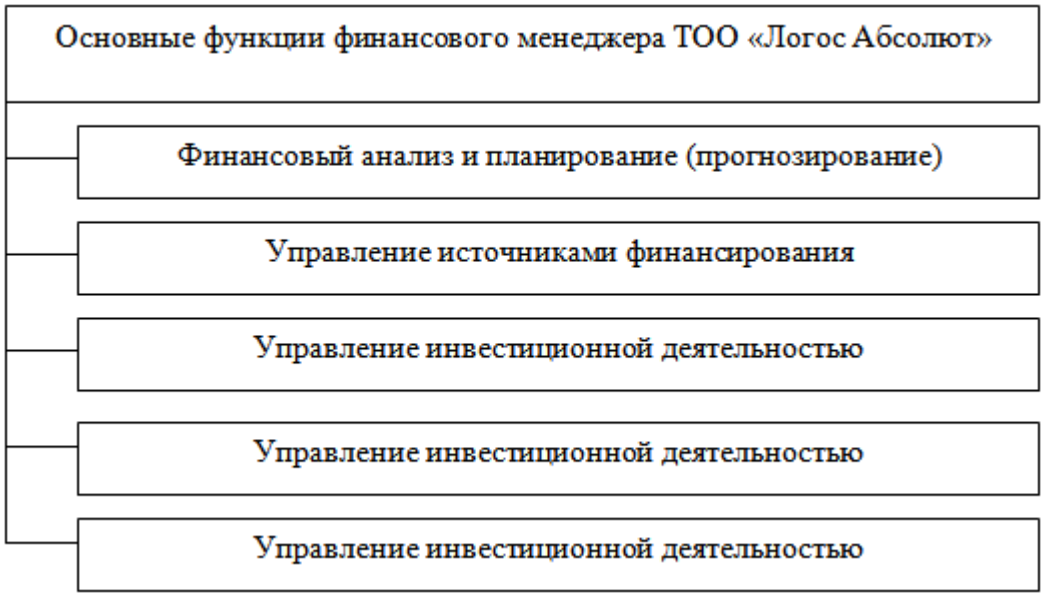


Рис. 5. Основные функции финансового менеджера ТОО «Логос Абсолют»

Расчет экономического эффекта при условии использования факторинга для ТОО «Логос Абсолют» представлен в табл. 5.

Таблица 5. Расчет экономической эффективности применения факторинга ТОО «Логос Абсолют», тг.

Показатели	Σ
Σ факторинговой операции	36659,04
Получено 75% Σ оплаты от факторинговой организации	27494,28
Комиссия банка (оплата услуг факторинга- 11% от Σ сделки)	4032,5
Оплата Σ остатка факторинговой операции	5132,26
Итого, сальдо факторинговой операции	32636,54
Оборачиваемость дебиторской задолженности, оборотов	9,86
Изменение потребности в источниках финансирования дебиторской задолженности	-1 105
Примечание – таблица составлена автором на основе проведенного анализа	

Сокращение Σ дебиторской задолженности ТОО «Логос Абсолют» оказывает положительное влияние на показатели его платежеспособности (Табл.6).

Таблица 6. Динамика показателей платежеспособности ТОО «Логос Абсолют» после реализации предложений по применению факторинга

Показатели	Величина показатели		Изменения (+/-)
	До реализации мероприятий	После применения системы факторинга	
Коэффициент абсолютной ликвидности	1,03	1,21	0,18
Коэффициент промежуточной ликвидности	1,05	1,15	0,1
Общий коэффициент ликвидности	1,6	1,72	0,12
Примечание – таблица составлена автором на основе проведенного анализа			

Показатели ликвидности после реализации мероприятий по управлению дебиторской задолженности имеют положительную динамику, значит, предложенные мероприятия экономически целесообразны для ТОО «Логос Абсолют» и в конечном итоге будут способствовать поддержанию его платежеспособности (Рис.6).

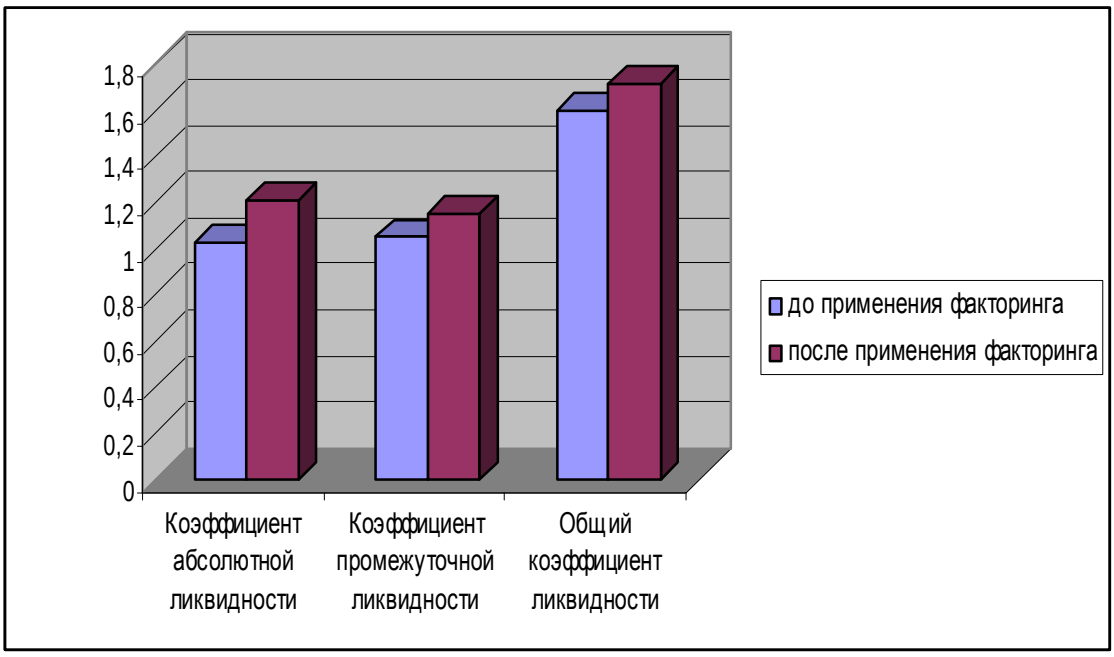


Рис. 6. Динамика показателей платежеспособности ТОО «Логос Абсолют»

Таким образом, совокупное применение в практике ТОО «Логос Абсолют» предложенных мер с целью повышения платежеспособности позволит:

- приумножить ликвидность и доход;
- стремительно обернуть дебиторскую задолженность в наличные денежные средства;
- быть независимым и свободным от соблюдения сроков платежей со стороны дебиторов;
- расширить объемы оборота;
- сэкономить собственный капитал;
- снизить риски неплатежей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ефимова О.В. Как анализировать финансовое положение предприятия.- М., 2014.
2. Веснин В.Р. Основы менеджмента. - М.: РКМ, 2013.
3. Ланкина В.Е. Менеджмент. – Таганрог: ТРТУ, 2016.

УДК 378.126

РОЛЬ НИОКР В ИНВЕСТИЦИОННОМ ЦИКЛЕ КОМПАНИИ

Абдульманов Г.М., Сарсембаева Г.Ж.

Сведения об авторах. Абдульманов Газиз Муратович – студент специальности «Менеджмент», Сарсембаева Гульнар Жексембаевна – PhD, доцент Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. Статья посвящена анализу научных проектов в качестве инвестиционных про-

ектов. Авторы отмечают, что научный проект как инвестиционный - одна из самых сложных областей с точки зрения менеджмента, так как это процесс долговременный, трудоемкий и предсказать конечный результат исследований не всегда возможно. Рассматриваются фазы научного проекта, даются рекомендации.

Ключевые слова. Инвестиционный проект, научный проект, опытно-конструкторские решения, наука и инновации, стадии реализации проекта.

Авторлар туралы мәліметтер. Абдульманов Газиз Муратович – «Менеджмент» мамандығының студенті, Сарсембаева Гульнар Жексембаевна – PhD, Қазақстан-Американдық еркін университетінің доценті.

Аннотация. Мақала инвестициялық жоба ретіндегі ғылыми жобаларды талдауға арналған. Авторлар инвестициялық жобаны менеджмент саласындағы ең күрделі бағыт екенін жеткізеді, өйткені бұл ұзақ уақыты алатын, күтпеген нәтиже беретін үрдіс. Ғылыми жобаның фазалары қарастырылып, ұсыныстар жасалады.

Түйін сөздер. Инвестициялық жоба, ғылыми жоба, тәжірибелік-конструкторлық шешімдер, ғылым және инновациялар, жобаның іске асырылу сатысы.

About the authors. Abdulmanov Gaziz - undergraduate student of major “Management”, Sarsembayeva Gulnar - PhD, Associate Professor at Kazakh American Free University.

Annotation. The article is devoted to the analysis of research projects as investment projects. The authors note that a research project as an investment project is one of the most difficult areas from a management point of view, since this is a long-term, time-consuming process and it is not always possible to predict the final result of research. The phases of the research project are considered, recommendations are given.

Keywords. Investment project, research project, development solutions, science and innovations, project implementation stages.

Инвестиционный проект - это совокупность действий, направленных на развитие экономического и социального состояния предприятия, которые основываются на оперативном, текущем и глобальном планировании.

Для воплощения проекта в реалии необходимы человеческие, финансовые и материальные ресурсы, скоординированные в единое целое [3, с. 19].

Актуальность данного вопроса заключается в том, что любая деятельность должна осуществляться в заранее установленном порядке, не слишком рано, поскольку это может привести к необоснованным тратам ресурсов, но и не слишком поздно, так как это может поставить под угрозу непосредственно цели проекта.

Инвестиционный проект должен четко определять количественные цели, которые в некоторых случаях не согласованы с глобальной целью компании, но так или иначе способствуют ее достижению.

Инвестиционный проект должен иметь четко определенные цели и задачи, а также сформированные характеристики, например:

- наличие альтернативных технических решений;
- спрос на продукцию проекта;
- продолжительность проекта, в том числе его инвестиционной фазы;
- сложность проекта;
- соотношение затрат и результатов проекта [4, с. 98].

Если руководство принимает решения о реализации проекта, то определяют состав сведений, которые способствуют его разработке – маркетинг, оценка окружающей среды и сырья, инженерно – геологические изыскания, и социальную сторону проекта.

Первый этап – прединвестиционная фаза.

На этом этапе предприятие проводит предварительное технико–экономическое обоснование проекта (ТЭО), прорабатывает все детали проекта.

ТЭО проекта проводится с целью выявления сильных и слабых сторон бизнеса и предполагаемых возможных угроз, на основе расчетно–экономических документов, так-

же в нем просчитывается предполагаемый эффект от внедрения проекта [1, с. 14]. В самом простом понятии ТЭО использует два показателя – требуемые затраты и достигнутый результат (положительный или отрицательный), то есть, другими словами, какие ресурсы нам нужны, чтобы добиться желаемого результата.

Этапы реализации ТЭО лежат в основе стадий реализации первой фазы инвестиционного проекта, которые можно наглядно увидеть на рис. 1.

Рис. 1. Стадии реализации прединвестиционной фазы

В итоге, ТЭО обеспечивает предприятие историей проекта, описывает продукт / услугу, бухгалтерскую документацию, систему менеджмента, маркетинговые исследования, финансовые показания, юридические требования.

Предварительный анализ может быть оформлен отдельными документами или единым и включать в себя все обозначенные аспекты [1, с. 117]. Как правило, это бизнес–план или бизнес–концепция, на основании которого следует принятия управленческих решений о переходе на следующую стадию. Прединвестиционная фаза завершается созданием бизнес плана.

Второй этап – инвестиционная фаза.

Второй этап инвестиционного проекта заключает в себе огромный объём проектных и консультационных работ, особенно в сфере инвестиционного менеджмента.

Качественное эффективное планирование и управление исполнением проекта должны обеспечивать то, что выполнение неизбежных работ по строительству, поставке и монтажу оборудования, набору и обучению персонала будут произведено в срок до запуска проекта в действие. Поэтому жизненно важно сравнивать и проверять фактические данные и величины с прогнозируемыми в течение прединвестиционной фазы.

На данной этапе инвестиционного цикла формируется правовая, финансовая и ор-

ганизационная среда инвестиционного проекта, определяются технологии, оборудование, сроки и стоимость строительства.

На данной стадии формируется окончательный проект, идет набор и обучение персонала, разрабатывается проектно–сметная документация, идет закуп оборудования, его монтаж и пусконаладочные мероприятия, ведутся рекламные мероприятия.

В течение инвестиционной фазы осуществления проекта формируются активы предприятий, заключаются контракты на поставку сырья комплектующих, производится набор рабочих и служащих, формируется портфель заказов.

Инвестиционная фаза состоит из следующих этапов, отображённых на рис. 2.

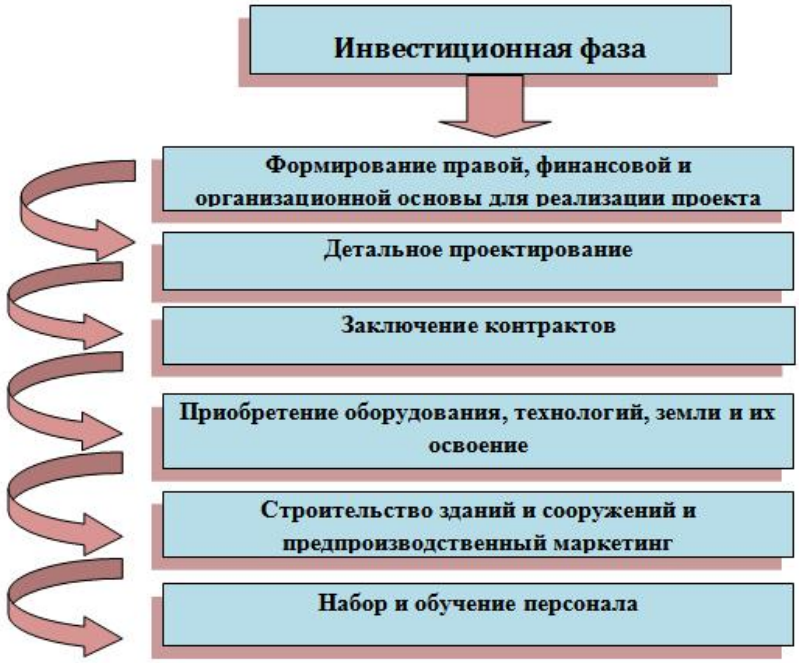


Рис. 2. Стадии реализации инвестиционной фазы

В конце инвестиционной фазы инициаторы проекта и инвесторы должны иметь полное представление о готовности проекта и его реализации.

Третий этап – эксплуатационная фаза.

Третий и последний этап инвестиционного цикла наглядно изображён на рис. 3.

Рис. 3. Стадии эксплуатационной фазы

Начало данной фазы будет положено в момент ввода в действие основного оборудования, или приобретения других видов активов. По времени этот этап самый продолжительный. Самые распространённые проблемы в эксплуатационной фазе традиционны. А именно - обеспечение производства продукции, сбыт, финансирование текущих затрат и так далее [7, с. 201].

Таким образом, оценка инвестиционного потенциала является отправной точкой для всех видов деятельности, связанных с инвестированием. Данная процедура играет огромную роль, так как, переоценив свои финансовые возможности, можно не добиться желаемых результатов. Такая оценка в конечном итоге может стать началом мобилизации инвестиционных ресурсов.

Также, по нашему мнению, следует рассмотреть НИОКР как составную часть инвестиционного цикла.

Для начала определим сущность и понятия НИОКР, его отличие от инновационной деятельности, затем его роль в инвестиционном цикле.

Согласно инновационной терминологии, во многих научных исследованиях НИОКР делится на 2 категории – научно-исследовательские работы, которые обусловлены техническим заданием заказчика разработки научно-технического проекта, а также опытно-конструкторские работы – разработка образца нового изделия [4, с. 11].

Следует отметить, что под научными исследованиями и разработками понимается творческая деятельность, осуществляемая на систематической основе с целью увеличения суммы научных знаний, в том числе о человеке, обществе и природе, а также поиске новых областей применения этих знаний.

Критерием, позволяющим отличить научные исследования и разработки от сопутствующих им видов деятельности, является наличие в исследованиях и разработках значительного элемента новизны. К тому же к научным исследованиям не относится образование и подготовка кадров, а также производственная деятельность.

Таким образом, рассматривая сущность НИОКР, нужно четко отделить само понятие «НИОКР» от родственного ему понятию «инновационная деятельность», которое, в свою очередь, охватывает более широкое понятие и, помимо НИОКР, включает в себя деятельность, связанную с переработкой и изменением идей (обычно результатов научных исследований и разработок либо иных научно-технических достижений) в технологические инновации, то есть внедрение полученного в ходе работ образца нового изделия в производство, модернизация технологического процесса, системы управления производственной деятельностью, деятельность по продвижению нового продукта на рынок и тому подобное [4, с. 25].

Именно НИОКР во всем инновационном процессе непосредственно показывает специфику и механизм процесса.

НИОКР эффективен для предприятия тогда, когда его используют в комплексе с долгосрочным планированием, поскольку стратегия НИОКР – это всегда долгосрочная программа, связанная с созданием нового продукта или технологии [4, с. 96].

Как правило, данная стратегия включает в себя два звена:

1. Технологическое планирование и прогнозирование, анализ внешней среды технологических открытий, трендов, прорывов, в свою очередь. План фокусирует внимание на опытно–конструктивных разработках, технологической возможности производства и распределения ресурсов.

2. Структура НИОКР. Для составления стратегии целесообразно провести оценку, сможет ли предприятие самостоятельно провести НИОКР, или ему стоит привлечь специалистов извне, что необходимо приобрести для новой технической политики (патенты, ноу-хау), определить объем предстоящих работ и провести классификацию НИОКР по степени воздействия на рынок.

Сегодня, в условиях жесткой конкуренции, предприятия вынуждены разрабатывать программы НИОКР либо привлекать стратегические альянсы для разработки новых технологий, в противном случае, предприятие утратит свою конкурентоспособность на рын-

ке.

Наука, развиваемая в крупных компаниях, играет ключевую роль в научно-техническом прогрессе. Именно корпоративная отраслевая наука, суммарные затраты на которую превышают все остальные расходы на исследования и разработки, создает высокотехнологичные продукты и процессы, определяющие уровень технологического развития и конкурентоспособности предприятия.

Для Казахстана проблема управления НИОКР особенно актуальна. В условиях рыночной экономики, жесткой конкуренции, особенно с момента вступления Казахстана в таможенный союз, компании вынуждены создавать конкурентные преимущества. Одно из ключевых решений - оптимизация существующих и разработка новых технологий, отсутствующих у конкурентов. В течение последних лет на путь создания и совершенствования корпоративных исследований и инжиниринга вступили многие крупные компании и корпорации, такие, как «Казцинк», «УМЗ», «ТМК», «Казахмыс» и другие.

НИОКР сегодня является неотъемлемой частью производственного процесса, которая просто необходимо предприятиям для получения конкурентного преимущества, для выхода на новые рынки сбыта, снижения себестоимости продукции, повышения производительности труда и получения дополнительной итоговой прибыли.

Управление НИОКР – это соответствие проектов текущим и особенно будущим задачам бизнеса, постоянное развитие инфраструктуры, необходимой для выполнения работ, установление оптимального уровня расходов на НИОКР. Особое значение имеет управление интеллектуальной собственностью, создаваемой при выполнении работ [7, с. 85].

Как правило, во время НИОКР зарождается новый продукт или усовершенствуется старый, соответственно, здесь производится много затрат. Затраты, в основном, считаются наукоемкостью.

Итак, рассмотрим основные стадии НИОКР:

1. Фундаментальные исследования (теоретические, поисковые).

На данном этапе изучается феномен какой-либо отрасли научного знания, что является посредником между экспериментом и теорией. Четких границ между теорией и феноменологией нет. На данном этапе важна проработка всех аспектов явления для того, чтобы в будущем можно было анализировать и оценивать полученные результаты. Как правило, фундаментальные исследования генерируют новые идеи, принципы и теории, которые не могут быть немедленно использованы, хотя являются основой прогресса и развития в различных областях.

2. Научно-исследовательская работа (НИР).

Этот вид исследования (поисковый, прикладной) четко определяет и выявляет проблемы.

Научно-исследовательская работа помогает тщательно определить лучший метод сбора информации и выбор темы. Учитывая научную основу этих исследований, иногда делаются выводы, что проблемы не существует.

В данной фазе выбираются отдельные участки проекта и проводятся более суженные работы по детализации и разработке. Интенсивно изучаются параметры проводимых исследований. Результаты этих исследований могут проявляться в научных открытиях, обосновании новых понятий и представлений, создании новых теорий [2, с. 56].

На данном этапе должны разработаться новые принципы создания продукта, новые технологии, а также проводиться изучение неизвестных ранее методов управления. Но все это лить теоретические исследования, которые будут рассматриваться в дальнейшем.

Опытно–конструкторские разработки (ОКР) или инженерные разработки - завершающая стадия НИОКР. Эти работы сводятся к материализации всех полученных данных в НИР. Здесь начинаются инженерные разработки по основным сферам деятельности. Проводятся эксперименты с деталями и ранними прототипами.

Таким образом, роль НИОКР в производственном процессе любой компании растет, на основании НИОКР принимаются ключевые решения в высокотехнологичном биз-

несе. НИОКР позволяет предприятиям выходить на новые рынки и оставаться конкурентоспособным.

Но стоит отметить, что НИОКР - одна из самых сложных областей с точки зрения менеджмента, так как это процесс долговременный, трудоемкий, и предсказать конечный результат исследований не всегда возможно. К сожалению, большие капиталовложения в НИОКР не всегда гарантируют большую прибыль.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бирюков О.А. Технологии производства. - М.: ИНФРА-М, 2013.
2. Бычков Ю.А. Инновации: Трудности и возможности адаптации. - Краснодар, 2017.
3. Игнатьев Р.П. Инвестиционные стратегии. – М., 2016.
4. Кабанова Н.В. Инновационная деятельность как фактор социальной стабильности. - М.: ИНФРА-М, 2014.
5. Легалова Д.И. Основы инновационных процессов: учебное пособие. - М., 2014.
6. Малютина Л.Ю. Стратегия социально–экономического развития предприятия. - М., 2014.
7. Шереметьева М.А. Оценка эффективности инвестиционных проектов - М., 2016.

УДК 338

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ (KPI)

Петерс Д.Э., Искендерова Ф.В.

Сведения об авторах. Петерс Денис Эдуардович – магистрант специальности «Менеджмент». Искендерова Фатима Велибековна – PhD, доцент Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. Согласно общепринятому определению, под ключевыми показателями эффективности (KPI - Key Performance Indicators) принято понимать систему параметров оценки определенных аспектов деятельности организации в процессе реализации стратегии ее развития, а также достижения сопутствующих целей и задач. В процессе разработки и внедрения систем ключевых показателей эффективности (KPI) для крупных компаний, их руководство может устанавливать цели (потенциальные результаты деятельности) и принципы функционирования, используя такие же подходы, как и цели отдельно взятых предприятий с учётом всех нюансов их деятельности.

Ключевые слова. Ключевые показатели (KPI), антикризис, стратегическое развитие, бизнес-процессы, финансовая отчетность, финансовая устойчивость, типы финансовой устойчивости, показатели эффективности.

Авторлар туралы мәліметтер. Петерс Денис Эдуардович – «Менеджмент» мамандығының магистранты. Фатима Велибековна – PhD, Қазақстан-Американдық еркін университетінің доценті.

Аннотация. Жалпымен қабылданған анықтама бойынша, тиімділіктің түйінді көрсеткіштері (KPI - Key Performance Indicators) дегеніміз – даму стратегиясын жүзеге асыру кезінде ұйым қызметінің белгілі бір аспектілерін бағалау, сондай-ақ бірге жүретін мақсаттар мен міндеттерге қол жеткізу. Ірі компанияларға арналған тиімділіктің түйінді көрсеткіштерін жасау мен ендіру үрдісінде олардың басшылықтары қызмет ету мақсаттары мен қағидаларын белгілеуіне мүмкіндіктері болады.

Түйін сөздер. Түйінді көрсеткіштер (KPI), дағдарысқа қарсы, стратегиялық даму, бизнес-үдерістер, қаржылық есептілік, қаржылық тұрақтылық түрлері, қаржылық тұрақтылық көрсеткіштері.

About the authors Peters Denis - graduate student of major “Management”, Iskendereova Fatima - PhD, Associate Professor at Kazakh American Free University.

Annotation. According to the generally accepted definition, under key performance indicators (KPI - Key Performance Indicators) it is customary to understand the system of parameters for assessing

certain aspects of an organization's activities in the implementation of its development strategy, as well as achieving related goals and objectives. In the process of developing and implementing key performance indicator systems (KPI) for large companies, their leadership can set goals (potential performance results) and principles of operation using the same approaches as the goals of individual enterprises, taking into account all the nuances of their activities.

Keywords. Key performance indicators (KPI), anti-crisis, strategic development, business processes, financial reporting, financial stability, types of financial stability, performance indicators.

Среди наиболее часто встречающихся в отечественной и зарубежной практике ключевых показателей эффективности (KPI), можно выделить:

- KPI результата – показатели, отражающие финансовые, социальные, экономические, производственные результаты деятельности;
- KPI затрат – стоимость затрат в денежном и натуральном выражении, а также сопутствующие относительные показатели;
- KPI функционирования – показатели, отражающие степень соответствия процесса утвержденному алгоритму и нормам;
- KPI производительности – показатели, отражающие результаты деятельности предприятия в расчете на стоимость привлеченных трудовых ресурсов;
- KPI эффективности (показатели эффективности) – вид показателей, характеризующих соотношение достигнутого в процессе деятельности эффекта, к стоимости осуществленных затрат [1].

Система ключевых показателей (KPI) наиболее часто используется руководителями в целях анализа и оценки работы персонала. При этом данная система позволяет осуществить анализ ситуации в каждый текущий момент времени и как инструмент распространяется как на любого отдельного сотрудника, так и на компанию в целом [2].

На рис. 1 показано соотношение выбранной стратегии развития, целей компании, и ключевых показателей эффективности (KPI).

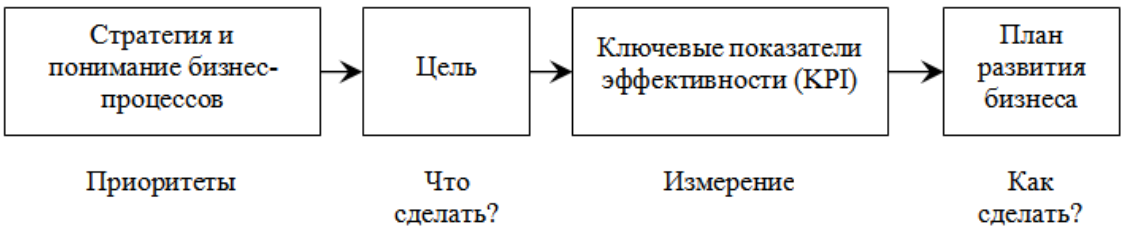


Рис. 1. Соотношение выбранной стратегии развития, целей компании и ключевых показателей эффективности (KPI)

Результаты мониторинга ключевых показателей (KPI) позволяют менеджеру компании дать оценку степени соответствия достигнутых результатов, которые отражаются в системе показателей (KPI), поставленным целям и задачам стратегического и тактического характера. При этом менеджер может вносить коррективы в процесс развития бизнеса на любом этапе процесса [3]. Следовательно, в умелых руках KPI теснейшим образом связаны с реализацией стратегического потенциала и могут быть использованы для контроля и корректировки всех основных бизнес-процессов, как для повышения эффективности, так и для повышения капитализации и рыночной стоимости компании [4].

Система ключевых показателей эффективности KPI в общем виде рассмотрена наглядно на рис. 2.

Рис. 2. Система показателей эффективности (KPI)

Важно отметить, что система ключевых показателей эффективности (KPI) не может и не должна быть использована в процессе разработки стратегии развития. В то же время она обеспечивает возможность мониторинга параметров, выбранных для контроля каждого из этапов реализации разработанной стратегии [5]. Выбранные параметры используются в качестве индикаторов, отражающие наиболее важные бизнес-процессы и динамику развития компании в целом. В частности, такими индикаторами могут быть показатели, характеризующие:

- финансовые результаты на каждый момент времени;
- состояние каналов сбыта и поставок [6];
- качество управления и другие бизнес-процессы внутреннего характера;
- уровень мотивации персонала [7].

Стратегическое развитие представляет собой комплексную систему выбора приоритетов, постановки целей, определения задач и планирования мероприятий по их достижению, которая базируется на результатах прогнозирования и предвидения рыночных тенденций и изменений, предполагая адаптацию компании к новым требованиям внешней среды. В этом контексте проектирование системы показателей эффективности (KPI) может способствовать оптимизации процессов и операций в рамках стратегического управления [8].

Данные системы ключевых показателей эффективности (KPI) лежат в основе разработки и принятия решений и имеют в качестве основного критерия повышение эффективности компании. Следует понимать, что методика использования системы показателей (KPI), обеспечивает возможность получения нужной информации, в нужном виде, в нужное время. Методика обеспечивает возможность идентификации возникающих проблем на начальной стадии их возникновения, определить очаг возникновения проблемы, а также меры по ликвидации очага и последствий тех или иных нежелательных отклонений от выбранного курса.

При этом, данная методика дает возможность идентификации кризиса и его при-

чин, но не всегда указывает пути его устранения.

В современной деловой среде для описания стиля и методов управления всё чаще используются термины «Performance Management» и «Management by Objectives», или его аббревиатура «МВО», что в переводе на русский язык означает: «система управления по целям». Данная система представляет собой методику управления организацией, которая была разработана в Европе и США в конце 50-х годов XX века.

«Performance Management» делает акцент на выборе приоритетов развития, а также на постановке целей и задач управления, совокупность которых имеет структуру «каскада», начиная с целей компании в самом верху, и распространяясь на цели отдела, цели подразделения и цели каждого отдельно взятого работника компании. Задачи на каждом из вышеназванных уровней формулируются исходя из поставленных целей. При этом и цели и задачи находятся в теснейшем соответствии с миссией компании.

Сформулированные и зафиксированные в протоколах цели развития, как правило, полностью соответствуют формату SMART – другой термин, являющийся аббревиатурой из слов: Specific Measurable Achivable Relevant, Time-bounded [9]. Использование данной аббревиатуры предполагает наличие или стремление к достижению ряда качеств в целеполагании. В частности, цели компании должны быть:

- точными и конкретными (Specific);
- подлежать измерению и выражению в измеримых величинах (Measurable);
- подлежащими реализации, возможными и достижимыми (Achivable);
- значимыми, актуальными и релевантными (Relevant);
- иметь временные рамки для своего достижения и реализации (Time-bounded) [10].

Наличие данных атрибутов в процессе определения и формулировки целей служит хорошим стимулом для сотрудников компании и положительно влияет на их мотивацию. Очень важным аспектом может стать квалифицированная декомпозиция дерева целей и детальный анализ их значимости. Это позволяет лучше распределить усилия сотрудников и осознать связь поставленных целей с основными целями и задачами в рамках выбранной стратегии развития компании.

Задача разработки системы ключевых показателей эффективности (KPI) заключается в создании комплекса показателей, которые отражают учет достигнутых результатов и определяют ключевые ориентиры и параметры, которыми руководствуется компания в реализации своей стратегии.

Ключевые показатели эффективности (KPI) дают возможность не только определить конечный результат работы и вклад каждого отдельно взятого сотрудника, а также ряд сопутствующих параметров, отражающих последовательность функций и бизнес-процессов работника, но и возможность оценки роли и полезности каждого сотрудника в процессе достижения целей компании.

Под системой ключевых показателей эффективности (KPI) следует понимать совокупность финансовых, экономических, кадровых, производственных, технико - технологических, социальных и других показателей, отражающих ключевые параметры состояний, а также на количественные и качественные аспекты всех основных бизнес-процессов и конечные результаты в рамках стратегической цели развития.

Система ключевых показателей эффективности должна иметь сбалансированный вид и содержать в своей структуре показатели, необходимые на всех этапах контроля достигнутых целей, а также методы их расчета и анализа.

Данная система показателей должна лежать в основе принятия решений как фундаментально стратегического характера, так и решений, направленных на корректировку выбранного компанией курса с учётом непредвиденных изменений условий внешней среды.

Важно отметить, что система ключевых показателей эффективности (KPI) является важным подспорьем и инструментом принятия решений стратегического и тактического характера, но отнюдь не панацеей, гарантирующей избавление от всех неприятностей и благоприятное преодоление всех скрытых преград [12]. В основе успешной стратегии

развития компании лежит человеческий интеллект, навыки и талант управления, а также интуиция и способность действовать в условиях непредсказуемости внешней среды и рисков.

Рассмотрим основные принципы и категории классификации ключевых показателей эффективности (KPI).

Следует различать системы ключевых показателей эффективности (KPI) по ряду признаков и критериев. Прежде всего, по признаку:

1) уровень реализации бизнес-процесса;

2) область деятельности.

При этом важно отметить, что данная градация является условной. В целях успешной реализации системы ключевых показателей (KPI) особенно важно использовать принципы интеграции и актуализировать действие ключевых параметров эффективности (KPI) на всех уровнях.

В целом, в зависимости от уровня реализации бизнес-процессов, можно выделить:

1) ключевые показатели деятельности компании;

2) ключевые показатели деятельности бизнес-процессов;

3) ключевые показатели деятельности отделов;

4) ключевые показатели деятельности должностей.

Ключевые показатели эффективности (KPI) компании отражают параметры основных бизнес-процессов в рамках разработанной и принятой стратегии развития компании. Показатели данного уровня актуальны для собственников, учредителей, акционеров и высшего управленческого звена компании, поскольку несут в себе информацию, содержащую параметры долгосрочного планирования и степени достижения его результатов. В частности, одним из показателей данного уровня может быть рыночная стоимость компании, суммарная стоимость активов и капитала, эффективность инвестиционных проектов, ёмкость контролируемого рынка, а также выручка, валовая прибыль и рентабельность бизнеса.

На следующем уровне, данные показатели должны быть конкретизированы, для того, чтобы ими могли руководствоваться сотрудники отделов и подразделений компании. Параметры, доступные для чтения и понимания высшего руководства и собственников должны быть актуализированы в параметры основных бизнес-процессов.

Принято рассматривать семь основных бизнес-процессов компании:

1) менеджмент;

2) управление персоналом;

3) управление сбытом, маркетинг;

4) управление снабжением и закупками, хозяйственное обеспечение деятельности;

5) разработка новых продуктов, научные исследования;

6) обеспечение безопасности;

7) управление финансами.

В рамках разработки системы ключевых показателей эффективности (KPI), каждый бизнес-процесс наделяется совокупностью характеристик, описаний, метрик и параметров, которые описывают его детально и отражают степень реализации поставленной для данного конкретного подразделения или отдела цели.

При этом, разработка системы ключевых показателей эффективности (KPI) осуществляется на высшем управленческом уровне.

Ключевые показатели эффективности деятельности структурных подразделений компании являются итогом более детальной проработки параметров в рамках поставленных целей по бизнес-процессам [13].

ЛИТЕРАТУРА

1. Анализ финансовой отчетности. Учебное пособие для вузов / под общ. ред. В.И. Бариленко. – 4-е изд., перераб. – М., 2016.
2. Арабян К.К. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности внешними пользователя-

ми. - М., 2017.
3. Артеменко В.Г. Анализ финансовой отчетности. - М., 2017.
4. Бернстайн В.Г. Анализ финансовой отчетности. - М., 2017.
5. Бланк И.А. Управление формированием капитала. – Киев, 2013.
6. Боди З., Мертон Р. Финансы: Пер.с англ. – М., 2013.
7. Бочаров В.В., Леонтьев В.Е. Корпоративные финансы. – СПб., 2014.
8. Бузова И. Коммерческая оценка инвестиций. - СПб., 2013.
9. В центре внимания - биржа: Руководство для частных инвесторов: Пер. с нем. / Под ред. П. Бестенбостель, А. Дункус, М. Гэртнер и др. - М., 2012.
10. Ван Хорн Дж., Вахович Дж. Основы финансового менеджмента. – М., 2014.
11. Ван Хорн. Дж. Основы финансового менеджмента. - М., 2013.
12. Гетьман В.Г. Финансовый учёт: Учебник / Под ред. проф. В.Г. Гетьмана. – М., 2005.
13. Горфинкель В.Я. Экономика предприятия. - М., 2012.

УДК 338

РОЛЬ СИСТЕМЫ ПЛАНИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Ельчинская Я.А.

Сведения об авторе. Ельчинская Яна Александровна - студентка специальности 5В050600 «Экономика» ВКГУ им. С. Аманжолова

Аннотация. В статье представлены теоретические аспекты сущности и роли комплексной системы планирования и управления качеством продукции хозяйствующего субъекта, в том числе изучены современные подходы к управлению качеством, взаимосвязь постоянного совершенствования процессов и результатов труда.

Ключевые слова. Система управления качеством, результативность, средства управления качеством, концепция управления качеством.

Автор туралы мәліметтер. Ельчинская Яна Александровна – С. Аманжолов ат. ШҚМУ-дың 5В050600 «Экономика» мамандығының студенті.

Аннотация. Мақалада шаруашылық субъектісінің өнімінің сапасын жоспарлау мен басқарудың кешенді жүйесінің мазмұны мен рөлінің теориялық аспектілері көрсетілген. Сондай-ақ сапаны басқарудың қазіргі тәсілдері, еңбек үрдісі мен нәтижелерін үздіксіз жетілдірудің өзара байланысы зерттелген.

Түйін сөздер. Сапаны басқару жүйесі, нәтижелілігі, сапаны басқару құралдары, сапаны басқару тұжырымдамасы.

About the author. Yelchinskaya Yana - undergraduate student of major 5B050600 “Economics” at EKSU named after S. Amanzholov

Annotation. The article presents the theoretical aspects of the nature and role of an integrated system of planning and quality management of products of an economic entity, including studying modern approaches to quality management, the relationship of continuous improvement of processes and results of labor.

Keywords. Quality management system, performance, quality management tools, quality management concept.

Высокие показатели хозяйственно-экономического состояния предприятия могут быть обеспечены только в том случае, если продукция обладает свойствами, отвечающими потребностям и вкусам покупателя. Поэтому качество продукции - актуальная экономическая проблема.

Повышение качества выпускаемой продукции расценивается в настоящее время как решающее условие её конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках.

Надо отметить, что качество продукции относится к числу важнейших критериев функционирования предприятия в условиях относительно насыщенного рынка и преобладающей неценовой конкуренции. Повышение технического уровня и качества продукции определяет темпы научно-технического прогресса и рост эффективности производства, в целом, оказывают существенное влияние на интенсификацию экономики, конкурентоспособность отечественных товаров и жизненный уровень населения страны.

В промышленно развитых странах во многих фирмах и компаниях функционируют системы качества, успешно обеспечивающие высокое качество и конкурентоспособность выпускаемой продукции. В большей части эти системы аналогичны отечественным комплексным системам управления качеством продукции, но, в отличие от них, они значительно эффективнее.

Состав и сущность систем качества регламентируется рядом международных и отечественных стандартов по управлению качеством продукции. Для потребителей наличие таких систем у изготовителей продукции является гарантией того, что им будет поставлена продукция требуемого качества в полном соответствии с договорами (контрактами). Поэтому нередко потребитель при заключении контрактов требует проверки имеющейся у изготовителя системы обеспечения качества на соответствие её требованиям международных стандартов. Таким образом, предприятию без подобного рода системы обеспечения качества продукции не обойтись.

Системы управления качеством являются эффективным средством и инструментом управления качеством продукции и обеспечением её конкурентоспособности.

В настоящее время появилось множество разнообразных аспектов понятия «качество»: экономический, социальный, управленческий, личностный и другие. Каждый из подходов содержит свои трактовки и понимание содержания этой категории в зависимости от объекта исследования.

В экономике и управлении термин «качество», прежде всего, связан с созданием и использованием продукции и услуг, поэтому объектом исследования и управления здесь является, в первую очередь, качество продукции и услуг, причем его восприятие каждым человеком во многом зависит от роли, которую он играет в процессе их производства и потребления. Авторы книги «Что такое качество?» в 60-х годах XX века провели своеобразное исследование. Они проанализировали 232 литературных источника, где, так или иначе, определяется термин «качество». Только в отечественной научной литературе ими было выявлено более 100 различных формулировок, определяющих понятие «качество продукции». Все многообразие существующих трактовок категории «качество» можно объединить в следующие группы [1].

1. Качество как абсолютная оценка. В этом распространенном значении качество является синонимом превосходства. В 1931 году У. Шухарт определял качество как добротность, совершенство товара, т.е. качество товара, представляет собой абсолютный, признаваемый всеми признак бескомпромиссного соответствия стандартам. Согласно этому подходу качество нельзя измерить - оно является принадлежностью товара. Однако совершенство - категория абстрактная и субъективная, его восприятие людьми может значительно различаться. Поэтому подобное определение качества не может быть положено в основу оценки или измерения свойств продукции или услуг.

2. Качество как свойство продукции. В этом значении качество является производной от какого-либо измеримого количественного параметра продукта. Качество выше, если параметр больше. Однако подобное определение является слишком узким, так как оно не отражает полезность продукции для потребителя.

3. Качество как соответствие назначению. Согласно данной трактовке, качество представляет собой способность продукта или услуги выполнять свои функции. Американский ученый Дж. Джуран определял качество изделия или услуги как пригодность для использования.

4. Качество как соответствие стоимости. В этом случае качество определяется как соотношение полезности и цены продукта. Дж. Харрингтон определял качество как удов-

летворение ожиданий потребителей за цену, которую он себе сможет позволить, когда у него возникает потребность. С этой точки зрения качественным является продукт, который по своим полезным свойствам соответствует продуктам конкурентов, но продается дешевле либо превосходит по своим характеристикам аналогичные товары при равной цене. Такой подход ставит перед производителями цель поиска баланса между совершенствованием потребительских свойств продукции и снижением издержек по ее производству и реализации.

5. Качество как соответствие стандартам. В соответствии с данным производственным подходом, качество определяется как соответствие техническим стандартам и условиям, которые включают в себя целевые и допустимые значения тех или иных параметров продукции или услуг.

Таким образом, справедливость и возможности практического применения каждого из перечисленных определений ограничиваются субъективностью восприятия свойств и полезности вещи каждым отдельным индивидом.

Качество продукции относится к числу важнейших показателей деятельности предприятия. Повышение качества продукции в значительной мере определяет выживаемость предприятия в условиях рынка, темпы технического прогресса, внедрения инноваций, рост эффективности производства, экономию всех видов ресурсов, используемых на предприятии. В современных условиях конкуренция между предприятиями развертывается главным образом на поле качества выпускаемой продукции.

Таким образом, можно сказать, что качество продукции - это совокупность свойств товара, обуславливающих его пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с его назначением. Тогда как свойством продукции считается объективная особенность товара, которая может проявляться при создании, эксплуатации или потреблении.

Продукция имеет множество различных свойств, которые необходимо учитывать при ее разработке, производстве, хранении, транспортировании, эксплуатации или потреблении. Свойства могут быть простыми и сложными. К простым относятся масса, емкость, скорость и т.д. К сложным - надежность технических средств, безотказность прибора, ремонтопригодность станка и другие.

Количественная характеристика одного или нескольких свойств продукции, составляющих ее качество, рассматриваемая применительно к определенным условиям ее создания, эксплуатации или потребления, называется показателем качества продукции [1].

Вполне справедливым будет утверждение, что управление качеством - действия, осуществляемые при создании, эксплуатации или потреблении продукции в целях установления, обеспечения и поддержания необходимого уровня ее качества [2].

В последние годы широкое распространение получили стандарты ИСО серии 9000, в которых отражен международный опыт управления качеством продукции на предприятии. В соответствии с этими документами, выделяется политика в области качества - непосредственно система качества, включающая обеспечение, улучшение и управление качеством продукции.

Политика в области качества может быть сформулирована в виде принципа деятельности предприятия или долгосрочной цели.

Современный подход к управлению качеством отличает его нацеленность на постоянное совершенствование процессов и результатов труда во всех подразделениях предприятия. Отличительными элементами этого подхода являются ориентация управления на контроль качества процессов и предотвращения возможности дефектов. Полное возложение ответственности за качество результатов труда на непосредственных исполнителей, а также активное использование человеческого фактора, развитие творческого потенциала рабочих и служащих путем мотивации труда. Важным элементом управления качеством служат также детальное исследование и анализ возникающих проблем обеспечения качества на всех этапах разработки, производства и эксплуатации продукции по

принципу восходящего потока, то есть от последующей операции этого процесса к предыдущей.

В мировой практике выделяют 4 уровня деятельности, направленной на достижение гарантированного качества продукции [3]:

Управление качеством как деятельность оперативного характера для выполнения установленных требований по качеству.

Обеспечение качества как деятельность, направленная на достижение уверенности в том, что требования по качеству будут выполнены как внутри предприятия, так и вне его - у потребителя, в том числе в процессе всех видов деятельности, соответствующих модели «петля качества».

Общее руководство качеством включает деятельность по управлению качеством и его обеспечением, а также предусматривает разработку и реализацию политики предприятия в области качества.

Всеобщее управление качеством подразумевает долговременную стратегию общего руководства и управления предприятием, направленную на обеспечение качества и эффективной деятельности предприятия с участием в этом процессе всех заинтересованных лиц.

Процесс управления качеством включает основные направления деятельности в области качества и осуществляется путем реализации управленческих функций. В состав функций входит: планирование, организация, мотивация и контроль обеспечения качества продукции, производственных процессов и работы предприятия в целом [4]. Эти функции тесно связаны между собой, и их последовательная реализация в рамках основных направлений деятельности предприятия по качеству охватывает все этапы исследований, разработки, производства и эксплуатации продукции. Процесс управления качеством может быть представлен в виде обобщенной модели основных направлений деятельности в области качества и петли качества. Понятие петли качества является центральным в организации всей деятельности предприятия по качеству, что нашло отражение в международных стандартах ИСО 9000. Игнорирование или недостаточное внимание к качеству на любом из этапов петли приводит к потере конкурентоспособности выпускаемой продукции и предприятия в целом.

Для реализации принципов управления качеством необходим соответствующий механизм управления.

Механизм управления - совокупность организационных и экономических компонентов и звеньев, обеспечивающих согласованное, взаимосвязанное и взаимодействующее функционирование всех элементов системы управления качеством для достижения целей управления [5].

Методы управления качеством представляют собой способы и приемы осуществления управленческой деятельности и воздействие на управляемые объекты для достижения поставленных целей в области качества. В практике управления качеством используются в основном экономические, организационно-распорядительные и социально-психологические методы [5].

Экономические методы управления качеством реализуются путем создания экономических условий, побуждающих работников и коллективы подразделений и организаций систематически повышать и обеспечивать необходимый уровень качества.

Организационно-распорядительные методы управления качеством осуществляются посредством обязательных для исполнения директив, приказов и других предписаний, направленных на повышение и обеспечение необходимого уровня качества. Применение организационно-распорядительных методов управления качеством обусловливает создание совокупности документов различного статуса.

Социально-психологические методы управления качеством основаны на использовании группы факторов, влияющих на управление протекающими в трудовых коллективах социально-психологическими процессами для достижения целей в области качества.

Целью контроля качества является обеспечение установленного качества продук-

ции, предупреждение брака, недопущение выпуска недоброкачественной продукции. Ответственность за качество продукции несут все работники предприятия.

Средствами контроля качества продукции являются контрольно - измерительные приборы, инструменты и автоматические контрольные устройства. Особенно эффективны автоматические средства контроля, встроенные в технологическое оборудование, обеспечивающие контроль непосредственно в процессе изготовления продукции. Это позволяет снизить численность контролеров и предупреждает появление брака.

Таким образом, экономическое содержание категории качества обуславливается оценкой общественной полезности продукта. Мерой этой полезности является общественно необходимое качество, оно предопределяет движение такого уровня потребительских свойств продукции, который бы удовлетворил потребности общества при наиболее рациональном использовании имеющихся в его распоряжении материальных, финансовых и трудовых ресурсов. Совокупность же перечисленных показателей и формирует качество продукции.

Концепция управления качеством может быть сформулирована следующим образом, управление качеством представляет собой непрерывный процесс воздействия на производство путем последовательной реализации логически взаимосвязанных функций с целью обеспечения качества. В состав этих функций входят: взаимодействие с внешней средой, политика и планирование качества, обучение и мотивация персонала, организация работы по качеству, контроль качества, информация о качестве, разработка мероприятий, принятие решений и реализация мероприятий. Механизм управления качеством продукции представляет собой совокупность взаимосвязанных объектов и субъектов управления используемых принципов, методов и функций управления на различных этапах жизненного цикла продукции и уровнях управлении качеством. Механизм управления качеством продукции должен обеспечивать эффективную реализацию основных функций управления качеством. Под контролем качества продукции понимается совокупность используемых видов, методов и средств оценки качества изделий и профилактики брака. Эффективная система контроля позволяет в большинстве случаев осуществлять своевременное и целенаправленное воздействие на уровень качества выпускаемой продукции, предупреждать всевозможные недостатки и сбои в работе, обеспечивать их оперативное выявление и ликвидацию с наименьшими затратами ресурсов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аристов О.В., Мишин В.М. Качество продукции. - М., 2005.
2. Аристов О.В. Управление качеством продукции. Нормативные и методические материалы. – М., 2006.
3. Астафьева Ю.В. Проблемы внедрения принципов TQM в российскую практику. - Минск, 2003.
4. Бабанский А.В. Системы непрерывного улучшения продуктов и процессов. - Минск, 2009.
5. Басовский Л.Е., Протасьев В.Б. Управление качеством. - М., 2008.

УДК 336.717

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ: СУЩНОСТЬ И ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аманжолова Д.М.

Сведения об авторе. Аманжолова Дана Майдановна - студентка специальности 5В050600 «Экономика» ВКГУ им. С. Аманжолова

Аннотация. В статье представлены теоретические аспекты сущности и роли экономического анализа в повышении эффективности деятельности предприятия, выявлении сильных и слабых

сторон, укреплении финансового состояния, а также необходимость его использования для рационального использования основных средств, материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Ключевые слова. Экономический анализ, макроэкономический анализ, микроэкономический анализ, виды экономического анализа.

Автор туралы мәліметтер. Аманжолова Дана Майдановна - С. Аманжолов ат. ШҚМУ-дың 5В050600 "Экономика" мамандығы студенті.

Аннотация. Мақалада кәсіпорын қызметіндегі тиімділікті арттырудағы, мықты және әлсіз жақтарды анықтаудағы, қаржылық жағдайды нығайтуда экономикалық талдаудың маңызы мен рөлінің теориялық аспектілері, сондай-ақ негізгі қаражатты, материалдық, еңбек және қаржы ресурстарын дұрыс пайдалану қажеттілігі көрсетілген.

Түйін сөздер. Экономикалық талдау, макроэкономикалық талдау, микроэкономикалық талдау, экономикалық талдау түрлері.

About the author. Amanzholova Dana - undergraduate student of major 5B050600 “Economics” at EKSU named after S. Amanzholov

Annotation. The article presents the theoretical aspects of the nature and role of economic analysis in improving the efficiency of the enterprise, identifying strengths and weaknesses, strengthening the financial condition, as well as the need to use it for the rational use of fixed assets, material, labor and financial resources.

Keywords. Economic analysis, macroeconomic analysis, microeconomic analysis, types of economic analysis.

Управление любым объектом требует, прежде всего, знания его исходного состояния, сведений о том, как существовал и развивался объект в периоды, предшествовавшие настоящему. Лишь получив достаточно полную и достоверную информацию о деятельности объекта в прошлом, о сложившихся тенденциях в его функционировании и развитии, можно вырабатывать уверенные управленческие решения, бизнес-планы и программы развития объектов на будущие периоды [1].

Это относится ко всем предприятиям, независимо от их рода деятельности, организационно-правовой формы и масштаба.

Объективность оценки итогов деятельности предприятия, уровня использования производственных и финансовых ресурсов требуют комплексного подхода.

Многообразие и сложность процессов деятельности предприятий требуют классификации этапов исследования, выделения первичных и вторичных элементов, их взаимной увязки. В этой связи экономический анализ позволяет наиболее полно и всесторонне охватить все элементы сложного хозяйственного и финансового механизма деятельности предприятия. Экономический анализ - это научный способ познания сущности экономических явлений и процессов, основанный на расчленении их на составные части и изучении во всем многообразии связей и зависимостей.

В настоящее время анализ занимает важное место среди экономических наук. Он является одной из функций управления производством. Система управления состоит из следующих взаимосвязанных функций:

1. Планирование, учёт, анализ и принятие управленческих решений.

2. Учет, так как для управления производством нужно иметь полную и точную информацию о ходе производственного процесса, о ходе выполнения планов.

3. Экономический анализ, так как с помощью анализа происходит осмысление и понимание информации. В процессе анализа первичная информация проходит аналитическую обработку [3].

Таким образом, экономический анализ - это функция управления, которая обеспечивает научность принятия решений.

Как функция управления, экономический анализ тесно связан с планированием и прогнозированием производства, поскольку без глубокого анализа невозможно осуществление этих функций. Важная роль анализа в подготовке информации для планирования,

оценке качества и обоснованности плановых показателей, в объективной оценке и проверке выполнения планов. Утверждение планов для предприятия по существу также представляет собой принятие решений, которые обеспечивают развитие производства в будущем планируемом отрезке времени. При этом учитываются результаты выполнения предыдущих планов, изучаются тенденции развития экономики предприятия, выявляются и учитываются дополнительные резервы производства [3].

Экономический анализ является средством не только обоснования планов, но и контроля за их выполнением. Анализ позволяет повысить уровень планирования, сделать его научно обоснованным.

Большая роль отводится анализу в деле определения и использования резервов повышения эффективности производства. Он содействует экономному использованию ресурсов, выявлению и внедрению передового опыта, научной организации труда, новой техники и технологии производства, предупреждению излишних затрат и т.д.

Итак, анализ является важным элементом в системе управления производством, действенным средством выявления внутрихозяйственных резервов, основой разработки научно обоснованных планов и управленческих решений [3].

Роль анализа как средства управления производством с каждым годом возрастает. Это обусловлено разными обстоятельствами. Во-первых, необходимостью неуклонного повышения эффективности производства в связи с ростом дефицита и стоимости сырья, повышением науко- и капиталоемкости производства. Во-вторых, отходом от командно-административной системы управления и постепенным переходом к рыночным отношениям. В-третьих, созданием новых форм хозяйствования в связи с разгосударствлением экономики, приватизацией предприятий и прочими мероприятиями экономической реформы.

Различают макроэкономический анализ, который изучает экономические явления и процессы на уровне мировой и национальной экономики и ее отдельных отраслей, и микроэкономический анализ, изучающий эти процессы и явления на уровне отдельных субъектов хозяйствования. Последний получил название экономического анализа хозяйственной деятельности [2].

Экономический анализ состоит из двух взаимосвязанных разделов: управленческий анализ и финансовый анализ. Разделение экономического анализа на два обусловлено сложившимся на практике разделением системы бухгалтерского учета в масштабе предприятия на финансовый учет и управленческий учет. Оба вида анализа подпитывают друг друга информацией, но вместе с тем каждый из них имеет свои особенности [5].

Особенностями управленческого анализа являются:

- результаты анализа максимально закрыты в целях сохранения коммерческой тайны;
- результаты анализа ориентированы непосредственно на руководство предприятия;
- изучаются все стороны деятельности предприятия, детальный подход;
- анализ не регламентирован со стороны.

Особенностями внешнего финансового анализа являются:

- информация анализа предназначена для множества пользователей;
- цели и интересы субъектов анализа разнообразны;
- существуют типовые методики анализа, стандарты учета и отчетности;
- анализ ориентирован только на публичную, внешнюю отчетность предприятия;
- результаты анализа максимально открыты для пользователей.

Центральное место в управлении предприятием занимает комплексный экономический анализ производственно-финансовой деятельности. На его основе разрабатываются и обосновываются управленческие решения. Ни одно организационное, техническое и технологическое мероприятие не должно осуществляться до тех пор, пока не обоснована его экономическая целесообразность. Управленческие решения и действия должны быть основаны на точных расчетах, глубоком и всестороннем экономическом анализе. Они должны быть научно обоснованными, мотивированными, оптимальными. Экономиче-

ский анализ предшествует решениям и действиям, обосновывает их и является основой научного управления производством, обеспечивает его эффективность.

Преимущества комплексного системного анализа выражаются в том, что позволяют осуществлять комплексный поиск резервов повышения эффективности производства. Их оценка позволяет представлять деятельность предприятия как единый механизм, выделять наиболее важные звенья и на их основе разрабатывать комплекс мероприятий по мобилизации не использованных резервов.

Проведение комплексного экономического анализа требует не только соответствующей информационной базы, но и четкой классификации факторов, влияющих на деятельность предприятия. Основу классификации составляет деление их по характеру воздействия на результативные показатели (экстенсивные и интенсивные).

Экстенсивные факторы обуславливают количественный прирост результативного показателя, т.е. за счет расширения сферы его воздействия, как во времени, так и в пространстве. Специфику показателей, на которые рассчитывается влияние факторов, определяет их набор в алгоритме расчета. Количественный характер воздействия этих факторов проявляется в необходимости их количественного увеличения, чтобы обеспечить прирост результативного показателя. Однако для повышения эффективности бизнеса, мер количественного, т.е. экстенсивного воздействия недостаточно.

Каждое предприятие стремится усилить воздействие интенсивных факторов, в которых проявляется степень усилий предприятия, напряженности труда в бизнесе. В частности, если предприятие не будет обеспечивать рост производительности труда, повышение фондоотдачи по всем используемым ресурсам, рентабельности капитала и т.д., то не сможет поддерживать расширенное воспроизводство и успех бизнеса на перспективу.

Недооценка роли анализа, ошибки в планах и управленческих действиях в современных условиях приносят чувствительные потери. Напротив, те предприятия, на которых хорошо поставлен анализ, имеют хорошие результаты, высокую экономическую эффективность.

Важная роль анализа в подготовке информации для планирования и прогнозирования результатов деятельности, оценки качества и обоснованности плановых показателей, в проверке и объективной оценке их выполнения. Разработка планов для предприятия по существу также представляет собой принятие решений, которые обеспечивают развитие производства в будущем планируемом отрезке времени. При этом учитываются результаты деятельности за предыдущие периоды, изучаются тенденции развития экономики предприятия, выявляются и учитываются дополнительные резервы производства.

Экономический анализ хозяйственной деятельности является средством не только обоснования планов, но и контроля за их выполнением с целью выявления недостатков, ошибок и оперативного воздействия на экономические процессы, корректировки планов и управленческих решений. Планирование начинается и завершается анализом результатов деятельности предприятия. Анализ позволяет повысить уровень планирования, сделать его научно обоснованным. В условиях изменчивости внешней среды требуется систематическая оперативная корректировка текущих и перспективных планов [2].

В зависимости от потребностей управления можно выделить виды анализа. Классификация видов экономического анализа базируется на основе классификации функций управления и определяется потребностями практики.

По субъектам анализа выделяют внешний и внутренний анализ.

Внутренний анализ проводится в целях внутреннего управления, внешний – в целях принятия деловых решений по отношению к настоящим или потенциальным контрагентам (поставщики, покупатели, партнеры по совместной деятельности, банки и т.д.).

По степени ориентации анализа на отдельные подсистемы – технико-экономический анализ (технические службы управления), социально-экономический анализ (экономические и социологические службы, статистические органы), экономико-правовой анализ (юридические службы), экономико-экологический анализ (органы охраны окружающей среды).

По направленности во времени выделяют ретроспективный, текущий (итоговый), оперативный, предварительный, перспективный анализ. Ретроспективный анализ направлен на изучение прошлых периодов для выявления тенденций развития. Текущий (итоговый) анализ также является формой ретроспективного анализа и проводится по итогам работы за год: оценка результатов производится нарастающим итогом. Текущий анализ базируется главным образом на сравнении фактически достигнутого уровня показателей с их плановыми или нормативными значениями. Оперативный анализ означает постоянный контроль текущей хозяйственной деятельности и выполнения плана; в значительной степени основан на данных первичного учета и непосредственного наблюдения за процессом производства и реализации продукции. Главная задача оперативного анализа – выявление отклонений по основным показателям, причин отклонений, разработка мероприятий по устранению негативных явлений. Предварительный анализ – это анализ, предшествующий принятию конкретного управленческого решения, в том числе и оперативного.

Возможные варианты решения оцениваются с позиций момента принятия решения и с учетом возможных последствий. Предварительный анализ нацелен на будущее, по содержанию может быть как тактическим, так и стратегическим. Перспективный анализ включает оценку будущих результатов, возможных темпов развития, оценку рисков, анализ при составлении годовых и перспективных планов, прогнозирование банкротства.

По цели исследования выделяют анализ для оценки результатов хозяйственной деятельности, выявления резервов и путей их мобилизации, с целью подготовки материалов для выбора управленческого решения, а также прогнозирования результатов хозяйственной деятельности.

По характеру объектов управления выделяют анализ стадий расширенного воспроизводства, отраслевой анализ, анализ ведомств и предприятий, анализ составных элементов производства и производственных отношений.

В зависимости от пользователей экономической информации и задач анализа различают управленческий и финансовый анализ (не взаимоисключающие, а дополняющие друг друга на правления анализа).

По уровням управления выделяют макро- и микроанализ.

В зависимости от периодичности анализа - годовой, квартальный, месячный, декадный и ежедневный анализ.

По различию в полноте и содержании изучаемых вопросов: полный, локальный, тематический анализ.

В зависимости от методов изучения объекта различают комплектный, системный, сравнительный, сплошной и выборочный анализ.

По степени автоматизации работ выделяют анализ с применением компьютерной техники и без ее использования. На практике отдельные виды экономического анализа встречаются редко. В процессе управления для обоснования принимаемых решений используется совокупность различных видов экономического анализа [3].

Потребности в экономическом анализе существуют всегда, независимо от вида экономических отношений, складывающихся в обществе, но акценты, делающиеся в его процессе, различны, и зависят они от социально-экономических условий.

Благодаря этому управляющие могут оценить слабые места и сильные стороны компании, возможность использования ей имеющихся капиталовложений, а также способность противостоять внешним рискам. Конкуренты на основе отчетности могут понять, насколько организация устойчива в данной отрасли, а акционеры - принять решение о вложении в ценные бумаги предприятия. Анализ играет важную роль в постановке будущих задач и позволяет осуществлять своевременный контроль над деятельностью компании.

Совершенствование хозяйственного механизма управления предприятием - процесс непрерывный. Каждый этап экономического развития выдвигает ряд новых задач, реше ение которых предполагает более полное применение тех или иных механизмов и стиму-

лов. Все действия и решения в управлении предприятием должны быть мотивированными, научно обоснованными и оптимальными. Ни одно организационное, технологическое и техническое мероприятие не должно осуществляться до тех пор, пока не обоснована его экономическая целесообразность. Поэтому очевидно, что хорошо поставленный экономический анализ позволяет раскрыть и использовать имеющиеся в настоящее время и выявить скрытые резервы для достижения максимальной прибыли предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Райзберг Б.А.. Курс экономики: Учебник / Под ред. Б.А. Райзберга. - М., 2006.
2. Савицкая Г.В.. Экономический анализ: учеб. - М., 2005.
3. Литвинюк А.С.. Экономический анализ. Шпаргалки. – М., 2009.

УДК 338.1

ИННОВАЦИЯЛЫҚ ДАМУДЫҢ ТЕОРИЯЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ

Ысқақ А., Абылайханова Т.А.

Авторлар туралы мәліметтер. Ысқақ Асқар - Аманжолов ат. ШҚМУ-дың «Экономика» мамандығының магистранты. Абылайханова Тана Аблайхановна – экономика ғылымдарының кандидаты, Аманжолов ат. ШҚМУ-дың аға оқытушысы.

Аннотация. Мақалада инновация түсінігіне ғалымдардың көзқарасының салыстырмалы теориялық талдауы жасалынған. Инновациялардың қолдану аясын анықтайтын, белгілері бойынша жіктемесін берілген. Инновация түсінігінің авторлық анықтамасы берілген.

Түйін сөздер. Инновация, ғылыми-техникалық революция индустриалды-инновациялық даму, экономика, технология.

Сведения об авторах. Ысқақ Асқар - магистрант специальности «Экономика» ВКГУ им. С. Аманжолова, Абылайханова Тана Аблайхановна – кандидат экономических наук, старший преподаватель ВКГУ им. С. Аманжолова.

Аннотация. В статье рассмотрены теоретические основы инновационного развития. Сделан теоретический анализ эволюции взглядов ученых экономистов. Рассмотрена классификация инноваций по признакам, определяющие область их применения. Дана авторская трактовка понятия инноваций.

Ключевые слова. Инновация, аймақ, капитал, тиімділік, экономика, технология

About the authors. Yskak Askar – graduate student of major “Economics” at EKSU named after S. Amanzholov, Abylaikhanova Tana Ablaikhanovna – Candidate of Economic Science, Senior Professor at EKSU named after S. Amanzholov.

Annotation. The article deals with the mechanisms of state regulation of innovation activity. the main directions of industrial-innovative policy of the state are defined.

Keywords. Innovation, scientific and technical revolution, industrial and innovative development, efficiency, economy, technology.

«Инновация» термині латынның «innovate» деген сөзінен бастау алады, негізгі мағынасы жаңарту және жақсарту дегенді білдіреді. Бұл мағына алғаш рет батыс мәдениеттанушыларының зерттеулерінде көрініс табады және бір мәдениеттің элементтерінің екіншісіне енгізілуі деп түсіндіріледі [1].

Ал инновацияның бастапқы зерттелуі және қолданылуы XX ғасырдың басында көрініс тапты. Инновацияны экономикалық категория ретінде қарастырған ғалым И.А. Шумпетер болатын. Ол өзінің «Экономикалық даму теориясы» атты еңбегінде жаңашылдық экономикалық жүйені алға сүйреуші, оның бір жағдайдан екінші жағдайға өтуіне ықпал етуші деп қарастырады. И. Шумпетер инновацияның негізгі бес себебін атап көрсе-

теді: жаңа шикізат көздерін пайдалану; жаңа техниканы, технологиялық үрдістерді немесе нарықтың жаңа талаптарын пайдалану; өндіріс пен оның материалдық-техникалық қамсыздануын ұйымдастырудағы өзгерістер; жаңа сипаттағы өнімдерді енгізу; жаңа өткізу нарықтарының пайда болуы [1, 14 б.].

Кейіннен, инновацияның сипаты мен пайда болу себептерін зерттеуші ғалымдар бұл тұрғыда көптеген еңбектер жазып, ғылыми зерттеулер жасады. Мәселен, Т. Кун инновациялардың пайда болу себептеріне кәсіпкерлік ортаны жатқызса, К. Маркс еңбек жағдайының сапасының артуы деп түсіндіреді, В. Рюгемер интеллектуалдық еңбекті пайдаланудың жоғары деңгейі десе, Б.Твисс, В.Г.Медынский, Ю.Яковец нарықтың қажеттілігінен деп топшылайды, М. Портер бәсекенің жандануын көрсетсе, Г. Менш, С. Фрмен, А. Глубер экономикалық ауытқулардың кезектілігі дегенді айтады, ал П. Друкер өндіріс пен тұтыну құрылымындағы өзгерістерді негізгі себептер ретінде келтіреді [2].

Инновацияның экономикалық мағынасын зерттеуші ғалым Б. Сантоның пікірінше, инновация – жаңа сипаттағы өнімдердің, технологиялардың келуіне, ал егер инновация экономикалық тиімділікке немесе пайдаға бағытталса, онда үстеме табысқа жеткізетін қоғамдық технико-экономикалық үрдіс [3].

Н.Н. Молчановтың пайымдауынша инновация ғылыми еңбектің нәтижесі бола отырып, қоғамдық тәжірибені жетілдіруге бағытталады және дәл осы қоғамдық өндірісте көрініс табады [4].

Американдық экономист Б. Твисс инновацияны «интеллектуалдық тауар: жаңалық, ақпарат, ноу-хау немесе идея экономикалық мазмұнға ие болатын үрдіс» деп анықтайды [5].

Батыстың бірқатар ғалымдары «инновация - қарастырылып отырған қоғамда белгілі бір деңгейде қолдау тапқан кез-келген жаңалық» деген ой білдіреді.

П.Н. Завлин «өндірістік қызмет үрдістерін, ғылым, мәдениет, білім беру және қоғамның басқа да салаларында экономикалық, құқықтық және әлеуметтік қатынастарды жетілдіруге бағытталған ғылыми ізденістер мен дайындамалардың нәтижелерін пайдалануды» инновация деп түсіндіреді [6].

Ресейлік бір топ ғалымдар инновацияға төмендегідей өз анықтамаларын берген. Мәселен, С.Д. Ильенкова инновацияны «капиталды жаңа техника мен технологияға, өндірісті, еңбекті, қызмет көрсетуді және басқаруды ұйымдастырудың жаңа әдістеріне, бақылаудың, есептеудің, жоспарлаудың, талдаудың жаңа түрлері мен әдістеріне салу нәтижесінде алынған материалданған нәтиже» деп түйіндесе, А.И. Николаев «пайдалану аясына байланыссыз жүзеге асырылған жаңалық», «жан-жақты жаңалықтар негізінде әлеуметтік, экономикалық, білім, басқарушылық және басқа да салалардың дамуының сәтті синонимі» деген пікір айтады, ал В.Г. Медынский «жаңалықтарды тәжірибеде пайдалану нәтижесінде сипаты жақсарған тауарлар мен қызметтердің пайда болуына алып келетін қоғамдық, техникалық, экономикалық үрдісті» инновация деп анықтайды [7].

Жаңалықтың барлық уақытта инновацияға айнала беруі мүмкін емес. Өйткені, инновация ол тәжірибеде көрініс тапқан нәтиже. Бұл орайда И.Т. Балабановтың пікірін келтіре кеткен жөн. Оның пікірінше «жаңалық іргелі ғылымдардың қызмет нәтижесінде пайда болады, ал инновациялар қолданбалы немесе технологиялық сипатта орын алады; жаңалықты бір ғана ізденуші табуы мүмкін, ал инновация топпен арнайы лабораторияларда, зертханаларда, ғылыми орталықтарда инновациялық жоба ретінде дайындалады; жаңалық әрдайым пайда табуды көздей бермейді, ал инновация жаңа өнім ретінде, жаңа технология немесе техника, әлде өндірістегі еңбекті ұйымдастыру және басқа да экономикалық қатынастар ретінде ылғи да пайда табуға бағытталады; жаңалық тосыннан пайда болуы мүмкін, ал инновация терең ізденістің нәтижесінде қалыптасады және арнайы технико-экономикалық негіздеуді қажет етеді» [8].

«Қазіргі заманғы экономикалық сөздікте» инновация – техника, технология, еңбекті ұйымдастыру мен басқару аясында ғылым мен алдыңғы қатарлы тәжірибеге негізделген жаңалықтар, сондай-ақ осы жаңалықтардың әртүрлі тәжірибелік қызмет аясында және салаларында пайдаланылуы деп түсіндіріледі.

Елімізде инновацияның мазмұнына қатысты экономикалық тұрғыда анықтама берген ғалымдар бар. Атап айтқанда, Е.З. Сулейменов пен Н.В. Васильева «инновациялар – еңбекті ұйымдастыру мен экономиканы басқаруды жақсарту және басқа да іс-әрекеттер нәтижесінде жаңа немесе жетілдірілген бұйым, технология, құрал-жабдық, материал, энергия көздері ретінде көрініс табады» деп пайымдаса [8], Ф.М. Днишев инновацияның мағынасын «адамзат ақыл-ойының жетістіктерін (жаңа идеяларды, жаңалықтарды, дайындамаларды және т.б.) қандай-да бір салада тиімділікке жету үшін пайдалану, яғни, жаңа еңбек құралдарын немесе өнімдерін дайындауда, тиімді технологияларды, энергия көздерін пайдалануда, жаңа қару-жарақты дайындау мен одан қорғану әдістерін ойлап табуда, еңбекті ұйымдастыру әдістерін жақсартуда, халықаралық байланыстарды жетілдіруде, сауда, қаржы жүйелерін жақсартуда және т.б. жағдайларда. Адамзат ақыл-ойынан туындаған жаңалықтар осы адамзаттың таусылмас қажеттіліктері мен алуан түрлі қызығушылықтарын қанағаттандыруға бағытталып отырады» [9].

Инновация мен инновациялық инфрақұрылым төңірегінде біршама ғылыми зерттеу жасаған отандық ғалым С.В. Могильныйдың бұл тұрғыда өзіндік пікірі бар. Ол, ең алдымен, инновацияны – қандай-да бір салада пайдалануына байланыссыз ғылымның, техника мен творчество жетістіктерінің тәжірибеде қолданылуы арқылы көрініс тапқан интеллектуалдық қызметтің соңғы нәтижесі деп түсінеді. Бұл нәтиже жаңа немесе жетілдірілген өнім, қызмет, үрдіс, белгілі бір құбылыс, бұрын енгізілмеген тәсіл немесе басқа да сипатта болуы мүмкін.

Екіншіден, инновация ерекше тауар түрі болып табылады. Ол нарықта әртүрлі қызмет аясына енгізілу арқылы өткізіледі. Бұл жерден шығатын ұғым, инновацияға нарықтық ортаның негізгі заңдары қолданылады, яғни бағасы, сапалық және тұтынушылық белгілері болады, тауар сипатында сұраныс пен ұсыныс қалыптасады, бәсекеге түседі. Алайда бұл жердегі бір ерекшелік, инновация тауарлық сипатқа тек салыстырмалы түрде басқа тауарлардан, қызметтерден, өнімдерден артықшылығы болғанда, идеяның нәтиже алып келетіні дәлелденгенде, оның қолданылу аясы нақтыланғанда ғана ие болады. Инновацияның тауарлық сипаты патент, техниканың, технологияның жаңа түрі, өнім немесе басқа да түрде болуы мүмкін.

Үшіншіден, инновация – бұл әлеуметтік құбылыс, яғни қандай да бір қоғамның жаңалықтарға, қалыптасқан дәстүрлерді өзгертуге, бір кезеңнен екіншісіне өту құлқын анықтайды. Басқаша айтқанда, инновация мәдениеттің бөлшегі ретінде танылады, сондықтан да жаңалықтарға деген құлшыныста тек экономикалық тұрғыда ынталандырып қана қоймай, оны тәрбиелеп отыру керек. Мұның мысалы ретінде Азияның бірқатар елдерін келтіруге болады (Жапония, Оңтүстік Корея, Сингапур және т.б.), оларда жаңалықтар ұлттық мәдениеттің құраушы бөлігі ретінде қалыптасып, білім басты ресурсқа айналған. Аталған мемлекеттердің басымдығы білімге, білікті еңбекке және алдыңғы қатарлы технологияларға беріледі. Бұл құбылысқа қарама-қарсы жағдай Африка мен Латын Америкасының бірқатар елдерінде байқалады, олар қазба байлықтарды өндіру мен ауыл шаруашылығына иек артып, қалыптасқан дәстүр бойынша шаруашылық жүргізуге ынталы.

ҚР «Инновациялық қызметті мемлекеттік қолдау туралы» Заңында инновацияның мағынасы кеңірек сипатталады. Заңға сәйкес «инновация - өндірістің және қоғамды басқарудың түрлі салаларына енгізілуі экономикалық тұрғыдан тиімді және (немесе) әлеуметтік, экологиялық тұрғыдан маңызды болып табылатын, зияткерлік меншік объектісі болып табылатын ғылыми және ғылыми-техникалық қызметтің нәтижесі» деп түсіндіріледі.

Ғылыми жұмыс авторы инновацияның мағынасы туралы ғылыми және ғылыми-техникалық қызметті пайдалана отырып, бәсекелік ортада кәсіпкердің табыс табуымен байланысты жаңа немесе жетілдірілген өнім шығарып, қызмет көрсетіп, жұмыс орындауын, мемлекеттің немесе ынталы топтардың қоғамдық, әлеуметтік қатынастарды жетілдіру, қоршаған ортаның тазалығын немесе тиімділігін қамтамасыз ету мақсатында атқаратын маңыздылығы жоғары және ұтымды шараларын атқаруын жатқызуға болады деген

пікірді ұстанады. Яғни, зияткерлік меншік объектісі нәтижеге айналған кезде ғана ол инновация болады.

Жаңалық деңгейіне байланысты инновациялар негізгі төрт категорияға бөлінеді:

1) базистік инновациялар - нарықта бұрын болмаған өнімдердің, қызметтердің, жұмыстардың пайда болуына мүмкіндік береді;

2) жақсартылған инновациялар - нарықта бар тауарлардың, қызметтердің, жұмыстардың параметрлерін жетілдіруге бағытталған;

3) кешенді инновациялар - әлемдік тәжірибеде сынақтан өткен жетістіктерді жинақтай отырып, әртүрлі салалар мен өндірістердің мүмкіндіктерін бірге пайдалануға ықпал етеді (мәселен, ұялы телефондарды сөйлесу құралынан басқа фотоаппарат, радио, есептегіш құрал, плейер және басқа да мақсаттарда пайдалануға болады);

4) радикалды инновациялар - жаңа ғылыми идеялар мен ізденістерге негізделеді, жаңа салалар мен бағыттардың қалыптасуына алып келеді (ғылымдағы жаңа бағыттар – гендік инженерия, биотехнология, нанотехнология, жәндіктерді клондау және т.б.).

Қазіргі нарықта базистік инновациялардың пайда болуы күрделірек болып саналады, сондықтан да инновацияны жасаушылар жақсартылған инновациялар мен кешенді инновацияларға көбірек мән береді. Ал радикалды инновациялар терең ғылыми зерттеулерді қажет етеді және ол үрдіс ұзақ уақыт бойы жүреді, сонымен қатар, бірнеше ғылыми орталықтар мен зертханалардың, тәжірибелік, өндірістік орталықтардың, қаржы топтарының қатысуымен ғана белгілі бір нәтижеге жетуі мүмкін.

Инновациялар пайдалану аясына байланысты келесідей жіктеледі:

- ғылыми инновациялар - жаңа ғылыми бағытты қалыптастыруға немесе қандай-да бір салада ғылымның жетістіктерін пайдалануға ықпал етеді;

- ұйымдастырушылық - басқарушылық инновациялар - ұйымда бұрыннан қалыптасқан басқару әдістерін, еңбекті немесе өндірісті ұйымдастыру формаларын, шешімді қабылдау жүйесін жаңартуды көздейді;

- әлеуметтік инновациялар - әртүрлі әлеуметтік топтарда қарым-қатынасты өзгертумен, еңбек жағдайы мен еңбекке ынталандырудың жаңа әдістері мен тәсілдерін қолданумен және осы бағыттағы басқа да іс-әрекеттерді жақсартумен байланысты;

- технологиялық (өндірістік) – ғылыми-техникалық жетістіктерді өндіріс пен тұтынуда пайдаланып, қолданыстағы техника мен технологияны, технологиялық әдістер мен тәсілдерді өзгертуге және жаңартуға бағытталады. Технологиялық инновациялар, өз кезегінде, инновациялық өнім (жаңа, жаңартылған немесе жақсартылған өнімдерді дайындауға қатысты) мен инновациялық үрдіске (өндірісте шығарылатын өнімдер мен қызметтерді дайындауда жаңа технологияларды қолдану) бөлінеді;

- экологиялық – қоршаған ортаның ластануын азайтатын, зиянды қалдықтарды тазалайтын, шикізатты қалдықсыз өңдейтін, қоқыстарды өңдейтін инновациялық үрдістерді қамтиды;

- саяси – мемлекеттің әлеуметтік, халықаралық, сыртқы, ішкі бағыттағы іс-әрекеттерін жетілдірумен және оның халық үшін тиімділігін көтерумен байланысты;

- мемлекеттік-құқықтық – жаңа мемлекеттік институттар, демократиялық құқық, заңдық актілер, мемлекеттік басқару тәсілдері, әділетті сот жүйесі түрінде көрініс табады;

- рухани саладағы инновациялар – білімде, мәдениетте, ғылымда жаңа жүйелер мен ізденістердің, туындылар мен жетістіктердің пайда болуы.

Таралу аясына байланысты инновацияларды төмендегідей жіктейді:

- жаһандық – бірнеше мемлекеттерде немесе әлем деңгейінде өзгерістердің пайда болуына алып келетін инновациялар;

- ұлттық – бір мемлекет деңгейінде қолданысқа енгізілген, тиімділігі негізделген жаңа жүйелер, үрдіс, құбылыс және т.б. инновациялар;

- аймақтық – белгілі бір аймақтың ерекшелігіне байланысты маңыздылығы бар инновациялар;

- нақты – қандай-да бір кәсіпорын, мекеме, ұйым деңгейінде қолданылатын инновациялар.

Біздің ойымызша инновацияларды белгілі бір деңгеймен байланыстырып, оның ауқымын шектеп қоюға болмайды. Өйткені, инновацияның тиімділігі кез-келген субъект немесе қоғам үшін дәлелденгенде, оны пайдаланушылар тобы бірден кеңейеді. Әлемдік ортаның қазіргі байланысы, ақпараттық кеңістіктің кеңейуін, мүдделі топтардың тарату аумағын ұлғайтуға деген ұмтылысы инновациялардың жандануына себеп болады.

Ең алдымен, ол экономикалық орта. Өнім өндірушілердің, қызмет көрсетушілердің, жұмыс орындаушылардың табатын пайдаларын өсіруге мүдделілігі. Бәсекелі нарықтың талабы да өндірушілерге неғұрлым тиімді түрде қызмет етуін жүктейді.

Екіншіден, қоғамдағы қарама-қайшылықтар. Мәселен, белгілі бір топтың, ұйымның қалыптасқан дәстүр мен құндылықтарға, ережелер мен тәртіптерге қанағаттанбай немесе мойындамай, оны өзгертуге талпынысы. Бұл топ өзінше жаңа құндылықтар мен тәртіптерді қалыптастырып, оған қалған көпшілікті тартуға ынталанады.

Үшіншіден, табиғи ресурстардың азайтуы. Бұл тауарлық, өндірістік инновациялардың қалыптасуына ықпал ететін негізгі себеп. Бұл жерде дәстүрлі өндірушілердің, яғни табиғи ресурстарға иелік етуші топтардың басқа мүдделі топтарға осы бағытта жұмыс істеулерін шектеуі, олардың жаңа әдістер мен тәсілдерді пайдалана отырып, дәстүрлі немесе табиғи өнімдерді алмастырғыш тауарларды дайындауларына түрткі болады. Төртіншіден, әлеуметтік орта немесе қоғамдық сана. Көп жағдайда бұл орта инновацияларды жасаушыларға өздерінің талаптарын жүктейді. Яғни, олардың қалыптасқан көзқарастары, жаңалықтарды қабылдау деңгейі, білімі мен мәдениеті осы деңгейге сай өнімдер мен қызметтердің пайда болуын қажетсінеді. Сонымен қатар, еңбек ету мәнері, біліктілік деңгейлері де инновацияларды бірден қабылдауды немесе біртіндеп енгізілуді анықтап отырады.

Бесіншіден, алпауыттардың ойыны. Бұл жерде алпауыттар қатарына нарықтағы ірі өнім, қызмет шығарушы компаниялар мен монополистерді жатқызуға болады.

Олар, керісінше, нарыққа өздерінің талаптары мен ережелерін енгізеді. Яғни, дайындаған өнім мен қызметтерін кең көлемді жарнама, шаралар, ойындар өткізу арқылы, қажет болса мемлекеттің ресурстарын қолдану арқылы нарыққа өткізеді. Тұтынушылар өздерінің қажеттіліктеріне сай сұраныс жасаудан гөрі, ұсынылған тауарларға ыңғайланып, бейімделеді. Бүгінгі жаһандық ортада инновацияларды қалыптастырып отырған басты себеп дәл осы.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития: исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры. - М., 1982.
2. Медынский В.Г., Шаршукова Л.Г. Инновационной предпринимательство. - М., 1997.
3. Санто Б. Инновация как средство экономического развития. Пер. с венг. - М., 1990.
4. Молчанов Н.Н. Формирование рынка инновационных ресурсов. - М., 2006.
5. Толыбаев А.Н. Повышение инновационной активности экономических систем: приоритеты и механизм: дисс.... канд. экон. наук. - Алматы, 2006.
6. Завлин П.Н. Инновационное развитие и инновационная культура // Наука и науковедение, 2001. - №2. - Б. 54-63.
7. Николаев А.И. Экономическая теория технического развития. – М., 2001.
8. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент. – М: ИНФРА-М, 2006.
9. Сулейменов Е.З., Васильева Н.В. Инновационная деятельность в Республике Казахстан: Аналитический обзор. – Алматы: НЦ НТИ РК. – 2006.
10. Днишев Ф.М. Инновационный менеджмент.– М., 2009.

УДК 332.1(574)

АУДАННЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК-ЭКОНОМИКАЛЫҚ ДАМУЫН БАСҚАРУДЫҢ ӘДІСТЕМЕЛІК АСПЕКТІЛЕРІ

Мамырбекова Д.С., Сактаева А.А., Қажыбекова С.Н.

Авторлар туралы мәліметтер. Мамырбекова Динара Самаркановна - бизнес кафедрасының аға оқытушысы Қазақстан-Американдық еркін университеті. Сактаева Альмира Абешевна – экономика ғылымдарының кандидаты, аға оқытушы С. Аманжолов атындағы ШҚМУ, Қажыбекова Салтанат Ниязқызы - «Экономика» мамандығының студенті С. Аманжолов атындағы ШҚМУ.

Аннотация. Мақалада ауданның әлеуметтік-экономикалық дамуы басқарудың әдістемелік аспектілері қарастырылған. Ең алдымен, аудандағы әлеуметтік-экономикалық процестерді басқарудың, өңірлік дамудың мемлекеттік реттеуін оңтайландыруды, аймақтық экономиканы қайта құрылымдау бағыттарын негіздеуді және тағы басқаларды жүйелі түрде қамтамасыз етуді көздейтін маңызды мәселелердің бірі.

Түйін сөздер. Экономика, әлеуметтік-экономикалық даму, басқару, әдістемелік аспектілер

Сведения об авторах. Мамырбекова Динара Самаркановна – старший преподаватель кАфедры бизнеса Казахстанско-Американского свободного университета. Сактаева Альмира Абешевна – кандидат экономических наук, старший преподаватель ВКГУ им. С. Аманжолова. Қажыбекова Салтанат Ниязқызы – студентка специальности «Экономика» ВКГУ им. С. Аманжолова.

Аннотация. В статье представлены методологические аспекты социально-экономического развития района. К числу насущных проблем, требующих скорейшего решения, относятся, прежде всего, такие, как обеспечение системного подхода к управлению социально-экономическими процессами в регионе, упорядочение государственного регулирования регионального развития, обоснование направлений реструктуризации регионального хозяйства и ряд других.

Ключевые слова. Экономика, социально-экономическое развитие, управление, методологические аспекты.

About the authors. Mamyrbekova Dinara – Senior Professor at Business Department in Kazakh American Free University. Saktayeva Almira – Candidate of Economic Science, Senior Professor of EKSU named after S. Amanzholov, Kazhybekova Saltanat Niyazkyzy, undergraduate student of major “Economics” at EKSU named after S. Amanzholov

Annotation. The article presents the methodological aspects of the socio-economic development of the area. The urgent problems that need to be resolved as soon as possible include, first of all, such as ensuring a systematic approach to managing socio-economic processes in the region, streamlining state regulation of regional development, justifying directions for restructuring a regional economy, and a number of others.

Keywords. Economics, socio-economic development, management, methodological aspects.

Ауданның әлеуметтік-экономикалық дамуын басқару жүйесін қалыптастырудың негізгі тұжырымдамалық позициясы аймақтық экономика мен әлеуметтік саланың әртүрлі салаларының қызметіне және олардың теңестірілген дамуына жүйелі тәсілдерді (ресурстық және әлеует тұрғысынан) пайдалану болып табылады.

Белгілі бір саланы дамытудың басқару стратегиясы ағымдағы, кейде қолайсыз жағдайларда әлеуметтік-экономикалық прогрестің оңтайлы жолдарын таңдауды, сондай-ақ өңірдің бәсекеге қабілеттілігін барынша арттыруды қамтуы тиіс [1, б. 12].

Ауданның бәсекеге қабілеттілігін арттыру - жекелеген кәсіпорындардың, өндірістердің, аумақтардың және олардың толығымен бәсекелестік артықшылықтарын арттыруды көздейтін ең өзекті мәселе.

Жалпы алғанда, өңірдің бәсекеге қабілеттілігі инновацияның негізгі рөл атқаратын, нарықтағы табыстарды, жетістіктерді және ұтып алған ұстанымдарды қамтамасыз ететін қарқынды динамикалы аймақаралық және халықаралық экономикалық бәсекелестік жағдайында бәсекелестік артықшылықтардың болуы, нығайту, көбейту және дамыту ретінде

сипатталуы мүмкін.

Біздің ойымызша, ауданның бәсекеге қабілеттілігін арттыру мынадай негізгі жүйелік элементтерді іске асыру арқылы қол жеткізуге болады: аудандық әлеуетті жұмылдыру; құрылымдық түзетулер енгізу; инновацияны кеңейту; инвестициялық тартымдылықтың өсуі; кәсіпкерлік қызмет үшін жағдайлар жасау; әлеуметтік бірлестікті қалыптастыру. Барлық осы компоненттер тиісті құқықтық және институционалдық негізге негізделіп, ауданның даму стратегиясында көрініс табуы керек [2, б. 59].

Ауданның дамуын басқарудың тағы бір маңызды міндеті әр түрлі экономикалық субъектілердің іскерлік белсенділігін арттыру үшін қолайлы жағдай жасау болып табылады. Бұл нарық қатысушылары үшін мінез-құлықтың тең жағдайлары мен ережелерін қалыптастыруды, негізсіз жеңілдіктерді жоюды, монополиялық үрдістерді жеңілдетуді және жеңуді және сонымен бірге кәсіпкерлік қызметтің және бизнес-бастамалардың дамуына ықпал ету үшін ынталандыру шараларын кеңейтуді талап етеді [3, б. 6].

Ауданның әлеуметтік-экономикалық даму жүйесінің маңызды құрамдас бөлігі ретінде инновациялық қызмет ретінде қарастыру керек. Инновация тиімділігін арттыру үшін механизмі, атап айтқанда, ғылыми-техникалық прогресс және жеке және меншікті капиталы тарту арқылы аймақ экономикасының түрлі салаларындағы ғылыми әзірлемелерді тез енгізу арқылы жинақталған инновациялық әлеуетін тиімді іске асыру ең басым бағыттары бойынша ғылыми зерттеулер жандануын қамтиды. Инфрақұрылым, сондай-ақ, инновациялық қызметті дамыту перспективалы жобаларды, облыстың және ауданның инновациялық даму бағдарламаларын жетілдіру үшін мемлекеттік қолдау қажет. Міндет, сондықтан, бүкіл аудандық шаруашылық жүйесін жүзінде, барлық кәсіпорындар мен ұйымдардың қызметінде инновациялық компоненттердің таныстыру.

Аймақтағы инвестициялық қызметті арттырудың тиімді механизмін әзірлеуге инвестициялық жобаларды өңірлік қолдау және олардың нарығын қалыптастыру, ғылыми-техникалық салада венчурлық инвестициялық жүйені дамыту, әкімшілік тарапынан венчурлық бизнесті қолдау, инвестициялық инфрақұрылымды дамыту және т.б. қамтуы керек [4, б. 9].

Ауданның әлеуметтік-экономикалық дамуын басқарудың тағы бір маңызды элементі - белгілі бір аумақта жұмыс істейтін өңірлік және жергілікті билік органдарының, халықтың және бизнестің бірлескен жауапкершілігі. Бұл олар қолайлы іскерлік ахуалы осы маңызды тақырыпқа ең алдымен мүдделіміз, өйткені бизнес, бизнес ауданы, тиісті аумақта әлеуметтік тұрақтылықты қолдау үшін жауапты болуы тиіс деп атап өткен жөн.

Қазіргі уақытта мамандардың басым көпшілігі өңірлік әлеуметтік-экономикалық дамуды басқару әдістеріндегі түбегейлі өзгерістердің қажеттігі туралы келіседі. кәсіби болмауы, басқару және мемлекеттік қызметшілердің ұйымдастырушылық мәдениет жеткіліксіз деңгейі күрт теріс азаматтардың өмір сапасына әсер етеді, олардың жауапкершілігін, бастамасын және кәсіпорын, азайту.

Сондықтан, түрлі білім салалары арасында, атап айтқанда, әлеуметтік маңызды басқару болып табылады - осы саладағы тиімді басқару қабілетті болашақ мамандарды қалыптастырады басқару ауданы, оның сипаттамалары берілген, заманауи ғылымның әдістерін пайдалануға және бүкіл заттар қосу үшін [5, б. 21].

Экономикалық, әлеуметтік және саяси салалар - аймақтың әлеуметтік-экономикалық дамуы нысандары болып табылады. Мұндай менеджмент тек ауданның әлеуметтік-экономикалық даму жоспарлары мен бағдарламаларын жүзеге асыру құралы ретінде ғана емес, сондай-ақ өмір сүруді қамтамасыз етпейтін мәселелерді шешудің құралы ретінде ғана емес, сонымен бірге жергілікті қауымдастықтың дамуы мен халықтың өмір сүру жағдайларын жақсарту үшін де қарастырылуы керек [6, б. 128].

Облыстық әкімшілікте жұмыс істейтін мамандар мен қызметкерлер тек жоспарлау, көшбасшылық, үйлестіру, бақылау, ынталандыру функцияларын жүзеге асыруға ғана емес, сондай-ақ университеттің оқу бағдарламалары бойынша толығымен ұсынылмаған функцияларға бағытталған әдістер мен құралдарды жақсы меңгеруі тиіс мемлекеттік және муниципалды мамандар - менеджерлер. Бұл функцияларға мыналар жатады:

- проблемаларды басқару (форсайт және проблемаларды анықтау, проблемаларды талдау және зерттеу, шешімдерді дайындау, шешімдердің нәтижелерін талдау);
- заңды және құрылымдық реттеу (институционалдық ортаны жаңарту);
- мәдениетті басқару (жаңа мәдени құндылықтарды қалыптастыру және енгізу);
- проблемалық білімді басқару (проблемаларды анықтау және шешу үшін қажетті ақпаратты жинақтау және жаңарту).

Тәжірибе талдауы, бұл функциялардың әлеуметтік-экономикалық басқарудың әрбір жұмыс істейтін жүйесі арқылы белгілі бір деңгейде жүзеге асырылғанын көрсетеді, бірақ бұл ғылыми әдістерді пайдаланбай жеткілікті түрде жасалмайды. Әлеуметтік мәселелерді алдын-ала болжау және анықтау, іс жүзінде ешкім айналыспайды, өйткені қиын проблемаларды шешу үшін жиі қаражат жетіспейді («тесік тесіктері»). Мәселелер, әдетте, халықты тұрақты әлеуметтанулық зерттеу арқылы емес, сонымен бірге халықтың хаттары, бұқаралық ақпарат құралдарына немесе шағымдардың арқасында өздігінен жүзеге асырылады. Ең маңызды мәселелерді бағалау және іріктеу жиі түрлі саяси топтардың, партиялар мен қозғалыстардың мүдделерін мобилизациялаудың нәтижесі ретінде жүзеге асырылады. Шешімдер қабылдау және тиісті бағдарламаларды дайындау әдетте терең ғылыми зерттеулерсіз жүргізіледі. Қабылданған шешімдердің нәтижелерін талдау сирек кездеседі, бұл сол қателерді жиі қайталауға әкеледі [7, б. 176].

Мұндай кемшіліктер әлеуметтік мәселелерді басқару функцияларына ғана емес, жоғарыда аталған әлеуметтік-экономикалық басқарудың басқа функцияларына да қатысты. Осы кемшіліктерді жою әлеуметтік менеджмент жүйесін жетілдіруге және оның тиімділігін арттыруға тиіс.

Бұл үшін екі әдісті қолдануға болады: функционалды диагностика және «ақыл-ой орталықтары» деп аталатын негізделген реинжиниринг әдісі.

Бірінші әдіс (1-кесте) басқару функцияларын орындаудағы кемшіліктерді анықтау, оларды жетілдіру жөніндегі іс-шаралар бағдарламасын дайындау және іске асыру мақсатында қазіргі әлеуметтік басқару жүйесін зерттеу болып табылады.

Әдіс үш кезеңнен тұрады. Біріншіден, жоғарыда аталған басқару функцияларының әрқайсысы үшін оларды кім және қалай орындағаны анықталады. ағымдағы менеджмент жүйесінің құрылымдық бөлімшелері және басқару функцияларын іс жүзінде жүзеге асыратын белгілі тұлғалар (ресми немесе бейресми түрде) анықталып, оларды жүзеге асыру тәртібі сипатталған.

Кесте 1. Функционалды-диагностикалық әдісті енгізу кезеңдері

Функционалдық-диагностикалық әдіс Басқару функцияларын бөлу	Функцияларды орындау рәсімдерінің сипаттамасы
Бірінші кезең	Басқару функцияларын нақты жүзеге асыратын құрылымдық бөлімшелер мен нақты тұлғаларды анықтау
Екінші кезең	Басқарушылық функциялардың сапасын төмендететін кемшіліктерді анықтау
Үшінші кезең	Әрбір басқару функциясын жетілдіру бойынша нақты ұсыныстар дайындау Басқару функцияларын іске асыруды жетілдіру бойынша шаралар бағдарламасын құрастыру Әзірленген іс-шараларды жүзеге асыру, әлеуметтік басқарудың қазіргі жүйесінің тиімділігін арттыру

Екінші кезеңде осы функциялардың сапасын төмендететін кемшіліктер анықталады. Үшінші кезеңде оны жетілдіру бойынша нақты ұсыныстар әрбір функция үшін дайындалады. Басқару функцияларын жетілдіру бойынша ұсыныстарды негізге ала отырып,

іс-шаралар мен жұмыс бағдарламаларын іске асыру қазіргі әлеуметтік басқару жүйесінің тиімділігін арттыруға әкелуі тиіс.

Бұл әдіс әлеуметтік менеджмент жүйесінің біртіндеп жақсаруымен байланысты. Сонымен қатар, соңғы өзгерістерді тым баяу жүзеге асыруға болады, қабылданған шешімдердің сапасына аздаған ықпалы және сайып келгенде, жергілікті халықтың өмір сүру деңгейіне әсер етуі мүмкін [8, б. 156].

Екінші әдіс (2-кесте) барынша түбегейлі сипатқа ие және қоғамның тұрақты дамуын қамтамасыз ететін арнайы «ақыл-ой орталықтары» әлеуметтік басқару жүйесімен құрылады. Әлеуметтік басқарудың көптеген функциялары, атап айтқанда проблемаларды басқару функциялары, жартылай құпия болып табылады. жеткіліксіз саналы түрде орындалады, бұл оларды заңдастыруға және оларды кәсіби негізде орындау қажеттілігіне әкеледі. Осы мақсатта аталған функцияларды жүзеге асыратын арнайы бөлімшелер облыстық басқару жүйесінің құрамында болуы керек. Әлеуметтік басқарудың дәстүрлі емес функцияларының басым бөлігін ескере отырып, осы функцияларды және тиісті мамандарды «бір шатырдың астына» жинау ұсынылады.

Кесте 2. «Ақыл-ой орталығының» құрылымы және оның негізгі топтарының функциялары

Топтар	Функциялар
Мәселені анықтау тобы	Сыртқы және ішкі ортадағы барлық үрдістерді үздіксіз бақылау. Ақпарат жинау және талдау
Сарапшылар тобы	Мәселелерді жіктеу және жүйелеу. Мәселелердің қозғалысын қадағалау.
Құқықтық реттеу тобы	Жаңа нормативтік актілерді дайындау және қабылдау ескірген нормативтік құжаттарды қадағалау және жою
Құрылымдық реттеу тобы	Жаңа құрылымдық бөлімшелерді жобалау және енгізу. Әлеуметтік басқарудың қазіргі жүйесін жетілдіру жөнінде ұсынысты дайындау
Жаңа мәдени құндылықтарды қалыптастыру және енгізу жөніндегі топ	Халықтың құндылықтар жүйесін қалыптастыру, халықтың мүдделері мен мақсаттарын кеңейту
Инновацияларды басқару тобы	Жаңа өнертабыстарды, жаңалықтарды, технологияларды зерттеу және жалпылау. Ең тиімді инновациялық жобаларды іске асыру
Ауданаралық қатынастарды реттеу тобы	Ауданаралық қарым - қатынастарды құру және заңнамалық реттеу. Жалпы мәселелерді шешу үшін басқа өңірлермен шарттар, келісімдер, одақтар мен бірлестіктер құру
Қаржы және бюджет тобы	Жергілікті бюджетті басқару Бюджеттің қаржылық көздерін қамтамасыз ету
Басқылау тобы	Интеграцияланған даму бағдарламаларын іске асыруды бақылау Бағдарлама нәтижелерін талдау. Қол жеткізілген нәтижелерді күтілген нәтижелермен салыстыру
Білім мәселелерін жүргізу туралы тобы	Кіріс туралы ақпаратты жинақтау Барлық мүдделі бөлімшелерге ақпарат беру

Шындығында бұл аймақтық басқару органдарының қазіргі заманғы құрылымында олардың орнықты дамуына жауапты арнайы орган болуы тиіс («ақыл-ой орталықтары»).

Құқықтық реттеу тобы осы жергілікті қауымдастық аумағында қолданыстағы жаңа нормативтік-құқықтық актілерді әзірлейді және енгізеді, сондай-ақ ескіргендерді қайталайды.

Құрылымдық реттеу тобы әлеуметтік менеджмент жүйесінің жаңа құрылымдық бө-

лімшелерін жобалауды және іске асыруды жүзеге асырады және қолданыстағы қызметтерді жетілдіру бойынша ұсыныстар әзірлейді.

Жаңа мәдени құндылықтарды қалыптастыру және енгізу тобы халықтың құндылықтар жүйесін, оның мүдделерін және нысаналы қондырғыларын қалыптастырумен айналысады.

Инновацияларды басқару тобы жаңа өнертабыстарды, жаңалықтарды, технологияларды және т.б. ұсынады.

Ауданаралық қатынастарды реттеу жөніндегі топтар ортақ мәселелерді шешу үшін бірқатар аймақтардың ресурстарын (қажет болған жағдайда) біріктіруге мүмкіндік беретін келісімшарттарды, кәсіподақтарды, келісімдерді қолдану арқылы ауданаралық қатынастарды қалыптастыру мен заңнамалық реттеу мәселелеріне маманданған.

Қаржы-бюджеттік топ жергілікті қауымдастықтың бюджетін басқарады және өз проблемаларын қаржыландыру мәселелерін шешеді.

Бағдарламаларды іске асыру бойынша мониторинг тобы және оларды іске асыру нәтижелерін талдау интеграцияланған бағдарламаларды жүзеге асыру барысын қадағалайды және нәтижелерді проблемаларды шешуде оң тәжірибе жинақтауға және оны проблемалық білім банкінде бекітуге мүмкіндік беретін нәтижелерді салыстырады.

Проблемалық білім банкін жүргізу тобы шешілетін мәселелерге байланысты барлық кіретін ақпаратты жинақтайды және оны әлеуметтік басқару жүйесінің барлық мүдделі бөлімшелеріне ұсынады.

Бұдан басқа, «ақыл-ой орталығы» құрылымында аймақтық проблемаларды талдау және зерттеу тобы, кешенді бағдарламаларды жоспарлау және дамыту тобы, сараптамалық кеңес (аудандық үкіметтің жанындағы) құрамына енгізу ұсынылады.

Әлеуметтік-экономикалық, саяси және басқа да қиын мәселелерді шешу үшін адвокаттар, әлеуметтанушылар, экономистер, саясаттанушылар, психологтар және басқа да мамандар кәсіби негізде біріктіретін өте күрделі басқару құрылымдары болып табылатыны анық, сондықтан мұндай орталықтар құру мүмкін емес үлкен аудандар [9, б. 143].

Өңірді басқаруды жетілдіру біртіндеп емес, бірақ тұрақты негізде жүргізілуі тиіс. Бұл дегеніміз, әлеуметтік менеджмент жүйесінің құрылымында тұрақты бөлімшелер (әлеуметтік менеджментті жетілдіру бөлімдері) құрылуы керек. Осындай құрылымдық бөлімшелердің негізгі міндеттері қолданыстағы менеджмент жүйесін жетілдіру жөніндегі шараларды дайындау және іске асыру болып табылады.

Басқарудың осындай практикалық әдістерін табысты дамытудың негізгі мақсаттары - персоналды кәсіби даярлау тұжырымдамасын түсіндіру және түпкілікті тұжырымдау, менеджердің адамына заманауи менеджменттің талаптарын белгілеу.

Осылайша, бүгінгі таңда өңірлердің әлеуметтік-экономикалық дамуын басқаруды жетілдіру және өңірлер әкімшілігінің күштерін ғана емес, сондай-ақ мемлекеттік органдардың қолдауын талап ететін тиісті жоспарлар мен бағдарламаларды жүзеге асыру бойынша жұмыстарды кеңінен енгізу үшін қажетті теориялық және ғылыми-практикалық алғышарттар бар [2, б. 105].

Ауданның әлеуметтік-экономикалық дамуын басқарудың теориялық негіздерін зерделегеннен кейін біз аймақтағы әлеуметтік-экономикалық процестерді басқарудың ерекшеліктерін зерттеуді қажет деп есептейміз.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Маннапов Р.Г. О формировании стратегии экономического развития района // Экономика и управление. - Уфа: РИО БАГСУ, 2000. - №1.
2. Пикалов, С.А. Управление социально-экономическим развитием района На примере Московской области: Дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05.-М., 2003.
3. Потапов Л. Финансовый механизм саморазвития района // Экономист, 1999. - №6.
4. Викторов А., Румянцев А. Стратегия инновационного развития района // Экономист, 1998, №6.
5. Гурьев Р.В. Особенности формирования и реализации программ социально-экономи-

ческого развития регионов. // Российское экспертное обозрение. - 2004. - № 12. - С. 21-26.
6. Дорогов Н. Районная экономика в системе рыночных отношений (методологические аспекты управления) // Проблемы теории и практики управления, 1997. - № 4.
7. Воронин А.Г. Муниципальное хозяйствование и управление: проблемы теории и практики. -- М.: «Финансы и статистика», 2002. - 325 с.
8. Стратегическое планирование в российских муниципалитетах. - М., 2006.
9. Иванов В.В., Коробова Л.Н. Муниципальный менеджмент. - М.: Инфра-М, 2002.

УДК 338

КӘСІПОРЫННЫҢ ҚАРЖЫЛЫҚ МЕНЕДЖМЕНТТІНІҢ МӘНІ, МАЗМҰНЫ, ЕРЕКШЕЛІГІ

Мұташев С.М.

Автор туралы мәліметтер. Мұташев Санат Миратұлы - «Қаржы» мамандығының студенті Қазақстан Американдық еркін университеті

Аннотация. Қаржы менеджменті экономикалық ғылымдағы келешегі ең зор бағыт болып келеді. Қазіргі заманғы жағдайларда қаржы менеджері кәсіпорынның басты тұлғаларының бірі. Ол қаржылық сипатты мәселелердің дұрыс шешілуіне, кейде мақсатқа сәйкес соңғы шешімді қабылдау үшін жауапты. Көбінесе қаржы менеджері қабылданған шешімнің жауапты орындаушысы болып, сонымен бірге қаржылық қызметін де іске асырады. Қаржы менеджерінің негізгі міндеттері үш негізгі бағыттар бойынша шешімдерді қабылдауда тұрады: активтерді басқару, инвестициялық қызмет және кәсіпорын дамуының қаржыландыру көздерін іздеу.

Түйін сөздер. Экономика; қаржы; менеджмент; инвестиция

Сведения об авторе. Мұташев Санат Миратұлы - студент специальности «Финансы» Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. Финансовый менеджмент - одно из самых перспективных направлений в экономике. В современных условиях финансовый менеджер - главное лицо предприятия. Он отвечает за правильное решение проблем финансового характера, а иногда и за принятие последнего решения в соответствие с целью. Финансовый менеджер, являясь ответственным исполняющим принятого решения, также выполняет свои финансовые услуги. В статье описываются три основных направления работы финансового менеджера.

Ключевые слова. Экономика; финансы; менеджмент; инвестиция.

About the author. Mutashev Sanat - undergraduate student of major “Finance” at Kazakh American Free University.

Annotation. Financial management is one of the most promising areas in the economy. In modern conditions, the financial manager is the main face of the enterprise. He is responsible for the correct solution of problems of a financial nature, and sometimes for making the last decision in accordance with the goal. The financial manager, being the responsible executor of the decision, also performs his financial services. The article describes the three main areas of work of a financial manager.

Keywords. Economy; finance; management; investment.

Экономикалық тұрғыдан алғанда қаржылық менеджмент капиталды оңтайлы (ұтымды) және тиімді пайдалану жүйесі ретінде анықталады, яғни ақша құралдарының, инвестициялардың және капиталдың көбеюіне бағытталған.

Қаржылық менеджментіне жатады:

- әр түрлі қаржы құралдарын пайдалануымен фирманың қаржы саясатын әзірлеу және іске асыру;

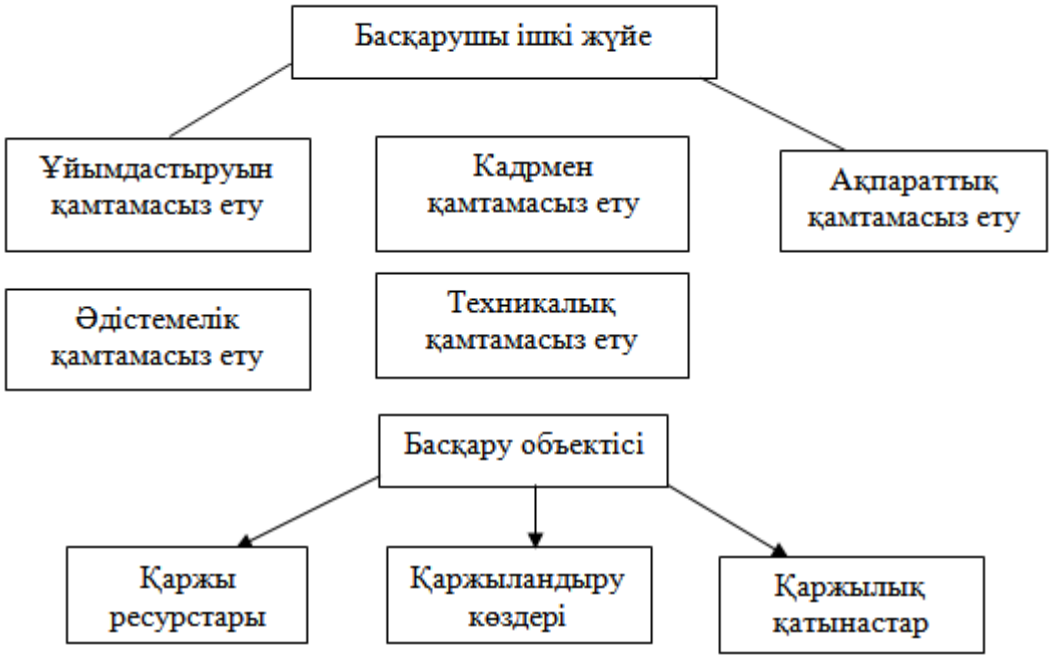
- қаржы мәселелері бойынша шешімдерді қабылдау, оларды нақтылау және іске асыру әдістерін әзірлеу;

- фирманың қаржылық есеп беруі мен талдауы арқылы ақпараттық қамтамасыз ету;
- инвестициялық жобаларды бағалау және инвестициялар қоржынын қалыптастыру;
- қаржылық жоспарлау мен бақылау;
- фирманың қаржылық – шаруашылық басқару аппаратын ұйымдастыру;

Қаржылық менеджментінің әдістері бағалауға мүмкіндік береді:
- қайсыбір ақша салымы тәсілінің тәуекелі мен пайдалылығын;
- капитал айналымының жылдамдығын, шапшаңдығын және оның өнімділігін.

Қаржылық менеджментінің міндеті: фирма қызметінің мақсаттарына жету үшін әдістерді, қаржы мен құралдарды тауып, қолдану. Бұл – келесі мақсаттар:
- пайданы көбейту;
- алдыңғы кезеңде пайданың тұрақты нормасына жету;
- қызметкерлер құрамы мен акционерлердің табыстарын көбейту;
- фирма акцияларының бағамдық құнын жоғарылату және т.б. [1].

Қорытындысында, барлық осы мақсаттар салымшылардың (акционерлердің) немесе иелердің (капитал иегерлерінің) табыстарын жоғарылатуға бағытталған. Практикалық тұрғыдан алғанда, қаржылық менеджмент кәсіпорынның ақша құралдарын және олардың көздерін басқару жүйесі ретінде қарастырылуы мүмкін. Кез келген басқару жүйесі ретінде оған объекті мен субъекті жатады, яғни басқаратын және басқарылатын кіші жүйелер (1 сурет).



Сурет 1. Қаржылық менеджментінің жүйесі

Мұнда басқару объектісі – кәсіпорынның ақша құралдары мен олардың көздері, сонымен бірге қаржы жүйесінің әр түрлі тізбектері және шаруашылық қызметінің басқа қатысушылары арасында пайда болатын қаржы қатынастары. Қаржылық менеджмент жүйесіндегі басқару субъектілері – иегерлер, қаржы менеджерлері және оның басқару кіші жүйесін құрайтын тиісті қызметтер мен ұйымдастыру құрылымдары.

Басқарудың басты субъектісі – кәсіпорын иегері болып келеді. Басқарушы кіші жүйесінің құрамында құқықтық, әдістемелік, кадр, ақпараттық, техникалық және бағдарламалық қамтамасыз етулерді айыруға болады. Экономикада кез келген жүйенің қызметі Қазақстан Республикасында қолданыстағы заңдар шеңберінде іске асырылады. Олар: Қа-

зақстан Республикасының заңдары, министрліктер мен ведомстволардың нормативтік актілері, сонымен бірге нақты кәсіпорынның ережелері мен нұсқаулықтары. Қаржылық менеджментінің әдістемелік қамтамасыз етудің негізін жалпы экономикалық, аналитикалық және арнайы амалдар, әдістер, құралдар мен үлгілер (модельдер) кешені құрайды. Олар шаруашылық объектінің қаржылық ресурстарын тиімді басқаруын қамтамасыз етеді [2].

Қаржылық менеджменті жүйесінің басты элементі – кадрлық қамтамасыз етуі болып табылады, яғни адамдар тобы (қаржы директорлары, менеджерлері және т.б.) арнайы әдістер, құралдар мен тәсілдер арқылы объектіге мақсатқа сәйкес басқарушылық әрекеттерді іске асырады.. Кез келген экономикалық объектіні басқару оның құрылымдық элементтері мен қоршаған орта арасында ақпаратпен алмасуымен байланысты. Бұл ақпараттың дер кездігі, толықтығы, дәлділігі мен сенімділігі қазіргі заманғы бизнесте табысты анықтайтын негізгі факторлардың бірі болып келеді. Осыған орай, қаржыны басқарудың қазіргі заманғы жүйесінің маңызды элементі – оның ақпараттық қамтамасыз етуі. Қалыптасу көздеріне байланысты ақпарат ішкі және сыртқы деп бөлінеді.

Ішкі ақпарат бухгалтериядан, өндіріс бөлімдерінен, материалдық-техникалық (жабдықтау) қамтамасыз ету, өткізу, маркетинг бөлімдерінен алынады. Бұл ақпарат қаржы менеджеріне толық көлемде белгілі болуға тиісті, фирманың табыстылығы мен тиімділігі көбінесе оның сыртқы ортаға бейімделуімен байланысты.

Қаржы менеджерінің ақпараттық қажеттіліктерінің маңызды бөлігі сыртқы ақпаратқа келеді: нарық коньюнктурасы, сатып алушылар, бәсекелестер, пайыздық мөлшерлемелер, бағалы қағаздар, заңдардағы өзгерістер туралы деректер. Ақпараттық технологиялар саласында қаржы менеджері кәсіби білікті болуға тиісті. Бұндай ақпараттың қол жетімділігі, дер кеңділігі әр түрлі факторлардан тәуелді, олардың ішіндегі ең маңыздысы: ақпараттық нарықтың даму деңгейі мен техникалық қамтамасыз етуі. Қазіргі уақытта экономикалық объектілерді автоматтандырылған басқару жүйесін салу барысында техникалық шешімдердің негізі ретінде жоғары өнімді жеке ЭЕМ болып табылады [1].

Бүгінгі таңда қаржы менеджері ақша ағындарын белсенді де тиімді басқару үдерісіне жауапты. Бұл кәсіби қаржы менеджерінің кәсіпорындағы рөлін күшейтуге әкелді. Қаржы менеджерінің негізгі міндеттерімен танысу алдында фирманың қаржы сызбасын көрейік. Фирманың қаржы сызбасы (2 сурет).

Қаржы талдауы мен жоспарлауы

Активтерді басқару	Баланс		Капиталды басқару
	Активтер	Пассивтер	
	Ағымдағы активтер	Қарыз (заем) капиталы	
	Негізгі активтер	Жеке капитал	

Сурет 2. Фирманың жалпы қаржы сызбасы

Қаржы менеджері компания қаржыларымен әр тұрғыдан басқаруы 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, фирманың қызметін жоспарлауға мүмкіндік береді. Аналитикалық жұмыс та өндірістің өсуіне қажет ресурстардың мөлшері мен құрамын бағалап, қосымша қаржыландырудың көздерін табуға жол ашады. Активтерді басқару міндеті шеңберінде қаржы менеджері активтердің сатып алуы мен қызмет көрсетуімен байланысты бірқатар мәселелердің шешуін қамтамасыз етуге тиісті. ең алдымен негізгі және айналымдағы қаражаттардың оңтайлы құрамы мен тиімді құрылымын анықтау қажет. Сонан соң қаражаттарды ресурстардың әр түрлеріне (материалдық, еңбек, қаржы және т.б. инвестициялау қаншалықты экономикалық тиімді екенін анықтау керек. Осыдан басқа, барлық активтер жиынтығының жағдайы мен тиімді пайдалануына бақылау жүйесін әзірлеу маңызды. Соңында - бағаларды қарастырып (салыстырып), активтерді пайдалану тәуекелін бағалау.

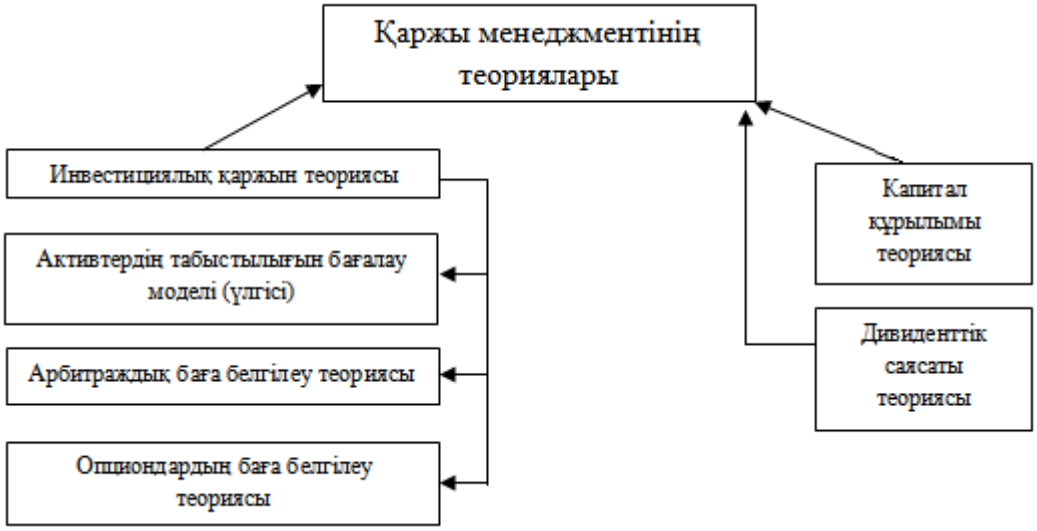
Қаржы менеджерінің маңызды өнімі – инвестициялық және қаржы шешімдерін қабылдау. Олар фирмаға қаржылық тұрақтылық беруге, оның ағымдағы және келешек дамуына бағытталады. Инвестициялық және қаржылық шешімдер әдетте сатулар көлемінің өсу қарқындарын оңтайландыруға, инвестициялардың нақты түрлерін таңдауға, инвестицияларды қаржыландыру құралдарының көздерін іздеуге, қарыз және акционерлік қаражаттар құрылымын оңтайландыруға, бағасы бойынша қолайлы ұзақмерзімді және қысқамерзімді займдарды таңдауға бағытталған. Инвестицияларды басқару кәсіпорынның стратегиялық және тактикалық мақсаттарын іске асыруға бағытталған инвестициялық саясатын қалыптастыруда тұрады. Осы міндеттің шеңберінде ең тиімді немесе қолайлысын іріктеп таңдау мақсатында жеке жобалары мен қаржы құралдарының инвестициялық тартымдылығын бағалауы, қаржы салымы бюджетін әзірлеуі, бағалы қағаздар қоржынын қалыптастыруы және басқаруы іске асырылады. Ақша ағындарын басқару кәсіпорынның ағымдағы, күнделікті қызметінде рөлі маңызды. Осы міндеттің іске асу нәтижелілігінен төлем қабілеті, өтімділігі мен қаржы тұрақтылығы байланысты [2].

Тәуекел – шаруашылық қызметінің ажыратылмайтын факторы болып келеді. Іске 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.

Ғылым ретінде қаржылық менеджмент – компанияның қаржылық ресурстарын басқару теориясы мен методологиясына арналған білімдер саласы. Жеке ғылым ретінде қаржылық менеджмент жақында ғана қалыптасты. Г. Марковиц инвестициялық қоржынның қазіргі заманғы теориясының негізін қалаған. Қоржын теориясы: тәуекелдерді азайту мақсатында салымдардың әртараптандыруын зерделеу, нарықтағы бағалық үрдістерді қадағалау үшін нарықтарды шолу. Сонымен бірге бұл теория активтер (бағалы қағаздар) қоржынының құрылымын және күтілетін табыстармен оның ара қатынасын қарастырады.

Бұл еңбектерде қаржы активтеріне қаржыландыру саласында шешімдерді қабылдау методологиясы мен тиісті ғылыми құралдары ұсынылды. Арғы дамуын бұл бөлім бағалы қағаздардың баға белгілеуіне, капитал нарығының тиімділігі тұжырымдамасында тәуекелдерді және табыстылығын бағалау үлгілерін құруға және олардың тәжірибелік растауында жаңа қаржы құралдарын әзірлеуге арналған зерттеулерде жалғастырды. 60-шы жылдарда У. Шарт, Дж. Линтнер, Дж Моссин бірігіп, қаржы активтердің табыстылығын бағалау моделін (үлгісін) әзірледі, ол үнемі (жүйелі) түрдегі тәуекел мен қоржын табыстылығын байланыстырады. Бұл модель (үлгі) қазіргі уақытқа дейін қаржы теориясының ең беделді ғылыми жетістіктері болып табылады. Бірақ ол үнемі сынға бөлене бергесін, кейінірек бірнеше амалдар әзірленді, мысалы арбитраждық баға белгіленуі теориясы (Arbitrage Pricing Theory APT). APT тұжырымдамасын қаржы саласының белгілі маманы Стивен Росс ұсынды. Үлгі (модель) негізінде келесі пайымдау жатыр: кез келген акцияның нақты табыстылығы екі бөліктен тұрады: кәдімгі (күтілетін) және тәуекелді (белгісіз). Соңғы сәт көптеген экономикалық факторлармен анықталады, мысалы, елдегі на-

рықтың ахуалымен, жалпы ішкі өніммен, әлемдік экономикалық тұрақтылығымен, инфляциямен, пайыздық мөлшерлемелердің өсуімен және т.б [2].



Сурет 3. Қаржылық менеджментінің негізін қалайтын теориялары

50-ші жылдардың екінші жартысында капитал құрылымының және қаржыландыру көздері бағасының теориясы бойынша зерттеулер өткізілді. (Дж. Уильямс, Д. Дюран, Ф. Модильяни, М. Миллер және т.б.) 1958 жылы қолданбалы микроэкономикадан қаржылардың қазіргі заманғы теориясы жеке бөлініп шықты. Қаржылардың қазіргі заманғы теориясының шеңберінде ірі компанияның қаржыларын басқару әдіснамасы мен техникасына арналған ғылым ретінде қаржы менеджменті қолданбалы пәні қалыптасты. Қазақстан экономикасының нарық жолына түсу шеңберінде 90-шы жылдардан бастап банк жүйесіне түбегейлі өзгерістерді енгізу, меншіктің жаңа түрлерін енгізу, бухгалтерлік есептің өзгеруі қаржы ресурстарын басқаруды өзектіге айналдырды.

Қаржыны басқаруда қолданылған жаңа әдістер басқару өрісінде жаңа мамандықтың пайда болуына мүмкіндік туғызды. Ол қаржы менеджері. Кәсіпорынның қаржы қызметінің басшысы (қаржы менеджері) жоғары білімді, кең көз – қарасты, ойшыл, келесі дамыған ғылымдардың: қаржы, статистика, есеп, қаржылық талдау, салық салу, бағаның құрылуы, және т.б. қорытындыларын өз қызметінде әдісін тауып қолданатын маман.

Шағын бизнесте қаржыны басқару үшін бухгалтер және экономисттің қызметтері жеткілікті, себебі қаржылық операциялар негізі ақша айналымынан тұратын қолма-қол ақшасыз есеппен шектеледі.

Үлкен бизнестің қаржылық операцияларында мүлде басқа тактика қолданылады. Үлкен капиталдың үлкен ағымы және тиісті өнім қажеттілігін талап етеді. Сондықтан, үлкен бизнестің қаржысын басқару үшін қаржы бизнесі саласындағы арнайы дайындалған маман, қаржы теориясын, менеджмент негіздерін жете меңгерген – қаржы менеджерін, бизнестің басты тұлғалары ретінде өте қажет.

Қазақстанда нарықтық қатынастардың қалыптасуы көптеген біздің елде экономика салсынуда дәстүрлі ғылым және практика тауарларының бөлімдерін елеулі өзгертіп ғана қоймай, біршама жаңа деп саналатын бағыттарды тез дамуының қажеттілігіне әкелді. Соңғылардың ішінде сөзсіз Батыста ең тез дамып келе жатқан бағыт болып саналатын бірқатар мамандықтарға (бухгалтер, экономист) және соңғы жылдары Қазақстанда пайда болған (аудитор, менеджер, қаржы менеджеріне) тікелей қатысы бар менеджменті кіреді.

Қаржылық менеджмент – экономикалық ғылымда қаржы, басқару, есеп және талдау салаларындағы теориялық практикамен сәтті біріктіріп келе жатқан перспективті бағыт.

Қаржылық менеджмент іс жүзінде қолданбалы ғылымдарға жатады.

Жалпы түрде қай ғылым болмасын концептуалдық негіздері, оның тақырыбы мен әдістерін тұжырымдау және теңестіру арқылы көрсетіледі.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Антикризисное управление / под ред. Э.М. Короткова. - М., 2001.
2. Антикризисный менеджмент / под ред. А.Г. Грязновой - М., 2009.
3. Нурмуханова Л.К. Природа кризисных явлений в рыночной экономике // Мысль. - 2009. -№ 3. - С. 52-60.
4. Нурмуханова Л.К. Концептуальные подходы к организаций антикризисного управления // Саясат. - 2009. - № 3-4. - С. 102-107.
5. Мухамбетов Т.И., Нукушев А.Г. Банкротство и антикризисное управление предприятием. - Алматы, 2000.

УДК 331.108.23

ТЕХНОЛОГИЯ РАБОТЫ КАДРОВОГО АГЕНТСТВА

Медведева Э.М., Искендерова Ф.В.

Сведения об авторах. Медведева Эллада Мехмановна – магистрант специальности «Менеджмент», Искендерова Фатима Велибековна – PhD, доцент Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. Статья посвящена анализу и основным аспектам работы кадрового агентства. Авторы раскрывают содержание каждого технологического этапа, сферу деятельности сотрудников кадрового агентства, основные методы поиска кандидатов, психологическое сопровождение данного процесса.

Ключевые слова. Технология, рекрутмент, кадровое агентство, рекрутер, работодатель, кандидат, отбор.

Авторлар туралы мәліметтер. Медведева Эллада Мехмановна – «Менеджмент» мамандығының магистранты, Искендерова Фатима Велибековна – PhD, ҚАЕУ доценті.

Аннотация. Мақала персоналды басқару органының жұмысына талдау және негізгі аспектілеріне арналған. Авторлар әрбір техникалық кезеңнің мазмұнын, қызметкерлер құрамының қызмет ету саласын, кандидаттарды іздестірудің негізгі әдістерін және осы процесті психологиялық қолдауды көрсетеді.

Түйін сөздер. Технология, жалдау, жалдау агенттігі, жалдаушы, жұмыс беруші, кандидат, іріктеу.

About the authors. Medvedeva Ellada - graduate student of major “Management”, Iskendereova Fatima - PhD, Associate Professor at Kazakh American Free University.

Annotation. The article is devoted to the analysis and main aspects of the work of the personnel agency. The authors reveal the content of each technological stage, the scope of activity of the staff of the personnel agency, the main methods of searching for candidates, and psychological support for this process.

Keywords. Technology, recruitment, recruitment agency, recruiter, employer, candidate, selection.

Технология рекрутмента – это совокупность упорядоченных действий, которая должна обеспечить успешный подбор подходящих сотрудников.

Технология кадрового агентства с небольшими различиями состоит из следующих этапов:

1) получение заявки на поиск и отбор кандидатов;
2) определение у заказчика требований к работнику;
3) составление плана рекрутмента;
4) определение основных методов поиска; поиск кандидатов;
5) выбор методов отбора;
6) отбор кандидатов, соответствующих требованиям заказчика из числа кандидатов, претендующих на данную должность;
7) презентация кандидатов.

Представим технологию рекрутмента кадрового агентства, занимающегося подбором персонала среднего звена, используя метод стандартного поиска. От того, насколько отлажена и оптимизирована технология, способы и методы, объединяемые ей, во многом зависит успех работы агентства, его конкурентоспособность.

Подробно раскроем содержание каждого технологического этапа.

Получение заявки на подбор персонала и определение требований к работнику. Составление плана рекрутмента

Для кадрового агентства предпочтительнее централизованное получение заявок от клиентов, которые поступают в основном из трех источников: реклама агентства с СМИ,

рекомендации постоянных клиентов и последующие заказы от постоянных клиентов.

Централизованное получение заказов руководством или ответственным лицом позволяет избежать ситуации, когда рекрутеры начинают работать на себя, пытаясь утаить часть заказов. В то же время постоянные клиенты имеют тенденцию общаться с конкретным рекрутером по заполнению всех вакансий, соответственно и новые вакансии передаются рекрутеру напрямую. Наилучший вариант в этом случае – организация работы рекрутеров, которая строится на принципах взаимной поддержки, открытости и доверия между консультантами и администрацией агентства.

Заказ компании-заказчика поступает в письменном виде и расписывается по следующему шаблону:

1) компания;

2) должность;

3) перспективы;

4) личность;

5) критерии оценки работника.

Цель письменного изложения Заказа состоит в том, чтобы консультант кадрового агентства прояснил для себя все вопросы, касающиеся должности, которая находится у него в работе, и наиболее полно произвел описание позиции.

Описание позиции (вакантной должности) – документ, на основании которого кадровое агентство осуществляет работу по подбору и отбору работника.

Описание позиции составляется рекрутером совместно с представителем компании-клиента (менеджером-нанимателем) на основании анализа содержания работы, экстенсивном опросе и зондировании работодателя, служащих компании и сотрудников, занимающих аналогичные должности в компании.

Первый признак того, что заказ может быть успешно выполнен - то, что переговоры с консультантом по поводу заполнения вакансии проводит сотрудник, принимающий решения; он настроен на сотрудничество, охотно отвечает на вопросы, дает информацию, прислушивается к оценкам и советам консультанта. Отсутствие у рекрутера прямого доступа к лицам, принимающим решение о найме, значительно усложняет работу по данной позиции.

Кроме того, менеджер-наниматель может по-разному подходить к описанию требований. Некоторые заказчики очень подробно описывают вакантную должность и требования к кандидату, другие подходят к этому вопросу формально и не уделяют Описанию позиции должного внимания. Например, есть работодатели, которые, на первый взгляд, излишне подробно описывают человека, который им нужен. Тем не менее, каждое пожелание в этом описании действительно обосновано их собственным опытом.

Каждое описание должности содержит следующие категории информации:

1) название должности, круг обязанностей, требуемые результаты, проблемы и описание типичной рабочей недели;

2) информация о вознаграждении и льготах;

3) рекрутерская информация;

4) информация о возможном продвижении по служебной лестнице, о компании и об отделе;

5) информация о корпоративной культуре компании;

6) информация об интервью;

7) определение срочности заказа.

Для кадрового агентства предпочтительнее, чтобы круг непосредственных обязанностей и типичную рабочую неделю описывал не менеджер-наниматель, а человек, занимающий в настоящий момент ту должность, которую консультант собирается предложить кандидату, или лица из того же отдела, выполняющие подобную работу. Менеджер может оказаться не в курсе того, что этому человеку приходится делать изо дня в день, и, скорее всего, будет стремиться снабдить консультанта такой информацией, которая только увеличит ошибочность или неточность описания.

Консультант агентства выясняет нижний, средний и верхний показатели вилки должностного оклада, включая все сведения о доплатах на автомобиль, о возмещении дорожных расходов, о детских учреждениях, о прочих стимулах и премиях. Консультант учитывает все выплаты и льготы, связанные с интересующей его позицией, в денежном выражении до последнего тенге, и всегда предлагать кандидату весь пакет в целом, а не только основную заработную плату.

Это данные являются ориентиром при подборе кандидатов на вакантную должность, портрет идеального кандидата. Она содержит: профессиональные и квалификационные характеристики, опыт работы, личностные качества. А также отрасль, компании, должности, занимаемые потенциальным кандидатом, компании, из которых кандидаты интересны и неинтересны для найма, «просеивающие вопросы» для первичного интервью, мотивы перехода в другую компанию (ответ на вопрос «почему человек, у которого есть хорошая постоянная работа, должен оставить ее и перейти работать к вам?»).

Консультант может задать менеджеру-нанимателю следующие вопросы:

1) какова должна быть биография идеального сотрудника?

2) каким должно быть его образование?

3) какой опыт был бы предпочтительнее?

4) каковы должны быть личностные качества нанимаемого сотрудника?

Он также может попросить нанимателя назвать трех лучших, по его мнению, сотрудников и поинтересоваться, благодаря каким качествам он считает их лучшими. В ответ консультант никогда не услышит: «Он закончил МГУ», «У него есть ученая степень по компьютерам» или любые другие характеристики, на основании которых обычно принимаются решения о проведении интервью. Ответом будет, скорее всего: «Он быстро решает любые проблемы», «Он умеет играть в команде» и т.п. Это и есть действительно существенные для нанимателя характеристики кандидата, и консультанту следует сосредоточиться именно на них.

Ответы на следующие вопросы показывает рекрутеру агентства, куда направить усилия по поиску кандидатов:

1) в какой отрасли должен работать кандидат?

2) в каких компаниях этой отрасли?

3) может ли наниматель назвать компанию, из которой он с большим удовольствием взял бы сотрудника?

4) может ли наниматель назвать компанию, с сотрудниками которой он предпочел бы не проводить интервью?

Менеджеры располагают особой информацией о характере работы и об отрасли в целом, и эта информация может оказаться чрезвычайно полезной.

Рекрутер может попросить нанимателя сформулировать пять-десять вопросов и дать на них требуемые ответы. Эти вопросы будут касаться знаний, навыков, опыта или личных качеств кандидата. Затем поинтересоваться, на какое количество вопросов кандидат должен дать требуемые ответы, чтобы менеджер-наниматель захотел с ним встретиться. Это помогает рекрутеру при отборе кандидатов, проведении телефонных переговоров, поднимет коэффициент полезного действия работы рекрутера – соотношение между количеством проведенных интервью и нанятых сотрудников.

Информация о возможном продвижении, о компании и отделе.

Консультанту следует задать наниматель такие вопросы, как:

1) каковы возможности дальнейшего продвижения кандидата?

2) на какой должности он может оказаться через год, три, пять лет?

3) каковы долгосрочные перспективы для работающего в этой должности?

4) как сложилась карьера предыдущих двух работников, занимавших эту должность? Где они теперь?

5) столкнется ли кандидат с необходимостью осваивать новые технологии?

6) предусматриваются ли для человека, занимающего эту должность, программы по повышению квалификации?

У менеджеров могут быть долгосрочные планы на человека, который занимает эту должность, и это может оказаться решающим фактором при заключении контракта, конечно, в том случае, если консультант об это осведомлен.

Кроме того, консультант выясняет как можно более полную информацию о компании-заказчике: ее форма собственности, история, размеры, профиль, продукция, объемные показатели и место на рынке.

Информация о корпоративной культуре компании

Консультант оценивает корпоративную культуру, не только задавая вопросы для описания должности, но и проводя время в помещении компании-клиента и разговаривая с ее служащими. Вот некоторые вопросы, которые помогают консультанту кадрового агентства составить представление об атмосфере в организации:

1) каков стиль менеджмента в компании?

2) какие цели ставит перед собой компания?

3) каковы задачи отдела?

4) какого типа люди преуспевают в компании?

5) почему некоторым не удалось вписаться в корпоративную культуру?

Информация об интервью.

Эта информация требуется для того, чтобы кандидаты знали, в какое время может состояться интервью и какова будет последовательность событий.

Консультант задает следующие вопросы:

1) кто будет проводить беседу с кандидатом?

2) сколько интервью предполагается провести с кандидатом до того, как ему может быть сделано предложение?

3) за какое время будет проведена серия интервью?

4) сколько времени (примерно) будет длиться одна беседа?

5) каково содержание каждого из предполагаемых интервью?

На современном высоко-конкурентном рынке процесс подбора кадров должен протекать быстро. Консультанту необходимо знать, когда именно менеджер сделает предложение кандидату. Если расписание, предложенное менеджером неудобно, консультант вправе оговорить внесение изменений или предложить свой вариант.

Срочность

Поскольку разумное распределение времени – основной фактор успеха консультанта агентства, он имеет четкое представление о том, на какие позиции он должен тратить свое время, и четко выстроить приоритеты. Если, к примеру, должность вакантна три месяца, а менеджер-наниматель провел уже 20 интервью, то, несмотря на очевидный вывод, заполнение вакансии не так уж и срочно.

Способ определения срочности заполнения вакансии не в том, чтобы спросить нанимателя, насколько это срочно. Срочность определяется с помощью вопроса, насколько важно для нанимателя заполнить вакансию прямо сейчас. Консультант напрасно потратит свое время, если будет подбирать кандидатов, которые «выпадут» из процесса рекрутмента из-за того, что наниматель будет реагировать несвоевременно.

Рекрутер должен убедить менеджеров и рядовых сотрудников, которые предоставляют ему информацию для Описания позиции, давать не только положительные, но и негативные сведения. Рано или поздно работник все выяснит сам, при этом он оценит честность и беспристрастность, как самого работодателя, так и консультанта, непосредственно выполнявшего заказ. Полная открытость информации – важнейший фактор для уменьшения риска юридических претензий и конфликтов, а также снижения текучести кадров.

При качественно составленном описании должности каждый кандидат, которого рекрутер предоставит клиенту, должен успешно пройти интервью, а клиент должен увидеть в нем квалифицированного, способного выполнять предлагаемую работу сотрудника

и человека, который адаптируется к корпоративной культуре.

Если все вышеперечисленные вопросы достаточно прояснены и конкретизированы, консультант переходит к составлению плана рекрутмента.

План рекрутмента кадрового агентства – это подробная запись всех действий, которые следует предпринять для своевременного качественного выполнения заказа. В плане работ указаны конкретные действия консультанта, их сроки и ответственный за выполнение.

Определение основных методов поиска

Умение отыскать для клиента кандидатов, которые отвечают требованиям, вписываются в корпоративную культуру, выполняют поставленные задачи и продолжают эффективно работать на клиента, в конечном счете, определяет успех рекрутера и кадрового агентства в целом.

Основные методы поиска кандидатов, которыми пользуются кадровое агентство:

1) по информационным базам данных;

2) через размещение объявлений в СМИ;

3) с помощью метода «прямого поиска»;

4) среди выпускников учебных заведений, институтов повышения квалификации, бизнес-школ и т.п.;

5) используя различные профессиональные объединения;

6) посредством использования личных связей;

7) посредством использования рекомендаций;

8) при помощи сети Internet.

Методы выбираются в зависимости от следующих факторов:

1) сроки;

2) оплата объявлений;

3) количество одинаковых вакансий на одно Описание позиции.

Если заказ эксклюзивный, и / или если сроки не поджимают, могут подойти такие методы, как: прямой телефонный поиск, рекомендации, обращение к кандидатам, отклонившим предыдущее предложение, объявления в газетах, обращение к лицам, уволенным по сокращению штатов из фирм-конкурентов.

Если приходится заполнять несколько вакансий с одним и тем же описанием позиции, то кадровое агентство объявление на радио и прибегает к прямой почтовой рассылке писем.

Существуют и другие методы, требующие постоянной разработки. Их применение возможно для заполнения текущих вакансий. К ним относятся:

1) семинары по различным темам;

2) посещение специализированных выставок и ярмарок вакансий – Дни открытых дверей;

3) ведение подшивок объявлений с классификацией;

4) получение списков приглашенных на специализированные выставки и организационные встречи;

5) объявления в кинотеатрах, на транспорте и др.

Собственно поиск представляет собой сбор данных (анкет, резюме) кандидатов, в результате которого формируется Long list – предварительный список кандидатов, то есть список потенциальных кандидатов, прошедших предварительный отбор (как правило, на основании «просеивающих вопросов», анализа документов, телефонных переговоров) на вакантную должность.

На следующем этапе консультант работает со списком Long list. Он проводит отбор кандидатов, используя для этого различные методы отбора, которых, также как и методов поиска можно выделить несколько, и в зависимости от критериев отбора – требований заказчика, консультант выбирает тот или иной метод отбора и проводит отбор претендентов.

Выбор методов отбора

Среди основных методов отбора потенциальных кандидатов на вакантную позицию выделяется:

1) анализ письменных документов (анкет, автобиографии, резюме, оценочных листов);

2) тестирование (психологическое и профессиональное);

3) собеседование;

4) интервью;

5) проверка рекомендаций.

Анализ анкетных данных – это наиболее распространенный метод отбора в кадровом агентстве. Использующие его консультанты предполагают, что биография человека надежный индикатор потенциала и полученного опыта. При этом не всегда придается большое значение достоверности оценки кандидата с точки зрения его психологических качеств, потенциала роста и др. Однако определенный уровень надежности общей оценки кандидата присутствует в работе агентства. Выполняя заказ клиента, кадровое агентство старается свести на нет риск предоставления кандидата, не соответствующего требованиям заказчика.

Тесты призваны оценить способности, мышление, логику, осведомленность и другие личностные качества. Валидность тестов на интеллект при оценке профессионального и образовательного успеха очень высока. Это тесты Амтауэра LPS, тест Вехслера HAWIE, 1ST. Личным качествам особое значение придается при найме на руководящие должности, а также на те вакансии, которые требуют наличия или допустимости определенных черт характера. Личностные характеристики измеряются специальными опросниками, в том числе компьютеризированными (тест Кеттела, MMPI, СМИЛ) и специальными проекционными тестами (тест Роршаха, Люшера, ТАТ).

Личное собеседование – решающий процесс анализа претендентов, на который кандидаты приглашаются после предварительного отбора на основе полученной информации о будущем сотруднике, служит созданию личного впечатления о потенциале пригодности претендента на вакантное место.

Необходимо проверить, насколько совпадают производственные представления с ожиданиями претендента.

В рамках короткого интервью имеющаяся информация о претенденте, предусмотренная для рассмотрения при дальнейших разговорах по отбору, может быть дополнена и выборочно проверена.

Всем интервьюируемым для данной позиции консультант задает одни и те же вопросы. Это гарантия того, что он ничего не упустит в каждом интервью. Кроме того, заранее определяется, какое время будет затрачено на каждое интервью, и подготовить список вопросов.

В конце интервью каждый кандидат сравнивается с теми требованиями, которые предъявляются на работе. Это дает информацию о сильных сторонах, необходимых на данной работе, а также о тех свойствах, которые нуждаются в развитии.

Проверка рекомендаций – чрезвычайно важная процедура. Ее цели: обосновать способность конкретного кандидата выполнить конкретную работу; проверить письменную и устную информацию об успехах кандидата

В проверку рекомендаций входит комплекс мероприятий по проверке фактической информации об образовании, квалификации, способностях, предыдущих местах работы, времени работы, должностях и т.д., а также сбор информации о личности и характере кандидата, его сильных и слабых сторонах.

Отбор кандидатов

Отбор в кадровом агентстве обычно начинается с составления «портрета кандидатов». Этот этап, как правило, принимает форму короткого телефонного интервью.

Если инициатива звонка принадлежит консультанту, он использует активный сце-

нарий, который составляет основу «портрета» и в ходе работы становится самим «портретом». Активный поисковый сценарий начинается с того, что консультант «продает» открывающиеся возможности и компанию-клиента, и старается вызвать интерес у потенциального кандидата, и только потом выясняет нужную ему информацию.

Сценарий анализа уже обратившихся в агентство ранее кандидатов тоже составляет основу «портрета» и становится им в ходе работы. Он применяется тогда, когда потенциальные кандидаты сами обращаются в кадровое агентство в ответ на объявления в СМИ, Internet и других источниках.

После составления основы «портрета кандидата» ведется анализ анкетных данных или/и сбор информации, затем проводится собеседование рекрутера с кандидатами. На заключительном этапе отбора может осуществляться проверка рекомендаций.

Из протекающего процесса отбора постепенно исключаются те претенденты, которые не соответствуют требованиям, предъявляемым к кандидату на вакантную должность, и дополняются «портреты» наиболее подходящих претендентов.

Презентация кандидатов

Главная задача на этом этапе – обеспечение выхода понравившегося заказчику кандидата на работу.

Презентация проходит при личной встрече с заказчиком или в форме телефонной беседы.

После того, как найдены, отобраны, проинтервьюированы кандидаты, проверены рекомендации, сообщено о них нанимателю, и тот согласился провести с претендентами интервью, консультант агентства, опираясь на Описание должности, подготовить кандидатов к собеседованию.

Консультант тщательно, не торопясь, проводит подготовку. За время, потраченное на подготовку, консультант делает самый ценный вклад в процесс рекрутмента.

После первого интервью, исключаются кандидаты, которые, по мнению менеджера, не подходят для данной позиции.

На втором интервью стороны, как правило, уточняют полученную раньше информацию и определяют сумму оплаты. Это завершающий этап переговоров, по результатам которого, наиболее подходящему кандидату делается предложение о работе.

После того, как кандидат вышел на работу и оформил должным образом свои трудовые отношения с компанией-заказчиком, процесс рекрутмента считается завершенным. Далее кадровое агентство продолжает сопровождать кандидата и оказывать ему помощь в процессе адаптации в новом коллективе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Егоршин А.П. Управление персоналом: Учебник для вузов. - Н. Новгород, 2003.
2. Магура М.И. Поиск и отбор персонала. Настольная книга для предпринимателей, руководителей и специалистов кадровых служб и менеджеров. - М., 2003.
3. Козлова Л.А., Самуйлова Л.Э., Логинова Ю.А., Рощин Д.Н., Тарасова С.В. Справочник по управлению персоналом. – М., 2014.
4. Иванкина Л.И. Управление персоналом: учебное пособие. - Томск, 2009.
5. Тибилова Т.М., Кузьмин В.А. Как качественно оценить человека. Настольная книга менеджера по персоналу. – М., 2012.
6. Анализ и моделирование трудовых показателей на предприятии: учебное пособие / под ред. проф. А.И. Рофе. - М.: МИК, 2010
7. Аскарова В.В. Наем персонала: проблемы и пути решения // Отдел кадров коммерческой организации. - 2013.
8. Беляцкий Н.П. и др. Управление персоналом: Учеб. пособие. - Мн., 2011
9. Журавлев В.П., Карташев С.А. и др. Технологии управления персоналом. – М., 2012.
10. Ярмоленко Д. Наем на работу - процедура поиска взаимовыгодных компромиссов // Управление персоналом. – 2012.

УДК 331.108.23

КАДРОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПРЕДПРИЯТИИ С УЧЕТОМ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА

Рахметова А.К.

Сведения об авторе. Рахметова Алия Канатовна - магистрант специальности 6М050600 «Экономика» ВКГУ им. С. Аманжолова

Аннотация. В статье рассмотрен опыта японских, американских и немецких компаний по управлению персоналом, раскрываются основные факторы, определяющие престиж любой производственной организации, на которых исследуются основные принципы инновационного развития кадрового потенциала японских и других ведущих зарубежных организаций, для которых характерен учет общественно-политических и структурно-функциональных аспектов, а также совершенствование управленческой деятельности.

Ключевые слова. Менеджмент, найм, отбор, кадры, персонал, труд, заработная плата, занятость, организация.

Автор туралы мәліметтер. Рахметова Алия Канатовна – С.Аманжолов атындағы ШҚМУ-дың 6М050600 «Экономика» мамандығының магистранты.

Аннотация. Мақалада жапон, американдық және неміс персоналдарын басқарудағы компаниялардың тәжірибесі сипатталған, жапондық және басқа жетекші шетелдік ұйымдардың кадр әлеуетін инновациялық дамытудың негізгі принциптерін зерттейтін кез-келген өндірістік ұйымның беделін анықтайтын негізгі факторлар анықталды, олар әлеуметтік-саяси және құрылымдық функционалдық аспектілері, сондай-ақ басқару қызметін жетілдіруді сипаттайды.

Түйін сөздер. Менеджмент, қызметкерлерді іріктеу, іріктеу, қызметкерлер, кадр, еңбек, жалақы, жұмысқа орналасу, ұйым.

About the author. Rakmetova Aliya - graduate student of major 6M050600 “Economics” at EKSU named after S. Amanzholov.

Annotation. The article describes the experience of Japanese, American and German personnel management companies, reveals the main factors determining the prestige of any production organization, which explores the basic principles of the innovative development of the personnel potential of Japanese and other leading foreign organizations, which are characterized by consideration of socio-political and structural functional aspects, as well as the improvement of management activities.

Keywords. Management, recruitment, selection, personnel, staff, labor, wages, employment, organization.

Зарубежный опыт формирования кадрового потенциала организации на примере развитых стран: Японии, США и ФРГ. Японская система управления персоналом существенно отличается от казахстанской, поскольку она (как, впрочем, и система управления персоналом любой другой страны) основывается на менталитете своих сотрудников. В этом на первый взгляд главная проблема внедрения японского опыта управления в казахстанские организации. На самом деле эта проблема разрешима. Во-первых, это подбор кадров - основа основ работы с персоналом. Как известно, в Японии корпоративный дух, практически полное отсутствие конфликтов, слаженность работы, дружность коллектива зависят от национального состава организации. Проще говоря, многих проблем японским менеджерам удается избежать по той простой причине, что в Японии живет 99% японцев. Соответственно, и в большинстве организаций коллектив исключительно японский. Казахстанская действительность значительно отличается от японской, однако в рамках одной организации подобрать слаженный мононациональный коллектив возможно. Это автоматически почти полностью уберет проблемы с несовместимостью менталитетов, жизненных ценностей, вероисповеданий и тому подобное. Японский опыт подсказывает, что данный подход к подбору персонала оправдывает себя абсолютно.

Во-вторых, крайне важным условием высокой производительности труда является корпоративный дух. Это условие, впрочем, вытекает из предыдущего. Соотечественни-

кам куда проще почувствовать себя большой рабочей семьей, чем коллективу, собранному "с миру по нитке". Не стоит также забывать об отношениях подчиненных к руководителю. Учитывая казахстанскую ментальность, субординация должна строго соблюдаться. Однако работник должен все же видеть в своем руководителе не командира, но строгого наставника. В Японии такое отношение воспитывается с детства, но в Казахстане, если руководитель с самого начала будет правильно себя позиционировать и вести, такое тоже возможно.

О постепенном переходе крупных японских предприятий к новой модели управления трудом свидетельствует отказ от традиционной системы пожизненного найма и замена ее другими, более гибкими формами занятости. Этот процесс наметился еще в конце 70-х - начале 80-х гг. в результате самого глубокого для Японии экономического кризиса 1974 - 1975 годов. Система пожизненного найма становилась все более невыгодной даже для самых мощных предприятий. Немаловажным фактором являлось заметное изменение так называемой "трудовой философии", то есть отношение к труду самих работников. У многих из них, прежде всего у молодежи, все заметнее пробуждалось стремление к самоутверждению, личному успеху, желание уйти со "своего" предприятия и начать собственное дело.

Японские и зарубежные исследователи единодушны в том, что современный этап научно-технического прогресса, породивший новую технику и приведший к изменению характера труда, делает систему пожизненного найма экономически все более нерентабельной даже для сверхконкурентных предприятий.

Новые формы найма рабочей силы, которые постепенно вытесняют пожизненный найм, можно разделить на две группы: обычные, не имеющие ничего общего с пожизненным наймом, и сравнительно новые формы, основанные на совершенно иных принципах.

Обычный найм новой рабочей силы осуществляется в случае расширения производства или улучшения экономической конъюнктуры. Этот найм не гарантирует вновь нанимаемому работнику постоянной работы на одном предприятии вплоть до его выхода на пенсию. Более того, этот работник может быть уволен в любой момент и по любому поводу, особенно в периоды экономических трудностей. Такая форма дает возможность предприятию свободно и быстро регулировать как количественный, так и качественный состав наемного персонала. Эта система найма, при правильном к ней подходе, может быть актуальна и для России.

Другой гибкой формой является повторный, или вторичный, найм на новых условиях ранее уволенных работников. Эта форма существовала и раньше, однако использовавшие ее предприятия с пожизненным наймом несли перед уволенными работниками как моральные, так и материальные обязательства. Сегодня же такой найм осуществляется без каких-либо гарантий и обязательств со стороны предприятия перед повторно нанимаемыми работниками. Большинство из них нанимаются на значительно худших, чем раньше, условиях, в том числе и касающихся заработной платы. Более того, каждый из них может быть уволен в любое время. Это позволяет предприятию не только экономить значительные суммы на оплате рабочей силы, но и заставляет таких работников трудиться с еще большей, чем раньше, энергией в знак благодарности за то, что их не забыли и снова приняли на работу, а также из боязни подвергнуться очередному увольнению. Такой опыт учитывает интересы прежде всего работодателей и создает нервную обстановку в предчувствии очередного планового увольнения.

К первой указанной группе относится также набор временных работников (временный найм), наем на неполную рабочую неделю (наем частично занятых) и так называемая "система арбайто", или наем на короткий период времени на подсобные работы (главным образом студентов, пенсионеров). Эти формы найма особенно выгодны предприятиям, поскольку на перечисленные категории трудящихся распространяются далеко не все положения японского трудового законодательства.

К сравнительно новым формам найма относится также "система обязательного на-

бора". Ее суть сводится к следующему: рабочая сила набирается не каждым отдельным предприятием, а администрацией компании одновременно для всех предприятий. Через каждые 4-7 лет нанятым работникам предоставляется возможность, а фактически вменяется в обязанность перейти на другое предприятие данной компании. Столь гибкая форма найма выгодна предприятиям, поскольку позволяет быстро решать вопросы, связанные с наемным персоналом. На крупных предприятиях российского бизнеса "система обязательного набора" может быть одним из решений остановки в развитии сотрудников предприятия и одновременно высокой текучести кадров. Ведь перевод проводится в рамках одной компании.

Наконец, к числу сравнительно новых форм найма относится и так называемый "групповой пожизненный найм". Администрация предприятия нанимает на работу не каждого работника в отдельности, а сразу целую группу людей, и поэтому не несет персональной ответственности перед каждым отдельным работником.

Итак, подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что система пожизненного найма вытесняется более выгодными для предприятия в новых условиях экономического развития формами найма рабочей силы.

Японский стиль управления базируется на убеждении, а не на принуждении работников.

Работа по управлению человеческими ресурсами в США опирается на широкую исследовательскую базу, консультативную помощь, развитую управленческую инфраструктуру.

Современный поход, используемый в наиболее эффективных американских корпорациях, отличается значительным расширением содержания, форм и методов работы с персоналом фирмы; ростом профессионального уровня специалистов служб управления человеческими ресурсами; повышением доли средств, расходуемых этими службами, в общих издержках производства; применением новейшей информационной технологии. Эти изменения в управлении ЧР распространяются в США на работу с управляющими и специалистами (в отношении рядовых исполнителей функции служб управления человеческими ресурсами изменились в большинстве корпораций весьма незначительно). Практически все главные нововведения в этой функциональной сфере управленческой деятельности предназначались для работы с высокооплачиваемыми категориями персонала и либо вовсе не распространялись на другие категории персонала, либо что делалось позднее и в более ограниченном объеме.

Традиционно в США кадровые службы представляют интересы предпринимателей в отношениях с рабочими, организованными в профсоюзы. Работа сосредоточена в подразделениях по трудовым отношениям, в обязанности которых входит - вести переговоры с профсоюзами; обеспечивать требования, предусмотренные трудовым контрактом; организовывать найм рабочей силы. Этим функции кадровых служб в отношении производственного персонала и исчерпываются (плюс оформление личных дел, регистрация и исполнение решений линейных руководителей по кадровым вопросам). Вообще, в американских корпорациях сформировались две полуавтономные системы управления человеческими ресурсами. Их разграничение отражает юридические различия между двумя категориями персонала, существующие в трудовом законодательстве США; но определяется, в конечном счете, более общими социально-экономическими факторами.

Наиболее комплексный и разнообразный характер имеют системы работы с управленческим персоналом высшего уровня организационной иерархии, а также среднего уровня. В современных системах управления персоналом особое значение придается планомерной подготовке руководителей на высшие посты, особо тщательному отбору претендентов на эти должности. Некоторые корпорации выделили в своей организационной структуре штабные службы, обеспечивающие на строго индивидуальной основе проработку вопросов, касающихся планирования подготовки, продвижения, замещения управленческого персонала высшего уровня. Ведущие корпорации лучше и эффективнее используют психологию работника, побуждая в нем дорогое для каждого американца

"чувство победителя". Они уважают свои традиции и на их основе формируют главные ценностные установки организации.

Подводя итоги вышесказанному, следует отметить, что при анализе накопленного опыта японских, американских и немецких компаний по управлению персоналом раскрываются основные факторы, определяющие престиж любой производственной организации, на которых исследуются основные принципы инновационного развития кадрового потенциала японских и других ведущих зарубежных организаций, для которых характерен учет общественно-политических и структурно-функциональных аспектов, а также совершенствование управленческой деятельности. Поэтому отечественным организациям необходимо при работе с кадровым потенциалом использовать рациональные методы работы и оценки кадрового потенциала.

В современных западных компаниях на развитие внутреннего кадрового потенциала ежегодно тратятся значительные средства. Однако в нашей стране данный вопрос начал приобретать популярность сравнительно недавно. Как показывают опросы, проводимые среди HR-менеджеров в крупнейших городах Казахстана, своих сотрудников предпочитают выращивать 36% компаний, 27% набирают персонал на руководящие должности в основном со стороны и 31% делают это в соотношении 50/50. При этом 91% опрошенных считают формирование кадрового резерва в компании необходимым. Всего 9% придерживаются мнения, что «резервисты» нужны только на крупных промышленных предприятиях со штатом более 500 человек. Однако большинство организаций (81%) так или иначе занимается вопросом подготовки кадров.

В Японии считается, что если профессиональная подготовка не дает человеку перспектив, связанных с формированием его карьеры, то для личности процесс обучения лишается привлекательности. Поэтому на предприятиях большое внимание уделяется тому, чтобы дать каждому сотруднику надежду на повышение статуса. Особенности японской системы подготовки кадров строятся, главным образом, на использовании и регулировании рабочей силы внутри предприятия для обеспечения внутрифирменной конкуренции. В японских компаниях центральное место занимает внутрифирменное обучение. Оно осуществляется исходя из особенностей японской модели управления предприятиями. К особенностям этой модели относятся такие, как практика пожизненного найма, системы оплаты по выслуге лет, принцип равенства в управлении предприятием и другое. Для обеспечения необходимой рабочей силой предприятие принимает на работу молодежь в основном из числа только что окончивших учебные заведения. Затем молодые сотрудники проходят систему так называемой пожизненной профессиональной подготовки. Она делится на следующие категории: базисная подготовка, переподготовка по развитию способностей, повышение квалификации, профессиональная подготовка и подготовка инструкторов.

В США подготовка руководящих кадров проводится путем организации лекций, дискуссий в составе небольших групп, разбора конкретных деловых ситуаций, чтения литературы, деловых игр и ролевого тренинга. Ежегодно организуются курсы и семинары по проблемам управления. Важным приемом является подготовка кадров в процессе их работы. Такие компании, как Procter & Gamble, Ford, разработали программы, в соответствии с которыми перспективным новым руководителям с самого начала поручают ответственную работу. Эта работа является испытанием их способностей. Обычно сначала такое назначение связано с оперативной деятельностью, а уже через год предусматривает руководство постоянным подразделением.

Широко применяется в крупных компаниях США такой метод подготовки кадров, как ротация по службе. Перемещая руководителя низового звена из отдела в отдел, организация знакомит его с различными сторонами своей деятельности. В результате молодой руководитель узнает о проблемах различных отделов, уясняет необходимость координации, неформальную организацию и взаимосвязь между целями отдельных подразделений. Такие знания жизненно необходимы для успешной работы на более высоких должностях.

На Западе кадровый менеджмент уже давно занимает особое место в управлении организацией. Менеджеры, занятые подбором персонала, часто являются полноправными партнерами в компаниях. Однако в Казахстане важность и значимость HR-менеджмента, его роль в формировании и реализации кадровой политики смогли оценить относительно недавно. В таблице 1 показаны различия между работой HR менеджеров в казахстанских и зарубежных организациях. Как видно из данной таблицы, казахстанские организации стремятся освоить тот опыт работы по управлению персоналам, который характерен для зарубежных организаций и который складывался в них на протяжении нескольких десятков лет. И сразу же работодатели задумались о повышении производительности труда своих сотрудников. Это вылилось в инвестиции в человеческий капитал: проведение тренингов, семинаров, оплата курсов повышения квалификации для работников. Такое инвестирование укрепляет командный дух работников, позволяет им постичь психологию личного успеха, а также повысить эффективность своей работы.

Таблица 1. Различия в подходах к управлению персоналом в казахстанских и иностранных компаниях

Казахстанские организации	Зарубежные организации
Используется проектный подход - «есть проблема - сделаем», применяются краткосрочные системы мотивации	Системный подход к УЧР и выстраивание функций с учетом стратегии, применяются долгосрочные системы мотивации
Развитие HR-менеджмента происходит параллельно с развитием политики и экономики страны	Развитый HR-менеджмент следствие развитого капитализма
Компании имеют значительный потенциал для роста эффективности	Эффективность компаний выше по сравнению с казахстанскими
Персонал рассматривается как статья затрат, работодатели предпочитают не инвестировать в долгосрочное развитие персонала, а брать готовых специалистов на рынке труда, часто просто перекупать их	Персонал рассматривается как человеческий капитал, компании инвестируют в долгосрочное развитие персонала
Внутренним коммуникациям не придается большого значения, они не считаются важными	Выше роль коммуникаций, информированности, прозрачности
Подход к управлению персоналом обусловлен необходимостью быстрой отдачи	Важен бренд работодателя, выше ориентация на ценности, отношение к этике, лояльность персонала компании
Система управления персоналом часто характеризуется индивидуальным подходом к сотрудникам	Система управления персоналом структурирована, направлена на повышение эффективности и реализуется последовательно
Социальные объекты и инфраструктура, наследие социализма и принципа распределения	Социальная ответственность, адресные льготы сотрудникам компании
Преобладание дружеских отношений в рабочем коллективе, часто их значение преувеличено	Отношения коллег - «не дружба, но уважение и сотрудничество»

Однако, несмотря на позитивные и верные изменения в умах работодателей, существует ряд сложностей, с которыми предстоит бороться казахстанским менеджерам еще несколько лет. Причиной этих сложностей, проблем является нежелание бизнесменов, предпринимателей, работодателей уделять внимание особенностям граждан, особенностям казахстанского менталитета. Кроме того, в Казахстане нет как таковой методологи-

ческой базы для HR-менеджмента, согласно которой можно было бы корректно выстроить работу кадровой службы.

Помимо методологической базы, в Казахстане не существует специальной школы, которая бы обучала профессиональных кадровых менеджеров. Поэтому если человек хочет стать профессиональным, высококвалифицированным и успешным менеджером, ему следует получать образование по бизнес-программам зарубежных вузов.

Еще одним препятствием к развитию HR-менеджмента в Казахстане является неспособность, а иногда и нежелание казахстанских управленцев идти «в ногу со временем». В теории у каждой компании существует разработанная система мотивации, есть департамент по работе с персоналом, но на практике оказывается, что все это лишь существует на бумаге. В Казахстане существует HR-отдел не для работы с персоналом, а потому что так надо, ведь если в любой западной компании есть HR-отдел, то и у нас он должен быть.

Таким образом, если рассматривать трудности в HR-менеджменте, то их можно расположить на двух уровнях - местном или корпоративном, и центральном. Проблему на местном уровне можно решить при наличии соответствующих ресурсов и четко сформулированной цели в рамках отдельной компании, а вот решить проблему на центрально уровне гораздо сложнее. Необходимо создание соответствующих государственных институтов, которые бы отвечали за интеграцию в казахстанскую рыночную экономику соответствующих элементов.

Формирование кадрового резерва – важный элемент в структуре управления персоналом. Казахстанские компании недавно начали проводить у себя работу по данному направлению, однако в современных иностранных организациях кадры из резерва уже давно готовят по отработанным технологиям. Зарубежный опыт подготовки кадров вполне успешен.

Многие используемые за границей элементы работы с кадровым резервом можно применить и на казахстанских предприятиях железнодорожной отрасли. Эффективная работа с резервом кадров способствует повышению качества человеческих ресурсов. Таким образом, формируя резерв и регулярно работая с ним, компании будут развивать свой трудового потенциала и, как следствие, повышать собственную конкурентоспособность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Послание Главы государства народу Казахстана «Стратегия «Казахстан-2050». Новый политический курс состоявшегося государства» от 17 января 2014 года.
2. Шкатула В.И., Тарасова В.К., Лазара Л.И Оценка работы персонала. Практическое пособие для руководителей разного уровня и специалистов кадровых служб. - М.: ЗАО Бизнес-школа, 2011.
3. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации. - М.: ИНФРА-М, 2011.
4. Ничипор Д.Н. Анализ обеспеченности трудовыми ресурсами и эффективности их использования // Планово-экономический отдел. - 2011. - №4. - С. 68 - 72.
5. Копнин С.М., Касаткина Л.П. Методологические аспекты оценки эффективности использования кадрового потенциала // Актуальные проблемы современной науки. - 2009. - №1. - С. 42 - 44.
6. Лысков А.Ф. Проблемы инвестирования в человеческий капитал // Менеджмент в России и за рубежом. - 2011. - №4. - С. 106-110.
7. Магура М.И., Курбатова М.Б. Оценка работы персонала. Практическое пособие для руководителей разного уровня и специалистов кадровых служб. - М.: ЗАО Бизнес-школа, 2011.
8. Нутрдинова А. Аттестация работников в современных условиях // Хозяйство и право. - 2011. - №9. - С. 111-118.
9. Мисникова Л.В., Снытkова Н.А.Организация труда в торговле. - Мн., 2011.
10. Деманин А.Б. Аттестация, паспортизация и учёт рабочих мест как фактор развития

человеческого капитала в Российском машиностроении // Менеджмент в России и за рубежом. - 2011. - №4. - С. 51-59.
11. Попова С.Х. Организация труда в торговле: учеб. пособие. - Мн., 2011.
12. Маслов Е.В. Управление персоналом предприятия: Учебное пособие / Под ред. П.В. Шеметова. - М.: ИНФРА-М; Новосибирск: НГАЭиУ, 2009.

УДК 331.108.23

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ОЦЕНКИ И АТТЕСТАЦИИ ТРУДОВЫХ КАДРОВ В ОРГАНИЗАЦИИ

Сасова А.В., Ишкинина Г.Ш.

Сведения об авторах. Сасова Анна Владимировна - студентка специальности «Менеджмент» Казахстанско-Американского свободного университета. Ишкинина Гюзель Шаяхметовна – кандидат экономических наук, доцент Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. В статье систематизированы современные подходы к оценке и аттестации трудовых кадров в организации, обобщен международный опыт в рассматриваемой области. Авторами предложены основные направления к оценке трудовых кадров в организации и адаптация наилучшего международного опыта в практике казахстанских организаций. Особое внимание уделено разработке ключевых показателей эффективности сотрудников. Даны рекомендации по их использованию в практике казахстанских организаций для оценки вклада сотрудника в общий результат деятельности компании.

Ключевые слова. Трудовые кадры, персонал, организация, оценка кадров, аттестация кадров, карьера, кадровый резерв, ключевые показатели эффективности сотрудников.

Автор туралы мәліметтер. Сасова Анна Владимировна – ҚАЕУ-дың «Менеджмент» мамандығы студенті. Ишкинина Гюзель Шаяхметовна – экономика ғылымдарының кандидаты, ҚАЕУ доценті.

Аннотация. Мақалада ұйымда еңбек персоналын бағалау мен аттестациясының қазіргі заманғы әдістерін жүйеленеді, осы саладағы халықаралық тәжірибені жинақтайды. Авторлар қазақстандық ұйымдардың практикасында ең үздік халықаралық тәжірибені ұйымдастыру мен бейімдеудегі еңбек ресурстарын бағалаудың негізгі бағыттарын ұсынды. Қызметкерлердің негізгі көрсеткіштерін дамытуға ерекше көңіл бөлінеді. Компания қызметінің жалпы нәтижесіне қызметкердің қосқан үлесін бағалау үшін қазақстандық ұйымдар тәжірибесінде оларды пайдалану туралы ұсыныстар келтірілген.

Түйін сөздер. Еңбек қызметкерлері, қызметкерлер, ұйымдар, персоналды бағалау, қызметкерлерді бағалау, мансап, персонал резерві, қызметкерлердің негізгі көрсеткіштері.

About the authors. Sassova Anna Vladimirovna - a student of the specialty "Management" of Kazakh-American Free University; Ishkinina Gyuzel Shayakhmetovna - Candidate of Economic science, Associate Professor of Kazakh - American Free University

Annotation. Modern approach of evaluation and certification of personnel in organization systematized in article, combined international experience in this area. The author proposed main direction to evaluation and certification of personnel in organization and adaptation the best international experience in the practice Kazakh organization. Specific attention is devoted to the development of «Key performance indicators» (KPI). Recommendations regarding for their use in the practice Kazakh organization for to assess contributions of staff in common result of the company's activities.

Keywords. Employees, staff, organization, evaluation of staff, certification of personnel, career, personnel reserve, «Key performance indicators» (KPI).

Решение проблемы рационального использования производственных ресурсов на сегодняшний день, в первую очередь человеческих, предполагает наличие обоснованного механизма управления всеми производственными ресурсами, в том числе и механизма управления персоналом различных категорий в процессе производства и потребления

материальных благ на основе экономного расходования имеющихся ресурсов [1].

Персонал организации - это личный состав организации или часть этого состава, представляющая собой группу по профессиональным и иным признакам. Потребность в персонале - это совокупность работников соответствующей структуры и квалификации, объективно необходимых фирме для реализации стоящих перед ней целей и задач согласно избранной стратегии развития.

Аттестация персонала представляет собой кадровые мероприятия, призванные оценить соответствие уровня труда, качеств и потенциала личности требованиям выполняемой деятельности.

Главное назначение аттестации - не контроль исполнения (хотя это тоже очень важно), а выявление резервов повышения уровня отдачи работника. Одно из основных требований, предъявляемых к процедурам аттестации - это объективность оценки сотрудника. Объективность, как правило, противопоставляют субъективности, которая довольно часто считается злом, ведущим к непоправимым ошибкам. Боязнь таких ошибок часто приводит к тому, что от субъективности пытаются избавиться всевозможными способами.

Рассмотрим некоторые реформы в работе с персоналом, например, в США еще в 1978 г. администрацией Дж. Картера была проведена реформа кадровой службы. До этого всеми полномочиями по формированию кадровой политики, выработке регламентирующих положений, проведению конкурсных экзаменов, обжалованию решений, затрагивающих интересы государственных служащих, обладала комиссия гражданской службы (КГС). По выражению Дж. Картера, она стала «бастионом федеральной бюрократии» [2]. После реформы КГС ее функции были разделены между двумя новыми органами - Управлением кадровой службы, отвечавшим за формирование и кадровую политику в сфере государственного управления, и Советом по наблюдению системы заслуг, который выполняет функции арбитража и рассматривает апелляции по всем жалобам государственных служащих.

Одним из главных нововведений явилось повышение роли обязательных аттестаций служащих среднего и высшего звена по итогам года. Результаты оценки стали более активно использоваться при проведении профессиональной подготовки, принятии решений о выплате вознаграждений, новых назначениях, повышении или понижении в должности, увольнении с государственной службы и др.

Процедуры аттестации сегодня постоянно совершенствуются. Так, во Франции внедряются в настоящее время новые системы аттестации государственных служащих. При этом практика ежегодной аттестации специалистов их начальниками подвергается критике, а речь идет о замене ее системой ежегодных бесед между подчиненными и руководителем, внесении элементов индивидуализации зарплаты. Данные исследований свидетельствуют о заинтересованности органов управления в обновлении системы аттестации, но лишь 20% из них предприняли в этой области определенные шаги и только 10% удовлетворены достигнутыми результатами.

Внедрение новых систем аттестации является сложной комплексной задачей, которая должна решаться с учетом слабых и сильных сторон каждого человека, выявление которых обеспечивается рядом мероприятий.

К ним относятся: анализ анкетных данных, беседы с аттестуемым, проведение тестов, опросные листы, оценка потенциала сотрудника по ряду критериев, проведение семинаров.

С точки зрения предприятия, наиболее важными являются следующие характеристики работника:

- умственные способности;
- способность работать в коллективе;
- желание и возможность выполнения производственных задач;
- общие черты характера (настойчивость, мужество, стремление к достижению успеха и т.д.).

В ходе аттестации, как правило, оцениваются способности работника - профессиональные, социальные, творческие, а опыт и знания сотрудников оцениваются с учетом общего и специального образования, стажа работы. Однако внедрение комплексных систем аттестации работников наталкивается на ряд трудностей.

Причинами слабого распространения новых систем аттестации работников являются: нечеткая иерархия целей; путаница в определении объекта оценки (оценка профессиональных качеств, количественных и качественных результатов работы, поведения работников и т.д.), что приводит к смешению объективных и субъективных критериев оценки; отсутствие каких бы то ни было санкций или вознаграждений.

В связи с этим в последнее время, наряду с оценкой личных и деловых качеств работников, все большее распространение получают комплексные оценки их труда. Для комплексной оценки какого-либо вида трудовой деятельности составляется подробное описание исследуемого вида труда.

Результаты аттестации работников, в том числе оценки их труда, ложатся в основу прогноза их дальнейшего использования, что находит свое выражение в планировании деловой карьеры специалистов и руководителей. Менеджеры и служащие предприятий проявляют повышенный интерес к проблемам планирования своей карьеры и рассчитывают на практическую помощь руководства в предоставлении информации и консультаций о возможностях продвижения. Менеджеры ставят вопрос о четком определении этапов карьеры по отдельным специальностям, с целью планирования подготовки кадров для заполнения открывающихся вакансий.

Для планирования карьеры руководителей высшего звена представляется необходимым определить этапы функциональной и организационной подготовки, так как высший менеджмент требует разностороннего опыта в различных сферах управления. Базой планирования карьеры служит старый опыт продвижения работников по должностным ступеням. Первой попыткой его упорядочения явились зафиксированные должностные инструкции, содержание описания круга работ и ответственности по каждой должности. На многих фирмах и предприятиях практикуется поэтапное продвижение в рамках функциональных служб, увязанное со стажем работы на соответствующем этапе. Работник, не соответствующий требованиям очередного этапа в обусловленный срок, лишается дальнейших возможностей продвижения.

Этапы карьеры разрабатываются в следующем порядке:

1. Изучение сложившегося содержания работы на отдельных этапах служебного продвижения.

2. Определение новых «входных» и «выходных» параметров на каждом этапе.

3. Детализация требований для вступления в каждый этап: образовательного уровня, квалификации, возраста.

4. Определение делового опыта, необходимого для перехода к высшему этапу.

Этот порядок, ставший уже «традиционным», в настоящее время развивается в более детализированный и гибкий подход. Новые требования к этапам карьеры включают предоставление действительных возможностей для продвижения, не связанных обязательной выслугой лет или технической специализацией; повышенное внимание к эволюции содержания работ, новым приоритетам, организационным моделям и возникающим нуждам управления; гибкую оценку работника с учетом его «компенсирующих» (недостаток в одном компенсируется достоинством в другом); определение специфических познаний и навыков, необходимых на каждой позиции соответствующего этапа (не ограничиваясь формальными требованиями образовательного ценза, возраста, опыта), что предотвращает помехи продвижению способных и знающих людей.

Установление этапов карьеры на такой основе требуют от предприятия перспективной работы с кадрами, систематического накопления и разработки информации в следующих направлениях:

- сбор данных о сложившемся содержании работ на отдельных этапах, их сравнительной важности и времени, уделяемом каждой работе;

- определение на основе анализа этих данных круга знаний, опыта и уровня квалификации для каждого этапа;

- выявление схожих моделей деятельности на различных должностях.

Суммируются требования к знаниям, поведению и способностям менеджеров. В сфере функций управления менеджеры должны обладать достаточными знаниями методов анализа, электронных систем обработки данных, средств и способов коммуникаций, методов планирования и прогнозирования, организации конторских работ, систем организации заработной платы и мотивации, методов управления, методов исследования операций, статистики, кибернетики, психологии. В области производства им необходимо хорошо разбираться в маркетинге, финансировании, технологии, администрировании. Из знаний, относящихся к непроизводственной сфере, наибольшее значение имеют: основы хозяйства, экономика, политика, социология, трудовое право и социальное обеспечение.

Планирование деловой карьеры является особенно важным мероприятием в работе с молодыми специалистами. В последнее время за рубежом отмечается увеличение числа фундаментальных исследований по проблемам профессионального продвижения, а также количества компаний, вкладывающих значительные средства в решение проблем служебного продвижения молодых специалистов, обладающих запасом теоретических знаний и потенциально способных занять руководящие посты, т.е. составляющих так называемый работоспособный кадровый резерв.

Исследователями предложена формализованная система текущего учета молодых специалистов, способствующая оптимальному перемещению кадров в структуре рабочих и учитывающая потребности производства и желания индивидов. Система текущего учета и управления, основанная на систематическом наблюдении за служебным продвижением, позволяет решить многие проблемы молодых специалистов на производстве.

Таким образом, обобщив имеющийся международный опыт оценки и аттестации трудовых кадров в организации, можно выделить следующие направления в оценке кадров (см. рис.1).

Рис. 1. Направления оценки кадров организации

Между тем, четко прослеживается принципиальная разница между «традиционным» и «японским» подходами к оценке. Ввиду наличия у японцев иной социальной фи-

лософии производства, перспективы предприятия во многом связывают с тем, как может проявить свои способности каждый его работник. Это существенное отличие от наших технократических воззрений на процесс производства, в котором человеческим ресурсам отводится если и не совсем второстепенная, то ни в коем случае и не главенствующая роль. Именно в связи с этой философией на японских предприятиях одним из обязательных факторов оценки персонала является необходимость полной оценки результатов труда, а также способностей, характера, пригодности к той или иной трудовой деятельности каждого работника. Справедливая же оценка по этим параметрам дает основание для решения вопроса управления карьерой персонала, в свою очередь играющего большое значение для мотивации работников.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что подход в управлении персоналом используется противоположный тому, который мы привыкли видеть на предприятиях нашей страны. Другими словами рассматривают не соответствие работника занимаемой должности, а вклад, который каждый отдельный работник может привнести в компанию, а значит, результаты его деятельности будут более эффективны.

Другой особенностью оценки кадров на предприятиях Японии является достаточно жесткая связь результатов оценки работников с оплатой труда и премированием, что придает всей оценочной системе своего рода завершенность и серьезное мотивационное воздействие. Повышение окладов работникам осуществляется ежегодно, как правило, с 1 апреля, а премия выдается обычно дважды в год. При этом характерно, что именно оплата по результатам оценки пробила "брешь" в традиционной японской системе оплаты труда по возрасту и стажу.

В настоящее время выплата премий все чаще обусловливается оценкой способностей и результатов труда. Наметилась новая тенденция и в оплате труда - порой до 30-40% ее размера становится непостоянной, так как увязывается с результатами труда. Благодаря этому у молодых кадров появляется дополнительная мотивация, не смотря на другие ее способы, на этапе становления молодого сотрудника как полноценного работника, денежное поощрение является очень важным [3].

Следующей особенностью оценки кадров на японских предприятиях является ее регулярность и всеобщность, что создает самое благоприятное психологическое отношение к ней у оцениваемых. Документальной основой оценки являются, как правило, оценочные листы или карточки оценки кадров.

Все вышеописанные особенности и критерии получили свое отражение в методике оценки эффективности персонала под названием ключевых показателей эффективности или «Key performance indicators» (KPI).

Другими словами, KPI - это показатели, по которым оцениваются результативность и эффективность действий персонала, процессов и функций управления компанией, эффективность конкретной производственной, технологической и другой деятельности [4].

На сегодняшний день существует огромное множество разработанных показателей KPI. Например, 20% разработанных KPI можно отнести к показателям развития персонала:

- инициативность сотрудников;
- выполнение показателей KPI;
- профессиональный рост;
- расходы на обучение;
- % незакрытых вакансий в течение нормы времени;
- % сотрудников, прошедших сертификацию по результатам обучения;
- % текучести персонала.

Используются данные показатели на всех уровнях, разница лишь в конкретных параметрах, которые зависят от уровня подразделения и специфики работы конкретного сотрудника. В особенности часто данная методика стала использоваться в организациях, занимающихся быстроразвивающимся и зависящим от конъюнктуры рынка бизнесом. Со временем появились особенности и разновидности параметров и их внедрения в полити-

ку организации, увеличилось число разработанных KPI с учетом специфики организации.

Но важным осталось то, что данные параметры можно использовать как для определения целей, так и для оценки эффективности работы персонала всех уровней, что позволяет выявить слабые стороны и сделать уклон на их усиление. Также становится возможной оплата работы сотрудника «по заслугам», благодаря которой в разы увеличивается индивидуальный интерес каждого работника.

Таким образом, в связи с особенностями современного рынка, каждая организация имеет возможность самостоятельно подобрать такую систему оценки и аттестации сотрудников, которая бы максимально соответствовала ее кадровой политике и стратегической направленности. Также, благодаря грамотно подобранной методике, появляется возможность выявления слабых сторон, требующих дополнительной проработки, становится возможным внедрение системы мотивации сотрудников, основанной на индивидуальных достижениях каждого работника. Использование ключевых показателей эффективности даёт организации возможность оценить своё состояние и помочь в оценке реализации стратегии в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Большаков С.Н., Зубкова И.А., Костюков А.В., Козина А.М. Деловая оценка кадров управления (методы и методология). – СПб., 2004.
2. Борисова Е.А.Оценка и аттестация персонала. – СПб., 2003.
3. Клочков А. К. KPI и мотивация персонала. Полный сборник практических инструментов. – М., 2010.
4. Эккерсон У.У. Панели индикаторов как инструмент управления: ключевые показатели эффективности, мониторинг деятельности, оценка результатов. - М., 2007.
5. Parmenter D. Key Performance Indicators: Developing, Implementing and Using Winning KPI's. - New Jersey, USA: John Wiley & Sons, inc., 2007.

УДК 331.108.23

КАДРОВЫЙ АУДИТ КАК ИНСТРУМЕНТ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Рахметова А.К.

Сведения об авторе. Рахметова Алия Канатовна - магистрант специальности 6М050600 «Экономика» ВКГУ им. С. Аманжолова.

Аннотация. В статье рассмотрен кадровый аудит в управлении персоналом, системный процесс и оценки объективных данных о персонале организации, использованием и развитием персонала, устанавливающий уровень их соответствия определенному критерию с целью разработки на этой основе программы организационных и кадровых изменений.

Ключевые слова. Управление, отбор, кадровый аудит, персонал, труд, заработная плата.

Авторлар туралы мәліметтер. Рахметова Алия Қанатовна - С. Аманжолов атындағы ШҚМУ, 6М050600 «Экономика» мамандығының магистранты.

Аннотация. Мақалада персоналды басқарудағы кадрлық аудит, жүйелік үдеріс және ұйымдастыру негізіндегі персоналды пайдалану және дамыту туралы объективті деректерді бағалау, осы негізде ұйымдық және кадрлық өзгерістер бағдарламасын жасау үшін олардың белгілі бір критерийге сәйкестігін белгілеу қарастырылады.

Түйін сөздер. Басқару, іріктеу, персоналды тексеру, қызметкерлер, еңбек, жалақы.

About the author. Rakhmetova Aliya - graduate student of major 6M050600 “Economics” at EKSU named after S. Amanzholov.

Annotation. The article discusses personnel audit in personnel management, the system process and the assessment of objective data about the organization’s personnel, personnel use and development,

which establishes the level of their compliance with a certain criterion in order to develop a program of organizational and personnel changes on this basis.

Keywords. Management, selection, personnel audit, personnel, labor, wages.

В содержании организации труда, исходя из особенностей решаемых задач, выделяют ряд направлений (элементов). Основные из них:

- разделение и кооперация труда, предполагающие научно обоснованное распределение работников по объединенным в определенную систему трудовым функциям, машинам, механизмам и рабочим местам, а также в соответствующую группировку и комбинирование работников в производственные коллективы;

- нормирование труда, предполагающее тщательный расчет норм затрат труда на производство единицы продукции и услуг, как основы для организации труда и определения эффективности производства;

- организация и обслуживание рабочих мест, включающая: их рациональную планировку и оснащение, отвечающие антропометрическим и физиологическим данным человека и его эстетическому восприятию; эффективную систему обслуживания рабочих мест с целью устранения потерь рабочего времени и лучшего использования оборудования; аттестацию и рационализацию рабочих мест;

- подбор персонала и его развитие, включающие в себя: планирование персонала, профориентацию и профотбор, наем персонала, разработку концепции развития персонала и ее реализацию (квалификационный рост, планирование карьеры и т.п.);

- улучшение условий труда, предусматривающее устранение вредности производства, тяжелых физических, психологических и эмоциональных нагрузок, внедрение эстетики в производственную среду, формирование системы охраны и безопасности труда;

- эффективное использование рабочего времени, оптимизация режимов труда и отдыха;

- рационализация трудовых процессов, внедрение оптимальных приемов и методов труда, включающие в себя изучение трудовых процессов с применением различных способов и технических средств, отбор наиболее рациональных приемов и методов труда, их совершенствование и внедрение путем организации производственного инструктажа, обучения; расширение и обновление научно-технической информации;

- укрепление дисциплины труда, предусматривающее комплекс мер по усилению производственной и трудовой дисциплины; формирование чувства ответственности, развитие творческой инициативы и других форм активного участия работников в жизни предприятий, организаций.

Особую роль в организации труда играет вознаграждение за труд - его оплата. Дело в том, что человек включается в производственный процесс по экономическим соображениям, с целью заработка. Поэтому заработная плата (трудовой доход) является одновременно звеном, соединяющим человека со средствами производства, и фактором (элементом) эффективной организации труда.

Следует заметить, что в современной литературе и в хозяйственной практике широко употребляется также понятие "организация управления". Управление является необходимым и очень существенным звеном в системе общественного производства и особой важной трудовой функцией в системе общественной организации труда.

Содержание этой трудовой функции заключается в организации деятельности людей и использовании средств производства, при этом управление охватывает широкий круг вопросов, связанных с функционированием различных служб предприятия (организации). Все это и обусловило выделение понятия "организация управления".

Как объект управления – это особая организационная структура, которая в своей деятельности обеспечивает определенность, целеустремленность, стратегию и тактику, планирование, руководство, взаимоотношения субъектов образовательного процесса, регулирования, координацию усилий, контроль. В этой специфической организации, пред-

ставляющей целостный объект, можно выделить субъекты, требующие особого подхода к управлению и организации трудового процесса.

Успех организации определяется многими факторами, включая социальные. Во избежание кризисных ситуаций в организации предметом анализа и управления должны стать социально-трудовые отношения в организации; кадровая политика; уровень и система заработной платы; условия труда; образование, повышение квалификации персонала; состояние здоровья работников.

Исследователи и практики обращаются к новым технологиям выявления социальных проблем организаций, а именно к управленческому и кадровому аудиту. В последнее десятилетие в Казахстане внимание к институту управленческого аудита объективно возросло. Расширилась база теоретических и практических исследований, раскрывающих механизм действия аудиторов, стандартов аудита и этики аудитора. Одной из областей управленческого аудита выступает кадровый аудит.

Кадровый аудит - системный процесс получения и оценки объективных данных о персонале организации, действиях и событиях, связанных с формированием, использованием и развитием персонала, устанавливающий уровень их соответствия определенному критерию с целью разработки на этой основе программы организационных и кадровых изменений.

Кадровый аудит опирается на следующие научные принципы:

1) системность: при проведении кадрового аудита необходимо учитывать взаимовлияние и взаимообусловленность элементов системы управления персоналом организации;

2) полнота: чем точнее и достовернее требуется заключение о соответствии состояния системы управления персоналом требуемому уровню, тем больше ее элементов должно быть подвержено учету и контролю;

3) выделение главного: при проведении аудита эксперт должен выделять главное, характерное;

4) стандартизация: за каждой формой учета элементов системы управления персоналом должны стоять стандарт, норма, статья или положение закона, распоряжение руководителя;

5) планирование: каждая организация должна иметь обоснованный набор возможных значений учетных данных по каждому элементу для принятия соответствующих мер при существенном отклонении текущего значения параметра элемента от запланированного.

Технология кадрового аудита - комплексная диагностика организационных проблем, совокупности большинства факторов, влияющих на деятельность организации.

Основная проблема разработки универсальной технологии кадрового аудита - разнообразие форм собственности современных организаций. Каждая форма порождает специфику структуры, методов управления. Кроме того, существенно влияние и географического положения организации, степень ее интегрированности в сетевую структуру крупных переработчиков и продавцов продукции. Последнее, является наиболее важным условием необходимости проведения кадрового аудита для успешного функционирования организаций в рамках крупных сетевых структур.

Основные цели аудита персонала заключаются:

1) в диагностике проблем в области управления персоналом организации;

2) в обеспечении соответствия требуемых результатов, объема и направлений осуществляемых усилий по управлению персоналом системе внешних и внутренних ситуационных условий;

3) в обеспечении соответствия стратегии и политики управления персоналом стратегическим целям предприятия;

4) в формировании эффективных методов управления персоналом, обеспечение эффективности их применения.

В процессе проведения кадрового аудита предприятия решаются следующие зада-

чи:

- оценка системы управления персоналом, включая анализ организационной и функциональной структуры системы управления персоналом;
- анализ кадрового потенциала и основных кадровых процедур;
- оценка ведения кадровой документации в соответствии с существующими нормативно-правовыми актами;
- диагностика коммуникативных взаимодействий между сотрудниками;
- анализ социальной среды организации;
- анализ организационного поведения.

Анализ организационной и функциональной структуры системы управления персоналом предполагает:

1) определение текущих задач управления персоналом и оценку эффективности и качества их решения;

2) анализ структуры, состава и функциональной нагрузки службы кадров;

3) оценку степени вовлечения среднего и высшего звена управления в выполнение основных задач по управлению персоналом.

Анализ выполнения основных кадровых процедур в рамках системы управления персоналом включает:

- анализ кадрового планирования;
- набор, отбор и заключение трудового договора;
- адаптация новых рабочих и специалистов;
- оценка и аттестация персонала;
- формирование кадрового резерва руководителей;
- подготовка, переподготовка и повышение квалификации персонала;
- стимулирование и мотивация труда;
- диагностика и коррекция социально-психологического климата в коллективе.

В рамках кадрового аудита также следует провести анализ состояния рынка труда специалистов в соответствующем секторе. Данный анализ позволит сравнить уровень оплаты труда, выполняемые должностные обязанности, нормативы загрузки и иные показатели. Сравнение с другими организациями необходимо для принятия обоснованных решений о привлечении новых кадров, изменении системы вознаграждения и стимулирования труда, более объективной оценки результатов работы.

Социальная сфера труда органически взаимосвязана с техническими и экономическими сторонами функционирования организации и составляет вместе с ним единое целое. Успешность деятельности любой организации зависит от высокой результативности совместного труда занятых в ней работников, от их квалификации, профессиональной подготовки и уровня образования, от того, насколько условия труда и быта благоприятствуют удовлетворению материальных и духовных потребностей.

Социальное развитие организации означает изменение к лучшему в ее социальной среде – в тех материальных, общественных и духовно-нравственных условиях, в которых работники организации трудятся, вместе с семьями живут и в которых происходят распределение и потребление благ, связываются объективные связи между личностями, находят выражение их морально-этические ценности. Соответственно этому социальное развитие на предприятиях в первую очередь должно направляться:

1) совершенствование социальной структуры персонала, его демографического и профессионально-квалификационного состава, в том числе регулирование численности работников, повышение их общеобразовательного и культурно-технического уровня;

2) улучшение эргономических, санитарно-гигиенических и иных условий работы, охраны труда и обеспечения безопасности работников;

3) стимулирование средствами, как материального вознаграждения, так и нравственного поощрения эффективного труда, инициативного и творческого отношения к делу, групповой и индивидуальной ответственности за результаты совместной деятельности;

4) создание и поддержание в коллективе здоровой социально-психологической атмосферы, оптимальных межличностных и межгрупповых связей, способствующих слаженной и дружной работе, раскрытию интеллектуального и нравственного потенциала каждой личности, удовлетворенности совместным трудом;

5) обеспечение социального страхования работников, соблюдения их социальных гарантий и гражданских прав;

6) рост жизненного уровня работников и членов их семей, удовлетворение потребностей в жилье и бытовом устройстве, продуктах питания, промышленных товарах и разнообразных услугах, полноценное использование досуга.

К основным факторам непосредственной социальной среды организации относится:

- потенциал организации, ее социальная инфраструктура;
- условия работы и охрана труда;
- социальная защищенность работников;
- социально-психологический климат коллектива;
- материальное вознаграждение труда и семейные бюджеты;
- внерабочее время и использование досуга.

У специалистов по управлению персоналом с самого начала появляется ореол защитников интересов рядовых работников, что, по мнению их коллег-менеджеров, препятствует достижению целей, стоящих перед организацией.

Для проведения кадрового аудита необходимо обратится к основным нормативно-распорядительным документам исследуемой организации: штатному расписанию; правилам внутреннего распорядка; должностным инструкциям. Общеизвестно, что в организациях, где имеет место высокий уровень организационных воздействий, доведенных до стандартов организации и регламентов управления, достигается высокий уровень производственной дисциплины. Поэтому основная задача кадрового аудита – оценка организационной структуры предприятия, уровня существующих организационных воздействий, выработка рекомендаций по необходимым изменениям и улучшениям.

Кадровый аудит экономических методов, используемых для стимулирования эффективной деятельности каждого работника организации, связан, прежде всего, с оплатой труда разных категорий персонала. Индикаторами выступают:

1) должностной оклад для руководителей и специалистов;
2) тарифная ставка для работников;
3) дополнительные выплаты;
4) вознаграждения;
5) премии.

Цель кадрового аудита используемой системы вознаграждений - экспертиза соблюдения интересов сотрудников и кадровой политики организации в вопросах вознаграждений. Вознаграждение состоит из двух частей: прямые выплаты в денежной форме и косвенные выплаты в форме социальных льгот. Денежное вознаграждение также состоит из двух частей: постоянной (базовый оклад и надбавки и доплаты) и переменной (премии за промежуточные и конечные результаты).

Соотношение постоянной и переменной частей денежного вознаграждения может быть разным и определяется зависимостью получаемого результата от трудовых усилий самого работника, а также от сферы приложения его труда. Социальные льготы рассматриваются как вознаграждения, не связанные с количеством и качеством труда. Сотрудники получают их за факт работы в данной организации

Кадровый аудит адаптационных процессов наиболее важен при работе организации в рамках сети, которая выступает в качестве фактора создающего определенный дискомфорт работнику своими жесткими требованиями по срокам, качеству, стоимости производимой продукции. Для достижения своих целей организация может влиять на процесс адаптации. Регулирование адаптации предполагает проведение системы мероприятий, направленных на ускорение адаптации работников к новым условиям. Основная цель

кадрового аудита адаптационных технологий – минимизация затрат на адаптацию, при минимальных сроках.

Один из наиболее важных направлений кадрового аудита - аудит собственно деятельности и результатов деятельности кадровой службы организации. Специфика современных предприятий такова, что кадровая служба формируется и обеспечивается ресурсами для ее деятельности по остаточному принципу. Выявление в ходе аудита проблем самой кадровой службы, объективная оценка ее деятельности – один из наиболее значимых результатов кадрового аудита, использование которого будет одним из факторов увеличения экономической эффективности деятельности организации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анализ финансово экономической деятельности предприятия: Учеб. пособие для вузов / Под ред. проф. Н.П. Любушина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.
2. Булянда А.А., Колониари А.П., Лысенко Ю.Г. и др. Моделирование системы управления квалификационным уровнем персонала предприятия в рыночной экономике. - Донецк: 2015.
3. Грачев М Управление трудом. – М.: «Наука», 2013. - С. 25-29.
4. Гупаков В.Н. Управление рабочим временем на предприятии. - М., 2011.
5. Дмитренко Г.А. Стратегический менеджмент: целевое управление персоналом организаций: Учеб. пособие. – К.: МАУП, 2014.-238 с.
6. Калина А.В. Организация и оплата труда в условиях рынка (аспект эффективности): Учеб.-метод. пособие. - 2-е изд. испр. и ДОП. – К.: МАУП, 2013. - С. 53-74.

УДК 331.108.23

ВНУТРЕННИЙ ТРУДОВОЙ РАСПОРЯДОК КАК ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА

Павленко А.А.

Сведения об авторе. Павленко Антон Алексеевич – студент специальности «Менеджмент» Казахстанско-Американского свободного университета

Аннотация. В данной статье рассматривается совершенствование системы организации и внутреннего трудового распорядка в Товариществе с ограниченной ответственностью «Стэлс» путем реорганизации организационной структуры, изменения политики начисления заработной платы, введения кодекса корпоративной этики и развития мотивационной составляющей.

Ключевые слова. Трудовой распорядок, эффективная деятельность предприятия, показатели хозяйственной деятельности, результаты организации труда, фондовооруженность труда, система стимулирования персонала.

Автор туралы мәліметтер. Павленко Антон Алексеевич - Қазақстан-Американдық еркін университетіндегі «Менеджмент» мамандығының студенті.

Аннотация. Бұл мақалада ұйымдық құрылымды қайта ұйымдастыру, жалақы саясатын өзгерту, корпоративтік этиканың кодексін енгізу және мотивациялық құрамдас бөлікті құру арқылы ұйымдасқан жүйені және ішкі жұмыс тәртібін жетілдіру қарастырылады.

Түйін сөздер. Жұмыс кестесі, тиімді кәсіпкерлік қызмет, бизнес көрсеткіштері, еңбекті ұйымдастыру нәтижесі, капитал - еңбек коэффициенті, қызметкерлерді ынталандыру жүйесі.

About the author. Pavlenko Anton - undergraduate “Management” at Kazakh American Free University.

Annotation. This article discusses the improvement of the organization system and internal work regulations in the Stealth Limited Partnership by reorganizing the organizational structure, changing the payroll policy, introducing a code of corporate ethics and developing the motivational component.

Keywords. Labor schedule, the effective activity of the enterprise, indicators of economic activity, the results of the organization of labor, the capital-labor ratio, the system of personnel incentives.

Актуальность данной темы характеризуется тем, что внутренний трудовой распорядок играет важную роль в эффективной деятельности предприятия, в связи с чем его грамотная реализация, несомненно, важна в настоящее время.

ТОО «Стэлс» представляет собой организацию по производству хлеба Восточно-Казахстанской области. ТОО имеет довольно обширный сегмент рынка. Это связано с доступностью и распространённостью продукции среди потенциальных покупателей. Для проведения дальнейшего анализа следует рассмотреть показатели хозяйственной деятельности ТОО «Стэлс», так как они являются результатами организации труда (Таблица 1).

Таблица 1. Показатели хозяйственной деятельности ТОО «Стэлс» за 2015-2017 (тенге)

показатели	2015	2016	2017	Абсолютное изменение		Относительное изменение, %	
				2016 к 2015	2017 к 2015	2016 к 2015	2017 к 2015
Себестоимость продукции	4384511	4083198	4531871	-301313	147360	-6,87	3,36
Чистая прибыль	1053235	580556	690601	-472679	-362634	-44,88	-34,43
Рентабельность продукции	417691,18	333704,1	269229,1	-83987,1	-148462,1	-20,107	-35,54
Фондовооруженность труда	3554,35	3656,4	2780,46	102,02	-773,9	2,87	-21,77
Производительность труда	158417,5	124129,5	118950,7	-34288	-39466,7	-21,64	-24,91

Следует отметить что, в 2017 году, в сравнении с 2015 годом, произошло на 301313 тенге, т.е. 3.36%, увеличение затрат на производство продукции (Рис. 1).

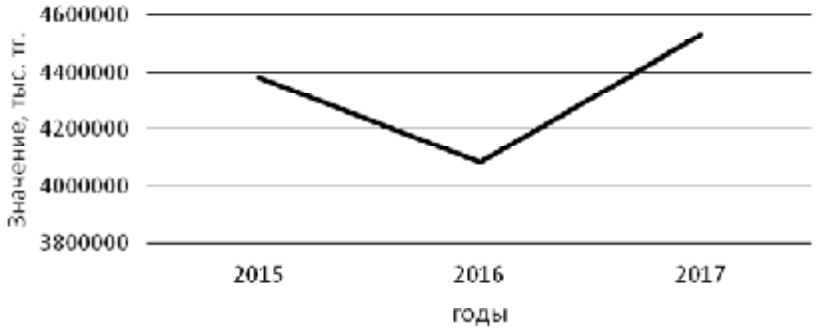


Рис. 1. Динамика себестоимости продукции ТОО «Стэлс» за 2015 – 2017 годы

Чистая прибыль представляет собой сумму в бухгалтерском балансе предприятия, оставшуюся после формирования фонда оплаты труда, а также уплаты налогов [1]. В период 2015–2017 годы наблюдается снижение данного показателя на 34.43%, что составило 362634 тыс. тг. Снижение этого показателя показывает, что у организации возникли проблемы, требующие скорейшего решения для предотвращения возможного банкротства (Рис. 2).

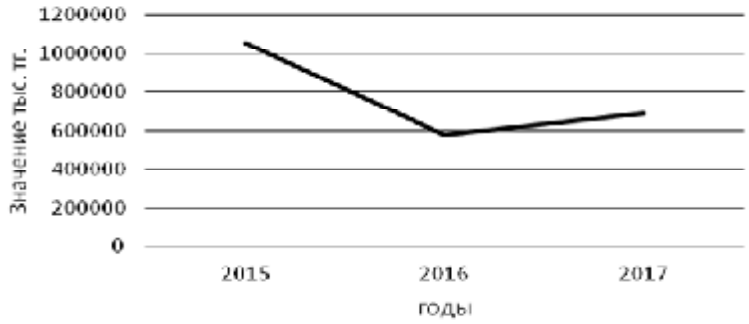


Рис. 2 Динамика показателя чистой прибыли ТОО «Стэлс» за 2015 – 2017 годы

Рентабельность продукции показывает, сколько предприятие получает прибыли с каждого тенге, затраченного на производство и реализацию продукции.

Судя по расчетам, рентабельность продукции за 2015 – 2017 годы сократилась на 148462 тыс. тг., или на 35.54%. Отрицательная динамика этого коэффициента говорит о снижении товарооборота и, как следствие, прибыли (Рис. 3).

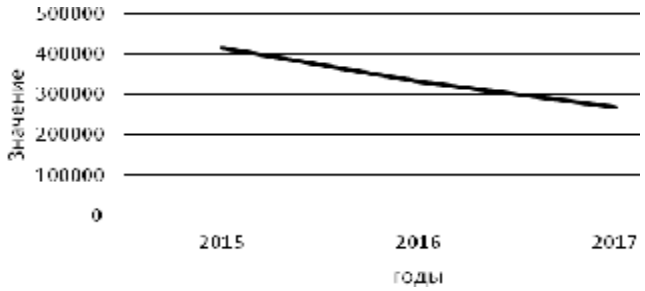


Рис. 3. Динамика рентабельности продукции ТОО «Стэлс» за 2015 – 2017 годы

Фондовооруженность труда – показатель, отражающий эффективность использования производственных фондов предприятия. Другими словами, данный коэффициент отражает степень обеспеченности персонала основными средствами производства.

Судя по расчетам фондовооруженности организации за 2015 – 2017 годы, техническое оснащение ТОО сократилось на 21.77%, что составляет 774 тыс. тг. (Рис. 4).

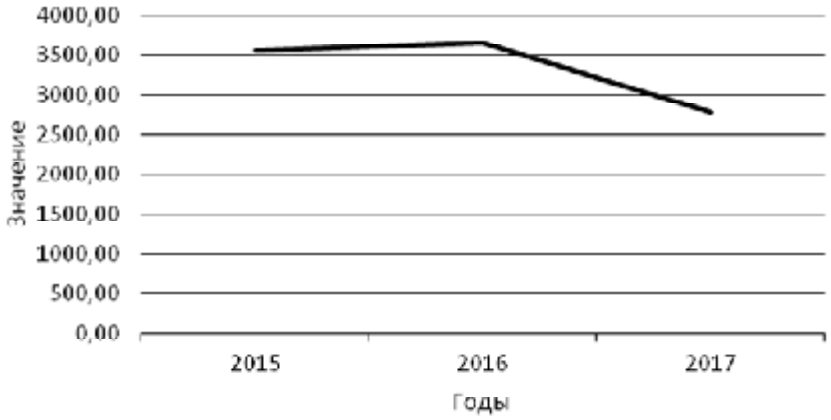


Рис. 4. Динамика фондовооруженности ТОО «Стэлс» за 2015 - 2017 годы

Производительность труда – это мера результативности, эффективности труда человека, то есть это объем продукции, произведенный одним работником в единицу времени либо время, затраченное на производство единицы продукции [2].

Как видно из расчетов, производительность труда в 2017 году снизилась на 39466 тенге, что составляет 25%, по сравнению с 2015 годом. Данный факт свидетельствует о том, что организация несет убытки экономического характера (Рис. 5).

Рис. 5. Динамика производительности труда ТОО «Стэлс» за 2015-2017 года

Также следует отметить, что заработная плата на предприятии на данный момент является фиксированной величиной, т.е. существует только оклад, без каких-либо дополнительных выплат и премий.

Для анализа удовлетворенности персонала системой стимулирования на предприятии был проведен выборочный анонимный опрос 30 работников предприятия (Таблица 2).

Таблица 2. Результаты опроса работников ТОО «Стэлс»

№	вопрос	ответ, %			итого
		Да	Нет	Не знаю	
1	Одобряете ли Вы действующую на предприятии систему оплаты труда и стимулирования работников?	0	70	30	100
2	Соответствует ли Ваша квалификация, должность размеру оплаты труда, который установлен Вам в организации?	20	70	10	100
3	Зависит ли Ваша заработная плата от фактических результатов Вашего труда?	30	50	20	100
4	Можно ли из Ваших функциональных обязанностей выделить конкретные показатели, критерии их выполнения, которые должны влиять на размер Вашего заработка?	70	10	20	100
5	В полной ли мере Вы реализуете свои физические и интеллектуальные способности на работе?	30	50	20	100
6	Влияет ли уровень оклада на реализацию способностей персонала на работе?	20	30	50	100
7	Влияет ли моральная заинтересованность на реализацию способностей работников?	10	70	20	100

8	Считаете ли вы, что отсутствие взаимосвязи между оплатой труда и реальными результатами деятельности оказывает влияние на реализацию способностей персонала?	70	20	10	100
9	Считаете ли вы, что начальник может наиболее объективно оценить результаты вашей работы?	70	20	10	100
10	Считаете ли вы, что коллеги могут наиболее объективно оценить результаты вашей работы?	30	50	20	100
11	Считаете ли вы, что вы можете наиболее объективно оценить результаты вашей работы?	20	30	50	100
12	Считаете ли вы гарантированную заработную плату более предпочтительной?	20	70	10	100
13	Считаете ли вы заработную плату, зависящую от результатов работы, более предпочтительной?	70	10	20	100

Анализ результатов опроса показал, что 70% респондентов не удовлетворены действующей на предприятии системой стимулирования и оплаты труда. Остальные 30% опрашиваемых работников воздержались от ответа.

Проводимый опрос показал, что половина респондентов (50%) не в полной мере реализует свои способности на работе. Главными сдерживающими факторами являются: отсутствие взаимосвязи между оплатой труда и реальными результатами деятельности (70%), низкий оклад (20%), отсутствие моральной заинтересованности (10%). Проведенный анализ позволяет сделать вывод о необходимости увязки размеров оплаты труда с результативностью работы, что позволит задействовать резерв, связанный с дополнительным использованием возможностей и способностей работников.

На данный момент организационная структура ТОО «Стэлс» имеет существенные минусы, вследствие которых предприятие терпит некоторые убытки. Для уменьшения потерь со стороны ТОО «Стэлс», а также совершенствования организации труда следует провести реформацию данной системы, а именно создание прямых функциональных связей, функциональной подчиненности между техническим отделом и отделом контроля качества. Учитывая вышесказанное, в данном проекте предлагается:

- преобразовать технический отдел и отдел контроля качества в технологический отдел, тем самым объединив их в одно подразделение (Рис. 6).

Рис. 6. Изменение организационной структуры ТОО «Стэлс»

Такое изменение организационной структуры будет способствовать ускорению совершенствования технологического процесса и его реализации, а также ускорению уст-

ранения технических и технологических проблем, приводящих к выпуску некачественной продукции. Такие нововведения приведут к сокращению административного аппарата, что позволит перенаправить освободившиеся финансовые ресурсы в количестве 150 тысяч тенге на нужды организации;

Необходимо пересмотреть систему оплаты труда специалистов отдела продаж. Например, установить премиальный процент в зависимости от объема продаж, а не от должностного оклада.

70% зарплаты пекаря будет формироваться из почасовой ставки, плюсом к основной заработной плате будут премиальные выплаты порядка 30% за выполнение плана по выручке, среднему чеку и за прохождение плановых проверок. Однако за невыполнение стандартов и должностных инструкций сотрудники штрафуются. В зависимости от тяжести провинности, работник может лишиться части премии. Например, при появлении работника на рабочем месте в состоянии опьянения он понесет наказание в виде полного лишения премиальных выплат.

На реализацию мероприятий по совершенствованию мотивирования персонала предполагается выделить средства в размере 1500000 тенге, которые распределяются следующим образом (Таблица 3).

Таблица 3. Распределение средств на мероприятия по мотивации персонала (в постоянных ценах)

Статья расходов	2018	2019
Материальное стимулирование, тыс. тг.	550000	550000
Нематериальное стимулирование, тыс. тг.	200000	200000
Итого, тыс. тг.	750000	750000

Анализ опыта внедрения комплексной системы мотивации персонала на аналогичных западных предприятиях позволяет надеяться на увеличение производительности труда на 6-7,5%. Увеличение производительности труда окажет существенное влияние на рост объема производства и сбыта продукции [3].

В таблице 4 представлены показатели анализа производительности труда и заработной платы на 2018-2019.

Таблица 4. Прогноз плановых показателей производительности труда и заработной платы в 2017 – 2019 гг. (тенге)

Показатель	2017	2018	2019
Численность персонала	37	35	35
Товарооборот, тг.	477529	506180,7	536551,6
Производительность труда, тг.	118950,7	126087,7	133653
Фонд заработной платы тг.	48000000	50880000	53932800
Среднегодовая заработная плата одного работника тг.	960000	1017600	1078656

Можно сделать вывод по результатам плановых показателей производительности труда и заработной платы о том, что предлагаемые мероприятия могут быть рекомендованы в практическое применение, поскольку возрастает производительность труда на 6% в 2018 и 2019 гг.

С целью формирования и укрепления организационной культуры предприятия ориентированной на достижения целей организации, рекомендуется разработать кодекс корпоративной этики, который направлен на решение проблем, выявленных при исследовании организационной культуры компании.

Предлагаемый кодекс корпоративной этики устанавливает основные принципы единства целей, подходов и системы взаимодействия работников ТОО «Стэлс» с государственными органами власти, местного самоуправления, филиалами, структурными под-

разделениями предприятия, коммерческими предприятиями и организациями, а также взаимоотношений между работниками самого предприятия.

Были предложены рекомендации по изменению организационной структуры и внедрению кодекса корпоративной этики. Изменение организационной структуры путем преобразования технического отдела и отдела контроля качества в технологический отдел, что позволит оптимизировать работу организации, а также сократить административный аппарат и перенаправить освободившиеся финансовые ресурсы на нужды организации. В свою очередь, кодекс окажет положительное воздействие на организацию труда на предприятии что приведет к увеличению экономических показателей ТОО.

Таким образом, можно сделать вывод, что предлагаемые мероприятия могут быть рекомендованы в практическое применение, поскольку возрастает эффективность системы управления предприятием, что способствует достижению стратегических целей предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гукасьян Г.М. Экономическая теория: ключевые вопросы: Учебное пособие / Под ред. д.э.н., профессора А.И. Добрынина. – М.: ИНФРА-М, 2008.
2. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. - М., 2006.
3. Моргунов Е.Б. Модели и методы управления персоналом. - М., 2005.

УДК 331.108.23

ӨСКЕМЕН ҚАЛАСЫНЫҢ ЖҰМЫССЫЗДЫҚ КӨРСЕТКІШТЕРІН ЖӘНЕ МӘСЕЛЕЛЕРІН ТАЛДАУ

Сабырбеков А.А., Оралбекқызы Ә.

Авторлар туралы мәліметтер. Сабырбеков Айбек Абайұлы - «Мемлекеттік және жергілікті басқару» мамандығының студенті. Оралбекқызы Әйгерім - экономика ғылымдарының магистрі, Қазақстан-Американдық еркін университеті бизнес кафедрасының оқытушысы.

Аннотация. Мақалада Өскемен қаласындағы жұмыссыздық проблемаларын талдау, жұмыспен қамту көрсеткіштері қарастырылған. Жұмыссыздық қоғамның ең өзекті мәселесі болып қала береді. Өмір бойы үздіксіз оқыту саясатын жүргізуге қарамастан, жоғары білікті кадрлардың жетіспеушілігі мәселесі өзекті болып қалуда. Мақалада бұл ауыр проблеманы шешу жолдары қарастырылған.

Түйін сөздер. Жұмыссыз, еңбек базары, жұмыспен қамту, квалификация, кадрларды дайындау, Мемлекеттік бағдарлама, вакансия, жалақы, өнеркәсіп, білім.

Түйін сөздер. Жұмыссыздық, еңбек нарығы, жұмысбастылық, біліктілік, кадрларды даярлау, Мемлекеттік бағдарлама, бос жұмыс орны, еңбекақы, өнеркәсіп, білім беру.

Сведения об авторах. Сабырбеков Айбек Абайұлы – студент специальности «Государственное и местное управление». Оралбекқызы Әйгерім – магистр экономических наук, преподаватель кафедры бизнеса Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. В статье рассматривается анализ проблем безработицы в городе Усть-Каменогорск, приведены показатели занятости. Безработица остается самой актуальной проблемой общества. Несмотря на политику беспрерывного обучения на протяжении всей жизни, острым остается вопрос нехватки высококвалифицированных кадров. В статье приведены пути решения данной наболевшей проблемы.

Ключевые слова. Безработица, рынок труда, занятость, квалификация, подготовка кадров, Государственная программа, вакансия, заработная плата, промышленность, образование.

About the authors. Sabyrbekov Aibek - undergraduate student of major “Public and Local Administration”; Oralbekkyzy Aigerim - master of Economic Science, Professor at Kazakh American Free University.

Annotation. The article considers the analysis of unemployment problems in the city of Ust-Kamenogorsk, shows employment indicators. Unemployment remains the most pressing problem of society. Despite the policy of lifelong learning throughout life, the acute question is the lack of highly qualified personnel. The article presents ways to solve this sore problem.

Keywords. Unemployment, labor market, employment, qualifications, training, the State program, vacancy, wages, industry, education.

Жұмыссыздық әлеуметтік-экономикалық құбылыс. Макроэкономикалық зерттеулер нәтижесінде тұрақты жұмыссыздықтың ең өзекті мәселе екеніне назар аударуымыз маңызды. Еңбек нарығы – барынша күрделі және жетілмеген нарық түрі болып табылады. Өзінің жұмыс күшін ұсынатындар, әдетте, олардың еңбекке деген сұранымынан хабардар бола бермейді, олар тіпті өздерінің тұратын шеңберіндегі бос жұмыс орындары туралы да білмеуі мүмкін. Ал басқа аймақтардағы жұмыс орны туралы, одан да аз біледі. Еңбек нарығы да басқа нарықтар сияқты сұраныс, ұсыныстың және тепе-теңдік жағдайымен сипатталады. Еңбекке сұраным қисық сызығы – жалданушының тілегін, ал еңбекті – ұсыным қисық сызығы жалданушының тілегін көрсетеді. Еңбек – ұсыным жалақы динамикасына кері тепе-теңдікті тәуелділікпен әсер етеді. Басқаша айтқанда, егер, жұмыс күшін ұсыну басқа өндіріс факторларын ұсынумен салыстырғанда шектеулі болатын болса, онда жалақының өсуі орын алады. Еңбекті ұсыну мынадай факторлармен анықталады:

- тұрғындардың жалпы санындағы еңбек етуге қабілеті бар халықтың үлесімен;
- жұмысшының бір жыл ішінде атқарған жұмыс сағатының орташа санымен;
- жұмсалатын еңбектің саны және сапасымен, жұмысшының мамандық деңгейімен [1].

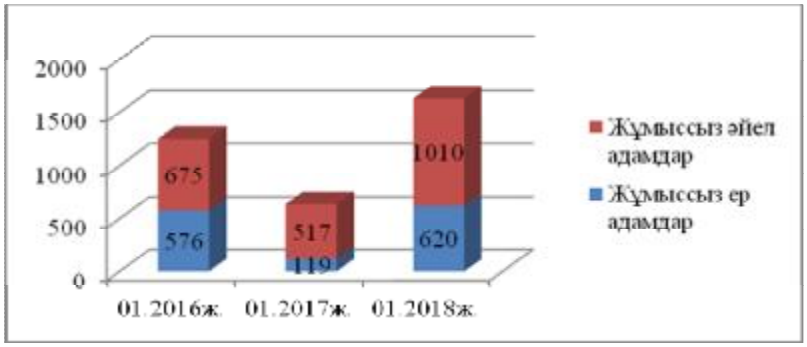
Қазақстан Республикасы Президентінің жыл сайынғы халыққа Жолдауларында барлық қазақстандықтардың өмірін жақсартуға, экономикалық өркендеуге әкелетін саясатты жасау қажеттілігі аталады. Осыған байланысты қазіргі негізгі мәселе еңбек нарығындағы жұмыссыздықпен, кедейшілікпен күресу. Бұл орайда мемлекеттік бағдарламалар жасалуда. Қазіргі кезде Қазақстан экономикасында іс жүзіне асып жатқан жұмыспен қамтудың белсенді көмек көрсету бағыттарына келесілерді жатқызуға болады:

- жұмысты іздестіруге көмектесу және жұмысқа орналастыру арқылы қызмет көрсету;
- кадрларды қайта даярлау және біліктілікті жоғарылату;
- қоғамдық жұмыстарды ұйымдастыру;
- жұмыспен қамтуды субвенциялау;
- өзін-өзі жұмыспен қамтуға материалдық көмек көрсету;
- өзін-өзі жұмыспен қамтуға шағын несиелер беру немесе кішігірім кәсіпорындарды құру және т.б.

Біздің зерттеуіміз Қазақстанның ең ірі экономикалық ауданы болып табылатын Шығыс Қазақстан облысының әкімшілік орталығындағы жұмыссыздық деңгейі туралы. Шығыс Қазақстан облысында Қазақстан халқының 9,4%-ы шоғырланған. Тұрғындардың 59,4%-ы қалалық жерлерде, 40,6%-ы ауылдық жерлерде тұрады. 2015-жылғы деректер бойынша Өскеменде – 288,0 мың, Семейде – 277,0 мың, Риддерде – 52,0 мың, Зырянда – 40,1 мың, Аягөзде – 36,6 мың, Зайсанда – 15,2 мың, Шемонаихада – 16,1 мың, Шарда – 7,5 мың, Курчатовта – 10,1 мың, Серебрянскте – 0,3 мың, Глубокое, Үлбі, Шүлбі, Жезкент, Белоусовка, Жаңа Бұқтырма, т.б. кенттерде өнеркәсіптік маңызына қарай тұрғындар саны 0,3 мыңнан 10,0 мыңға дейін жетеді [2].

Облыс өнеркәсібінің негізін кен өндіру өнеркәсібі құрайтыны белгілі. Бұл бағытта 197 нысан жұмыс істейді және осы сала жұмыспен қамтушы негізгі сала. Негізгі өндірілетін өнімдері – түсті металл (мыс, мырыш, күміс), алтын, титан, көмір. Кентасты негізінен Риддер және Зырян полиметалл кен аудандарындағы «Қазақмырыш» АҚ-на қарасты кеніштер, Ертіс маңы полиметалл кенді ауданындағы «Қазақмыс корпорациясына» қарасты кәсіпорындар өндіреді. Асыл металл өндіру саласы бойынша Шығыс Қазақстан об-

лысында 27 кәсіпорын бар. Оларда 3,5 мыңнан астам адам жұмыс істейді, 17,3 т алтын өндіріледі. Негізгі алтын өндірушілерге «Бақыршық» кен кәсіпорны, «ФИК», «Алел», «Алтынтөбе» АҚ-ның, «Андас Алтын», «Даңқ», «Жерек», «Inter Gold Capital» ЖШС-терінің кеніштері жатады. Облыстағы көмір өндіру 6 нысан бойынша жүзеге асырылады. Ол негізінен «Қаражыра ЛТД» ЖШС-не қарасты Қаражыра, Кендірлік және Алакөл кен орындары. Облыс өнеркәсібінің басты түсті металлургиясы «Қазмырыш», «Өскемен титан-магний комбинаты», «Үлбі металлургиялық зауыты» АҚ-дары, «Қазақмыс корпорациясы» АҚ-ның «Шығыс Қазмыс» бөлімшесін, Қазақстан Республикасы Ұлттық банкінің «Қазақстан теңге сарайы» РМК, «Қазниобий Ертіс химия-металлургия зауыты», «Ертіс сирек элементті компаниясы», «Қазмырыштех» ЖШС-терін қамтиды. Бұл кәсіпорындар өздерінің шығарған сан алуан, бағалы өнімдері бойынша дүние жүзіне белгілі [3].



Сурет 1. Өскемен қаласы бойынша жұмыссыздықтың гендерлік сипаты

1-суреттен көріп отырғанымыздай, 2016 жылғы 1 қаңтардағы жағдай бойынша жұмыссыздар саны 1251 адамды құрады. Жұмыссыз әйелдер құрамында 54,0% құрайды, 16 жастан 29 жасқа дейінгі жастар – 19,3%.

Жұмыспен қамту қызметіне түскен кәсіпорындардың ақпараты бойынша 2016 жылғы 1 қаңтардан 1 наурыз аралығында жұмыстан босатуға болжамды санынан 15 адам шығарылды.

Толық емес жұмыс уақытында 1090 адам, 376 – өндірістің тоқтап қалуына байланысты уақытша жұмыс істемейді, 87 – жұмыс берушінің ықыласы бойынша еңбекақысы сақталмайтын демалыста.

2016 жылғы қаңтардан ақпанға дейін жұмыспен қамту қызметінің ықпал етуімен 760 адам жұмысқа орналасты, соның ішінде әлеуметтік жұмыс орындарына – 10, Жастар іс-тәжірибесіне – 34 түлек.

Қоғамдық жұмыстарға 217 адам орналасты.

2016 жылдың екі айында жұмыссыздықтан әлеуметтік қорғау белсенді шараларымен 986 адам қамтылды.

2016 жылдың есеп беру кезеңінде шағын және орта бизнес саласында 657 жаңа жұмыс орны құрылды.

2016 жылы қаланың жұмыспен қамту қызметіне лайықты жұмыс іздеуге ықпал ету үшін 7817 адам өтініш жасады.

2017 жылғы 1 қаңтар жағдай бойынша жұмыссыздар саны 636 адамды құрайды. Жұмыссыз әйелдер құрамында 81,3% құрайды, 16 жастан 29 жасқа дейінгі жастар – 30,0%.

Жұмыспен қамту қызметіне түскен кәсіпорындардың ақпараты бойынша 2016 жылғы жұмыстан босатуға болжамды санынан 478 адам шығарылды.

2017 жылдың соңына дейін толық емес жұмыс уақытында 626 адам жұмыспен қамтылды.

2017 жылғы қаңтардан желтоқсанға дейін жұмыспен қамту қызметінің ықпал етуімен 6 273 адам жұмысқа орналасты, соның ішінде әлеуметтік жұмыс орындарына – 352, Жастар іс-тәжірибесіне – 312 түлек.

Қоғамдық жұмыстарға 1291 адам орналасты, оқытуға 574 адам жолданды.

Ағымдағы жылдың есеп беру кезеңінде шағын және орта бизнес саласында 5 506 жаңа жұмыс орны құрылды.

2017 жылғы қаңтар - желтоқсанда қаланың жұмыспен қамту қызметіне лайықты жұмыс іздеуге ықпал етуге 9146 адам өтініш жасады.

2018 жылғы 1 қаңтардағы жағдай бойынша жұмыссыздар саны 1 630 адамды құрайды. Жұмыссыз құрамында әйелдер – 62%, 16 жастан 29 жасқа дейінгі жастар – 43,1%.

Жұмыспен қамту қызметіне түскен кәсіпорындардың есептері бойынша 2017 жылдың он екі ай аралығында жұмыстан босатуға болжамды санынан 271 адам шығарылды.

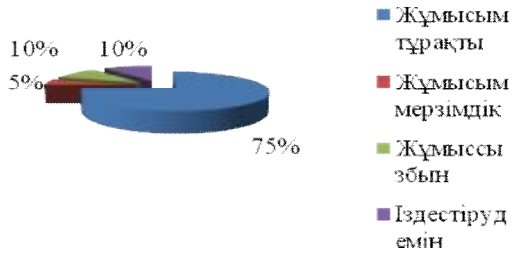
2018 жылғы 1 қаңтардағы жағдай бойынша өндірістің тұруына байланысты 4 адам уақытша жұмыспен қамтылмаған.

2017 жылғы қаңтардан қарашаға дейін жұмысқа орналастыру шараларды 7152 адамға көрсетілді, соның ішінде әлеуметтік жұмыс орындарына 282 адам, Жастар іс-тәжірибесіне 450 түлек, қоғамдық жұмыстарға 487 адам орналасты.

Ағымдағы жылдың есеп беру кезеңінде шағын және орта бизнес саласында 5 894 жаңа жұмыс орны құрылды [4].

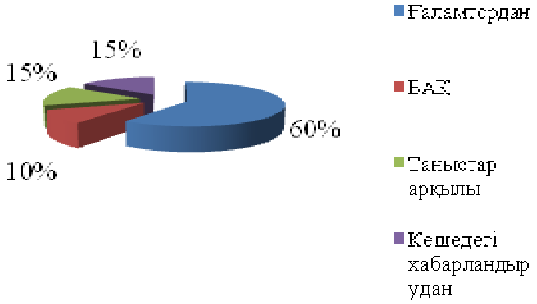
Жұмыссыздық деңгейінің көрсеткіштері бойынша Өскемен Қазақстанның барлық қалаларының ішінде ылғи дерлік ортада орналасады. Жұмыссыздықтың себептері неде, онымен қалай күресуге болатыны жайлы Өскемен қаласы тұрғындарынан жұмыссыздық туралы сауалнама алынды. Жалпы 100 адам сұралып, жауап нұсқалары келтірілген 10 сұраққа жауап берді. Бірінші сұрақтан кейін жұмыссыз жүрген 25 адам қалды, бірақ қалған 75 кісі жұмыссыз жүрген жағдайдағыдай жауап берді. Осыған орай сауалнама нәтижелері келесі сипатқа ие:

1. «Қазіргі уақытта жұмыс істейсіз бе?» деген сұраққа берілген жауап нәтижелері: сұралғандардың 75%-ы жұмысым тұрақты деп жауап берді. Ал қалған 25% жұмыссыз. Соның ішінде 5%-ның жұмысы мерзімдік. 10%-ы жұмыссыз және жұмыс іздеуге деген талпыныстарының жоқ екенін айтты. Тағы 10%-ы белсенді түрде жұмыс іздестіруде.



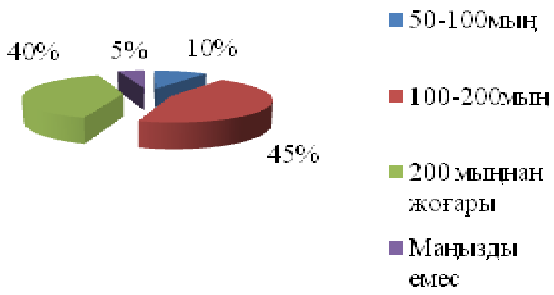
Сурет 2. «Қазіргі уақытта жұмыс істейсіз бе?» сұрағының жауап тұрпаты

2. «Жұмысты қайдан іздейсіз?» деген сұраққа берілген жауап нәтижелері: жалпы тұрғындардың 60%-ы ғаламтор арқылы іздестіреді екен. Бұқаралық ақпарат құралдары арқылы тұрғындардың 15%-ы ғана қарастырады. Таныстар арқылы деген нұсқаны тұрғындардың 10%-ы таңдады. Көшедегі хабарландырудан 15% ғана іздестіреді.



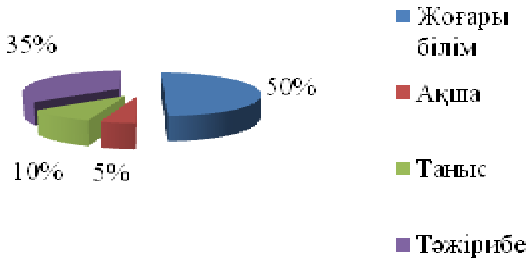
Сурет 3. «Жұмысты қайдан іздейсіз?» сұрағының жауап тұрпаты

3. Жалақыға келетін болсақ «Қандай жалақыға жұмыс істеуге келісесіз?» деген сұраққа сұралған тұрғындардың 10%-ы 50-100 мың теңге көлемінде жалақыға келісетіндерін айтты. Ал 45% 100-200 мың деген жауапты таңдады. 200 мыңнан жоғары деген жауап нұсқасын тұрғындардың 40%-ы белгіледі. Тек 5% жалақы көлемі маңызды емес деп жауап берді.



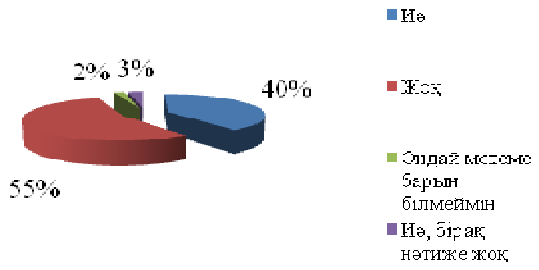
Сурет 4. «Қандай жалақыға жұмыс істеуге келісесіз?» сұрағының жауап тұрпаты

4. «Жұмысқа орналасу үшін не қажет?» деген сұраққа берілген жауап сипаты: сұралғандардың жартысы жұмысқа орналасу үшін жоғары білім қажет деп жауап берді. Ал жұмысқа орналасу үшін тәжірибе керек деп сұралғандардың 35%-ы жауап қайырды. «Таныс арқылы» деген жауапты сұралғандардың 10%-ы белгіледі, бұл біздің қоғамда жемқорлықтың барын көрсетеді. Тек 5% ғана пара беру қажет деп есептейді.



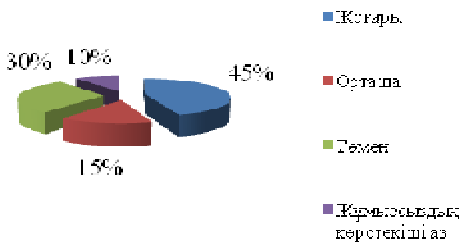
Сурет 5. «Жұмысқа орналасу үшін не қажет?» сұрағының жауап тұрпаты

5. ««Халықты жұмыспен қамту орталығына» барып көрдіңіз бе?» деген сұраққа берілген жауап нәтижелері келесідей: «Иә» – 40%, «Жоқ» – 55%. Тек 2% сұралғандар «Халықты жұмыспен қамту орталығы» жайлы білмейді. Аталған мекемеге барып, нәтижеге қол жеткізе алмағандар – 3%.



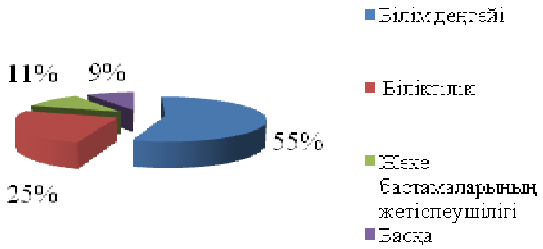
Сурет 6. «“Халықты жұмыспен қамту орталығына” барып көрдіңіз бе?» сұрағының жауап тұрпаты

6. «Өскемен қаласындағы жұмыссыздыққа қандай баға бере аласыз?» деген сұраққа жұмыссыздық деңгейі жоғары деген жауапты сұралғандардың 45%-ы белгіледі. Орташа деп есептейтіндер – 15%. Төмен деп бағалағандар 30%. Ал 10% жұмыссыздық мүлдем жоқ деп белгіледі.



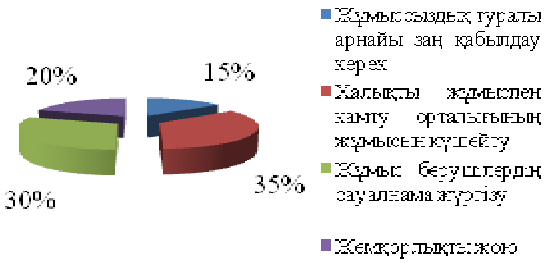
Сурет 7. «Өскемен қаласындағы жұмыссыздыққа қандай баға бере аласыз?» сұрағының жауап тұрпаты

7. «Жұмыс істем еуіңізге не себеп?» деген сұраққа сұралғандардың көпшілігі, яғни 55%-ы білім деңгейінің жетіспеушілігіне тоқталды. Ал 25% жоғары, жақсы біліктілік керек деп жауап берді. 11% жеке бастаманың жоғын алға тартты, яғни өздері аса белсенді жұмыс іздемейді. Қалған 9% өз нұсқаларын және ойларын айтты. Солардың ішінде бала туу туралы демалыстамын, іштей оқыту түрінде тағы бір жоғары білім алғым келеді, магистратура және докторантурада оқу дамын деген сияқты жауаптар болды.



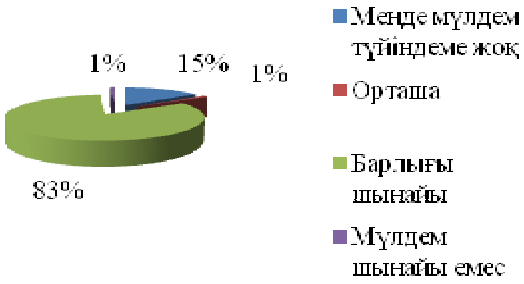
Сурет 8. «Жұмыс істемеуіңізге не себеп?» сұрағының жауап тұрпаты

8. Жұмыссыздық мәселесін шешу және онымен күресу бойынша тұрғындардың 35%-ы «Халықты жұмыспен қамту орталығының» жұмысын күшейту керек деп жауап берді. Жұмыссыздық жастар арасында көп кездесетін болғандықтан сұралғандардың 30%-ы жастар үшін жұмыс берушілер сауалнамалар өткізуі керек деп жауап берді. Қалған 20% жемқорлықпен күресуді ұсынды. Қалған 15% тұрғындар «Жұмыссыздық туралы арнайы заң қабылдау керек» деп жауап қайырды, яғни Жұмыспен қамту туралы Заңға өзгерістер енгізуді ұсынды.



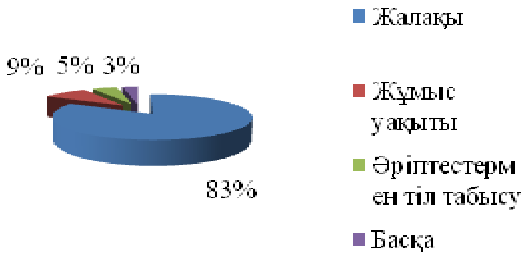
Сурет 9. «Жұмыссыздық мәселесімен қалай күресуге болады?» сұрағының жауап тұрпаты

9. Түйіндеме жазуға келгенде тұрғындардың көпшілігі, яғни 83%-ы түйіндемені шынайы жазады. Ал сұралғандардың 15%-ы түйіндемені мүлдем қажетсінбейді, бірақ бұл жауап жұмыс берушілерге қаншалықты ұнайтыны беймәлім. 1% сұралғандар түйіндемеде жартылай ғана шындықты жазады екен, қалған 1% жауап берушілер түйіндемені жұмыс берушіге ұнау үшін өтірік толтырады екен.



Сурет 10. «Түйіндемедегі ақпаратыңыз қаншалықты шынайы?» сұрағының жауап тұрпаты

10. «Тұрақты жұмыс істейтін адамға не маңызды?» деген сұраққа сұралғандардың көпшілігі – 83%-ы жалақы деп жауап берді. Қалған тұрғындардың 9%-ы жұмыс уақытының ыңғайлы болуын маңызды деп есептесе, 5%-ы әріптестермен жақсы қарым-қатынаста болу маңызды деп ойлайды. 3% сұралғандар өз жауап нұсқаларын ұсынды: жұмыс орнының үйге жақын орналасуы, туыстармен қызмет жасау және ауыр емес (мысалы, қағаз жұмысы) еңбек болуы.



Сурет 11. «Тұрақты жұмыс істейтін адамға не маңызды?» сұрағының жауап тұрпаты

Қорытындылай келетін болсақ, еңбек нарығына байланысты мамандарды дайындау заман талабына сай болуы керек, әрбір азамат өмір бойы үздіксіз білім алуға талпыныс жасау керек. Еңбек нарығындағы ең үлкен мәселе әлі де қажетсіз мамандықтарға оқыту болып табылады. Техникалық мамандықтар бойынша мемлекеттік грант бойынша бакалавр дәрежесін алғандардың көбі мамандық бойынша жұмыс істемейді. Еліміз үшін өзекті мәселе – жастар арасында жұмыссыздықтың өсуі. Жастар 50 мың теңге айналасындағы төмен жалақыға жұмыс істегілері келмейді. Сондықтан жастарды жұмыспен қамтамасыз ету үшін жұмыс берушілер ақылы немесе тегін қажетті қосалқы мамандық алу үшін қайта даярлау курстарын ұйымдастыруы керек. Қазір мемлекет тарапынан Жұмыспен қамту орталығынан берілетін арнайы оқыту курстары жүргізіліп жатыр, бірақ бұнда шәкіртақы берілуіне қарамастан, олардың тиімділігі әзірше күмән тудыруда. Жұмыссыздықпен байланысты берілетін жәрдемақы жұмыс істейтін азаматтардың салығының есебінен төленетіндіктен, жұмыс таба алмай жүрген азаматтардың шын мәнінде жұмыс істеуге ынталы екенін білу маңызды.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Мамыров Н.Қ., Тілеужанова М. Макроэкономика. - Алматы, 2003.
2. Шығыс Қазақстан облысы әкімінің ресми интернет-ресурсы // http:// www. akimvko. gov. kz/ru/statistika.html
3. Шығыс Қазақстан облысы әкімінің ресми интернет-ресурсы // http:// www. akimvko. gov. kz/ ru/promyishlennost-i-biznes/predpriyatiya-promyishlennosti-vko/
4. Өскемен қаласы әкімінің ресми сайты //http://oskemen.vko.gov.kz/kz/social2.htm

УДК 339.924

ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ЕҢБЕК БӨЛІНІСІНІҢ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ЭКОНОМИКАДАҒЫ АЛАТЫН ОРНЫ МЕН РӨЛІ

Сапарғалиев Ә.С.

Автор туралы мәліметтер. Сапарғалиев Әли Серікұлы – ҚАЕУ «Қаржы» мамандығының студенті.

Аннотация. Мақалада компания мүддесі үшін бірлескен өндірістік кәсіпорындар құру кезінде әріптестерді таңдау туралы мәселе қарастырылады. Автор бірлескен кәсіпорындармен келісім-шартты талдайды, корпорацияның ұйымдық формасын құрып, олар бойынша шешім қабылдайды. Мақалада ТМД елдерінде бірлескен өндірістік кәсіпорындарға кеңінен таралған, акционерлік қоғамдар, толық компания және жауапкершілігі шектеулі серіктестіктер жататындығы талданады.

Түйін сөздер. Өндірістік кәсіпорындар, бірлескен кәсіпорындар, акционерлік қоғам, ЖШС, серіктестерді таңдау, бірлескен бизнес.

Сведения об авторе. Сапарғалиев Әли Серікұлы – студент специальности «Финансы» Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. В статье рассматривается вопрос выбора партнеров при создании совместных производственных предприятий в интересах фирмы. Автор анализирует договора с совместными предприятиями, создание организационной формы корпорации и принятие решений по ним. В статье анализируется, что в странах СНГ к совместным предприятиям, как наиболее распространённым, относятся акционерное общество, полное общество, товарищество с ограниченной ответственностью.

Ключевые слова. Производственные предприятия, совместные предприятия, акционерное общество. ТОО, выбор партнеров, совместный бизнес.

About the author. Sapargaliyev Ali - undergraduate student of major “Finance” at Kazakh American Free University.

Annotation. The article discusses the issue of choosing partners when creating joint production enterprises in the interests of the company. The author analyzes the contract with joint ventures, the creation of the organizational form of the corporation and decision-making on them. The article analyzes that in the CIS countries joint-stock companies, a full company, and a limited liability partnership belong to joint ventures as the most common.

Keywords. Production enterprises, joint ventures, joint-stock company. LLP, choice of partners, joint business.

Халықаралық экономикалық қатынастардың мәнін және мазмұнын анықтайтын категориялардың бірі – халықаралық еңбек бөлінісі. Қазіргі уақытта халықаралық еңбек бөлінісіне тартылмаған елдер жоқтың қасы. Өндіргіш күштердің ғылыми – техникалық прогресс әсерімен жедел дамуы халықаралық еңбек бөлінісі тереңдеуінің негізгі кепілі.

Халықаралық еңбек бөлінісі қатысушы елдер мен аймақтарға қосымша экономикалық тиімділік келтіріп, олардың өз қажеттіліктерін неғұрлым аз шығындармен қамтамасыз етуге жол ашады.

Халықаралық еңбек бөлінісі – ел ішіндегі және еларалық бөлінісінің қорытындысы. Халықаралық еңбек бөлінісінің мәні өндіріс процесін бөлшектеу мен біріктірудің диалектикалық бірлігінен көрінеді.

Өндірістік процестің ойдағыдай жүруі ондағы атқарылатын әртүрлі еңбек процестерінің бөлшектеніп мамандануына, содан соң кооперацияланып, өзара жарасымды іс-қимылдарға көшуіне байланысты.

Еңбек бөлінісі – бұл қоғамдық еңбектің тарихи анықталған жүйесі. Ол қоғамның даму процесінде іс-әрекеттің сапалық дифференциация нәтижесінде қалыптасады.

Еңбек бөлінісі тек қана бөлектену процесі емес, сонымен қатар еңбекті біріктіру әдісі. Мұндай диалектикалық бірлік халықаралық деңгейде ерекше көрінеді.

Қоғамдық еңбек бөлінісі өндірістік әрекет түрлеріне байланысты мынадай нысандарға бөлінеді:

1) қоғамдық еңбек бөлінісінің жалпы түрі (өнеркәсіп, ауыл шаруашылығы, көлік, байланыс, құрылыс, денсаулық сақтау, білім беру, қызмет көрсету т.б.);

2) қоғамдық еңбек бөлінісінің дербес түрі (сала ішіндегі еңбек бөлінісі);

3) қоғамдық еңбек бөлінісінің жеке-дара түрі (кәсіпорын ішіндегі еңбек бөлінісі).

Еңбектің аймақтық бөлінісі ел ішіндегі бөлініс және еларалық бөлініс болып келеді.

Халықаралық еңбек бөлінісі дегеніміз - қоғамдық еңбектің аларалық бөлінісінің жоғарғы сатысы. Ол жекелеген елдердің экономикалық пайдалы өндіріске тұрақты түрде маманданып, белгілі сандық және сапалық арақатынастар арқылы басқа елдермен өндіріс өнімдерімен алмасуы.

Халықаралық еңбек бөлінісінің қазіргі кездегі мәні бөліністің диалектикалық бірлігінен және өндіріс процесінің бірігуінен көрінеді. Өндірістік процесс әртүрлі еңбек қызмет түрлерінің мамандануы мен жекеленуін, сонымен қатар олармен айырбасын, олардың өзара әрекеттесуін болжайды. Еңбек бөлінісі тек қана бөліну процесі емес, еңбектің бірігу тәсілі ретінде де шығады, әсіресе әлемдік масштабта.

Халықаралық еңбек бөлінісіне қатысатын көптеген елдердің кәсіпорындары ішкі тұтынушылық немесе өндірістік сұранысты қанағаттандыруға қажетті өнімді мөлшерінен тыс анағұрлым көп өндіреді. Әр елдің шаруашылық субъектілері саналы түрде артық өнім өндіре және өзіне қажетті басқа елдердегі артық өнімді иелене отырып, оны әлемдік нарыққа өткізеді. Әрбір ел өндірісте белгілі бір тауар топтарына мамандануды жетілдіре, нығайта отырып, халықаралық нарықта басқа маманданған елдермен өздеріне қажетті тауарларды басқа тауар топтарына айырбас жасау арқылы алады. Нәтижесінде халықаралық еңбек бөлінісі әлемдік экономиканы ұйымдастырудың тәсілі ретінде көрінеді, яғни әрбір елдің кәсіпорындары белгілі бір тауарлар мен қызметтер өндіруге маманданады, одан кейін олармен айырбас жасайды.

Дүниежүзілік шаруашылықтағы үдемелі өндіріс процестерін жүзеге асыруда халықаралық еңбек бөлінісінің рөлі зор. Ол, біріншіден, осы процестерінің өзара байланысын қамтамасыз етеді, екіншіден, салалық, аймақтық және еларалық қажетті пропорцияларды қалыптастырады.

Халықаралық еңбек бөлінісі ғылыми теориясы классиктерінің басты еңбегі – “Өндірістік шығындардың салыстырмалы теориясы”. Бұл теориясының негізінде әр түрлі елдердің өндіріс жағдайларындағы айырмашылықтар, олардың өнім өндіру шығындарын да әркелкі етеді деген идея жатыр. Осы идеяға сәйкес, қандай бір ел болмасын оның табиғат жағдайына қарамастан кез келген тауар өндірісін қалыптастыруға болады.

Өндірістік шығындардың салыстырмалы теориясы бойынша өндірілетін өнімнің бір түріне мамандану, басқа бір елдегі сол өнімді өндірудің басым артықшылықтарына қарамастан, пайдалы екендігі дәлелденеді.

Өндірістік шығындардың салыстырмалы теориясы. Халықаралық еңбек бөлінісі ғылыми теориясындағы классиктердің басты жетістігі халықаралық сауда туралы экономикалық ілімнің негізгі өндірістік шығындардың “салыстырмалы теориясы” болып есептелінеді.

Салыстырмалы артықшылықтар теориясының негізіне әртүрлі жағрафиялық және табиғи ортада өмір сүретін елдер экономикаларының арасындағы табиғи өзгешеліктер идеясы қойылған. Бір елдер өнеркәсіпті дамыту, басқа бір елдер ауылшаруашылық өнімдерін, шикізатты өндіру керек. Өнімдермен өзара айырбас жалпы тұрмыстың жақсаруына әкеледі. Осы шарттардың бұзылуы ұлттық өндіріс шығындардың елеулі өсуін білдіретін болады. Мысалыға: Шотландияда жүзім өсіруге болады, бірақ оның құны айтарлықтай жоғары, ал одан алынған шарап сирек қолданылатын болар еді. Осы және басқа тауарларды өндіруге кететін шығындарды салыстыру мынадай қорытындыға әкеледі: сұраныс бар барлық тауарларды өндірудің орнына, шығындарды аз қажет ететін белгілі бір тауарларды өндірудің пайдалы екендігі. Өндірістің осы тауарға мамандануы айырбас арқылы сыртқы нарықта басқа барлық тауарларды иемденуге мүмкіндік береді.

Салыстырмалы шығындар теориясымен белгілі бір тауарды өндіруде мамандану-дың бір елдің екінші бір ел алдында тек қана абсолютті артықшылық шарттарында ғана емес, бұл шарттар болмаған жағдайда да пайдалы екендігі дәлелденеді.

Егер де халықаралық деңгейден төмен шығындармен бір де бір тауар өндіріле алмайтын болса, онда тауарларды өндіру кезінде біреуінің осы орта деңгейден асуы ең аз болады. Дәл осы тауарды өндіру шығындарын басқа тауарларды өндіру шығындарымен салыстыра отырып, мамандану керек. Осы жағдайдың өзінде де мамандану экономикалық әсер бере алады. Басқа да жағдай ескеріледі: оған жоғарғы артықшылық әкелетін тауарларды шығаруға мамандану керек.

Еркін бәсекенің капитализмі үшін салыстырмалы артықшылық теориясының мәнді, ғылыми және тәжірибелік маңыздылығы бар. Мемлекеттерге басқа бұйымдарға қарағанда ұлттық өндіріс шығындары салыстырмалы төмен тауарларды сату, ал өз бетімен, бірақ басқа елдерге қарағанда жоғарғы шығындармен өндірілетін тауарларды сатып алу пайдалы болды.

Сонымен бірге салыстырмалы артықшылықтар теориясы өзінің тууы кезінде шектеулі сипатта болды: оның принциптері тек қана тәуелсіз мемлекеттермен жүзеге асырыла алатын болды. Колониялы және тәуелді мемлекеттер экономикалық қысымға ұшырады, сондықтан олар үшін салыстырмалы артықшылықтар принципі негізінен тиімсіз болды. Өзінің кейінгі зерттеулерінде салыстырмалы артықшылықтар теориясы халықаралық еңбек бөлінісінің нақты процестерінің алаңдатылған едәуір абстрактылы модель түрінде көрінеді.

Осы модельдің жетілмеуі мынадан тұрады:

- ол еркін бәсеке принципін абсолюттей;
- ол тек қана белгілі бір тауарлар мен елдерді қарастырумен шектеледі;
- онда тауардың тауарға тікелей айырбасталуы болжамдалады;
- өндіріс және көлік шығындар масштабтарына әсер етуі ескерілмейді.

Бұдан басқа халықаралық экономикалық қатынастардың мәнді белгілеріне көңіл бөлінбейді: еңбек және капиталдың трансшекаралық ауысуы, өндірістің мамандануына мемлекеттің және халықаралық корпорациялардың араласуы және басқа да факторлар.

Халықаралық еңбек бөлінісінің дамуына әсер етуші факторлар. Бұл факторларға:

1) Елдің ішкі нарығының көлемі.

Нарығы дамыған ірі елдерде қажетті өндіріс факторлары мен тұтынушы тауарларын табуға мүмкіндік жоғары. Сондықтан елдің халықаралық мамандану мен тауар айырбасына қатысу қажеттілігі төмен болады. Сол кезде елдегі жетілген нарықтық сұраныс экспорттық мамандануды кеңейтумен орнын толтыра отырып, импорттық сатып алуды кеңейтуге ынталандырады.

2) Ел экономикасының даму деңгейі.

Елдің экономикалық потенциалы неғұрлым төмен болса, соғұрлым елдің халықаралық еңбек бөлінісіне қатысу қажеттілігі жоғары болады.

3) Елдің табиғи ресурстармен қамтамасыз етілуі.

Елдің моноресурстармен (мысалы, мұнаймен) жоғарғы дәрежеде қамтамасыз етілуі елдің халықаралық еңбек бөлінісіне белсенді түрде қатысуына қажеттілік тудырады.

4) Ел экономикасы құрылымындағы негізгі өнеркәсіп салаларының (энергетика, металлургия, қағаз шығаратын сала) үлес салмағы.

Негізгі салалардың үлес салмағы неғұрлым жоғары болса, соғұрлым елдің халықаралық еңбек бөлінісіне қатысу қажеттілігі төмен болады.

Осы аталған факторлар өзінің көрінуінде абсолютті емес екенін ескеру керек. Олардың әсері мынадай жағдайда төмендеуі мүмкін, мысалы, жергілікті өнімнің халықаралық бәсекелестік қабілеттілігінің өзгеруімен, экспорттық шектелуімен.

Халықаралық еңбек бөлінісінің даму процесінде бастығы – бұл әрбір қатысушының өзінің халықаралық еңбек бөлінісіне қатысуынан экономикалық қызығушылық пен пайда іздеуі және табуы.

Халықаралық еңбек бөлінісінің артықшылықтарына экспортталатын тауарлардың халықаралық және ішкі бағалары айырмашылығынан және тиімді импортты ынталандырудан түсетін пайдаларды да қосуға болады.

Дүниежүзілік еңбек бөлінісіне белсенді түрде қатысу барлық мемлекеттер үшін пайдалы. Себебі, олар өндіріс құнының ұлттық және интерұлттық айырмашылықтарынан табысты болады. Сонымен, құн заңы дүниежүзілік еңбек бөлінісінің қозғаушы күші.

Дүниежүзілік еңбек бөлінісіне қатысу адамзаттың бүкіл әлемдік проблемалары – қоршаған ортаны қорғау, азық-түлікпен қамтамасыз ету, ғарышты, мұхиттанды игеру т.с.с. жобаларды шешуге көмектеседі.

Мамандардың болжауы бойынша болашақта өнеркәсібі дамыған елдердің өндірісі сыртқы тұтынушыға қарай бейімделеді де ішкі сұраныс импорт арқылы қанағаттандырылатын болады.

Үстіміздегі ғасырдың соңғы онжылдығы дүние жүзіне орасан зор саяси экономикалық, әлеуметтік өзгерістер әкелді. Олар халықаралық еңбек бөлінісіне елеулі әсер етті. Бұл әсерлер халықаралық еңбек бөлінісінің интеграциялық қуатын бұрынғыдан да арттырып отыр.

Халықаралық еңбек бөлінісі дамуының көрсеткіштері. Халықаралық еңбек бөлінісінің даму процесі оның өзгеруінің қажеттілік мәселелерін алға қояды.

Халықаралық еңбек бөлінісін өлшеу үшін экономистер бірқатар коэффициенттерді ұсынады. Олардың ішінде:

- өндірілген өнімнің жалпы көлеміндегі экспорттық үлес салмағы;
- экспорттың жалпы құнындағы саланың үлес салмағы;
- мемлекеттің барлық өнеркәсібінің өсу қарқынымен салыстырғанда экспорттық мамандану саласының өсу қарқыны.

Аймақтық деңгейде халықаралық еңбек бөлінісінің даму көрсеткіштері мыналар:

- әрекеттесуші елдердің қоғамдық өндірісінің өсуімен салыстырғанда өзара тауар айналым өсуінің өзу коэффициенті;
- осы елдердің қоғамдық өндірісте өзара тауар айналымының үлесі;
- жалпы сыртқы сауда айналымының өсуімен салыстырғанда өзара тауар айналым өсуінің озу коэффициенті.

Кейбір экономистердің ойынша халықаралық еңбек бөлінісінің негізгі көрсеткіштерін мыналар деп санайды: экспорттық, импорттық, және осыған сәйкес сыртқы сауда квоталары, әр тауар бойынша елдің халықаралық саудадағы үлес салмағы және т.б.

Халықаралық мамандану және өндірісті кооперациялау. Халықаралық еңбек бөлінісінің ішкі құрылымы және оған сәйкес даму бағыттары бар. Өндірістің халықаралық мамандануы және халықаралық кооперациялануы халықаралық еңбек бөлінісінің ажыратылмайтын белгілері болып табылады.

Өндірістің халықаралық мамандануы екі бағытта, өндірістік және территориялық болып өрбиді. Өз кезегінде өндірістік бағыт:

- салааралық;
- салалық;
- маманданған жеке кәсіпорындар болып үшке бөлінеді.

Өндірістік территориялық мамандануына:

- жеке елдердің;
- бірнеше елдер тобының;
- аймақтардың, дүниежүзілік нарық үшін белгілі тауарлар өндірісін ұйымдастыруы жатады.

Өндірістің халықаралық мамандануы түрлеріне заттық (дайын өнім өндіру), бөлшектік (өнімнің бір бөлігін жасау), технологиялық, яғни технологиялық тізбектің жекелеген процестерін жүзеге асыру түрлері жатады.

Дүниежүзілік шаруашылық байланыста заттық мамандану түрлері ішінен ең кең тарағаны – дайын өнім өндіруге мамандану. Дайын өнім өндіру бойынша халықаралық мамандану – халықаралық еңбек бөлінісінің динамикалық нысаны. 50-60 ж.ж. жетекші

орында бастапқы сала деңгейінде (машина жасау, ұшақ жасау, пластмасса өндіру, радиоаппараттар, подшипниктер және т.б. өндіру) өндірістің халықаралық мамандануы алды. 70-80 ж.ж. ішкі салалық өндірістің халықаралық мамандануы және әртүрлі тұтынушылық сипатқа ұқсас тауарлармен айырбасы көзге түседі. (мысалы, тері және резина аяқ киімі және т.б.).

Соңғы жылдары жекелеген өнімдерді өндіру бойынша мамандану дамуда. Кәсіпорындардың жекелеген өнімдерді өндіруге мамандануы қазіргі ғылыми-техникалық прогреске тікелей байланысты. Өндірістің технологиялық құрылымының күрделенуі өнім өндіру үшін пайдаланатын бөлшектер мен тетіктердің сандық мөлшерін көбейтіп жібереді. Мысалы: жеңіл автомобиль шығаруға қажет бөлшектер мен тетіктердің саны 20 мыңға, прокат станында – 100 мыңға, электровозда – 250 мыңға жуықтады. “Вольво” шведтік автомобилін шығаруға мамандану осыған мысал бола алады. Ресей тұтынушысы осы автомобильді ала отырып, шын мәнінде шведтік таза өнімнің 1/3-н ғана иемдене алады. Өнімнің 60%-ы Швециямен импортталған.

Технологиялық мамандану елдердің дайын өнімді бөлек операциялар орындау арқылы шығаруы (яғни жеке технологиялық процестерде жүзеге асыру, мысалы, құрастыру, пісіру, сырлау, бояу, құйма өндіру және т.с.с.), мысалы, шетелден глинозем (топырақта болатын алюминий тотығы) және оның қорытпасын жеткізу.

Өндірістің халықаралық мамандануы қоғамдық байланыстарды есепке ала отырып даму керек. Бірақ та өндіріс тиімділігін жоғарылату және өндірістің халықаралық мамандануының экономикалық пайдалылығын жүзеге асыру үшін, экономикалық мақсаттардың жүзеге асырылуына жету үшін, оны өндірістің халықаралық кооперациялануымен толықтыру керек. Оның объективті негізіне өндіргіш күштердің қарқынды дамуы арқылы мүмкін болатын ел ішіндегі, немесе халықаралық деңгейдегі дербес кәсіпорындардың өзара тұрақты өндірістік байланыстары жатады. Өндірістің халықаралық кооперациялануы фирмаларға, өндіріске және айналымға кететін шығындарды азайтуға көмектеседі, яғни өнімнің бәсекелестік қабілеттігінің жоғарлауы.

Өндірістің халықаралық кооперациялануы, өзінің жетілген формаларында кооперациялаудың әртүрлі сфераларын қамтиды:

1) Халықаралық өндірістік-технологиялық кооперациялау.

Бұл сфераның құрамына:

- меншік құқығын пайдалану және лицензиялар беру сұрақтары;

- жобалау-конструкторлық сызбаларды жасау, технологиялық процестер жөнінде алдын-ала келісу, өнімнің сапасы мен техникалық деңгейін анықтау, құрылыс-монтаждау жұмыстарының көлемін белгілеу, кооперацияланатын кәсіпорындарды қайта жарақтандыру іс-қимылдары;

- өндірісті басқаруды жетілдіру, стандартизация, сертификация, унификация жұмыстары кіреді.

Кооперант - елдер бірлескен бағдарламаларын жүзеге асырудың ұйымдастырушы формасы қымбат және күрделі жобаларды жүзеге асыруды жоспарлайтын халықаралық консорциумдар болып табылады. Бірақта бұл жоспарларды бір елдің компаниялары үкіметтің қолдауымен де жүзеге асыруға шамалары келмейді. Халықаралық консорциумдар авиациялық, ғарыштық өнеркәсіпте, энергетикада, халықаралық еркін экономикалық аймақтар құруда және кейбір басқа да қызмет сферасы мен салаларында құрылады.

2) Кооперацияланған өнімді өткізумен байланысты сауда-экономикалық процестер.

3) Техниканы сатудан кейінгі қызмет көрсету. Мысалы, А300 аэробусының бас фирмасы “Эрбас индастри” болып табылады. Онда бірқатар еуропалық елдер ұлттық компанияларының (Франция, Алмания, Ұлыбритания, Испания, Нидерланды, Бельгия) акция үлестері бар. Бас мердігер бола тұрып, “Эрбас индастри” әуекомпаниялармен, басқа қызығушылық білдіретін ел үкіметтерімен өз байланыстарын жүзеге асырады, сату сферасында саясатты анықтайды, сатудан кейін қызмет көрсетеді және ұшу техникалық персонал клиенттерін оқытады.

Кооперациялық байланыстарды қалыптастыру барысында негізінен үш түрлі әдіс қолданылады, олар:

1) бірлескен бағдарламаларды жүзеге асыру;

2) келісім шартқа сәйкес мамандану;

3) бірлескен кәсіпорындар құру.

Бірлескен бағдарламаларды жүзеге асыру өз кезегінде өндірісті кооперациялардың мердігерлік нысаны мен бірлескен кәсіпорын құру нысанынан тұрады.

Өндірісті кооперациялаудың мердігерлік нысаны бойынша жұмыс атқарушы тапсырыс берушінің талабын орындайды. Мердігерлік келісім талаптарды жұмыстың аяқталу мерзімі, көлемі, сапасы, т.т. туралы мәмілеге келтіреді.

Бірлескен өндірістік кәсіпорын құрудағы басты мәселелерге фирманың мүдделеріне сай әріптестерді таңдау, олармен бірлескен кәсіпорын туралы келісім-шарт жасау және кәсіпорын - корпорацияның ұйымдық нысаны жөніндегі шешімдер қабылдау жатады. ТМД елдерінде бірлескен кәсіпорындардың акционерлік қоғам, толық жауапкершілікті қоғам, жауапкершілігі шектеулі серіктестік сияқты түрлері кеңінен тараған.

Сонымен, бірлескен кәсіпорын деп қатысушылардың жинақталған капиталдарын пайдалану арқылы, өзара келісілген мақсаттарды жүзеге асыруды айтамыз.

Халықаралық өндіріс. XIX ғ. Соңында өндірістің және капиталдың интернационализациялануы, дүниежүзілік шаруашылық байланыстардың ғаламдану процестерінің барысында халықаралық өндірістің үдемелі дамуы байқалады. XXIғ. Басынан халықаралық өндіріс қазіргі дүниежүзілік шаруашылықтың маңызды, ерекше белгісі болды. Халықаралық өндіріс ондық және жүз мыңдық жұмысшыларды қамтитын, бірқатар ел мен аймақтарда жүзеге асырылатын бір орталықтан кооперациялық өндірістік процесті ұйымдастырушы болып табылады.

Халықаралық өнімнің жоғарғы дәрежелі стандартизация, унификация, сапалы және бәсекеге қабілетті болуы, бұл процестің нәтижесі болып табылады.

Халықаралық өндіріс “ескі” дәстүрлі халықаралық еңбек бөлінісіне, сонымен қатар өндірістік қатынастарда жаңа функциялары бар дамушы елдерді қатыстыра отырып, жаңа халықаралық еңбек бөлінісіне негізделеді. Мұндағы мәселе, бұл елдерде ең ірі халықаралық корпорациялармен тығыз өндірістік - кооперациялық қатынас жүйесімен байланысқан жаңа өнеркәсіп салаларының (электрондық, электротехникалық, тігін) бірқатар өндірістері мен кәсіпорындарын құру. Халықаралық корпорациялар өз филиалдарын шетелге шығарады, онда жартылай фабрикаттар, бөлшектер, компоненттер жасалады. Құрастыру халықаралық корпорациялар шоғырланған елде жүзеге асырылады, сол құрастырылатын өндіріс дамушы елдерге тасымалданады. Бұл бірқатар артықшылықтар береді. Машиналар мен құралдарды бөлшектенген күйінде тасымалдау арзан болғандықтан, көлік шығындарын үнемдеуге мүмкіндік туады. Халықаралық корпорациялар өз экспортының бәсекелестік қабілеттілігін құрастырылған машиналарға және осындай машинаның құрамдас бөліктерінің жиынтығына импорттық баж айырмасы есебінен жоғарылатады. Дамушы елдердегі халықаралық корпорация бақылауында істейтін жұмысшылардың еңбек ақысы халықаралық корпорация шоғырланған елдегі жұмысшылардың еңбек ақысына қарағанда әлдеқайда төмен.

Халықаралық корпорациялар шоғырланған елінен тыс өзінің өндірістік қызметін жетілдіре отырып, өндірістің заттық, бөлшектік, технологиялық мамандануын тереңдетуге мүмкіндік береді. Сонымен қатар бұл мамандану халықаралық өндірістің ең ірі дүниежүзілік корпорациялары шеңберінде топталады. Нәтижесінде халықаралық еңбек бөлінісі формасы жағынан интернационалды бола тұрып, фирма ішілік сипат алуда. Бірақта бұл халықаралық еңбек бөлінісінің фирма ішілік сипат алуы шектеулілікті білдірмейді. Халықаралық еңбек бөлінісі мазмұны жағынан - ғаламдық

Дамушы елдерде өнеркәсібі дамыған елдердегі сияқты халықаралық корпорациялар өз қызметіне көптеген кіші және орта компанияларды тартады, шағын бизнесті тәуелді жағдайға әкеледі. Тәуелділік тікелей функционалды байланыс негізінде қалыптасады,

яғни өндіріс технологиясының, мамандануды, кооперациялаудың дамуы, өнімді өткізуді ұйымдастыруы, “ноу-хау” тапсыруы негізінде және т.с.с.

Халықаралық корпорациялармен қалыптасатын халықаралық өндіріс олардың дүниежүзілік шаруашылық байланыстарының, сыртқы сауданың, капиталдар, инвестициялар жылжуының, технологияларды тапсырудың негізі және ажырамас бөлігі болып табылады.

Халықаралық өндіріске халықаралық қызметінен басқа, шаруашылық субъектілер арасында фирмааралық өндірістік кооперациялануы формасында пайда болатын біріккен халықаралық өндіріс жатады.

Ағылшын экономистердің айтуы бойынша халықаралық өндірістің көлемі 1970 ж. 4,5%-н 1990 жылға дейін 7%-ке дейін өсті. Өнеркәсіп өндірісінде халықаралық өндірістің көлемі 15%-ке жетті. XXI ғ. Басында халықаралық өндірістің мәні айтарлықтай өсті. Мүмкін, келесі ғасырда оның көлемі әлі де болса өседі. Бірақ оның ұлттық өндірістен артықшылығын айту әлі ерте. Өйткені өнімнің негізгі көлемі ұлттық өндірушілермен өндіріледі.

XX ғ. Ортасында өрістеген халықаралық экономикалық қатынастарды мемлекетаралық реттеу процесі халықаралық еңбек бөлінісін қозғай бастады. Халықаралық еңбек бөлінісі жоспарланатын, басқарылатын процеске ауыса бастады.

Халықаралық еңбек бөлінісі жоспарланатын, басқарылатын процеске ауыса бастады. Халықаралық еңбек бөлінісінің теориясы және тәжірибесі 80 жылдан бастап жетіле бастады, әсіресе дамыған және дамушы елдер арасында.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Ашимбаев Т.А. Экономика Казахстана на пути к рынку: тенденции и размышления. - Алматы, 2000.
2. Берденов Қ. Қазақстан мемлекет ретінде қалыптасуы мен экономиканың дамуы. – Алматы, 2016.
3. Валовой В.В. Политэкономия. - М., 2000.
4. Елемесов Р. Переходная экономика: проблемы методологии и теории. - Алматы, 2015.
5. Ермекова Э.М. Состояние и перспективы развития социальной сферы в Казахстане: занятость и уровень жизни населения // Вестник КазГУ 2017 №5.
6. Казахстан: 2016-2017 годы: Информационно-статистический сборник. - Алматы, Агентство РК по статистике.
7. Кубаев Е. Экономичская политика и экономический рост. - Алматы, 2015.
8. Кенжегузин М.Б., Додонов В.Ю. Шевелев С.А. Формирование и реализация казахстанской модели устойчивого экономического роста. - Алматы, 2014.
9. Курс переходной экономики. / Под. ред. Л.И. Абалкина. - М., 2017.
10. Казахстан в цифрах за 2017 год. Агентство РК по статистике, 2017.

УДК 336.027

ӨҢДЕУШІ ӨНДІРІСТІ ҚАРЖЫЛАНДЫРУДЫҢ МӘНІ МЕН МАҢЫЗЫ

Ашимова А.С.

Автор туралы мәліметтер. Ашимова Алтынай Сериковна – экономика ғылымдарының магистрі, Қазақстан-Американдық еркін университетінің аға оқытушысы.

Аннотация. Экономикалық жүйенің өзгеруі экономиканың негізгі өндірістік субъекті – кәсіпорынның іс–әрекетіне әсер етпей қоймайды. Сонымен қоса, шаруашылық механизімінің өзгеруінің негізгі субъектісі, экономика трансформациясының басты және қозғаушы күштерінің көзі кәсіпорын болып табылады. Өтпелі кезеңнің бір ерекшелігі - ескі қағидалар өз күшін жоймаса да іске аспайды, ал жаңа экономикалық ережелер экономиканың басты факторларының ішінде басым орын ала алмайды.

Түйін сөздер. Кәсіпорын; өндіріс; экономика; инновация.

Сведения об авторе. Ашимова Алтынай Сериковна – магистр экономических наук, старший преподаватель Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. Изменения в экономической системе оказывают влияние на бизнес основного экономического субъекта - предприятия. В то же время основным субъектом трансформации хозяйственного механизма является предприятие основной и движущей силы трансформации экономики. Одной из особенностей переходного периода является то, что даже старые правила не будут отменены, но новые экономические правила не будут доминировать среди ключевых экономических факторов.

Ключевые слова. Предприятия, экономика, инновации.

About the author. Ashimova Altynai – master of Economic Science, Senior Professor at Kazakh American Free University.

Annotation. Changes in the economic system affect the business of the main economic entity - the enterprise. At the same time, the main subject of the transformation of the economic mechanism is the enterprise of the main and driving force of transformation of the economy. One of the features of the transition period is that even the old rules will not be canceled, but the new economic rules will not dominate among the key economic factors.

Keywords. Enterprises, economy, innovation.

Қазақстанның нарықтық экономикаға өтуі кәсіпорындарда бәсекенің артуы, өндірістік шығындардың жоғары болуына өткізу нарығының қысқаруы, әріптес кәсіпорындардың төлем қабілетсіздігі, шикізат пен материалдар сипатталатын жаңа ортаға көшірді. Нарық жағдайында кәсіпорындардың тиімді қызмет етуі, экономикалық өсуі және дамуы адам ресурстары және басқа да ресурстарды ең тиімді пайдалануға мүмкіндік беретін стратегиялық бағыттың дұрыс анықталуына тәуелді. Өндірістің экономикалық тиімділігі тұрақты экономикалық өсу және кәсіпорын дамуына, өндірілетін өнімнің бәсеке қабілеттілігінің артуына байланысты болады. Өндіріс сферасында кәсіпорынның дамуы тек оның өсуі арқылы емес, өзгеріссіз қызмет масштабы арқылы да жүреді [1].

Кәсіпорынның өсуі – бұл негізінен кәсіпорын көлемінің артуы және өндіріс көлемінің кеңеюі (өнім өндірудің, сату көлемінің, жұмысшылар санының артуы). Даму деген – шаруашылық жүйенің сапалық өзгеруі және жаңаруы, барлық құрылымдық бөлімшелерінде еңбекті ұйымдастыруды, технология және техниканы жетілдіру негізінде оның қызметінің тиімділігін арттыру.

Өндірістің экономикалық тиімділігі мәселесі бойынша әр экономист ғалымдар өз пікір - тұжырымдамаларын ұсынған.

Кейбіреулер еңбек өндірісінің өсуі немесе бір өнімді шығаруда – ең аз еңбек шығындары деп есептейді. Басқаларының ойынша - өнімнің немесе еңбек шығындарының нәтиже сандарының қатынасы немесе соңғы нәтижеге жету үшін қаншалықты шығын кеткенін көрсетеді.

Ғаламды өндіріс тиімділігі жұмыс уақытының үнемділік заңын сипаттайды. К.

Маркс былай деген «уақыт үнемі өндірістің әр салаларына жұмыс уақытының жоспарлы үлестірілуі сияқты, ұжымдық өндіріс негізіндегі ең басты экономикалық заңдылық болып қалуда». Өнім бірлігіне еңбек шығынының төмендеуі – жұмыс уақытын үнемдеу заңының мәні болып табылады.

Л.Э. Кунельскийдің тұжырымдауынша, өндірістің экономикалық тиімділігі дегеніміз – ең аз шығын шығара отырып үлкен нәтижелерге жету әрекеттілігі, нәтижелілігі. Ал М.Н. Тимохинның айтуынша, өнеркәсіптік өндірістің тиімділігі – бұл оның барлық объективті байланыстары мен үрдістерінің нәтижелілігін көрсететін күрделі категория.

А.П. Вавилов, А.И. Демичевтердің пікірінше, өнеркәсіптік өндірістің тиімділігі дегеніміз – қаржы, еңбек және материалдық ресурстардың салыстырмалы төмен шығындары арқылы жеке кәсіпорындар, салалар, жалпы индустрияның жеткен ең жоғары нәтижелері [2].

Н. Уоол, Л. Маркузе, Д. Лайну бойынша экономикалық тиімділік – ресурстарды тиімді пайдалану. Ол көптеген әдістермен есептесе алады, ең кеңінен:

- жұмыс күшін пайдалану тиімділігі;
- өндірістің экономикалық тиімділігі: өндірістік ысырап - өндіріс барысындағы қалдықтар пайызы;
- қаржылық тиімділік: активтердің айналымдығы (кәсіпорын активтері нәтижесінде қамтамасыз етілген сату көлемі).

Профессор Н.Қ. Мамыров атап өткендей, тиімділік – жалпы алғанда шығындар мен нәтижелердің қатынасы. Кәсіпорынның шаруашылық қызметін талдау барысында оның техникалық және экономикалық деп ажыратады. Егер берілген өндіріс технологиясымен (әдісімен) тұрақты өнім көлемін өндіргенде өнім өндіру ең көп, ал ресурстарының шығындары ең аз, онда өндірістік тиімділік технологиялық тиімді деп саналады. Экономикалық тиімділікке жету өндіріс үрдісінде пайдаланылатын ресурстар түрлерінің баламалық құнын минималдаумен байланысты. Осының негізінде кәсіпорын өндірістің технологиялық тиімді әдістерін таңдайды.

Тиімділік – әлеуметтік – экономикалық процестермен мен құбылыстардың жиынтығын сипаттайтын, нәтижеге қол жеткізу мен ресурстарды пайдаланумен байланысты категория. Экономикалық тиімділіктің өсуі, өнім бірлігіне шаққандағы шығынның қысқаруымен немесе бұрынғы шығын көлемін сақтай отырып, тиімділіктің артуымен тікелей байланысты. Еңбекақының тиімділігіне сәйкес оның ынталандырғыш рөлін де айқындауға болады.

Өндіріс тиімділігі – экономикалық категория. Ол - өндіргіш күштер мен өндірістік қарым–қатынастың кең көлемді кешенді шарттарының қалыптасуы. Соның нәтижесінде кеңейтілген ұдайы өндірістік үдеріс қамтамасыз етіледі.

Тиімділіктің басты мәселесі – нарықтық экономика жағдайында тауар өндірушілердің мүддесі үшін тұтыну құнын өндіру кезінде ресурстарды мейлінше үнемдеу. Осы жағдайда кәсіпкерлік қызмет өзінің тәуекелділігіне мүліктік жауапкершілігі шегінде ұйымдастырушылық, құқықтық нормативті актілермен анықталып, өндіріс табыстылығының есебінде жүргізіледі.

Экономикалық тиімділік – ұлғаймалы өндірісті ұтымды жүргізудің алғы шарты. Ресурстарды таңдау кезінде баламалы нұсқаларды анықтау үшін пайдаланатын сапалы бағалау көрсеткіші болумен бірге, ол өндіріс резевтерін анықтау, өндіріс құрылымының қалыптасуын жалпы да тікелей бағалау кезінде қолданылады. Тауар – ақша қатынасы жағдайында өндіріс тиімділігі ұтымды экономикалық тиімділікті сипаттайды. Мұндай жағдай жалпы өндірістік шығындардан қол жеткен нәтиже шамасы абсолюттік мөлшерде артық болып тұрғанда ғана орын алады. Осындай ұтымды тиімділік кез келген ұйымдық – құқықтық шаруашылықтың оңтайлы жұмыс істеуінің, кеңейтілген өндірісті жүргізудің ең бір қажетті шарты болып есептеледі. Сондай– ақ ол материалдық өндірістің барлық буынында ғылыми – техникалық прогрестің дамуы үшін зор экономикалық қозғаушы күшке айналып, тұтыну құнының сапасын жақсартады. Бәсекенің салыстырмалы еркін іс-әрекет жасаған кезінде өндірісті тиімді жүргізудің басты міндеттерін бір уақытта шешуге жол

ашатын нарықтық тетік (механизм) біріншіден, тауар өндірудің дәл сол мезгілде қоғамдық сұранымға сәйкестігін бағаласа (сандық және сапалық жағынан) екіншіден, қойылған міндеттерді тиімді жолмен шешу үшін өндіріске жаңа тәсілдерді енгізуді ынталандырумен бірге, бағаның өзгеруі мен ауытқуы, пайда, тағы басқадай құнды категориялар арқылы халық шаруашылығында өндірістік ресурстар мен тауарларды ағымды нарықтық сұранымына сәйкес бөлуге, экономиканың оңтайлы дамуына оң ықпал ете отырып, экономиканың тиімділігін арттырады [3].

Өндіріс тиімділігі материалдық құндылықтардың өндіріс үрдісіне жататын, экономикалық жүйенің нақты қызметінің экономикалық тиімділігінің нақты құрамдас бөлігі. Барлық мемлекет шеңберінде қарастырғанда өндіріс тиімділігі қоғамдық еңбек өнімділігімен аталады.

Экономикалық тиімділік - өндірістік қызметтің нәтижелілігі, әлеуметтік – экономикалық нәтижелер мен өндірістік шығындар арасындағы қатынас.

Өндірістік қызметтің тиімділігі – кәсіпорынның табыстылығын және оның активтерді пайдалану қабілетін сипаттайтын тиімділік.

Өндіріс тиімділігінің сараланған көрсеткіштері – кәсіпорын ресурстарының (шығындарының) жекелеген түрлерін (материалдық, еңбек, энергетикалық ресурстарын, капиталды толығымен) пайдалану тиімділігін сипаттайтын көрсеткіштер.

Экономикалық тиімділік экономиканың әр деңгейінде пайдалы соңғы нәтиженің пайдаланылған ресурстар көлеміне қатынасы ретінде, еңбек өнімділігі, қор қайтымдылығы, табыстылық, шығындардың қайтарымдылығы және т.б көмегімен өлшенеді.

Біздің ойымызша, өнеркәсіптік өндірістің экономикалық тиімділігі – кәсіпорын әзірлеген стратегияға тәуелді экономикалық категория. Ол стратегия кәсіпорынның тұрақты дамуын қамтамасыз етуге мүмкіндік беретін қысқа, орта және ұзақ мерзімді нәтижелерге сүйенеді. Сонымен қатар өндірістің экономикалық тиімділігі нарықты экономиканың шешімді категориясына жатады. Барлық түрде экономикалық өндіріс тиімділігі екі мөлшердің қатынасын көрсетеді – ол шаруашылық қызмет нәтижесі және өндіру шығындары. Ең басты – нарықты қызметтің нәтижесі, ол салынған капиталдан максималды табыс алу. Табыс пен шығындардың қатынасы. Өндіріс тиімділігін көтерудің қолайлы жолы нарықта.

Өндіріс тиімділігі кәсіпорын қызметінің соңғы нәтижесімен анықталып, ұйымдастыру, басқару қызметінің деңгейін көрсетеді. Сондықтан оны арттыру негізгі мақсат бұл мына шаралар арқылы жүзеге асады:

- өндірістің технологиялық базасын дамыту;
- өндірістегі инновация;
- өндірістік шығындардың экономикалық тиімділігін арттыру;
- инвестициялық саясатты оңтайландыру;
- өндірістік жүйенің құрылымын жетілдіру.

Өндіріс тиімділігі өндірістік шығындарды төмендетуге тәуелді. Кәсіпорын оларды төмендетудің арнайы бағдарламасын әзірлеуі қажет. Оның жүзеге асуы мынаны көздейді.

- өндіріс үрдісінің барлық кезеңдерінде материал, еңбек және қаржы ресурстарының жүйелі үнемін жүзеге асыру;
- төмендетілуі тиіс шығындардың түрін талдау, бірнеше шығындар түрінің есебін жүргізіп, олардың төмендетілуіне бақылау жасау;
- жұмысшылардан үнемдеу ұсыныстарын алу;
- шығындардың әр элементінің жағдайын жүйелі бақылау;
- ұсынылған жаңа әдістерді әзірлеу, олардың енгізілу және сақталуын бақылау;

Өнімділікті жоғарылату - өнімді немесе еңбекті өзгерту процесін басқару мен араласудың нәтижесі. Төменде келтірілген шарттардың кез келгені орындалатын болса, онда өнімділік өседі:

1) өнім көбейеді, шығындар азаяды;
2) өнім көбейеді, шығындар өзгермейді;
3) өнім көбейеді, шығындар өседі,бірақ өсу қарқыны төмен болады;

4) өнім көлемі өзгермейді,шығындар төмендейді;

5) өнім азаяды, шығындар төмендейді, бірақ мұның төмендеу қарқыны жоғары болады.

Өндіріс тиімділігін арттырудың объективтік қажеттілігі кеңейтілген ұдайы өндіріс процесінің экономикалық мүддемен тікелей байланыстылығында. Дамудың қозғаушы басым күштерінің бірінен саналатын экономикалық мүдделер, өндіріс тиімділігінің артуына ынталандырудың ғылыми негізделген жүйесін ұтымды қолдану арқылы әсер етеді. Сонымен қатар, экономикалық мүдделер, ынталандыруды қоғамның заңдылықтарымен байланыстырып тұратын орталық буын болып табылады[4].

Еліміздің қазіргі және орта мерзімді дамуындағы негізгі стратегиялық ұстаным – экономикалық өсуді экстенсивтік емес, интенсивті, индустриалды-инновациялық факторлардың басымдылығы есебінен қамтамасыз ету. Бұл үшін еңбек уәжі мен оған ынталандырудың жаңа жүйесін қалыптастырудың нақты жолдары анықталуы қажет.

Алайда, экономикалық әдебиетте «еңбекке ынталандыру» мәнін анықтауда ортақ пікір қалыптаспаған. Ғылыми зерттеулерде «экономикалық мүдделер», «қажеттілік», «ынталандыру», «материалдық ынталандыру», «уәж», «уәждік» сияқты ұғымдар кеңінен қолданылады. Олардың мәні мен функционалдық мағынасы да бірқатар шетелдік және отандық ғалымдардың еңбектерінде әртүрлі түсіндіріледі. Осыған байланысты, біз, «ынталандыру» категориясын нақтылауда бүгінгі заманға тән интеграциялық тәсілге сүйенуді, зерттеу шеңберінде тек экономикалық емес, сонымен қатар, тарихи, әлеуметтік-мәдени, құқықтық және саяси алғышарттардың да қамтылуы қажет деп санайтын экономистерді қолдаймыз [4].

Қоғамның басты өндіргіш күші, ең алдымен адам ресурстары. Демек, ынталандыру ұғымы олардың мүддесіне тікелей қатысты түсінік, яғни еңбекке талаптандыру уәжі болып табылады. Өз кезегінде, «еңбекке ынталандыру» дегеніміз қажеттіліктің кешенді жүйесі, адамдардың іс қабілетін дамытудың күшті құралы.

Экономикалық ынталандыру материалдық ынталандыруға қарағанда кең мағыналы категория. Экономикалық ынталандыру – адамдарды өнімді әрі табысты еңбекке қызықтыратын, олардың мүдделік белсенділігін арттырудың әртүрлі үрдістері мен әдістерін қамтиды. Сонымен, экономикалық ынталандыру дегеніміз өндірістік қатынастар субъектілерінің мүмкіндіктерін толығымен пайдалану мақсатында қолданылатын, олардың экономикалық және әлеуметтік жауапкершіліктерін нықтайтын материалдық және материалдық емес тетіктердің жиынтығы.

Нарықтық қатынастар жағдайындағы шаруашылықты тиімді жүргізудің ынталандыру жүйесі өнімді еңбек қызметіне талаптандырудың тағы бір тобын қарастырады, олар әкімшілік және либералды болып жіктеледі.

Экономикалық ынталандырудың қазіргі постиндустриялық жағдайында құндық бағдарлар мен қажеттіліктер, қызметкерлердің еңбек белсенділігінің даму барысындағы оңды өзгерістер мұқият ескерілуі тиіс. Бұлар:

- материалдық ынтаны тұлғаның өзі іске асыруы, зияткерлік әлеуетті дамыту, адамның шығармашылық қабілеттері мен білімін үдету;

- өнімді еңбек пен мол табыстың кепілі – жұмыскерлердің іскерлік қабілеті мен біліктілігін арттыру;

- барынша көп тұтынудан гөрі, өмір сүру мен еңбек қызметінің әлдеқайда жоғары сапасын қамтамасыз етуге бой ұру, қазіргі заманғы жаңа ынталар жүйесіндегі өзін-өзі дамытудың басыңқылығына ден беру;

- сапалы экономикалық өсімге қол жеткізуде еңбек белсенділігін ынталандыру міндеті қызметкердің еңбекке негізделген басым уәждерімен, әлеуметтік қажеттіліктерді қанағаттандырумен сипатталады, демек материалдық ынталандыруда әлеуметтік фактордың ролі арта түседі.

Қазақстан Республикасының жедел дамуына, сондай-ақ өндірістің өнімділігіне экономиканың қазіргі жағдайы, яғни трансформация (түрлену) процесі әсер етіп отыр. Кез келген өтпелі кезеңнің негізгі белгілері: бұрынғы және жаңа жүйе элементтерінің қатар

жүруі, қарама-қайшылықтың ерекше көрінісі – бой көтере бастаған және ескірген экономикалық механизмдер мен тетіктердің арасындағы сәйкессіздіктер, тұрақсыздық. Трансформациялық жағдайдың кері әсері, бір жағынан, қоғамдағы экономикалық және өндірістік күрделі өзгерістерге тәуелді болса, екінші жағынан, өз ішінде қайшылық пен проблемаға толы нарықтық механизмнің қалыптасуымен тікелей байланысты.

Нарықтық қатынастарға көшкен кезімізде әкімшіл-әміршіл жоспарлы жүйенің негізі бұзылды, ол жаңа өзгерген жағдайда іске аса алмады. Осыған байланысты, өндіріс тиімділігін ынталандырудың жаңа механизмін құрудың объективті қажеттілігі туындайды. Мұнымен қатар, өндіріс тиімділігінің төмендеуіне, экономикалық процестерді реттеуге кері әсерін тигізген құбылыстардың бірі меншіктік қатынастардың өзгеруі. Реформаларда, ғылымға негізделген концепцияның болмауы өндірістің құлдырауын, экономикалық өсім шеңберінің тарылуын тудырады. Меншік иелері мен меншікке ие топтар әлі ешкім иелене қоймаған ресурстарды қолға алуға және меншікті өз пайдаларына қарай бөлісуге ұмтылады. Бұндай жағдайда, өндіріс табыс табатын құрал ретінде емес, иеленуге болатын байлық ретінде қабылданады. Осының барлығы, өндіріс тиімділігін ынталандыруға ықпал етпейді. Жекешелендіру нәтижесінде, пайда болған меншіктік құрылым және меншікті іске қосудың тиімді, заң шығарушылық базасының жетіспеуі, тиімділікті экономикалық ынталандыру механизмінің мүмкіндігін әлсіретеді [5].

Экономикадағы түрлендірулер тек меншік құқықтарының қайта бөлінісінде ғана емес, жеке меншікке негізделген өндірістік қатынастарды қалыптастыру. Шаруашылықты жүргізудің жеке меншіктік үрдісі өндіріс көлемін ұлғайтудың негізі, оның тиімділігін арттырудың қуатты құралы.

Әлеуметтік-экономикалық дамудың қазіргі кезеңінде экономиканы құрылымдық тұрғыдан қайта құру қажеттілігі кәсіпкерлікті жедел дамыту есебінен нақты іске асырылады. Кәсіпкерлік, дербес, ізденімпаз әрекетке дайын, мол табыс көзіне ұмтылуға қабілетті, іскер адамдар қатарының көбеюін қамтамасыз етеді.

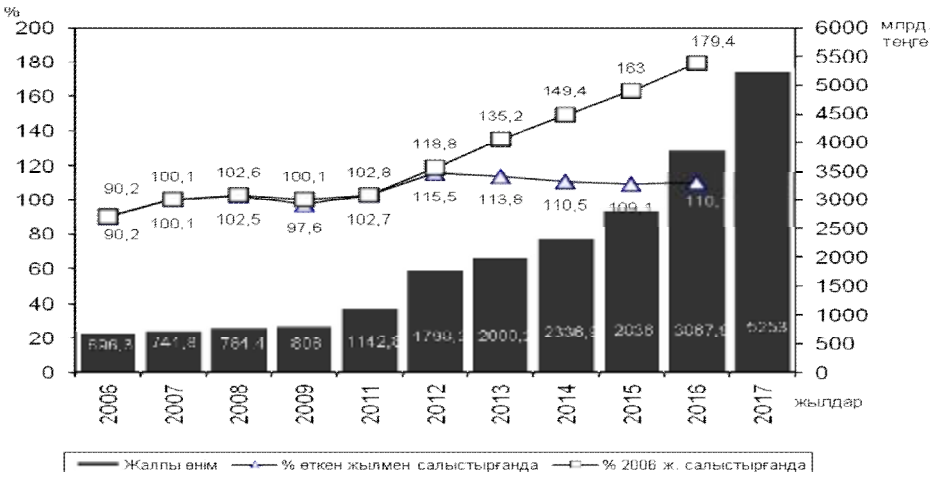
Өндіріс тиімділігін ынталандыру механизмі тұрақты экономикалық өсімге, халықтың барлық топтарының материалдық жағдайын жақсартуға, бәсекеге қабілеттілікке, елдің ұлттық қауіпсіздігін сақтау ұсталымын орындауға бағытталуы қажет.

Біздің ойымызша, өндіріс тиімділігін экономикалық ынталандыруды мынандай белгілермен сипаттауға болады:

- экономикалық өсімнің тұрақты қарқыны, оның сапалық сипаты;
- өндірілген тауар сапасының артуы және оның отандық, әлемдік нарықты бәсекеге қабілеттілігінің өсуі;
- халықтың материалдық жағдайы мен әл-ауқатының жақсаруы;
- жаңа технологияларды меңгеру, ғылыми және инновациялық қызмет әсерінің күшеюі, адам капиталын нәтижелі қолдану;
- басқару тиімділігін арттыру нәтижесінде өндірістік ресурстарды пайдалануды үнемдеу, еңбек өнімділігін ынталандыру.

Қазақстан, қоғамдық өмірдің шешуші саласы – экономикада, әлеуметтік және саяси жаңару жолында сенімді қадам жасап ілгерілеп келеді. Ел экономикасы 2010 ж. бастап жылына орта есеппен 10%-ға өсіп отыр. Соңғы жылдары әлеуметтік-экономикалық әлеуеттің негізін құрайтын өнеркәсіп өндірісі де тұрақты даму үстінде. Егер 2003-2013 жж. аралығында өнімнің жылдық өсуі 5%-ды құраса, соңғы 5 жыл ішінде 11,8%-ға жетті (1-сурет).

Өнеркәсіптің макродеңгейдегі тиімділігі өндірілген тауар сапасының жақсарғанының, әлемдік нарықтық бәсекеге қабілеттіліктің көрінісі. Құрылыс өнеркәсібінің қарқынды дамуы экспорт және импорт құрылымына тиісті әсерін тигізуде. Алайда, экспорттың құрылымында шикізаттық тауарлардың үлесі басым.



Ескертпе – ҚР статистика жөніндегі Агенттіктің деректері бойынша

Сурет 1. Қазақстан Республикасы өнеркәсіп өнімінің динамикасы (2006-2017 ж.ж.)

Осылайша, өндірістің экономикалық тиімділігін арттыру әр кәсіпорын үшін маңызды мақсат болып табылады. Ол мақсаттың орындалуы әртүрлі факторларға байланысты. Оларды келесі бөлімшелерден кеңірек қарастырамыз.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Дүйсенбаев К.Ш., Төлегенов Э.Т., Жұмағалиева Ж.Г. Кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдау. Оқу құралы. – Алматы, 2001.
2. Лисицина Н.А. Экономика, организация и планирование промышленного производства. - Минск: “Высшейшая школа”, 1999.
3. Әбдікерімова Г.И. Кәсіпорын экономикасы. Оқу құралы. - Алматы, 2007.
4. Экономика предприятия: Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова. - М.: «ИНФРА- М», 2008.
5. Қазақстандағы өндіріс тиімділігін арттыруда материалдық ынталандыру жүйесін дамытудың бағыттары // Қаржы – Қаражат журналы, №3-4. – Астана, 2006.

УДК 339.746

АҚША-НЕСИЕ САЯСАТЫНЫҢ МАҚСАТТАРЫ ЖӘНЕ ИНСТИТУЦИОНАЛДЫҚ НЕГІЗІ

Сағымбаев Б.Ф.

Автор туралы мәліметтер. Сағымбаев Бексұлтан Фазылбекұлы - Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Қаржы» мамандығының студенті.

Аннотация. Қазақстан Республикасында нарықтық қатынастарға өтуге байланысты елдің экономикасында, сондай-ақ тұтастай алғанда халық шаруашылығының барлық салаларында терең әрі ауқымды өзгерістер көрініс тапты. Яғни екі деңгейлі банк жүйесінің қалыптасуы және сыртқы экономикалық іс-әрекеттердің либерализациялануы көптеген ірі және шағын экспортерлар мен импортерлардың пайда болуына, сондай-ақ жекешелендірудің нәтижесінде коммерциялық шаруашылықтардың жеке объектілерімен қоса ірі өндірістік кәсіпорындар жеке меншікке иелігіне өтті.

Түйін сөздер. Ақша; инвестиция; салық; банк; валюта.

Сведения об авторе. Сағымбаев Бексұлтан Фазылбекұлы – студент специальности «Финансы» Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. В связи с присоединением Республики Казахстан к финансовым отношениям

как в экономике, так и во всех отраслях народного хазяйства появились значительные изменения в этих отраслях, т.е. образование двухуровневой банковской системы, либерализация внешних экономических действий, и, вледствие этого, появление множества крупных экспортеров и мини-экспортеров. Также, в итоге приватизации частные объекты коммерческого хозяйства и крупные производственные предприятия перешли на частную собственность.

Ключевые слова. Деньги; инвестиция; налог; банк; валюта.

About the author. Sagymbayev Bekcultan - undergraduate student of major “Finance” at Kazakh American Free University.

Annotation. In connection with the accession of the Republic of Kazakhstan to financial relations, both in the economy and in all sectors of the national economy, significant changes have appeared in these sectors, i.e. the formation of a two-tier banking system, the liberalization of foreign economic activities, and, consequently, the emergence of many large exporters and mini-exporters. Also, as a result of privatization, private businesses and large industrial enterprises transferred to private ownership.

Keywords. Money; investment; tax; bank; currency.

Қазіргі экономисттердің көпшілігі ақша - несие саясатын үкіметтің шамадан тыс үстеміне және дербес индивидумдардың шаруашылық дербестігінің азаюына тудырмайтын демократиялық қоғамдағы ұлттық экономиканы мемлекеттік реттеу құралы деп қарайды.

Ақша - несие саясатының ең ақырғы мақсаты бағалардың тұрақтылығын, толық жұмыс бастылық және ЖІӨ-ның нақты көлемінің өсуін қамтамасыз ету болып табылады.

Ақша - несие саясатының негізінде жалпы экономиканың хал-ахуалына ақшалардың және ақша - несие саясатының әсер ету процесін зерттейтін ақша теориясы жатады.

Ақша-несие саясаты салық, инвестициялық, құрылымдық және т.б. сияқты кез келген дамыған қоғамның экономикалық саясатының бір бөлімі болып келеді. Ақша-несие саясаты мәнінде монетарлы өкіметтердің ақша-несие сферасындағы конъюктура және қайта даму процесін жөнге салуы мақсатындағы өзара байланысқан шаралардың кешенін түсіну керек. Шаралар кешенінің мінез-құлқы және мазмұны қоғамның экономикалық стратегиясымен және жалпы шаруашылық жағдаймен анықталады. Ақша-несие саясатының әрекеттілігі оның мүмкіншіліктерімен шектеледі, осы шектерді анықтау экономикалық теорияның аса күрделі мақсаты болып табылады.

Ақша-несие саясатының негізгі әсер ету объектісі ақша айналымы болып келеді. Ақша айналымы өз алдына қолма-қол және қолма-қол емес ақшалардың толассыз қозғалысын құрайды. Ақша айналымының кеңейтілген түсінігі оның құрылу принциптерін түбірінен өзгертеді. Осы анықтамаға сәйкес ақша айналымын реттеу ақша массасы, ақша массасының агрегаттары, орталық банкі ақшалары, несие мультипликаторы, ақша сұранысы және ұсынысы және т.б. сондай жаңа ұғымдардың негізінде жүзеге асады. Өз кезегінде түсінік аппаратын жаңарту кейнсиандық және монетарлық ақша айналымын реттеу концепцияларын зерттеу қажеттілігіне әкеледі, өйткені бұл теориялық құрылыстардың негізінде Маркстің ақша айналымының өзгертілген құрылымды заңы жатыр. Ақша айналымы заңы құн заңынан шығады. Демек айналымға қажет ақша массасын анықтағанда тек қана тауар айналымының көлемі мен құрылымын қарастыру жеткіліктіксіз, мұнда табыстың мөлшері мен құрылымын, ақшаға ұсыныс пен сұраныстың арақатынасын ескеру керек.

Ақша-несие саясатын негіздеу, оның стратегиясы мен тактикасын анықтау ең алдымен теориялық принциптердің айқындалуын және оның ішкі механизмдерінің ашылғанын талап етеді. Ақша-несие саясатының теориясы бойынша жүйелі түрде екі ірі мектепті бөліп көрсеткені өзімізге белгілі – кейнсиандық және монетарлық мектептер. Егер де кейнсиандықтар ақша - несие саясатын рольді бюджеттіктердің пайдасына, немесе табыстардың үстінен бақылауға беретін болса, онда монетаристтер ақша-несие саясатын жоғары бағалауды нақты қолдайды. Олардың арасындағы келіспеушілік әртүрлі методологиямен шартталған – біріншілері саясаттың әрбір жеке оқиға негізінде тиімділігі ту-

ралы айтса, екіншілері – барлық нәтижелер кешенінің негізіндегі тиімділік туралы айтады.

Ақша-несие саясатының нәтижелі жұмыс жасауына институционалдық негіз болып келетін екі деңгейлік банкілік жүйе және ақша-несие сферасындағы нарықтық жүйе.

Банкілік секторды қарастырғанда, монетарлық саясатты табысты орындау мақсатында жаңа банкілерді, олардың барлық деңгейдегі филиалдары мен бөлімдерін жасау, экономикалық мақсаттылық және нәтижелілік принцибімен банкілік қызмет бағыттарын таңдау, ерекше экономикалық әдістермен банкілердің мінез-құлқын реттеуді қамсыздандыру процесі демократизациялануға тиісті. Екі деңгейлік құрылымның нәтижелі жұмыс жасауына сенімді кепіл пассивтер, клиентура, қорлардың пайдалы орналастырылуы үшін бәсекелес шарттарының теңдігі болып табылады. Орталық банкі (бірінші деңгей) бірыңғай ақша-несие саясатын жасап, ақша айналымын және екінші деңгей банкілерінің қызметін белгілі дүниежүзілік тәжірибедегі әдістердің көмегімен реттейді. Ол клиентураға несие - есеп айырысатын қызметтерді көрсетумен шұғылданбайды, оның клиенттері тек қана банкілерден тұрады. Сайып келгенде, әңгіме иілгіш құрылым шектерінде жүйенің тұрақты эволюциясының жүріп жатқаны туралы айтылады.

Банкілік мекемелердің әр түрлілігі мен аса көптігіне, олардың әр түрлі елдерде түрлі үйлесушілігіне қарамастан, екі деңгейлік құрылымның болғаны орталық банкіге экономикалық әдістердің жиынымен екінші деңгейдегі банкілердің мінез-құлығын жөнге салуға және қайта өңдеу процесіне әсер етуге мүмкіндік береді. Банкілер арасындағы іскерлік бәсекенің болуы барлық елдерде олардың нәтижелі жұмыс жасауының негізгі шарты деп қаралады.

Қазіргі ақша-несие саясатының институционалдық негіздеріне нарықтық жүйе кіреді. Ақша-несие сферасындағы нарықтық жүйесіз екі деңгейлік банкілік жүйелердің нәтижелі жұмыс жасауын ұғыну қиынға соғады. Ол экономиканы ақша-несиелік реттеудің нарықтық үлгілерінің маңызды буыны болып келеді: мұнда несиелердің әртүрлі мезгілдерге сұранысы және ұсынысы шоғырланады, монетарлық саясаттың өте маңызды айнымалысы – пайыздық ставкалар қалыптасады.

Ақша-несие сферасында нарықтық классификациялаудың негізінде ең алдымен үш белгі жатады: келісім объектісі, уақыт арасындағы қатысушылардың құрамы және келісімдердің ұзақтығы. Осыған қарап нарықтың екі тобын айырып көрсетеді: несие және қаражаттық, олардың өз алдына нақтылы бір түрлері бар. Егер келісім несие нарығында 24 сағаттан бір жыл мезгілге жасалса, қаражаттық нарықта ұзақ мезгілдік келісімдермен сипатталады.

Несие нарықтары банкаралық және ақшалай болып бөлінген. Күнделікті банкілердің мезгіл бойынша активті және пассивті операцияларының теңелетін банкаралық нарыққа тек қана банкілердің қатысуға мүмкіндігі бар. Қатысушылар мен келісім объектілерінің құрамы көбірек болатын ақша нарығы болып табылады. Оған банкілерден басқа кәсіпорындар, қаржы мекемелер, сақтандыру компаниялары және зейнетақылық қорлар қатыса алады. Ұзақ мерзімге ақша қорларын сатып алу және сату келісімдері алғашқы және екінші қаржы нарықтарында жүргізіледі. Алғашқыларға облигациялардың және акциялардың эмиссиясы жатады, ал екіншіге – қор биржа.

Ақша-несие саясаты экономикалық саясаттың тек бір элементі болып келеді. Демек, оның стратегиялық мақсаттары елдің жоғарғы органдарымен анықталатын глобальды стратегияның бір бөлімі болып келеді. Жүйенің бір элементі болып ақша-несие саясаты тек қана анықталған жалпы мақсатқа жетуге жағдай жасайды. Өз алдына ол қажетті нәтижелерге жеткізуге мүмкіндігі жоқ.

Ақша несие саясатының стратегиясын жасау екі кезеңді ұсынады: оның ең маңызды ақырғы мақсатын анықтау; монетарлы өкіметтерге делегирленген аралық мақсат пен өкілеттіктерді анықтау.

Мемлекеттік органдардың басты мақсаты белгілі бір саясатты таңдап және оны орындап жоғарғы тұрақтылыққа жету және сол тұрақтылықты ұзақ дәуір ағымына сақтау болып табылады. «Жалпы экономикалық тұрақтылық» ұғымы негізінен макроэкономи-

калық параметрлердің күй-жағдайының айқын болуын көрсетеді, атап айтқанда: өндірістің тұрақты өсуі, тұрақты бағалар, жұмысшы күшінің толық жұмыс бастылығы және төлем балансының дұрыс сальдосы.

Ақша-несие саясатының мақсаттары оның стратегиясы болып көрсетіліп, былай классификациялады: іс-әрекет шегімен – ішкі және сырт қылар, іс-әрекет уақытымен – аралық және ақырғы. Ішкі және сыртқы, аралық және ақырғы мақсаттардың шектелуі олардың абсолютті қарама-қарсы қойып салыстырылмай қабылдануға тиісті. Негізінен олардың арасындағы байланыстарының бар болғанын шамалайтын жалпы ақша-несие саясаты ғана болып отыр.

Ақырғы мақсаттар. Ақырғы мақсаттарды анықтағанда «сиқыршылық төрт бұрыш» туралы жиі сөйлейді, оның шектері макроэкономикалық көрсеткіштер схемасында көрсетілген. Экономикалық саясаттың мәні осы параметрлердің оптималды үйлестіруінде жатыр.

Ақырғы мақсаттар арасында бір мақсат бар, оны орындау орталық банкінің жауапкершілігінде жүктеледі: күрес ұлттық валютаның ішкі және сыртқы құнын сақтау үшін инфляциямен. Бұл мақсат ақша активтерінің эмиссияларында емес, жинақтардың тұрақты артуына айрықша жағдай жасайтын инвестициялық қаржыландырудың нарықтық механизмдерінің даму жолымен шешіледі. Ақша-несие саясаты инфляцияның ақшасыз себептерімен күресе алмайтыны айдан анық. Құрылымдық және әлеуметтік факторлар экономикалық саясаттың басқа құралдарымен жойылуға тиісті (табыстар саясатымен, сауда-өнеркәсіптік құрылымдар саясатымен және т.б.).

Аралық мақсаттар. Орталық банкілер аралық ретінде ақырғы мақсаттардың орындалуына қолайлы мақсаттар анықтайды. Аралық мақсаттардың анықтамасы бірнеше болжамдардың қатарында құрылады. Аралық мақсаттар (мысалы, ақша массасы) мен ақырғы мақсаттар (мысалы, бағалар) арасында біршама байланыс бар. Басқаша айтқанда, ақша-несие саясатының аралық мақсаттан ақырғыға трансмиссия процесі тұрақты және жеткілікті түрде көрсетілген. Орталық банк оның бұйрығында бар құралдарға байланысты мақсаттардың бірлігін көрсете білуі тиіс.

Календарлық жылға ұсынылған аралық мақсаттарды ресми жариялай отырып орталық банк, болжауға арналған негізгі нүктені орнатып, сөйте тұра «құлағдар ету күшті әсерін» іске асыра алады. Оған қоса, ақша-несие саясаты табыстар саясатына қарағанда аса жеңіл өткізіледі, сонымен қатар экономикаға азырақ «ауырғыш» әсер көрсетеді.

Орталық банкі аралық мақсаттардың екеуінің біреуін ғана таңдау мүмкіншілігіне ие: пайыздық ставка немесе ақша массасы, немесе екі мақсатты бірге таңдайды. Бұл дегеніміз, ақша-несие саясатының стратегиясы сандық мақсаттардың екі категориясымен көрсетіледі: ақшалардың сынымен және несиелердің көлемімен.

Экономикасы дамыған елдердің орталық банкілері экономикаға әсер етудің белгілі бір әдістеріне ие. Оларға дәстүрлі түрде мыналар жатады: минималды резервтер саясаты; депозиттық саясат; есептік және кепілдік саясатын қосатын ұлттық несие жүйесін қайта қаржыландыру; ашық нарықтағы операциялар; валюталық саясат. орталық банк ақша-несие саясатының стратегиялық концепциясын жасайды, ол мақсаттарға жету үшін құралдар қолданылады. Сонымен қатар құралдардың белгілі бір құралдарын қолдануда реттелетін экономика күй-жағдайы ғана емес, сонымен қатар орталық банкінің банкілік жүйемен өзара қатынастарындағы дәстүрлері үлкен роль ойнайды.

Кейбір елдерде ақша-несиелік реттеудің негізгі түрлері заңмен бекітілген. Мысалға, Австрия мен Германияны айтуға болады, онда орталық банкілер құралдардың стандартты түрлерін қолданады. Англияның орталық банкінінің жүргізетін саясаты мүлдем заңмен реттелмейді, және әрбір нақтылы кезеңде Англия Банкісі ақша нарығына әсер етудің жаңа әдістерін қолданады. Сондықтан да Англия Банкінінің қолданылатын ақша саясатының негізгі құралдарын ерекшелеп көрсету жеткілікті түрде қиын, өйткені олардың жиыны саяси режимге аса тәуелді болады, яғни билік басында консервативті немесе лейбористік өкіметтің ауысып отыруы жиі болып тұрады. Неміс федералдық банкісі заңмен көрсетілген құралдарды модернизациялау жолын ұстанып отыр. Сөйте тұра неміс феде-

ралдық банкісі ақша-несие саясатының түрлі механизмдерін қолданады.

Ұзақ мерзімдік аспектіде орталық банк стратегиясының компромистікі вариантын таңдау туралы айтуға болады. Қазіргі кезде реттеудің әкімшілік механизміне қарағанда нарықтық механизмге үлкен маңызды бөліп отыр. Ұлттық Банк үшін өтпелі экономика шарттарында Австрияның және Германияның орталық банкілерінің тәжірибесін қолдану аса тиімдірек келеді, яғни ақша-несие саясатының құралдары заңменен бақылануы керек, сонымен қатар танымайтын әдістерді эксперименталды түрде пайдаланғанша қолда бар құралдарды тиімді қолданған дұрыс және маңызды болып табылады.

Орталық банкінің концепциясын бірнеше критериялар негізінде мінездемелерге болады. Орталық банкілердің стратегиясын классификациялаудың негізгі принциптерінің бірі болып қызмет ететін ақша массасының өсу қарқынын реттеу немесе ұлттық ақша бірлігінің басқа бір тұрақты шетел валютасына қатысты валюталық курсын реттеуге бағдарлану, яғни ішкі және сыртқы көрсеткіштер (1 кестені қараңыз).

Кесте 1. Валюталық курсты реттеудің ішкі және сыртқы көрсеткіштері

Ішкі көрсеткіштерге Бағдарлану	Сыртқы көрсеткіштерге бағдарлану
Ақша массасының өсу қарқынын реттеу	Ұлттық ақша бірлігінің валюталық курсын реттеу
Ескерту - Автормен құрастырылған: Нуреев Р.М «Ақша, Банк және ақша несие саясаты». Мәліметтер негізінде алынған.	

Мысалға Неміс федералдық банкісі жұмысының негізгі мақсаты ұлттық ақша бірлігінің тұрақтылығын қамтамасыз ету болып табылады. Тұрақтылықты ішкі және сыртқы деп бөледі (ішкі дегенімізде инфляциясыз дамуды, ал сыртқыда – неміс маркасының валюталық курсының тұрақтылығын айтамыз). М3 индексі анықтайды, ол өзіне қолма-қол ақшалардың көлемін және резиденттердің ұлттық несие институттарында сақтайтын келесі салымдардың түрін қамтиды: талап еткенге дейінгі салымдар, 4 жылға дейінгі салымдар, жәй жинақ салымдары.

Айта кететін бір жайт ақша массасы Ұлттық Банкінің және екінші деңгейдегі банкілердің баланстарының шоттары консолидациясы негізінде анықталады және келесі компоненттерден тұрады:

1. М0 (айналыстағы қолма-қол ақшалар, яғни банк жүйесінен тыс ақшалар);

2. М1 (айналыстағы қолма-қол ақшалар және теңгедегі халықтың және банкілік емес заңды тұлғалардың аудармалы депозиттері);

3. М2 (айналыстағы қолма-қол ақшалар және теңгедегі халықтың және банкілік емес заңды тұлғалардың аудармалы депозиттері, теңгедегі басқа да депозиттер және шетел валютасындағы халықтың және банкілік емес заңды тұлғалардың аудармалы депозиттері);

4. М3 (М2 агрегатының және басқа да шетел валютасындағы банкілік емес заңды тұлғалардың аудармалы депозиттері сомасына тең).

Ақша базасы (резервтік ақшалар) ҚҰБ-нен тыс қолма-қол ақшаларын және екінші деңгейдегі банкілердің аудармалы депозиттерін қосады.

Ақша массасын елдің жалпы экономикалық ахуалына байланысты реттеген кезде ақша массасының өсуін ынталандыру шаралары (экспансиялық несие саясаты) және оның өсуін тоқтату шаралары (рестирикциялық несие және дефляциялық саясат) деп айырады. Ұлттық ақша бірлігінің валюталық курсын реттеу орталық банкінің стратегиясының екінші варианты ретінде экспортқа бағытталған дамыған экономикасы бар Европа елдері қолданады. Мысал ретінде Австрия, Бельгия, Нидерландығы келтіруге болады. Австриялық Ұлттық банкісі қайта қаржыландыру саясатының шеңберінде есептік ставканың өзіндік мөлшерін мүлдем белгілемейді, өйткені австриялық шиллинг неміс маркасына бағаланбаған. Австриялық Ұлттық банкісі есептік ставканы Неміс федерал банкісі-

нің есептік ставкасымен бір деңгейде немесе одан төмен деңгейде ұстауы керек. Австриялық банкінің негізгі мақсаты валюталық саясатты жүргізе отырып ұлттық валюта мен неміс маркасының бағамдарының арасында тұрақты пропорцияны сақтап отыру.

Орталық банкі өзінің бұйрығында ақша-несие сферасын реттеуге көмектесетін құралдары болады. Бұл құралдар барынша көп әрекеттілікке ие болуға тиісті және оны орталық банкі белгілі бір экономикалық жағдайда қолданады. Ақша-несие саясатының құралдарын осылай бағалаудың критериясы орталық банкінің экономикалық реттеу мақсаттарын дәлірек іске асыру қабілеттілігін түсіндіреді.

Орталық банкінің құралдарына қойылған келесі талабы оның бөлек топтар немесе барлық несие институттардың бәсеке қабілеттілігіне әсер етуінің біркелкілігі болып табылады. Біріншіге сауда банкілерінің бір бөліміне әсер ету шаралары жатады. Мысалы, Германияда әр түрлі бөлек несие институттар үшін міндетті резервтер бойынша әр түрлі ставкалар қою; Ресей банкінінің валюталық лицензия беру тәжірибесі. Екінші топ барлық несие институттерге тиесілі шараларды қамтиды. Үлгі ретінде, орталық банкінің рестрикциялық есептік саясатын өткізу болып табылады.

Жоғарыда аталған талаптар есепке ала отырып, орталық банкінің барлық құралдарын бірнеше белгілердің негізінде сипаттауға болады:

- Дәстүрлі немесе дәстүрлісіз;
- Әкімшілік немесе нарықтық;
- Жалпы әсер ету немесе сұрыпталған бағыттылық;
- Тіке немесе жанама әсер ету;
- Қысқа мерзімді, орта мерзімді немесе ұзақ мерзімді.

Дәстүрлісіз операциялар халықаралық қаржы нарығында жағдайлардың өзгеруімен орайлас пайда болды. Әсіресе, өзінің қажетті құралдарын таңдауда ерікті Англия банкісі үшін дәстүрлісіз реттеу шаралар әдеттегі жағдай болып табылады.

Әкімшілікке директивалардың формаларын, нұсқаулардың және ережелердің түрін иеленетін құралдар жатады, сонымен қатар ұлттық банкіден шығатын және несие институттарының іс-әрекеттеріне және таңдау еркіндігіне шек қоюға бағытталған алдын ала белгіленгендер жатады. Әкімшілік әдістер дамушы экономикасы бар орталық банкілерге тән. Әкімшілік әдістердің арқасында Ұлттық банкі өзінің бақылау функциясын жүзеге асырып отырады.

60-шы жылдарда барлық европалық елдерде сауда банкілердің пайыздық ставкасын әкімшілік реттеу тәжірибесі кең қолданылған. Қазіргі кезде осы шек қоюлар Германияда, Данияда және Ұлыбританияда ғана толық алып тасталған. Әкімшілікке әдістерге сонымен қатар орталық банкіде несие институттерінің минималды резервтерін ұстауы жатады.

Нарықтық сипатындағы құралдардың мәнінде орталық банкінің ұлттық несие жүйесіне ақша нарығы мен капитал нарығында белгілі бір жағдайларды құрастыру жолымен әсер етуді айтады.

Соңғы он жыл ішінде өндірісі дамыған елдерде экономикалық реттеу процесінде нарықтық әдістерді пайдалану ұмтылысы анық көрініп жүр. Көптеген Европа елдерінде капиталың қозғалысы либерализацияланып, ашық нарықта операциялардың қолданылуы кең өріс алып отыр. Дәл осылай, 1991 жылы Австрияда несие институттарының ірі ақша сомаларына шетелдік операцияларын жасағаны туралы орталық банкілерге мәлімет беру жүйесі алынып тасталды.

Орталық банкінің экономикалық реттеуі тіке және жанама әсер етуі мүмкін. Мысалға, есептік саясатты жүргізгенде ақша нарығындағы жағдайды жанама реттеу жасалады, сонымен қатар бір уақытта капитал нарығындағы жағдайға жанама әсер жасалады.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Банковское дело / Под ред. О.И. Лаврушина. - М.: «Финансы и Статистика», 2000.
2. Банковское дело/ Под ред. д-ра экон. наук Г.С. Сейткасымова. – Алматы: «Қаржы-қаражат», 2008.
3. Банковское дело: Стратегическое руководство. / Под ред. В. Платонова, М. Хиггинса. –

М.: «Консалтбанкир», 2008.
4. Банковская система за десять лет независимости. / Авторский коллектив под рук. Н.К. Абдулиной. – Алматы, 2001.
5. Волынский В.С. Кредит в условиях современного капитализма. – М.: «Финансы и статистика», 2002.

УДК 334.7(574)

КӘСІПОРЫН ТАБЫСТЫЛЫҒЫН АРТТЫРУ ӘДІСТЕРІНІҢ МАҢЫЗДЫЛЫҒЫ

Бахтыбаева А.Б.

Автор туралы мәліметтер. Бахтыбаева Аяужан Базарбекқызы - «Экономика» мамандығының студенті С. Аманжолов атындағы ШҚМУ

Аннотация. Кәсіпорында орын алатын барлық процестердің түпкі мақсаты – кірістің көлемін шығынды азайту немесе өндіріс көлемін арттыру арқылы көтеру болып табылады. Мақалада рентабельділік пен кірістіліктің негізгі тенденциялары қарастырылады. Пайда түсу экономикадағы негізгі қозғаушы күш болып табылады. Шығындардың өсуі өзін-өзі қаржыландырудың қаржылық қажеттілігіне байланысты өсіп отырады және нарықтық экономикадағы кәсіпорын нысандарын анықтайды. Экономикалық қызмет – табысты жұмыс істеудің алғышарты.

Түйін сөздер. Табыс, кірістілікті арттыру, кірістілік, пайда өсімі.

Сведения об авторе. Бахтыбаева Аяужан Базарбекқызы – студентка специальности «Экономика» ВКГУ им. С. Аманжолова

Аннотация. Конечной целью всех процессов, происходящих на предприятии, является повышение рентабельности за счет сокращения затрат или увеличения объемов производства. В статье рассматриваются основные тенденции рентабельности и прибыльности. Прибыль в экономике является главной движущей силой. Рост затрат зависит от финансовой потребности в самофинансировании, определяет форму предприятия в условиях рыночной экономики. Экономическая деятельность является необходимым условием для успешного функционирования.

Ключевые слова. Доход, повышение доходности, рентабельность, рост прибыли.

About the author. Bakhtybayeva Ayauzhan - undergraduate student of major “Economics” at EKSU named after S. Amanzholov.

Annotation. The ultimate goal of all processes taking place in the enterprise is to increase profitability by reducing costs or increasing production volumes. The article discusses the main trends of cost-effectiveness and profitability. Profit in the economy is the main driving force. The growth of costs depends on the financial need for self-financing, determines the form of the enterprise in a market economy. Economic activity is a prerequisite for successful operation.

Keywords. Income, profitability increase, profitability, profit growth.

Кәсіпорында болып жатқан барлық процестердің түпкі мақсаты – табысты (пайда) ұлғайту, бұл шығындарды төмендету немесе өндіріс көлемін ұлғайту есебінен болуы мүмкін.

Сонымен қатар табыс есебінен кәсіпорынның бюджет, банк, басқа кәсіпорындар мен ұйымдар алдындағы міндеттемелерінің бір бөлігі орындалады. Осылайша, табыс кәсіпорынның өндірістік және қаржылық қызметін бағалаудағы маңызды көрсеткіш болып табылады. Ол іскерлік белсенділіктің дәрежесін және қаржылық әл-ауқатын сипаттайды.

Жаңа немесе жұмыс істеп тұрған кәсіпорындарды дамытуда табыстылық бірінші кезектегі ынталандыру құралы болып табылады. Табыстылық кәсіпкерлерді ресурстарды ұштастыруда тиімді тәсілдерді іздестіруге, сұранысқа ие болатын жаңа өнімдерді ойлап табуға, өндіріс тиімділігін арттыруға уәде беретін ұйымдастырушылық және техникалық жаңалықтарды қолдануға ынталандырады. Пайдамен жұмыс істей отырып әрбір кәсіпо-

рын ортаның экономикалық дамуына өз үлесін қосады, мемлекеттік байлықтың және халықтың әл-ауқатының өсуіне ықпал жасайды.

Экономикалық теорияда табыстың екі түрін қарастырады:табыс тек жеке шаруашылық ұғымы ретінде, яғни микро деңгейде: жалдық кірістер, кәсіпкерлік қызметтен түскен табыс. Екіншіден, халық шаруашылығы ретінде, яғни макро деңгейде. Бүгінгі таңда пайда кәсіпкердің салған капиталына алынған табысы ретінде қарастырылады. "Пайда" қазіргі заманғы ұғымын И.А. Бланк жалпы түрде береді, ол пайданы «кәсіпкердің салынған капиталға алынған ақша түріндегі таза табысы, кәсіпкерлік қызметтің жүзеге асу, аспау тәуекелі үшін алған сыйақысы ретінде сипатталады, осы қызметті жүзеге асыру барысындағы жиынтық табыс пен жиынтық шығын арасындағы айырмашылықты білдіреді» [2, б. 38].

Бұл анықтама пайданың нарық жағдайында негізгі сипаттамаларын ашып көрсетеді:

- пайда кәсіпкердің белгілі бір қызмет түрін жүзеге асыратын және өзінің капиталын белгілі бір коммерциялық табысқа қол жеткізу мақсатында салған табыс табу нысанын білдіреді;
- пайда кәсіпкердің бизнеске салған капиталының кепілдендірілген табысы емес;
- пайда кәсіпкерлік қызмет процесінде алынған барлық табысты емес, тек қана осы қызметті жүзеге асыру барысында пайда болған шығындардан тазартылған бөлігін сипаттайды;
- пайда ақша түріндегі көрсеткіш болып табылады.

Табыстылықты талдау қаржылық нәтижелердің есебі негізінде орындалады, үдемелі қорытындыдан аралық есеп үшін ауыстырылған.

Табыстылықты талдауды кәсіпорын қызметінің жеке бағыттарының табысының жалпы сипаттамасынан бастау қажет, сондай-ақ талдау жасалып отырған кезең ішінде табыстылық динамикасының өзгеруін сипаттау қажет.

Талдау жасалып отырған кезең ішінде қандай негізгі себептердің әсерінен алынып отырған пайданың көлемі өзгерді осыны анықтау қажет. Мысалы, сатудан түскен түсімнің өзгеруі, айнымалы немесе тұрақты шығындардың өзгеру деңгейі, басқа да операциялық және өндірістен тыс кірістер (шығыстар) өзгеруінен болуы мүмкін. Өз кезегінде, сатудан түскен түсімнің өзгеруі сатылатын өнімнің номенклатурасының өзгеруіне байланысты болуы мүмкін(нарықта әр түрлі сұранысқа ие өнімдер сатылады), маркетингтік қызметтер жұмысының өзгерісіне, өткізілетін өнім бағасының өзгеруіне және т.б. байланысты болуы мүмкін. Айнымалы шығындардың шамасы сатылатын өнім номенклатурасының өзгеруі (әр түрлі бұйымдарды өндіруге шығын деңгейі әр түрлі болады), сатып алынатын материалдар мен шикізаттар бағасының өзгеруі салдарынан өзгеруі мүмкін. Тұрақты шығындар жаңа қорларды іске қосу, өнім өндіру технологиясының өзгеруі, тұрақты шығындарды құрайтын бағалардың өзгеруі нәтижесінде әр түрлі болуы мүмкін.

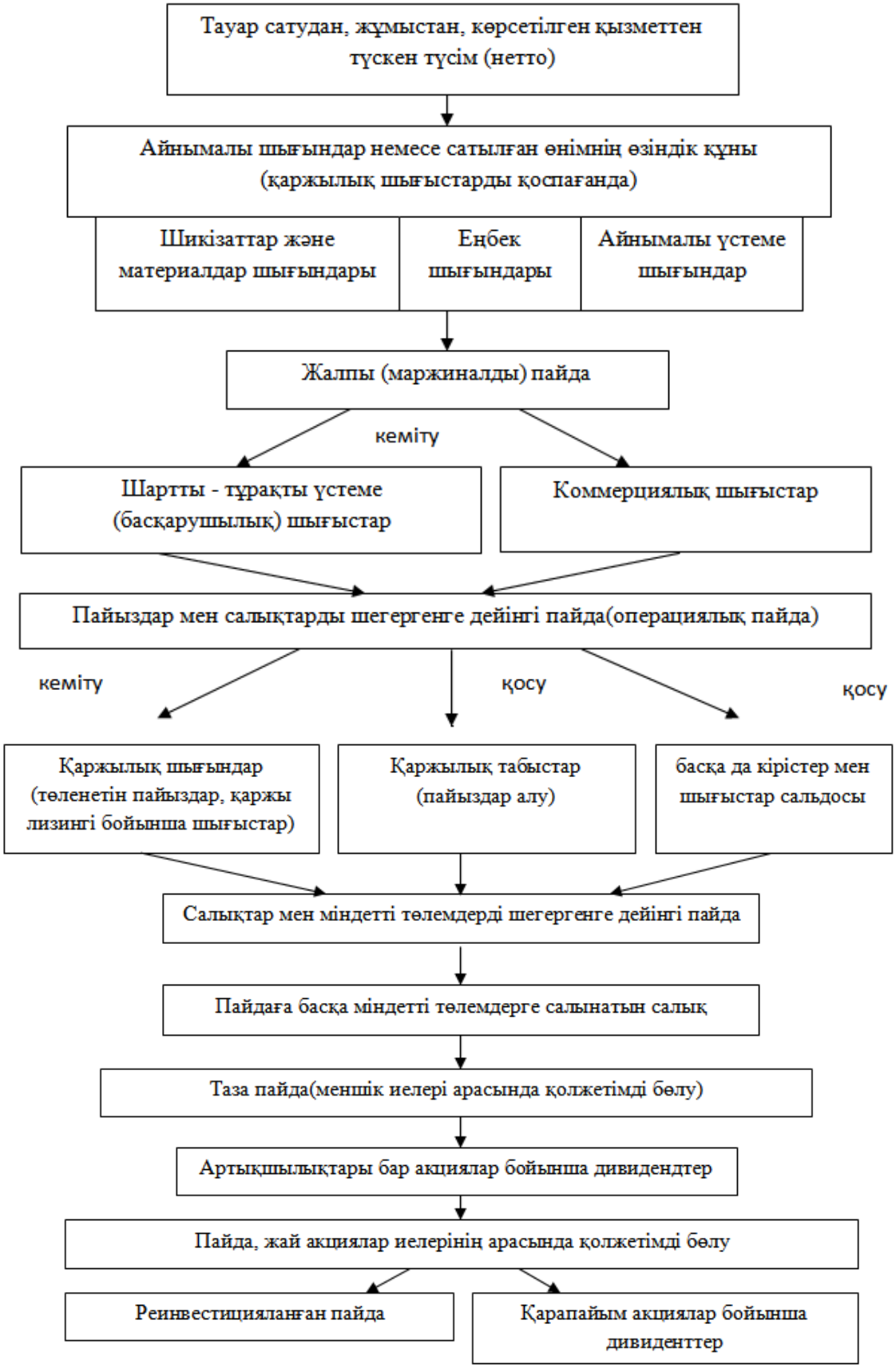
Келешекте кәсіпорын тұрақтылығы тұрғысынан қарағанда табыстың негізгі бөлігі кездейсоқ сипаттағы өзге де операциялар есебінен емес (өзге операциялық және өткізуден тыс табыстар), негізгі қызмет түрінен қалыптасуы орынды болар еді.

Егер ұйым қызметінің нәтижелері өзге де операциялық және өндірістен тыс кірістер мен шығыстар шамасымен анықталатын болса, онда оларды егжей-тегжейлі талдау және бақылау қажет.

Басқа операциялық және өндірістен тыс қызметті талдау үшін Баланс және №2 нысандағы ақпарат, аналитикалық есеп құжаттары жеткіліксіз.

Табыстылықты талдау кезінде кәсіпорын жеке қарастырылады және негізгі қызмет нәтижелері, өзге де операциялар және ұйым қызметін тұтастай алғанда бір-бірімен салыстырылады.

Кәсіпорын қызметінің процесі табыстар мен шығыстардың өзара байланыстарын көрсету нәтижесінде сол немесе өзге де пайда көрсеткіштерін бөліп көрсетуге болады, 1-суретте келтірілген.



1-сурет коммерциялық ұйым табысы мен шығысының өзара байланысының схемасы [3, б. 49]

Пайда кәсіпорын дамуының негізгі ынталандырушысы болып табылады. Табыстылық кәсіпкерлерді сұраныс пайда болуы мүмкін жаңа өнімдерді ойлап табуға, өндіріс тиімділігін арттыруға уәде беретін ұйымдастырушылық және техникалық жаңалықтарды қолдану ресурстарды ұштастырудың тиімді әдістерін іздеуге итермелейді.

Пайда (табыс) сомасын ұлғайтудың негізгі көздері бұл сатылатын өнім көлемін ұлғайту, оның өзіндік құнын төмендету және т.б. (сурет 2).

Сурет 2. Өнім сатудан түсетін табыс көлемін ұлғайту үшін резервтер көздері

Кәсіпорынның табыстылығы айтарлықтай дәрежеде мемлекеттің ықпалына байланысты. Мемлекет әрекеті, негізінен салық есебінен көрінеді. Қазіргі таңдағы Қазақстан Республикасында қолданылатын салық жүйесі жергілікті және республикалық деңгейлерде ауқымды және сараланған.

Кәсіпорынның ақша қаражаттарын жинақтаудың негізгі көзі – өнім сатудан түсетін түсімдер, атап айтқанда, осы өнімді өндіруге және сатуға кеткен материалдық, еңбек және ақшалай шығындарды шегеріп тастағандағы бөлігі.

Сондықтан кез-келген кәсіпорын негізгі міндеті қаражатты тиімді жұмсаудың, үнемдеудің қатаң режиміне бағыну арқылы ең төменгі шығындардан көбірек пайда табу болып табылады.

Өнімді өндіруге және сатуға кеткен шығындар оның өзіндік құнының құрылымын және деңгейін анықтайды. Ол баға құрылымында айтарлықтай үлесті алады, сондықтан өзіндік құнның төмендеуі өзге тең жағдайларда пайданың өсуіне айтарлықтай әсер етеді.

Осыдан, кәсіпорынның негізгі шығынсыз жұмысының көрсеткіші болып табылатын пайда өсімі, ең алдымен өнім өндіруге кеткен шығындардың төмендеуіне, сондай-ақ сатылатын өнім көлемінің ұлғаюына, тұтынушылар талаптарына жауап беретін және жоғары сұранысқа ие өнімдер мен тауарларды өндіруге байланысты.

Өзіндік құнның төмендеуіне жұмыс уақытын тиімді пайдалану сияқты іс-шаралар әсер етеді:

- қызметкерлердің санын анықтау және оңтайлы ұстап тұру;
- біліктілік деңгейлерін арттыру, еңбек өнімділігінің орташа жалақымен салыстырғанда жылдам өсуін қамтамасыз ету;

- еңбекақы төлеуде прогрессивті жүйені қолдану;
- еңбек жағдайын жақсарту;
- өндірістік процестерді механикаландыру және автоматтандыру;
- жоғары сапалы жұмысқа ынталандыру.

Материалды немесе энергияны көп қажет ететін салалар үшін өзіндік құнды төмендетудің басты бағыты бұл энергия ресурстарын және материалдарды үнемдеу болып табылады.

Кәсіпорындағы материалдық ресурстарды пайдалануды жетілдірудің негізгі жолдары келесілер:

- жаңа және қалдықсыз технологияларды енгізу;
- кәсіпорынның нормативтік базасын жетілдіру;
- озық материалдарды енгізу және пайдалану;
- шикізат пен материалдарды кешенді пайдалану;
- өндіріс қалдықтарын пайдалану;
- өнім сапасын жақсарту және брак тауарлардың пайызын азайту.

Кәсіпорын табыстылығына әсер ететін маңызды фактор өндіріс көлемінің өзгеруі болып табылады. Неғұрлым сату көлемі жоғары болса, соғұрлым кәсіпорын жоғары пайда алады және керісінше.

Ағымдағы экономикалық жағдайда өндіріс көлемінің төмендеуі, бағаның көтерілуі сияқты қарсы факторларды есептемегенде, сөзсіз пайда көлемінің төмендеуіне әкеледі. Осыған байланысты техникалық жаңару мен өндірістің тиімділігін арттыру негізінде өнім өндіру көлемінің өсуін қамтамасыз ету үшін шұғыл шаралар қабылдау қажеттігі туралы қорытынды жасалады. Өз кезегінде, кәсіпорындар арасындағы есеп айырысу - төлем қатынастарын жақсарту өнімдерді сату шарттарын жақсартуға көмектеседі, демек, пайданың өсуіне де ықпал жасайды.

Кәсіпорын қызметіне әр түрлі факторлар әсер етеді, оларды ішкі және сыртқы деп бөлуге болады. Сыртқы факторлар кәсіпорынның өндірістік және қаржылық ресурстарының пайдалану деңгейін анықтайды. Олар кәсіпорынның экономикалық көрсеткіштерінің деңгейінде көрсетіледі, бірақ кәсіпорынның қаржылық-экономикалық қызметінің тиімділігін арттырудың негізгі факторы, әдетте ішкі факторлар болып табылады. Ішкі факторлар кәсіпорын қызметіне байланысты және түпкілікті нәтижелілігін анықтайды. Факторлардың классификациясы қаржылық-экономикалық қызметті модельдеуге және өндірістің тиімділігін арттыру үшін ішкі шаруашылық резервтерді жан-жақты іздеуге мүмкіндік береді.

Өндірістің қарқындылығы ең алдымен, өндіріс нәтижесі шығындарға қарағанда жылдамырақ өсуін қамтамасыз етеді, салыстырмалы түрде азырақ ресурстарды пайдалана отырып, үлкен нәтижелерге қол жеткізуге итермелейді. Осылайша, өндірісті қарқындату дәрежесін талдаудың негізгі міндеті – бұл кәсіпорын ресурстарын интенсивті және экстенсивті пайдалану резервтерін іздестіру болып табылады.

Экстенсивті даму көрсеткіштеріне ресурстарды пайдаланудың сандық көрсеткіштері жатады:жұмыскерлердің саны, жұмсалған еңбек заттарының саны, амортизация көлемі, өндірістік қорлар және айналым құралдарының көлемі.

Интенсивті даму көрсеткіштеріне – ресурстарды пайдаланудың сапалық көрсеткіші, яғни еңбек өнімділігі, материал қайтарымы, қор қайтарымы, айналым қаражатын бекіту коэффиценті.

Сондай-ақ есептеулерде экономикалық көрсеткіштер қолданылады. Олардың ішінде:жалақы, негізгі өндірістік қорлар және айналым құралдарының айналымдылығы.

Осылайша, нарықтық қатынастар жағдайында әрбір кәсіпорынның басты міндеті оның болашақтағы қызмет жағдайының өзгерісін негізге ала отырып баға беру болып табылады. Кәсіпорынды басқарудың балама шешімдерін қабылдау үшін өндірістің стратегиялық және қаржылық-экономикалық көрсеткіштерін жоспарлаудың озық жүйесі қажет. Кәсіпорынның стратегиялық жоспарлау үрдісіндегі мақсаттарының бірі оның іскерлік белсенділігінің және қызметінің шарттарына байланысты экономикалық әдістерінің деңгейін

гейін егжей-тегжейлі анықтау болып табылады.

Шығындардың ең үлкен төмендеуі ресурстарды үнемдейтін технологияларды енгізу арқылы қол жеткізуге болады, бұл өз кезегінде пайдаланылатын материалдық және еңбек ресурстарының көлемінің өзгеруіне әсер етеді.

Табыс – кәсіпорынның қаржылық қызметін ұйымдастырудағы маңызды көрсеткіш болып табылады.Ол кәсіпкерлік қызметтің қаржылық нәтижесін сипаттайды. Өндіріс тиімділігін, өндірілген өнім көлемі мен сапасын, еңбек өнімділігінің жай-күйін, өзіндік құнды неғұрлым толық көрсететін көрсеткіш.

Осылайша, табыс ұйымның дамуында және оның иелері мен қызметкерлерінің мүдделерін қамтамасыз етуде басты рөл атқарады.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Шемлер К. Прибыль корпорации / Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб: «Питер», 2013.
2. Артеменко В.Г., Беллендир М.В. Прибыль предприятия. – М.: ДИС, 2013.
3. Балабанов И.Т. Финансовый менеджмент. - М.:. «Проспект», 2014.

УДК 338.5(574)

БАҒАҒА ӘСЕР ЕТЕТІН ФАКТОРЛАР ЖӘНЕ БАҒА БЕЛГІЛЕУ ТӘРТІБІ

Муканов И.Е.

Автор туралы мәліметтер. Муканов Имиджан Ерхатұлы – «Экономика» мамандығының студенті С. Аманжолов атындағы ШҚМУ

Аннотация. Мақалада мәні мен мазмұны, бағасы және баға белгілеуі жайлы түсіндіріледі. Факторлар бағасы анықталады. Авторы баға белгілеу процедурасы жан-жақты болып табылады деп санайды.

Түйін сөздер. Бағасы, бағаны қалыптастыру әсер ететін факторлар, баға әдістері, баға белгілеу.

Сведения об авторе. Муканов Имиджан Ерхатұлы – студент специальности «Экономика» «Экономика» ВКГУ им. С. Аманжолова

Аннотация. В статье объясняется значение и содержание цены и ценообразования. Определяются факторы, влияющие на цену. Автор считает, что процедура ценообразования является всеобъемлющей.

Ключевые слова. Цена, ценообразование, факторы, влияющие на цены, методы ценообразования.

About the author. Mukanov Imidzhan - undergraduate student of major “Eonomics” at EKSU named after S. Amanzholov.

Annotation. The article explains the meaning and content of price and pricing. The factors affecting the price are determined. The author believes that the pricing procedure is comprehensive.

Keywords. Price, pricing, factors affecting prices, pricing methods.

Баға – нарық реттеушісі, ол тауарлардың нақты түрлерін өндіруге мүмкіндік береді немесе тежейді, сұранысты шектейді немесе ұлғайтады, осылайша белгілі бір өнімнің өндірісі мен тұтынуына тікелей немесе жанама әсер етеді. Бағаға деген маркетингтік көзқарастың классикалық теориядан айырмашылығы тұтынушының сұранысына, мұқтаждықтарына және талғамына, сонымен қатар, нарықтың құбылмалы жағдайына байланысты бағаның икемділігінен көрінеді. Тұтынушыны өндіріс шығыны емес, оның нәтижесі, тауардың пайдасы мен сапасы, қажеттілігін қанағаттандыру деңгейі қызықтырады [1].

Баға – шығындарды талап етпейтін, ерекше күш-жігерсіз - ақ кіріс әкелетін маркетинг-микстің ең икемді элементі. Өндірістің бәсекеге қабілеттілігі, сату көлемі, рента-

бельділік және тағы басқа экономикалық көрсеткіштер көбіне баға қою бойынша дұрыс шешім қабылдауға байланысты. Кәсіпорынның баға саясатын жасайтын маркетинг бөлімдерінің маңызды міндеті – өткізу бағасын белгілеу және өзгерту.

Баға жөніндегі маркетингтік шешімдерге мыналар жатады: бағаның төменгі және жоғары деңгейін, олардың фирма мақсаттарына, тауар сапасына, сұранысқа, бәсекелестердің баға саясатына, ТӨЦ (тауардың өмірлік циклі) пен басқа факторларға байланысты өзгеруін анықтау, оңтайлы өткізу бағаларын белгілеу және жеңілдіктер жүйесін жасау. Осыған орай маркетингтің баға саясаты фирманың өз мақсаттарына нақты бағаларды белгілеу негізінде жету жолдарын межелейді.

Түпкілікті бағаны бекіту – маркетинг қызметінің өте жауапты кезеңі, өйткені ол кәсіпорын іс-әрекетінің көрсеткіштеріне әсерін тигізеді. Өткізу бағаларын қалыптастыру немесе өзгерту барысында маркетингтік мақсаттарды, бәсекелестердің іс-қимылын есепке ала отырып, баға белгілеудің дәстүрлі әдістерін үйлестіріп қолдану керек. Жоғары бағалар – тауар өткізуді тежейді, ал төмен бағалар – бәсекелестердің назарын аудартады, сондықтан нарықтық жағдайды үнемі талдап отыру керек.

Нарық жағдайында баға әр түрлі факторлардың тығыз байланысының нәтижесінде құралады, бұл факторлар есепке алынбайынша бағалар деңгейін анықтау мүмкін емес. Мұндай факторлар өте көп және олардың бәрін баға белгілеу кезінде анықтау, бағалау, есепке алу қиын. Сондықтан нақты бағаны таңдау осы факторларды талдаудан басталады.

Өндіріс шығындары. Өндіріс шығындары көбінесе мемлекеттің экономикалық жағдайына және салалық орташа өзіндік құнды бейнелейтін өндірістің қоғамдық шығындарына байланысты.

Бағаның негізгі элементі – өзіндік құн, ал оның құрылымының маңызды бөлігін материалды шығындар құрайды.

Өзіндік құнды азайту үшін факторлық талдау жүргізіп, жаңа технологияларды енгізу, өндірісті ұйымдастыруды, еңбек өнімділігі мен басқаруды жақсарту есебінен оны түсіру жолдарын анықтау қажет. Өнімнің өзіндік құнының азаюы пайда мен рентабельділіктің артуына едәуір әсер етеді. Өнім бағасына кіретін рентабельдіктің деңгейі өндірісті кеңейтуге, шығындарды жабуға және бюджетке салық пен төлемдерді төлеуге жеткілікті болуы тиіс.

Шығындардың өзгермелі және тұрақты деген 2 түрі болады.

Тұрақты шығындар - ол өндіріс пен өткізу көлеміне қатыссыз шығындар. Компания өндіріс көлеміне қарамастан, ай сайын жалға алу ақысын, несие пайызын, жылу ақысын, жалақыны және т.б. төлеуге міндетті. Бұлар тұрақты шығындарға жатады.

Өзгермелі шығындар – өндіріс көлеміне тікелей байланысты болатын шығындар. Өнімнің әрбір бірлігі үшін шығындар тұрақты болып қалады, бірақ олардың жиынтық көлемі өндіріс көлеміне байланысты өзгереді. Бұлар – шикізат, материалдар, құрал-жабдықтар және т.б.

Жиынтық шығындар – бұл белгілі бір өндіріс көлемі кезінде болатын тұрақты және өзгермелі шығындардың жиынтық сомасы.

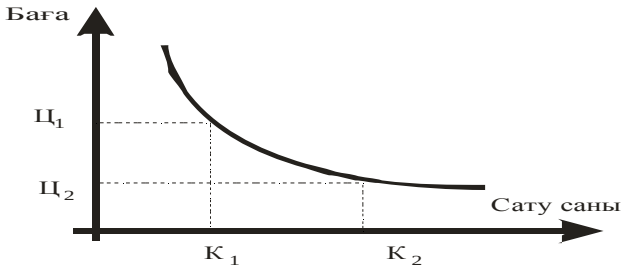
Зиянсыздық нүктесі жалпы түсім жалпы шығындарға тең келетін өнімді сату көлемін анықтайды. Бұл нүктеден өткеннен кейін кәсіпорын пайда ала бастайды.

Сұраныс. Нарықтық экономика жағдайында сұраныс – нарықтық бағаның өзгеруіне әсер ететін негізгі фактор.

Баға мен нарықтық сұраныс арасында тығыз тәуелділік бар, олар бір-бірімен кері пропорционал байланыста болады. Бұл өзара байланыс сұраныс заңы мен баға икемділігі арқылы түсіндіріледі, оны нарықтық сұраныс қиғысы түрінде көрсетуге болады (1-сурет).

Бұл қисық баға мен сатылатын өнім көлемі арасындағы кері байланысты көрсетеді, яғни, басқадай өзгерістер болмаған жағдайда тауар бағасы өссе, онда осы тауарға деген сұраныс төмендейді. Бұл құбылыс – сұраныс заңы деп аталады.

Егер тауар массасының салыстырмалы өзгерісі бағалардың салыстырмалы өзгерісінен көп болса, ондай сұраныс икемді болады.



Сурет 1. Сұраныс қиғысы

Мысалы, егер баға 2%-ға өссе, сұраныс 10%-ға азайса, сұраныстың бағалық икемділігі – 5-ті құрайды, бұл сұраныс пен баға арасындағы кері байланысты көрсетеді. Егер баға 2%-ға өскенде сұраныс 1%-ға азайса, сұраныс икемділігі 0,5-ке тең, яғни, бұл икемсіз сұраныс.

Мұндай жағдайда сатушы бағаның өсуін қалайды. Егер сұраныс икемді болса, сатушы бағаны төмендетеді. Икемді сұраныс жағдайында мұндай саясат сату көлемі мен жалпы табыстың өсуіне әкеледі.

Тауар жоғары сапалы, айрықша қасиеттерге ие болса, оған айырбас табу қиын болады, оны алу тұтынушының бюджетіне оншалықты әсер етпейтін жағдайларда сатып алушылар бағаның өсуіне онша сезімтал болмайды. Мысалы, ет өнімдеріне қарағанда, еттің белгілі бір сорттарына деген сұраныс икемді, ал тұзға деген сұраныс икемсіз, себебі, оны ауыстыратын алмастырғыштар немесе субститут тауарлар жоқ.

Барлық факторларды бағалау тауардың түпкілікті бағасы мен оның түрін анықтайды.

Кез келген нақты бір баға түрі бағалық элементтердің қалыптасу үрдісіне байланысты. Құрамдас элементтер бойынша тауардың бір данасының бағасы (Б) былай анықталады:

$$Б = Өқ + П + ҚҚС + С^{У}, \qquad (1)$$

мұндағы: Өқ – тауардың өзіндік құны (тауар бірлігін өндіруге кеткен шығындар жиынтығы);
П – пайда;
ҚҚС – қосылған құнға салынатын салық мөлшері, оны мемлекет анықтайды;
Сү – делдалдың саудалық үстемесі, ол оның жеке шығындары, пайдасы және ҚҚС-нан тұрады.

Егер фирма акциздік тауарды өткізетін болса, онда тауар бағасы мынаған тең:

$$Б = Өқ + П + А + ҚҚС + С_{У}, \qquad (1)$$

мұндағы: А – акциз, ол мемлекет арқылы белгілі бір мөлшерде алынады.

Сауда ұйымдарының үстемесі олардың жеке шығындарына, тауар түрінің сапасына, ерекшеліктеріне және қажетті еңбек көлеміне қарай 10-50% аумағында тағайындалады.

Баға тағайындаудың кезеңдері:

1. Алдымен, баға қоюдың мәселелері мен мақсаты анықталып, соған байланысты бар және әлуетті нарықтар мен сегменттер талданады.

2. Екінші кезеңде баға тағайындауға әсер ететін факторлар талданады. Ең жоғары бағаны анықтауға мүмкіндік беретін тауарға деген сұраныс деңгейін білу қажет. Осы мақсатпен әр түрлі бағаларға қатысты сұраныс икемділігі анықталып, оңтайлы баға деңгейі табылады, сұраныс және тұтыну сәйкестілігінің графиктері салынады, бағалық емес факторлар әсері және тұтынушылар талғамының өзгеруі бағаланады. Сұраныс және икемділік коэффиценті жайлы ақпарат кәсіпорынның баға туралы дұрыс шешім қабылдауына көмектеседі. Көптеген азық-түлік тағамдарына сұраныстың баға мен тұтынушылар табысына тәуелділігі жоғары болады.

3. Баға белгілеудің келесі кезеңі тауардың ең төменгі бағасын сипаттайтын шығындар көлемін анықтауды көздейді. Мұның ыңғайын білу өзін-өзі ақтау нүктесін есептеуді, бәсекелестер шығындарын және мемлекеттің бағаға әсерін анықтауды талап етеді.

Қазақстанда баға тікелей есептеумен (жұмсалған шығын тәсілімен) белгіленеді, ол барлық шығындарға пайданы қосып есептеуді көздейді. Мысалы, егер өнімнің толық өзіндік құны 100 мың тг, ал жылдық өнім шығару көлемі – 200 дана болса, тауардың өзіндік құны 500 тг құрайды (100 мың тг: 200 дана). Шартты рентабельділік 30%-дан тұрады десек, тауар бірлігінің көтерме бағасы 650 тг. болады (500 тг+(500 тг х 30%: 100%).

Кесте 1. Өтеу сомасы әдісімен бағаны есептеп шығару [5]

Көрсеткіштер	Өлшем бірлігі	Көрсеткіштер мәні
Бір дана тауардың нарықтық бағасы	теңге	550
Бағаға қарай болжанған нарықтық айналым	мың теңге	110,0
Шикізат	мың теңге	42,0
Энергия ресурстары	мың теңге	5
Өндірістік персоналдың жалақысы	мың теңге	25
Орташа өзгермелі шығындар	мың теңге	72
Өтеу сомасы (I)	мың теңге	72
Шығынсыздық нүктесі(I)	мың теңге	131 (72:0,55)
Көлік	дана	15
Амортизация	мың теңге	3,0
Өндірістен тыс шығындар	мың теңге	8
Басқа шығындар	мың теңге	2,0
Өтеу сомасы (II)	мың теңге	28
Тұрақты шығындар	мың теңге	100
Шығынсыздық нүктесі (II)	мың теңге	182 (100:0,55)
Болжанған өнім көлемі	дана	200
Болжанған рентабельділік	%	10

Бұл әдіс, АҚШ-та директ-костинг, ал Еуропа елдерінде - маржиналдық есеп немесе “өтеу сомалары” әдісі деп аталып кетті. Ол – маржиналды табыс алу қағидасын қолдануға негізделген әдіс. Маржиналды пайда тауар сатудан түскен түсім мен өзгермелі шығындар арасындағы айырма арқылы анықталады. Маржиналды табыс тұрақты шығындардың орнын толтыру арқылы пайданы қалыптастырады. Бұл әдіс фирма іс-әрекетінің пайда әкелетіндігін анықтаудың тиімді құралы болып табылады.

Мұндай жағдайда рентабельділік нарықтық ахуалды талдау негізінде есептеу әдісімен белгіленеді. Біздің мысалда ол 10%-ға тең, оның мұндай деңгейі кәсіпорынның барлық шығындарын жауып, нақты бір пайда мөлшерін әкеледі.

Халықаралық стандарттардың талаптарына сәйкес өндірістен тыс шығындарды өзіндік құнның және өтеу сомасының құрамына қоспау керек.

Сонымен қатар бағалар деңгейіне өнімнің өзіндік құны мен бағасының құрамына

қосылатын алымдар, салықтар және аударымдар әсер етеді. Олардың ішінде: ҚҚС, оның мөлшері өнімнің көтерме бағасының 13%-ын құрады. Қазіргі кезеңде маркетинг бөлімдерінің негізгі міндеті нарықтағы барлық бәсекелестердің бағаларын зерттеп, олардың бағалық әрекеттерін және оған қайтаратын шараларды алдын ала дайындап, іске асыру болып табылады.

Бағаны есептеп шығарудың келесі бір кезеңі – баға белгілеудің әдісін таңдап, баға деңгейін анықтау. Тауардың ең төмен бағасы шығындармен, ал ең жоғары бағасы сұранысқа байланысты анықталады.

Фирманың бағалық стратегиясы қазіргі кезде және болашақта бағаға қатысты дұрыс шешім қабылдаудың негізі болып табылады. Стратегиялық бағалық мақсаттар пайда мөлшерін қалаулы нәтижелерге дейін өсіруге, болашақта нарық үлесін ұлғайтуға, нарыққа әсер ететін әр түрлі тетіктер мен тұтқаларды басқару үшін арнайы қаржы және уақыт резервіне ие болуына мүмкіндік береді.

Баға белгілеудің соңғы кезеңінде барлық ықтимал нұсқалардың ішінен тауардың өткізу бағасы анықталады. Баға белгілеудің өзі бір өнер болып табылады. Өйткені ол өндірушінің мүддесінен шығып, нарықтың талаптарын, сұранысты, өндіріс шығындарын, бәсекелестер бағасын, мемлекеттің баға саясатын, тауардың сапасы мен ерекше қасиеттерін және тағы басқа баға белгілеуші факторларды ескеруі тиіс. Фирма жеңілдіктер мен үстемелер шкаласын жасап оны нақты нарықтық жағдайға қарай өзгертіліп отырады.

Тәжірибеде баға белгілеудің мынадай мақсаттары қойылады:

- нарықта қалуды қамтамасыз ету;
- пайданы мейлінше молайту;
- нарық үлесін жаулап алу;
- тауар сапасы бойынша берілген нарықта жетекші (лидер) орынды алу.

Фирма басшылары бағаны есептеудің әдістерін таңдап, ең жоғары және ең төмен бағаның ықтималды деңгейін бекітеді. Бағалық стратегия шығынға, сұранысқа, бәсекеге, тауардың өмірлік цикл кезеңіне негізделіп, айқындалуы мүмкін.

Пайда алуға негізделген баға белгілеу. Мұндай әдіс шығынсыздықты болдырмау қағидасына негізделген. Бұл жағдайда фирманы шығынға ұшырататындай және белгілі бір пайда мөлшерін алатындай баға анықталады. Осы әдісті “General Motors” компаниясы қолданады, ол инвестицияға 15-20% пайда деңгейін белгілейді.

Осы әдісті қолдану әр түрлі сату көлемі кезіндегі жалпы шығындар мен пайданы бейнелейтін шығынсыздық графигін құруды көздейді. Бұл жағдайда шығынсыздық шегі жиынтық шығындар мен жиынтық табыс қисықтарының қиылысу нүктесінде анықталады. Мысалы, шығынсыздық шегіне жету үшін компания бір бұйымды 24 теңге бағамен сатса, 30 мың бұйым бірлігін сатуға тиіс, сондағы түсім жиынтық шығындарды жабады. 20% мақсатты пайда алу үшін, өндіріске 1 млн. теңге қаржы жұмсаған (инвестициялағанда) компания 45 мыңнан өнім бірлігін сатуы қажет. Дегенмен, мұндай жағдайда көп нәрсе сұраныстың бағалық икемділігіне байланысты болады. Сондықтан, маркетологтар шығынсыздық шегін, ықтимал сұраныс деңгейін және әр түрлі бағалардағы пайданы анықтауы қажет. Бірақ, бағаның өсуі сату көлемінің азаюына әкеледі, шығынсыздық шегіне жету үшін тұрақты және өзгермелі шығындарды үнемдеу есебінен өзіндік құнды төмендету жолдарын іздеу керек.

50$-ға дейінгі бағаларда ауытқу 5 центке (29,95$) дейін болса, қымбат бағалы тауарлар үшін ауытқулар 1$-ды құрайды. Мысалы, тауар бағасы 500$ емес 499$ тұрады.

Бірақ кейбір жағдайларда психологиялық әсер ету ретінде басқа сандар да қолданылуы мүмкін. Мысалы, «Sears» сауда фирмасының АҚШ-та өткізген зерттеулері бойынша тауар бағасындағы 7 деген сан 9 санына қарағанда күнделікті сұраныстағы тауар тұтынушыларына едәуір қатты әсер еткен.

Тауар сапасы, оны жеткізу жылдамдығы және сатып алушы талаптарын орындағаны үшін белгіленетін үстеме бағалар кең таралмаған.

Қазақстан Республикасында және басқа да кейбір мемлекеттердің заңдарына сәйкес баға белгілеу үшін мынадай іс-қимылдарға тыйым салынады:

Кесімді бағаларды қолдану. Бәсекелестермен сөз байласып, баға қоюға тыйым салынады.

Әр түрлі сауда кәсіпорындарына қатысты бағалық дискриминация. Өндіруші өзінің тауарын іс-әрекеттері ұқсас сауда кәсіпорындарының бәріне бірдей шарттармен ұсынуға міндетті.

Өндіруші делдалдан тауарды өзі белгілеген бағамен сатуын талап етпеуі тиіс. Дилердің тәуелсіз баға саясатын жүргізуге құқығы бар.

Бәсекелестерді ығыстыру мақсатында тауарды өзіндік құнынан төмен деңгейдегі бағамен сатуға тыйым салынады.

Баға – күрделі экономикалық категория. Ол арқылы қоғамдық негізгі қатынастардың барысын, өндірістің жағдайын, тауарлардың қалай өтіп жатқанын және олардың құнының қалыптасуын қадағалауға болады. Баға барлық әлеуметтік-экономикалық саясаттың айнасы болып табылады. Оның микро және макроэкономикалық мәні баға белгілеудің тұжырымдамасына тәуелді емес, ол өнімдердің нарықтағы айналысының және өндірістің объективті жағдайымен анықталады.

Баға – нарық реттеушісі, ол тауарлардың нақты түрлерін өндіруге мүмкіндік береді немесе тежейді, сұранысты шектейді немесе ұлғайтады, осылайша белгілі бір өнімнің өндірісі мен тұтынуына тікелей немесе жанама әсер етеді. Бағаға деген маркетингтік көзқарастың классикалық теориядан айырмашылығы тұтынушының сұранысына, мұқтаждықтарына және талғамына, сонымен қатар, нарықтың құбылмалы жағдайына байланысты бағаның икемділігінен көрінеді. Тұтынушыны өндіріс шығыны емес, оның нәтижесі, тауардың пайдасы мен сапасы, қажеттілігін қанағаттандыру деңгейі қызықтырады.

Нарық жағдайында баға әр түрлі факторлардың тығыз байланысының нәтижесінде құралады, бұл факторлар есепке алынбайынша бағалар деңгейін анықтау мүмкін емес. Мұндай факторлар өте көп және олардың бәрін баға белгілеу кезінде анықтау, бағалау, есепке алу қиын. Сондықтан нақты бағаны таңдау осы факторларды талдаудан басталады.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Алшынбай А. Нарық және баға белгілеу. – Алматы, 2008.
2. Салимжанов И.К. Ценообразование. – М.: КНОРУС, 2007.
3. Герасименко В.В. Ценообразование. – М.: ИНФРА-М, 2007.
4. Слепов В.А., Попов Б.В. Основы теории рыночного ценообразования. – М., 1992.
5. Есімжанова С.Р. Маркетинг. – Алматы, 2005.
6. Амычев А.М. Ценообразование в период перехода к рыночной экономике. – М., 2000.
7. Вихляев А.А. Розничные цены. – М., 2000.

УДК 336.02

АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КОМПАНИЙ И СПОСОБЫ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

Анохин С.А., Непшина В.Н.

Сведения об авторах. Анохин Сергей Александрович – магистрант специальности «Финансы»; Непшина Виктория Николаевна – PhD, доцент кафедры бизнеса Казахстанско-Американского свободного университета

Аннотация. Анализ финансовой устойчивости требуется каждой компании для определения эффективности ведения ее бизнеса. От состояния финансовой устойчивости компании зависит уравновешенность ее денежных потоков, а также достаточность средств, необходимых компании для осуществления своей финансово-хозяйственной деятельности в долгосрочной перспективе. На основании результатов анализа финансовой устойчивости имеется возможность разрабатывать верную стратегию дальнейшего развития компании. Поэтому достоверность результатов анализа

финансовой устойчивости напрямую влияет на выбор стратегии развития компании, и способствует полное исключение или сведение к минимуму экономических рисков, которые могут привести к банкротству. Статья посвящена рассмотрению индикаторов финансовой устойчивости, а также предложены способы, повышающие финансовую устойчивость компании в зависимости от ожидания необходимого эффекта.

Ключевые слова. Финансовый анализ, цели финансового анализа, виды финансового анализа, методы финансового анализа, финансовая отчетность, финансовая устойчивость, типы финансовой устойчивости, классификация финансовой устойчивости, коэффициенты финансовой устойчивости, способы повышения финансовой устойчивости.

Авторлар туралы мәліметтер. Анохин Сергей Александрович – «Қаржы» мамандығының магистірі; Непшина Виктория Николаевна - PhD, Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Бизнес» кафедрасының доценті.

Аннотация. Әрбір компанияның өз бизнесінің тиімділігін анықтау үшін қаржылық тұрақтылықты талдау қажет. Ұзақ мерзімді перспективада оның ақшалай қаражаттарының қозғалысы мен қаржы-шаруашылық қызметіне компания үшін қажетті қаражаттың жеткіліктілігі компанияның қаржылық тұрақтылығына байланысты. Қаржылық тұрақтылықты талдау нәтижелері бойынша компанияның болашақ дамуының дұрыс стратегиясын әзірлеуге болады. Осылайша, қаржылық тұрақтылықты талдау нәтижелерінің сенімділігі компанияның даму стратегиясын таңдауға тікелей әсер етеді және банкроттыққа әкелуі мүмкін экономикалық тәуекелдерді толығымен алып тастауға немесе азайтуға ықпал етеді. Мақала қаржы тұрақтылығының көрсеткіштерін, сондай-ақ, қажетті нәтиже күтуіне байланысты компанияның қаржылық тұрақтылығын арттыратын ұсынылған әдістерді қарастыруға арналған.

Түйін сөздер. Қаржылық талдау, қаржылық талдаудың мақсаттары, қаржылық талдау түрлері, қаржылық талдау әдісі, қаржылық есептілік, қаржылық тұрақтылық, қаржы тұрақтылығының түрлері, қаржылық тұрақтылықтың жіктелуі, қаржылық тұрақтылық факторлары, қаржылық тұрақтылықты жақсарту жолдары.

About the authors. Anohin Sergey - graduate student of major “Finance”, Nepshina Viktoriya – PhD, Associate Professor at Business Department of Kazakh American Free University.

Annotation. Financial stability analysis is required for each company to determine the effectiveness of its business. The balance of its cash flows, as well as the adequacy of funds necessary for the company to carry out its financial and economic activities in the long term, depends on the state of financial stability of the company. Based on the results of the financial sustainability analysis, it is possible to develop the right strategy for the company's future development Therefore, the reliability of the results of the analysis of financial stability directly affects the choice of the company's development strategy, and contributes to the complete exclusion or minimization of economic risks that may lead to bankruptcy. The article is devoted to the consideration of indicators of financial stability, and also proposed methods that increase the financial stability of the company depending on the expectations of the desired effect.

Keywords. Financial analysis, objectives of financial analysis, types of financial analysis, methods of financial analysis, financial statements, financial stability, types of financial stability, classification of financial stability, financial stability factors, ways to improve financial stability.

К 2018 году казахстанский бизнес подошел не в лучшей социально - экономической форме. Отголоски мирового финансового кризиса 2008 года такие как падение уровня мирового производства и потребления, обвал фондовых рынков и банкротство крупнейших корпораций сказываются на экономике Казахстана и поныне. В настоящее время в стране осторожно относятся к инвестиционным и операционным затратам. Ситуация в Казахстане очень нестабильна, доходы основной массы жителей страны ощутимо упали, что сказалось на их покупательской способности – спрос на товары и услуги, предоставляемые населению, резко снизился. А значит компаниям, предоставляющим эти товары и услуги, необходимо изыскивать резервы, чтобы удержаться на плаву. Большая проблема стоит и перед банковским сектором. Кредитовать сейчас попросту некого, ведь в Казахстане не так много стабильного бизнеса, который регулярно генерирует денежные потоки. Поэтому бизнес сейчас находится в состоянии ожидания улучшения экономиче-

ской ситуации и более предсказуемых действий Правительства [1].

В таких условиях важнейшим аспектом работы и развития производственной системы и экономики является экономическая и финансовая устойчивость. Проблема сохранения экономического потенциала предприятия становится жизненно необходимой, особенно в периоды волатильности экономических условий [2].

Актуальность темы определяется тем, что финансовая устойчивость и платежеспособность компании являются важнейшими составляющими ее финансово-хозяйственной деятельности. Финансовая устойчивость – это залог процветания любой компании, тогда как неустойчивое финансовое состояние ставит компанию в критическое положение и может привести ее к банкротству. Без финансовой устойчивости экономика страны не может развиваться, а ведь только развитое и стабильное экономическое положение может обеспечить благосостояние нации. Именно об этом говорит Послание Президента Республики Казахстан - Лидера нации Н.А. Назарбаева народу Казахстана. Стратегия «Казахстан-2050»: новый политический курс состоявшегося государства. Для достижения поставленных в нем целей и обеспечения поддержки бизнеса, Правительством Республики Казахстан были разработаны и реализуются следующие государственные программы: Программа посткризисного восстановления (оздоровление конкурентоспособных предприятий), Программа развития регионов до 2020 года, Единая программа поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020»), которые оказывают довольно ощутимый позитивный эффект для дальнейшего развития экономики страны [3].

Финансовая устойчивость - это состояние, при котором экономическая деятельность предприятия обеспечивает выполнение всех его обязательств [4]. Также финансовая устойчивость относится к характеру уровня риска деятельности компании с точки зрения возможности банкротства, баланса или превышения дохода над расходами [5].

Таким образом, предприятие финансово устойчиво, если уровень его доходов превышает уровень расходов.

Состояние финансовых ресурсов компании должно соответствовать требованиям рынка и отвечать потребностям ее развития, поскольку недостаточная финансовая устойчивость может привести к неплатёжеспособности предприятия, а избыточная - препятствовать развитию, отягощая затраты предприятия излишними запасами и резервами. Компания функционирует в условиях подвижной среды, кроме того в процессе хозяйственной деятельности происходит непрерывный процесс кругооборота капитала, изменяются структура средств и источников их формирования, наличие и потребность в финансовых ресурсах и как следствие финансовое состояние предприятия. Таким образом, чем более изменение финансовой структуры компании отвечает изменениям его внешней среды, тем выше его устойчивость, тем более оно независимо от неожиданного изменения рыночной конъюнктуры и, следовательно, тем меньше риск оказаться в положении банкротства.

Финансовая устойчивость компании зависит от роли и места на рынке, на котором осуществляется реализация производимых ею продуктов или приобретаются факторы производства. Таким образом, анализ стабильности финансовой ситуации обычно начинается с изучения рыночной позиции компании.

Для оценки положения компании на рынке готовой продукции, сопоставляют объемы ее продаж, прибыль и цены реализации с теми же показателями других компаний, которые производят продукцию подобного назначения или их аналоги.

Анализ финансовой устойчивости предприятия осуществляется на основании данных о наличии собственных и привлеченных в оборот средств и характеризует степень независимости предприятия от рынка ссудных капиталов.

Финансовый анализ необходим владельцам и руководству фирмы для определения эффективности работы фирмы, его экономической надежности, конкурентоспособности. Кредиторам финансовый анализ необходим для определения возможности и размера безопасного кредитования, потенциальным инвесторам – для определения выгодности вложения средств в данную фирму.

В некоторых экономических источниках финансовый анализ указывается как «оценка финансово - экономической деятельности компании в прошлом, настоящем и предполагаемом будущем [6].

Его целью является определение финансового здоровья компании, выявление недостатков, возможных источников проблем при ее дальнейшей работе и выявление сильных сторон, ставку на которые может сделать компания. При анализе финансового положения компании, финансовый анализ используют различные хозяйствующие субъекты, которые заинтересованы в добывании полной информации о ее деятельности [7].

Внутренний финансовый анализ - анализ, необходимый для удовлетворения потребностей самой компании. Он необходим для определении ликвидности или строгих оценок деятельности компании в течение последнего отчетного периода, например, когда менеджмент и финансовые аналитики компании хотят знать, имеется ли возможность у компании на выделение средств на расширение производства и как это повлияет на ее деятельность [7].

Внешний финансовый анализ осуществляется аналитиками, не имеющими отношения к компании, и поэтому они не имеет доступа к внутренним базам данных компании.

Цель внешнего финансового анализа - это, например, анализ кредитоспособности и инвестиционных возможностей компании. Например, представитель банка может быть заинтересован вопросом о ликвидности или способности компании погашать долги. Потенциальные инвесторы хотят знать, насколько выгодна компания, и какова степень риска потерять вложенные деньги при инвестировании. Существуют методы, позволяющие вычислить возможность банкротства компании или убедиться в ее устойчивости при помощи бухгалтерских документов и оценке различных финансовых показателей.

Какова бы ни была причина анализа, его приемы, на самом деле, всегда одни и те же. Основным инструментом анализа является получение и разъяснение финансовых коэффициентов. Правильное применение этих методов помогает ответить на многие вопросы о финансовом состоянии компании.

Основными источниками для исследования финансового состояния хозяйствующих субъектов являются:

- информация о методах производства;
- нормативная информация;
- планируемые данные (бизнес-план);
- хозяйственный учёт (оперативный, оперативно - технический учёт, бухгалтерский учёт, статистический учёт);
- отчетность (публичный финансовый учет (годовой), ежеквартальная отчетность, отдельные статистические и финансовые отчеты;
- иная информация (информация из газет, отзывы экспертов и др.).

Финансовая отчетность несет в себе информацию о финансовом состоянии, итогах деятельности и изменениях в финансовом положении компании. Финансовая отчетность состоит из [8]:

1) бухгалтерского баланса;
2) отчета о прибылях и убытках;
3) отчета о движении денежных средств;
4) отчета об изменениях в капитале;
5) пояснительной записки.

Бухгалтерский баланс - это обобщенное, стоимостное отражение средств предприятия на конец отчетного периода по составу и источникам формирования.

Бухгалтерский баланс - это двусторонняя таблица:

- Левая часть - актив;
- Правая - пассив.

В активе баланса отражаются средства по составу, а в пассиве эти же средства, но по источникам образования, т.е. в активе и пассиве отражаются одни и те же средства предприятия на конец отчетного периода, именно поэтому актив и пассив должны быть

равны, отсюда и название - баланс.

Баланс составляется в конце каждого отчетного периода - месяца, квартала и года на первое число следующего месяца.

Бухгалтерский баланс составляется на основании текущего бухгалтерского учета, т.е. бухгалтерских счетов. Остатки с этих счетов и переносятся в баланс.

Баланс имеет большое значение:

- Отражает наличие средств, их состав и движение за отчетный период;

- Отражает порядок формирования средств, т.е. их источники. Это важно, поскольку эта информация о собственных и заемных средствах, она характеризует финансовую самостоятельность, платежеспособность и финансовые результаты;

- Имеет большое контрольное значение т.к. если в итоге его нет равенства, то в текущем учете допущены ошибки.

Баланс состоит из пяти разделов, левая сторона актив имеет два раздела:

I. Краткосрочные активы. Здесь отражаются денежные средства, краткосрочные инвестиции, товарно-материальные запасы, краткосрочная дебиторская задолженность. Эти средства называются текущими активами или оборотными средствами предприятия. Они быстро движутся, переносят стоимость с одного вида средств на другой;

II. Долгосрочные активы. Сюда относятся основные средства, нематериальные активы, долгосрочные инвестиции и долгосрочная дебиторская задолженность. Долгосрочные активы - это те средства, которые используются предприятием более одного года.

В пассиве баланса содержится 3 раздела:

III. Краткосрочные обязательства. Краткосрочные кредиты и текущая кредиторская задолженность.

IV. Долгосрочные обязательства. Долгосрочные кредиты и займы (сроком более года).

V. Собственный капитал. Уставный капитал, эмиссионный доход, резервы, прибыль.

Отчёт о прибылях и убытках информирует о всех доходах и расходах компании за отчетный период. В отчете показываются следующие доходы и расходы: операционная прибыль (убыток), прибыль (убыток) до налогообложения, прибыль (убыток) после налогообложения, прибыль за год, прочая совокупная прибыль, общая совокупная прибыль, прибыль на акцию.

Отчет о движении денежных средств отражает потоки денежных средств (поступление, расход) с учётом остатков денежных средств на начало и конец отчётного периода в разрезе операционной, инвестиционной и финансовой деятельности.

Отчет об изменениях в капитале раскрывает подробную информацию о структуре и динамике основных источников средств на начало и конец отчётного периода, позволяющую анализировать причины изменений капитала. Это дает возможность выделить те составляющие, которые привели к притоку и оттоку капитала.

Пояснительная записка содержит описание основных причин, оказавших влияние в отчётном году на итоговые результаты деятельности компании, с анализом ее финансового состояния.

Бухгалтерский баланс - это краеугольный камень, используемый для группировки вокруг него остальных форм бухгалтерской отчётности, составляющие в комплексе финансовую отчётность. Ключевой целью анализа отчета о финансовом положении (бухгалтерского баланса) является получение определенного числа основных (наиболее представительных) параметров, дающих объективную и обоснованную характеристику финансового состояния предприятия. Это относится, прежде всего, к изменениям в структуре активов и пассивов [9].

Существует несколько методов анализа финансовой устойчивости, но самые распространенные - это: горизонтальный, вертикальный и метод финансовых коэффициентов [10].

Горизонтальный анализ состоит в сравнении показателей бухгалтерской отчетно-

сти с показателями предыдущих периодов. Наиболее распространенными приемами горизонтального анализа являются: простое сравнение статей отчетности и изучение их резких изменений; анализ изменения статей отчетности в сравнении с колебаниями других статей.

При этом особое внимание уделяется случаям, когда изменение одного показателя по экономической природе не соответствует изменению другого показателя.

Вертикальный анализ осуществляется в целях определения удельного веса отдельных статей баланса в общем итоговом показателе и последующего сравнения результата с данными предыдущего периода.

Метод финансовых коэффициентов – расчет отношений данных бухгалтерской отчетности, определение взаимосвязей показателей. Оценка финансовой устойчивости предприятия основывается на расчете следующих коэффициентов: коэффициент автономии, коэффициент финансовой зависимости, коэффициент текущей задолженности, коэффициент самофинансирования, коэффициент капитализации, коэффициент финансовой устойчивости, коэффициент манёвренности собственного капитала и др.

Коэффициенты финансовой устойчивости позволяют не только оценить один из аспектов финансового состояния предприятия, но и при правильном пользовании ими, можно активно воздействовать на уровень финансовой устойчивости, повышать его до минимально необходимого, а если он фактически превышает минимально необходимый уровень – использовать эту ситуацию для улучшения структуры активов и пассивов.

Жизнь компании состоит из постоянно меняющихся обстоятельств и всякого рода проблем. Для надежной организации эффективного финансового управления важно разбираться в истинном положении дел в компании, знать о ее деятельности, иметь информацию о ее рынке, клиенте, конкуренте, качестве ее финансово-хозяйственной деятельности, о ее целях на будущее. И финансовый анализ является одним из важнейших способов согласованной работы компании и контроля за ее ресурсами.

Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации позволяет диагностировать ее финансовое положение как устойчивое, неустойчивое и кризисное.

Устойчивое финансовое положение достигается при достаточности собственного капитала, хорошем качестве активов, достаточном уровне рентабельности с учетом операционного и финансового риска, достаточности ликвидности, стабильных доходах и широких возможностях привлечения заемных средств. Устойчивое финансовое положение и хорошие финансовые результаты определяют конкурентоспособность предприятия, и гарантируют эффективность реализации интересов партнеров предприятия, вступающих с ним в финансовые отношения.

Неустойчивое финансовое положение проявляется в виде:

- нарушений финансовой дисциплины (задержек в оплате труда, использования временно свободных собственных средств резервного фонда и фондов экономического стимулирования и пр.);
- перебоев в поступлении денег на расчетные счета и платежах;
- неустойчивой рентабельности;
- невыполнения финансового плана, в том числе по прибыли.

Кризисное финансовое положение – это положение, при котором предприятие находится на грани банкротства, поскольку в данной ситуации денежные средства, краткосрочные финансовые вложения, дебиторская задолженность организации и прочие оборотные активы не покрывают даже его кредиторской задолженности и прочие краткосрочные пассивы [11].

В случае, если анализ финансово-хозяйственной деятельности организации показал, что ее финансовое положение неустойчивое или кризисное, разрабатываются способы по повышению ее финансовой устойчивости. Способами, повышающие финансовую устойчивость предприятия являются:

- пополнение источников собственных средств;
- сокращение дебиторской задолженности;

- ускорение оборачиваемости запасов;
- производство нового вида продукции;
- продажа неиспользуемых и непрофильных активов.
- диверсификация производства;
- создание резерва по сомнительным долгам.

Эти способы могут применяться как по отдельности, так и все вместе, в зависимости от того, что посчитает эффективным руководство предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Круглова Д. Что ждёт Казахстан в 2018 году: о будущем бизнеса и экономики // https://informburo.kz/stati/chto-zhdyot-kazahstan-v-2018-godu-o-budushchem-biznesa-i-ekonomiki.html.
2. Абрютина М.С. Современные подходы к оценке финансовой устойчивости и платежеспособности компании // Финансовый менеджмент. – 2016. – № 6.
3. Послание Президента Республики Казахстан - Лидера нации Н.А. Назарбаева народу Казахстана. Стратегия «Казахстан-2050»: новый политический курс состоявшегося государства // Казахстанская правда. – № 437–438, – 15 декабря 2012 г.
4. Абрютина М.С., Грачев А.В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учеб.-практ. пособие. - М., 2015.
5. Басовский Л.Е., Лунева А.М., Басовский А.Л. Экономический анализ: Учеб. пособие/ Под ред. Л.Е. Басовского. – М.: ИНФРА-М, 2014.
6. Донцова Л.Ф., Никифорова Н.А. Анализ финансовой отчетности. - М., 2014.
7. Балабанов И.Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта. – 2-е изд., доп. – М., 2014.
8. О бухгалтерском учете и финансовой отчетности. Закон Республики Казахстан от 28 февраля 2007 года, № 234 // Казахстанская правда, 2007, 13 марта.
9. Шадрина Г.В., Богомолец С.Р., Косорукова И.В. Комплексный экономический анализ предприятия. – М.: Фонд «Мир», 2015.
10. Данилова М.Н., Подопригора Ю.В. Анализ финансовой отчетности. Финансовый анализ. В 2 ч. Ч. 1: учеб. пособие. – Томск: Изд-во Том. гос. архит.-строит. ун-та, 2013.
11. Большая техническая энциклопедия // http://www.ai08.org/index.php/term/

УДК 658.64

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УЧЕТА ЗАТРАТ И КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ В АО «КЭМОНТ»

Шнайдер К.С., Трофимова Ю.В.

Сведения об авторах. Шнайдер Ксения Сергеевна – студентка специальности «Учет и аудит» Казахстанско-Американского свободного университета, Трофимова Юлия Владимировна – магистр учета и аудита, докторант специальности «Менеджмент» Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. В статье рассматривается совершенствование системы учета затрат в Акционерном обществе «Кэмонт» с помощью современного метода учета затрат Activity based costing, а также его сравнение с традиционной системой, используемой на предприятии на примере расчетов конкретной продукции.

Ключевые слова. Учет затрат, калькуляция себестоимости, АО «Кэмонт», Activity based costing, накладные расходы, традиционная калькуляция.

Авторлар туралы мәліметтер. Шнайдер Ксения Сергеевна– Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Есеп және аудит» мамандығының студенті. Трофимова Юлия Владимировна - Есеп және аудит магистрі, «Менеджмент» мамандығы бойынша докторант.

Аннотация. Мақалада «Камонт» акционерлік қоғамында шығыстарды есепке алудың зама-

науи әдісін қолдана отырып, шығынды есепке алу жүйесін жетілдіру, сондай-ақ нақты өнімнің есептеулер мысалында кәсіпорында пайдаланылатын дәстүрлі жүйемен салыстыру қарастырылады.

Түйін сөздер. Шығындарды есепке алу, шығындар, «Кэмонт» АҚ, Қызмет негізіндегі шығындар, үстеме шығыстар, дәстүрлі шығындар.

About the authors. Shnaider Xeniya - undergraduate student of major “Accounting and Audit” at Kazakh American Free University, Trofimova Yuliya – master of Accounting and Audit, PhD student of major “Management” at Kazakh American Free University.

Annotation. The article discusses the improvement of the cost accounting system in the Joint-Stock Company "KEMONT" using the modern method of cost accounting Accept based costing, as well as its comparison with the traditional system used in the enterprise on the example of calculations of specific products.

Keywords. Cost accounting, costing, JSC “KEMONT”, Activity based costing, overhead, traditional costing.

Activity based costing (далее ABC) – это один из наиболее популярных западных методов расчета себестоимости продукции, работ, услуг [1].

Идея системы ABC принадлежала Дж. Стаубсу (1971 г.). В целостную систему управленческого учета она была развернута в середине 1980-х гг. в работах Р. Купера и Р. Каплана [2]. В 1990-х гг. модуль ABC был введен в ряд автоматизированных систем управления бизнесом.

ABC-метод основывается на распределении затрат по видам бизнеса или же по единицам продукции, пропорционально величинам носителей данных расходов.

Распределение затрат данным методом представляет собой двухуровневый процесс. На первом уровне ресурсы распределяются на виды деятельности, на втором уровне затраты по видам деятельности распределяются на продукцию (Рис. 1) [3].

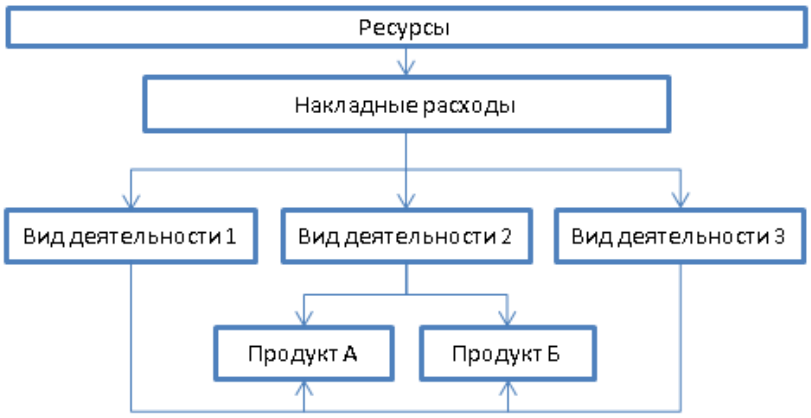


Рис. 1. Распределение затрат ABC-методом

Учет затрат по методу ABC является трудоемким и требует анализа большого количества информации, поэтому его применение невозможно без полной или частичной автоматизации. Для этого можно использовать любые программные продукты, позволяющие вести управленческий учет – от Excel до специализированных программ[1].

Исходя из теоретических данных, рассчитаем себестоимость продукции ABC-методом в АО «Кэмонт».

АО «Кэмонт» производит три вида продукта:

- выключатели нагрузки автогазовые;
- разъединители высоковольтные внутренней установки;
- комплектная трансформаторная подстанция (КТП) внутренней установки.

Производство каждого продукта осуществляется на заказ. Обработка каждого зака-

за продукта представляет в компании отдельный производственный цикл.

Объёмы годовых продаж следующие:

Выключатели нагрузки автогазовые – 450 ед.

Разъединители высоковольтные внутренней установки –150 ед.

КТП внутренней установки - 95 ед.

Всего 695 ед.

Все три продукта продаются по цене 50000 тенге за единицу.

Расходы на единицу каждого продукта представлены в таблице 2.

Таблица 2. Расходы на единицу продукции

Расходы на единицу продукции	Выключатели нагрузки автогазовые	Разъединители высоковольтные внутренней установки	КТП внутренней установки
Материалы в кг.	2,0 кг.	1,4 кг.	2,8 кг.
Материалы в у.е.	21840 тг.	17888 тг.	21572 тг.
Часы труда, т.ч.	2,5 т.ч.	3 т.ч.	1,5 т.ч.
Труд в у.е.	6613 тг.	7936 тг.	5968 тг.
Итого прямые затраты на ед.	28453 тг.	25824 тг.	27540 тг.
Часы работы оборудования, м.ч.	5 м.ч.	3 м.ч	7,5 м.ч

Годовые накладные расходы по видам представлены следующим образом (Таблица 3).

Таблица 3. Годовые накладные расходы по видам

Вид накладных расходов	Сумма в тенге
Переналадка оборудования	1273080 тг.
Амортизация оборудования	1785618 тг.
Получение материалов со склада	1491322 тг.
Контроль качества готовой продукции	1077984 тг.
Техническое обслуживание оборудования	1240013 тг.
Всего накладных расходов	6868017 тг.

Для целей калькуляции АВС-методом в АО «Кэмонт» определены следующие измерители для каждого вида накладных расходов (Таблица 4).

Таблица 4. Измерители для каждого вида накладных расходов

Вид накладных расходов	Измеритель
Переналадка оборудования	Количество производственных циклов
Амортизация оборудования	Количество единиц продукции
Получение материалов со склада	Количество заявок на отпуск материалов со склада
Контроль качества готовой продукции	Число перемещений готовой продукции из цеха на склад
Техническое обслуживание оборудования	Количество машиночасов

Для указанных в таблице 4 измерителей деловой активности АО «Кэмонт» сделаны следующие подсчёты в отношении годового объёма производства (Таблица 5).

Таблица 5. Подсчёты по годовому объёму производства АО «Кэмонт»

Измеритель	Выключатели нагрузки автогазовые	Разъединители высоковольтные внутренней установки	КТП внутренней установки	Всего
Количество производственных циклов	5 циклов	15 циклов	15 циклов	35 циклов
Количество единиц продукции	450 ед	150 ед.	95 ед.	695 ед.
Количество заявок на отпуск материалов со склада	5 заявок	7 заявок	70 заявок	82 заявки
Число перемещений готовой продукции из цеха на склад	9 перемещений	5 перемещений	5 перемещений	19 перемещений
Количество машиночасов	5 м.ч. на ед. × 450 ед = 2250 м.ч.	3 м.ч. на ед. × 150 ед = 450 м.ч.	7,5 м.ч. на ед. × 95 ед = 712,5 м.ч.	3412,5 м.ч.

Теперь рассчитаем калькуляцию каждого из трёх продуктов АО «Кэмонт», применив АВС-метод при распределении накладных расходов.

Расчеты себестоимости единицы продукции «Выключатели нагрузки автогазовые» представлены в таблице 6.

Таблица 6. Калькуляция единицы продукции АВС-методом «Выключатели нагрузки автогазовые»

Прямые расходы	См. Таблицу 2	28453 тг.
Распределённые накладные расходы:		
Переналадка оборудования	(1273080 тг. / 35 циклов × 5 циклов) / 450 ед.	404,15 тг.
Амортизация оборудования	1785618 тг. / 695 ед.	2569,23 тг
Получение материалов со склада	1491322 тг. / 82 заявки × 5 заявок / 450 ед.	202,07 тг.
Контроль качества готовой продукции	1077984 тг. / 19 перемещ.× 9 перемещ./ 450 ед.	1134,72 тг.
Техническое обслуживание оборудования	1240013 тг / 3412,5 м.ч.×2250 м.ч. / 450 ед.	1816,86 тг.
Итого накладные расходы:		6127,03 тг.
Итого себестоимость ед.		34580,03 тг.

Калькуляцию для продуктов «Разъединители высоковольтные внутренней установки» и «КТП внутренней установки» составляем аналогичным образом (Таблица 7, 8).

Таблица 7. Калькуляция единицы продукции АВС-методом «Разъединители высоковольтные внутренней установки»

Прямые расходы	См. Таблицу 2	25824 тг.
Распределённые накладные расходы:		

Переналадка оборудования	(1273080 тг. / 35 циклов × 15 циклов) / 150 ед.	3637,37 тг.
Амортизация оборудования	1785618 тг. / 695 ед.	2569,23 тг.
Получение материалов со склада	1491322 тг. / 82 заявки × 7 заявок / 150 ед.	848,71 тг.
Контроль качества готовой продукции	1077984 тг./19 перемещ.× 5 перемещ./ 150 ед.	1891,2 тг.
Техническое обслуживание оборудования	1240013 тг. / 3412,5 м.ч.× 450 м.ч. / 150 ед.	1090,12 тг.
Итого накладные расходы:		10036,63 тг.
Итого себестоимость ед.		35860,52 тг.

Таблица 8. Калькуляция единицы продукции АВС-методом «КТП внутренней установки»

Прямые расходы	См. Таблицу 2	227540 тг.
Распределённые накладные расходы:		
Переналадка оборудования	(1273080 тг. / 35 циклов × 15 циклов) / 95 ед.	5743,21 тг.
Амортизация оборудования	1785618 тг. / 695 ед.	2569,23 тг.
Получение материалов со склада	1491322. / 82 заявки × 70 заявок / 95 ед.	13400,83 тг.
Контроль качества готовой продукции	1077984. / 19 перемещ.× 5 перемещ./ 95 ед.	2986,1 тг.
Техническое обслуживание оборудования	1240013 тг. / 3412,5 м.ч.× 712,5 м.ч. / 95 ед.	2725,3 тг.
Итого накладные расходы:		27424,67 тг.
Итого себестоимость ед.		54964,67 тг.

Проведем сравнение калькуляции традиционным и АВС-методом.

АО «Кэмонт» делает расчёт калькуляции себестоимости своей продукции, применяя традиционное условное распределение косвенных затрат на базе трудочасов (т.ч.).

Таблица 9. Традиционное условное распределение косвенных затрат на базе трудочасов

	Выключатели нагрузки автогазовые	Разъединители высоковольтные внутренней установки	КТП внутренней установки	Итого
Трудочасы на единицу - см. табл. 2	2,5 т.ч.	3 т.ч.	1,5 т.ч.	
Объём выпуска	450 ед.	150 ед.	95 ед.	
Трудочасы на весь выпуск продукции	1125 т.ч.	450 т.ч.	142,5 т.ч.	1717,5 т.ч.
Общие годовые накладные расходы - см. табл. 3:				6868017 тг.
Ставка распределения производственных накладных расходов (ПНР) на 1 час труда: 6868017 тг. / 1717,5 т.ч.				3998,84 тг.
Отнесение накладных расходов на каждый продукт:				
Расчёт:	2,5 т.ч. × 3998,84 тг.	3 т.ч. × 3998,84 тг.	1,5 т.ч. × 3998,84 тг.	
Сумма на единицу	9997,1 тг.	11996,52 тг.	5998,26 тг.	
Сумма на весь выпуск	4498695 тг.	1799478 тг	569834,7 тг.	6868007,7 тг.

Таблица 10. Традиционная калькуляция себестоимости единицы продукции

	Выключатели нагрузки автогазовые	Разъединители высоковольтные внутренней установки	КТП внутренней установки
Прямые расходы	28453 тг.	25824 тг.	27540 тг.
Косвенные расходы	9997,1 тг.	11996,52 тг.	5998,26 тг.
Итого себестоимость единицы	38450,1 тг.	37820,52 тг.	33538,26 тг

Итак, у нас есть две себестоимости каждого продукта АО «Кэмонт», рассчитанные АВС-методом и традиционным методом. В следующей таблице (Таблица 11) наглядно представлены эти данные для сравнения. Кроме того, введём информацию о текущих ценах на продукты АО «Кэмонт», что позволит нам сделать анализ рентабельности каждого продукта.

Таблица 11. Сравнение расчета себестоимости продукции АВС-методом и традиционным методом

	Выключатели нагрузки автогазовые	Разъединители высоковольтные внутренней установки	КТП внутренней установки
Цена за ед.	50000 тг.	50000 тг.	50000 тг.
Себестоимость по АВС-методу	34580,03 тг.	35860,63 тг.	54964,67 тг.
Прибыль на единицу	15419,97 тг.	14139,37 тг.	-4964,67 тг.
Цена за ед.	50000 тг.	50000 тг.	50000 тг.
Себестоимость традиционная	38450,1 тг.	37820,52 тг.	33538,26 тг.
Прибыль на единицу	11549,9 тг.	12179,48 тг.	16461,74 тг.

Как видим, при калькуляции себестоимости АВС-методом продукты «Выключатели нагрузки автогазовые» и «Разъединители высоковольтные внутренней установки» признаются рентабельными, а продукт «КТП внутренней установки» - убыточным.

Традиционная калькуляция завышает себестоимость рентабельных продуктов «Выключатели нагрузки автогазовые» и «Разъединители высоковольтные внутренней установки», показывая их менее прибыльными на фоне продукта «КТП внутренней установки». Менеджеры АО «Кэмонт» могут принять решение о прекращении производства продуктов «Выключатели нагрузки» и «Разъединители высоковольтные внутренней установки», оставив только продукт «КТП внутренней установки», который в действительности принесёт компании убытки.

В данной ситуации очевиден риск неправильных управленческих решений относительно оценки рентабельности выпускаемых продуктов и выбора их ассортимента. Риск возник в результате использования более простой, но при этом гораздо менее точной традиционной системы учёта затрат на производство продукции.

Подводя итог данного исследования, необходимо отметить достоинства и недостатки системы АВС.

Одним из преимуществ данного метода является то, что любой этап анализа можно проследить и, если есть необходимость, то подкорректировать. Расчёты данным методом не вызывают проблем. Данный метод почти полностью универсален. Например, АВС-методом можно провести анализ как товарооборота, так и денежных средств, то есть то, что можно разделить на составляющие элементы.

АВС-метод способен обеспечить наиболее точное описание затрат, чем традиционные методы бухгалтерского учета, что, в свою очередь, позволит предприятию прини-

мать наиболее точные и аргументированные решения.

Стоит отметить и недостатки данной системы. Использование данной калькуляционной системы в практической работе учетно-аналитических служб организаций может вызвать трудности [4].

- сложно разработать единый классификатор видов действий на предприятии;
- необходимо формировать и утверждать новые требования к первичной документации, т.е. обеспечивать формирование отчетов по тем видам деятельности, которые представлены в реестре.

Но, несмотря на недостатки, АВС-метод позволяет управлять затратами с помощью контроля над деятельностью, способствует определению затрат на продукт на всех этапах его производства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ивлев В., Попова Т. Автоматизация Activity based costing // Финансовый директор. https://m.fd.ru
2. Kaplan R.S. Cost and Effect: Using Integrated Cost System to Drive Profitability and Performance. President and Fellows of Harvard College, USA, 1998.
3. АВС калькулирование себестоимости продукции //http://afdanalyse.ru
4. Бережной В.И., Лесняк В.В., Крохичева Г.Е. Бухгалтерский управленческий учет. - М., 2014.

УДК 336.647

УЧЕТ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СООТВЕТСТВИИ С МСФО

Шапочкина Е.Ю.

Сведения об авторе. Шапочкина Елена Юрьевна - старший преподаватель ВКГТУ им. Д. Серикбаева

Аннотация. В статье определена сущность понятия «дебиторская задолженность» и особенности ее признания и оценки в соответствии с МСФО 39. Установлены факторы, влияющие на рыночную стоимость дебиторской задолженности. Рассмотрена трансформация данных в части дебиторской задолженности из национального учета в международный учет. Выделены признаки просроченной дебиторской задолженности и проанализированы методы ее признания.

Ключевые слова. Дебиторская задолженность, финансовые активы, эффективная процентная ставка, резерв по сомнительным долгам, трансформация отчетности, методы признания безнадежной дебиторской задолженности.

Автор туралы мәліметтер. Шапочкина Елена Юрьевна - Д. Серікбаев ат. ШҚМТУ аға оқытушысы.

Аннотация. Мақалада «дебиторлық берешек» тұжырымдамасының мәні және 39 ХҚЕСына (IAS) сәйкес тану және бағалау ерекшеліктері анықталады. Дебиторлық берешектің нарықтық құнын қозғайтын факторлар белгіленеді. Ұлттық шоттардан халықаралық есепке алу бойынша дебиторлық берешектер бойынша деректерді қайта қарау қарастырылған. Мерзімі кешіктірілген дебиторлық берешек белгілері айқындалады және оны тану әдісі талданады.

Түйін сөздер. Дебиторлық берешек, қаржы активтері, тиімді пайыздық мөлшерлеме, күмәнді борыштар бойынша резервтер, есепті қайта құру, өтелмейтін дебиторлық берешекті тану әдістері.

About the author. Shapochkina Yelena - Senior Professor at EKSTU named after D. Serikbayev

Annotation. The article defines the essence of the concept of "receivables" and features of its recognition and assessment in accordance with IFRS 39. The factors affecting the market value of receivables are established. The transformation of data in terms of receivables from national accounting to international accounting is considered. The signs of overdue receivables are highlighted and the methods of

its recognition are analyzed.

Keywords. Accounts receivable, financial assets, effective interest rate, allowance for doubtful debts, reporting transformation, methods for recognizing uncollectible receivables.

Основная цель коммерческой компании состоит в извлечении прибыли из своей деятельности, поэтому работа с контрагентами - одна из основных на любом предприятии. Дебиторская задолженность возникает в следующих ситуациях:

- поставщик отгрузил товары, выполнил работы, оказал услуги, но плату не получил;
- возникает задолженность по роялти, процентам, дивидендам;
- подотчетное лицо не вернуло неизрасходованные суммы;
- если заемщик не вернул предоставленный ему заем.

Не существует международного стандарта, который бы напрямую регламентировал порядок учета и отражения в отчетности дебиторской задолженности, но при составлении отчетности необходимо соблюдать принцип консерватизма, чтобы не ввести в заблуждение ее пользователей. Согласно этому принципу величина активов не должна быть завышена, а величина обязательств занижена.

Для определения дебиторской задолженности необходимо обобщить определения, приведенные в МСФО (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности», МСФО (IAS) 8 «Учетная политика, изменения в расчетных оценках и ошибки», МСФО (IAS) 11 «Договоры подряда» и МСФО (IAS) 18 «Выручка», МСФО (IFRS) 15 «Выручка по договорам с покупателями» (действует с 01.01.2018г.), МСФО (IAS) 39 «Финансовые инструменты - признание и оценка» и МСФО (IFRS) 7 «Финансовые инструменты: раскрытие информации».

В соответствии с МСФО (IAS) 18 «Выручка», дебиторская задолженность определяется как счета и векселя к получению, возникающие в результате реализации товаров и оказания услуг. Она также включает в себя арендные платежи, вознаграждения и прочие суммы к получению, начисленные за отчетный период [1, с. 4].

Обычно дебиторская задолженность подтверждается счетами-фактурами или официальными долговыми обязательствами (по векселям). Займы и дебиторская задолженность в МСФО представляют собой категорию финансовых инструментов. МСФО (IAS) 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка» определяет займы и дебиторскую задолженность следующим образом. Займы и дебиторская задолженность - непроизводные финансовые активы с фиксированными или определимыми платежами, не котируемые на активном рынке, за исключением:

а) активов, которые предприятие намеревается продать немедленно или в ближайшем будущем, которые должны быть классифицированы как предназначенные для торговли, а также активы, которые предприятие при первоначальном признании классифицирует как «оцениваемые по справедливой стоимости, изменения которой отражаются в составе прибыли или убытка»;

б) активов, классифицированных предприятием при первоначальном признании как «имеющиеся в наличии для продажи»;

в) активов, по которым владелец может не возместить значительную часть своих первоначальных инвестиций, за исключением случаев, когда это происходит из-за ухудшения кредитоспособности, и которые должны быть классифицированы как имеющиеся в наличии для продажи [2].

Таким образом, по своей сути дебиторская задолженность как учетная категория представляет собой денежную сумму, которую обязаны выплатить контрагенты за поставленные товары, выполненные работы или оказанные услуги.

Один из самых сложных вопросов, который возникает при учете дебиторской задолженности - ее оценка. Вопросы оценки дебиторской задолженности регулирует МСФО (IAS) 39. Сложность заключается в том, что дебиторская задолженность оценива-

ется по справедливой стоимости, которую необходимо определить. В качестве справедливой стоимости логичнее всего использовать договорную стоимость. Последующий порядок учета задолженности такой: для долгосрочной задолженности - это амортизируемая стоимость с использованием метода эффективной процентной ставки, для краткосрочной задолженности - это справедливая стоимость. Пояснений требует амортизируемая стоимость. Согласно определению международных стандартов, амортизированная стоимость финансового актива или финансового обязательства - величина, в которой финансовые активы или обязательства оцениваются при первоначальном признании, за вычетом выплат в погашение основной суммы долга, уменьшенная или увеличенная на сумму накопленной с использованием метода эффективной ставки процента амортизации разницы между первоначальной стоимостью и суммой погашения, а также за вычетом суммы уменьшения (прямого или путем использования счета оценочного резерва) на обесценение или безнадежную задолженность [3, с. 4].

Метод эффективной ставки процента - это метод расчета амортизированной стоимости финансового актива или финансового обязательства (или группы финансовых активов или финансовых обязательств) и распределения процентного дохода или процентного расхода на соответствующий период. Эффективная процентная ставка - это ставка, применяемая при точном дисконтировании расчетных будущих денежных платежей или поступлений на протяжении ожидаемого времени существования финансового инструмента или, где это уместно, более короткого периода, до чистой балансовой стоимости финансового актива или финансового обязательства. Таким образом, эффективная ставка процента - это метод, который оценивает денежные потоки в будущем периоде времени с точки зрения финансовых инструментов. Ценность этого метода оценки состоит в том, что он учитывает также специфические условия сделки, например скидки, дополнительные расходы и т. д.

В национальном учете могут применяться другие подходы. Так, например, в казахстанском учете для оценки дебиторской задолженности применяется подход по стоимости совершенной хозяйственной операции. Списание дебиторской задолженности происходит, как правило, в двух случаях:

- истечения срока исковой давности задолженности;
- ликвидации компании задолжника и другим причинам, когда вернуть задолженность не представляется возможным.

В зависимости от срока дебиторской задолженности, применяются разные требования. Например, краткосрочная дебиторская задолженность не дисконтируется.

Трансформацию данных в части дебиторской задолженности из национального учета в международный учет можно представить в виде схемы представленной на рис. 1.

Рассмотрим каждую особенность более подробно. Перенос информации из НСФО в МСФО осуществляется, как правило, с помощью специального программного продукта или программы Excel, а также типового плана счетов. Если речь идет о группе компаний, то трансформация данных из НСФО в МСФО предполагает дополнительные мероприятия: исключение внутригрупповых оборотов, выделение нетипичных операций и т. д.

Информация в отношении дебиторской задолженности представлена на следующих счетах бухгалтерского учета:

- счет 1610 «Краткосрочные авансы выданные»;
- счет 1210 «Краткосрочная дебиторская задолженность покупателей и заказчиков»;
- счет 1280 «Прочая краткосрочная дебиторская задолженность».

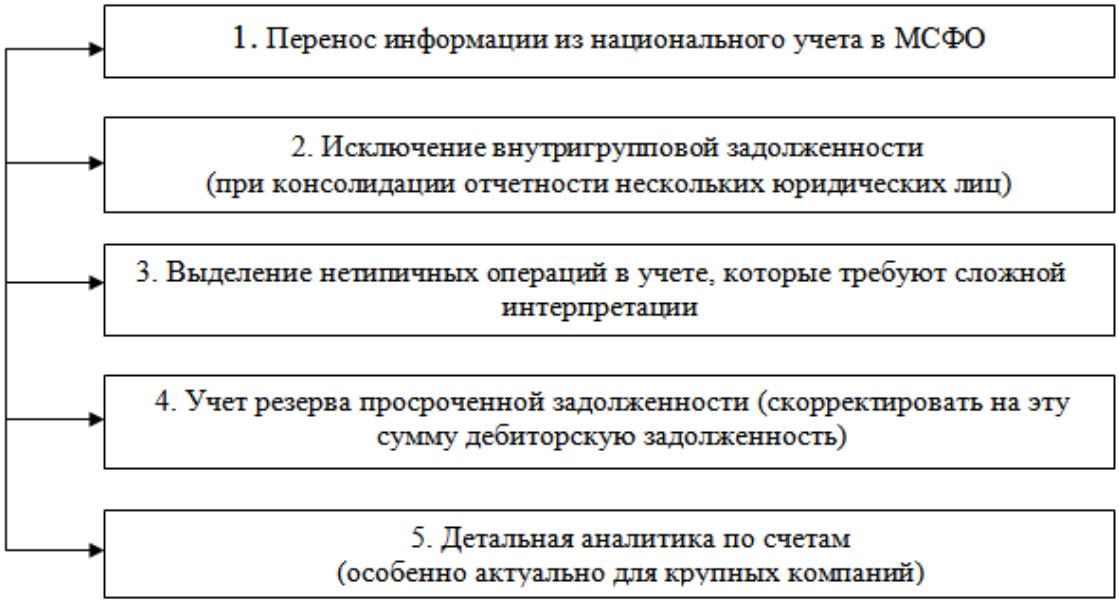


Рис. 1. Особенности трансформации данных из НСФО в МСФО в части дебиторской задолженности

Бухгалтер должен помнить, что выданные авансы и переплата по налогам, как в казахстанской отчетности, так и в отчетности по МСФО обычно раскрываются в разделе «Дебиторская задолженность». Однако если следовать определению дебиторской задолженности, приведенному в МСФО (IAS) 39, то перечисленные статьи не являются дебиторской задолженностью. Авансы, выданные и переплата по налогам, по сути, относятся к расходам, которые временно учтены на балансе до момента совершения хозяйственной операции. Они классифицируются как «расходы, оплаченные авансом».

Если эти статьи имеют значительную величину и существенны с точки зрения отчетности в целом, то они в обязательном порядке будут раскрываться непосредственно в бухгалтерском балансе. Но обычно такие статьи, как авансы и переплата по налогам, незначительны, поэтому показываются в балансе вместе с торговой и прочей дебиторской задолженностью и только в пояснениях к отчетности раскрываются отдельно.

Исключение внутригрупповой задолженности имеет место, если организация занимается подготовкой консолидированной отчетности и представляет собой группу компаний. Таким образом, необходимо из сальдо вышеперечисленных счетов исключить все расчеты внутри группы - по выданным авансам, приобретенным основным средствам и другим долгосрочным активам. Что касается авансов, то важно также не упустить следующий момент. Выданные авансы в ходе трансформации уменьшают на суммы расходов, которые были произведены, но не были отражены в бухгалтерском учете.

Необходимо отметить, что операции по выданным авансам исключают из общего сальдо дебиторской задолженности для целей трансформации. Следующий этап - это выделение нетипичных хозяйственных операций, особенно тех, которые требуют сложной интерпретации. Нетипичные операции - это операции, которые не являются обычными для компании, например, сделки по объединению бизнеса, операции по финансовому лизингу и т.д. Для каждой компании индивидуален список нетипичных операций в зависимости от специфики ее деятельности.

Следующий этап - корректировка задолженности контрагентов на резерв просроченной задолженности. Резерв - это разница между балансовой стоимостью и возмещаемой суммой, которая представляет собой стоимость денежных потоков, дисконтированных по рыночной ставке процента. Обычно много вопросов вызывает расчет резерва просроченной задолженности. Размер резерва просроченной задолженности определяется

экспертным путем. Чаще всего за его основу берется анализ финансового состояния дебитора. Лучше всего еще до заключения договора с контрагентом предусмотреть предварительную оценку платежеспособности покупателей.

Дебиторскую задолженность подразделяют чаще всего на сомнительную (то есть в отношении нее имеются признаки обесценения и нет уверенности в возврате долга) и на безнадежную (то есть задолженность, которая с большей степенью вероятности не будет возвращена).

На практике резерв создается, обычно начиная с 181-го дня просрочки задолженности. Если задолженность не возвращается в течение срока более года (если этот факт не предусмотрен договорными обязательствами), то сумма резерва составляет 100% задолженности контрагента. Признаки просроченной дебиторской задолженности представлены на рис. 2.

Убыток от обесценения - неприятное явление, которое, к сожалению, встречается в деятельности многих фирм. Особенно высок риск получения такого убытка в кризисные времена для экономики страны. Проще всего в такой ситуации действовать следующим образом. Прежде всего, необходимо выявить те виды дебиторской задолженности, суммы которых значительны и существенны для компании. Если организация крупная, то проще всего проверить дебиторскую задолженность по признакам ее просрочки с помощью объединения отдельных видов дебиторской задолженности с аналогичным фактором риска невозврата.

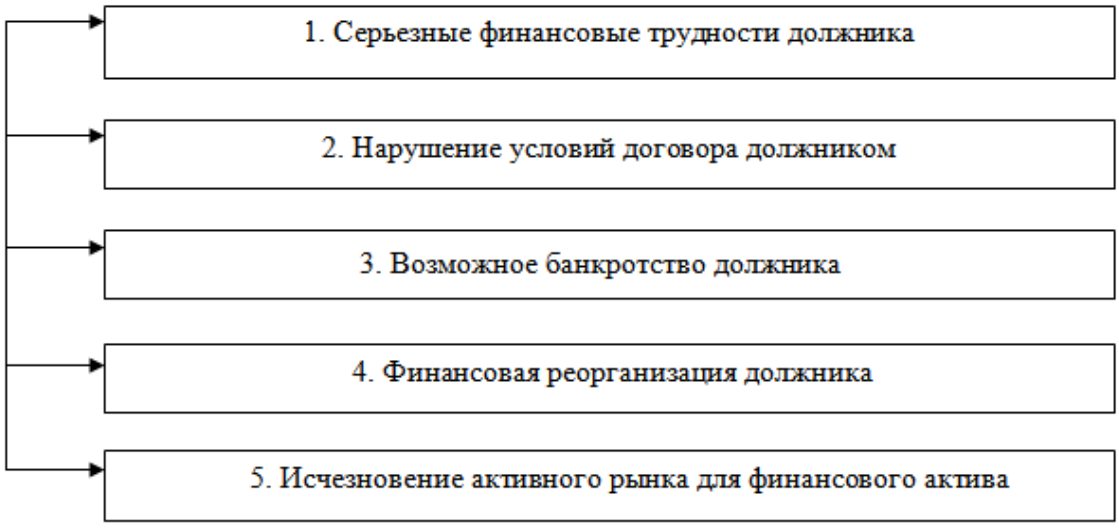


Рис. 2. Признаки просроченной дебиторской задолженности

Такой подход сократит время учетных специалистов. После проверки группы дебиторской задолженности по признакам обесценения по группе также следует определить убыток от обесценения. Лучше всего, если в компании (особенно актуально для крупных) действует аналитический отдел, который группирует контрагентов-дебиторов, а также суммы дебиторской задолженности в соответствии со специально разработанными классификационными признаками. Таким образом, проводить работу и строить общение с контрагентами-дебиторами можно гораздо эффективнее.

Детальная аналитика по счетам также очень важна для эффективной трансформации. Для выполнения этой задачи выполняется группировка данных по необходимым компании признакам. К примеру, если у компании много расчетов по разным участкам учета, можно выбрать следующую аналитику: расчеты по основным средствам, расчеты по договорам подряда, расчеты по операциям аренды и т. д. Можно также в основу детализации положить расчеты с каждым дебитором (по каждому предъявляемому компанией контрагентам счету). Такая детализация актуальна, если контрагентов немного. При раз-

работке детализации аналитических счетов также можно предусмотреть и авансы полученные. Обычно программные продукты, в частности «1С» и другие, предполагают возможность предусмотреть аналитику по счетам.

Сомнительная дебиторская задолженность. Продажи, расчет по которым производится любым другим способом, за исключением оплаты наличными, могут привести в последующем к неоплате счетов. Безнадежная дебиторская задолженность - это потеря дохода, которая влечет за собой уменьшение счетов к получению и соответствующее уменьшение прибыли и капитала компании. Потеря дохода и уменьшение прибыли признаются посредством учета расходов по безнадежным долгам (сомнительным).

Задолженность за товары, работы, услуги, не оплаченные в установленный договором срок и задолженность, связанная с ошибками в оформлении расчетных документов или нарушением условий хозяйственных договоров, представляет собой просроченную (неоправданную) дебиторскую задолженность. Просроченная задолженность в свою очередь может быть сомнительной и безнадежной. Сомнительным долгом может быть признана дебиторская задолженность компании, которая, во-первых, не погашена в срок, установленный договором или законодательством, во-вторых, не обеспечена соответствующими гарантиями.

МСФО требует оценивать долги в соответствии с вероятностью их взыскания, то есть должны учитываться факторы, влияющие на рыночную стоимость дебиторской задолженности:

- условия прекращения обязательств: расчет денежными средствами, ценными эмиссионными бумагами, зачетом встречных поставок товаров;
- сроки расчетов, предусмотренные договорами;
- наличие обеспечения по соответствующему обязательству;
- наличие претензий компании-дебитора по количеству и качеству поставленной ему продукции;
- финансовое состояние организации-дебитора.

По истечении срока исковой давности сомнительная дебиторская задолженность переходит в категорию безнадежной задолженности (нереальной к взысканию). В МСФО нет единого правила для определения момента времени, когда дебиторская задолженность признается безнадежной. Непогашение задолженности в указанный в договоре срок необязательно означает, что задолженность невозможно истребовать вообще. Исходя из принятой в Республике Казахстан практики признания задолженности безнадежной, можно выделить ряд показателей частичной или полной невозможности погашения долга: ликвидации или банкротства должника; истечения срока исковой давности без подтверждения задолженности со стороны должника; наличия денежных средств на счетах в «проблемном» банке.

Здесь возможны два варианта:

- если после вынесения арбитражным судом постановления о ликвидации банка денежных средств для погашения дебиторской задолженности не хватает, то такая дебиторская задолженность признается нереальной к взысканию и соответственно подлежит списанию на финансовые результаты;
- если вместо ликвидации банка предусматривается его реструктуризация, то компания может создать резерв по сомнительным долгам и ждать восстановления банком платежеспособности;
- невозможности взыскания судебным приставом - исполнителем по решению суда суммы долга (например, имущество организации находится на праве оперативного управления).

В соответствии со статьей 177 ГК РК, *исковая давность* - это период времени, в течение которого может быть удовлетворено исковое требование, возникшее из нарушений права лица или охраняемого законом интереса. Статья 178 ГК РК определяет, что общий срок исковой давности устанавливается в три года.

Главной проблемой при учете безнадежных счетов к получению является опреде-

ление момента времени, в который должен быть отражен убыток. Применяются два основных метода:

1. Метод прямого списания. Согласно этому методу никакие записи в учете не делаются до тех пор, пока определенный счет не будет установлен, как безнадежный. Тогда убыток отражается по кредиту «счетов к получению» и дебету счета «расходы по безнадежным долгам». Безнадежный долг учитывается в том году, когда определяется, что конкретная дебиторская задолженность не может быть погашена. С практической точки зрения этот метод прост и удобен в применении, хотя дебиторская задолженность, обычно, не теряет стоимости в определенный момент времени. Этот метод теоретически несовершенен, так как при нем расходы и доходы периода не приводятся в соответствие, и дебиторская задолженность не отражается в отчете о финансовом положении по оцененной стоимости реализации. Таким образом, его применение считается нецелесообразным, за исключением тех случаев, когда сумма безнадежных долгов несущественна.

2. Метод резервирования. Согласно данному методу проводится оценка ожидаемой суммы безнадежных счетов по всем продажам в кредит или общей суммы дебиторской задолженности. Эта рассчитанная сумма учитывается как расход и косвенное уменьшение счетов к получению в том периоде, в котором учитывается реализация, с целью приведения в соответствие расходов и доходов и получения верной оцененной стоимости счетов к получению. При использовании оценок, процентное соотношение счетов, которые не будут оплачены, можно определить на основании предыдущих лет, текущих условий рынка и анализа непогашенных остатков. Многие компании устанавливают свою кредитную политику, чтобы предусмотреть определенный процент безнадежных счетов. Так как при определении суммы дебиторской задолженности, которая будет погашена, во внимание принимается возможность возникновения убытка, применение метода резервирования уместно в тех случаях, когда существует вероятность того, что актив обесценится, и сумма убытка может быть корректно оценена.

Дебиторская задолженность - это будущее предполагаемое денежное поступление средств, и вероятность их получения должна приниматься при оценке этого поступления. Эти оценки, обычно, осуществляются либо на основании процента от объема реализации в кредит, либо на основании суммы непогашенной дебиторской задолженности [4, с. 10].

При методе резервирования создается счет «Резерв по сомнительным долгам». Обычно компании предпочитают заранее создавать резервы на сумму дебиторской задолженности, если предполагается, что она может стать безнадежной. Резерв на покрытие будущих безнадежных долгов создается с помощью корректировочной бухгалтерской записи в конце отчетного периода. Эта операция позволяет уменьшить величину дебиторской задолженности до суммы, которую ожидается получить от ее погашения в будущем (рыночной стоимости долга), а также отразить в текущем периоде ожидаемые расходы, возникающие в результате уменьшения дебиторской задолженности.

Согласно МСФО (IAS) 37, начисление резервов (снижение стоимости в учете) по активам предусмотрено, если их справедливая стоимость становится ниже балансовой. Применительно к дебиторской задолженности резерв должен начисляться, если от дебиторов ожидается поступление суммы меньше первоначальной задолженности или поступление маловероятно. Стандарт вводит термин «Резерв под обесценение дебиторской задолженности». По МСФО начисление резервов под обесценение ДЗ - способ приведения суммы дебиторской задолженности, отражаемой в отчетности, к ее справедливой стоимости.

Компания выбирает один из методов формирования резерва по сомнительной задолженности с целью определения долгосрочной величины сомнительной и безнадежной дебиторской задолженности и создает резерв [5, с. 44]. При образовании резерва по сомнительным долгам компании могут применять один из двух методов: метод процента от чистой реализации в кредит (на базе величины продаж за отчетный период) или метод учета счетов по срокам оплаты (на базе величины дебиторской задолженности на конец отчетного периода). Первый метод применяется с точки зрения отчета о совокупном до-

ходе и основан на принципе соответствия доходов и расходов отчетного периода. Второй метод применяется с точки зрения отчета о финансовом положении и основан на принципе осмотрительности.

Модификацией этого метода является расчет резерва на основе ранжирования дебиторской задолженности в зависимости от срока оплаты. При сравнении этих двух методов следует, что метод процента от дебиторской задолженности дает более точную оценку дебиторской задолженности в отчете. С точки зрения принципа соответствия, метод процента от объема реализации дает лучшие результаты.

Резерв по сомнительным долгам начисляется бухгалтерской проводкой, дебетующей счет расходов по сомнительным долгам и кредитующей счет резерва по сомнительным долгам. В плане счетов для этих целей предусмотрен синтетический счет 7440 «Расходы по созданию резерва и списанию безнадежных требований». В бухгалтерском учете организации, которая создает резерв по сомнительным долгам, производится следующая бухгалтерская запись: Дебет 7440 «Расходы по созданию резерва и списанию безнадежных требований» - Кредит 1290 «Резерв по сомнительным требованиям»

Таким образом, в Отчете о прибылях и убытках (Отчете о совокупном доходе) эта сумма признается как расходы периода, а в Бухгалтерском балансе (Отчете о финансовом положении) дебиторская задолженность уменьшается на сумму созданного резерва. Организация регулярно должна производить сверку расчетов со своими контрагентами по имеющейся задолженности. Для погашения задолженности применяется метод взаимных расчетов, основанием которых может служить специальный договор или соответствующий пункт в хозяйственном договоре, акт сверки взаиморасчетов, а также письмо одной из сторон с просьбой произвести оплату в порядке взаимных расчетов. Резервы по сомнительным долгам создаются в конце отчетного периода. Основой для создания резерва по сомнительным долгам служат результаты инвентаризации дебиторской задолженности. После проведения инвентаризации дебиторской задолженности комиссией составляется акт, который содержит в себе информацию о дебиторах и суммах дебиторской задолженности, о сроках ее погашения, о наличии просроченных и безнадежных долгов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Михалева Е.В. Учет дебиторской задолженности в соответствии с МСФО // Бухгалтер.kz. – 2011.- № 8. – С. 4-7.
2. МСФО (IAS) 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка»
3. Выручаева А. Особенности учета дебиторской и кредиторской задолженности в МСФО // Учет и аудит Казахстана. – 2014.- № 9. – С. 4-9
4. Шулдякова Г.И. Отражение дебиторской задолженности в финансовой отчетности // Бухгалтер.kz. – 2011.- № 9. – С. 10-13
5. Скала В. Каковы основные правила ведения налогового и бухгалтерского учета сомнительных требований? // Учет и аудит Казахстана. – 2015.- № 6. – С. 44-48

УДК 657.24

ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО И НАЛОГОВОГО УЧЕТА ПРИ ЭКСПОРТЕ ТОВАРОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Бекербаева Д.Т.

Сведения об авторе. Бекербаева Дана Тоқтарқызы – студент специальности «Учет и аудит» Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. В данной статье рассматриваются особенности бухгалтерского и налогового учета при экспорте и импорте товаров на примере ТОО «Тандем - Агро», являющегося с 2013 года участником внешнеэкономической деятельности. ТОО экспортирует товары в Россию, Узбекистан, Таджикистан, Афганистан. Предприятие имеет налаженные связи с зарубежными партнера-

ми-покупателями и поставщика товара внутри страны.

Ключевые слова. Экспорт, экспортные операции, налоговый учет, бухгалтерский учет, производственная программа, внешняя торговля.

Автор туралы мәліметтер. Бекербаева Дана Тоқтарқызы - Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Есеп және аудит» мамандығының студенті.

Аннотация. Бұл мақалада 2013 жылдан бастап сыртқы экономикалық қызметке қатысушы «Тандем-Агро» ЖШС мысалында тауарлар экспорты мен импорты бойынша бухгалтерлік және салықтық есепке алу ерекшеліктері қарастырылады. ЖШС Ресейге, Өзбекстанға, Тәжікстанға, Ауғанстанға тауарлар экспорттайды. Компания ел ішінде шет елдік серіктестермен, сатып алушылармен және жеткізушілермен байланыс орнатқан.

Түйін сөздер. Экспорт, экспорттық операциялар, салықтық есепке алу, бухгалтерлік есеп, өндірістік бағдарлама, сыртқы сауда.

About the author. Bekerbayeva Dana - undergraduate student of major “Accounting and Audit” at Kazakh American Free University.

Annotation. This article discusses the features of accounting and tax accounting for the export and import of goods on the example of Tandem-Agro LLP, which since 2013 has been a participant in foreign economic activity. LLP exports goods to Russia, Uzbekistan, Tajikistan, Afghanistan. The company has established contacts with foreign partners, buyers and supplier of goods within the country.

Keywords. Export, export operations, tax accounting, accounting, production program, foreign trade.

Расширение и развитие экспортных операций является фактором, свидетельствующим о поступательном росте экономики страны. Отечественные предприятия активно выходят на зарубежный рынок, расширяется диапазон внешней торговли, в частности экспорт, а, как известно, именно он способствует увеличению ресурсов страны и развитию ее экономики. Казахстана экспортируется в 123 страны мира. В 2016 году Казахстан занял 50 место среди 204 стран с долей 0,28 % от объема мирового экспорта, в 2017 году – 52 место с долей 0,23% соответственно [1].

Преимущественно географическая корзина экспорта состоит из следующих стран: Российская Федерация, Италия, Китай, Нидерланды, Франция, Швейцария, в которые за последние 10 лет было экспортировано порядка 63% от общего объема экспорта товаров. Наглядно проанализировать динамику экспорта товаров за период с 2015 по 2017 годы можно на рис. 1.

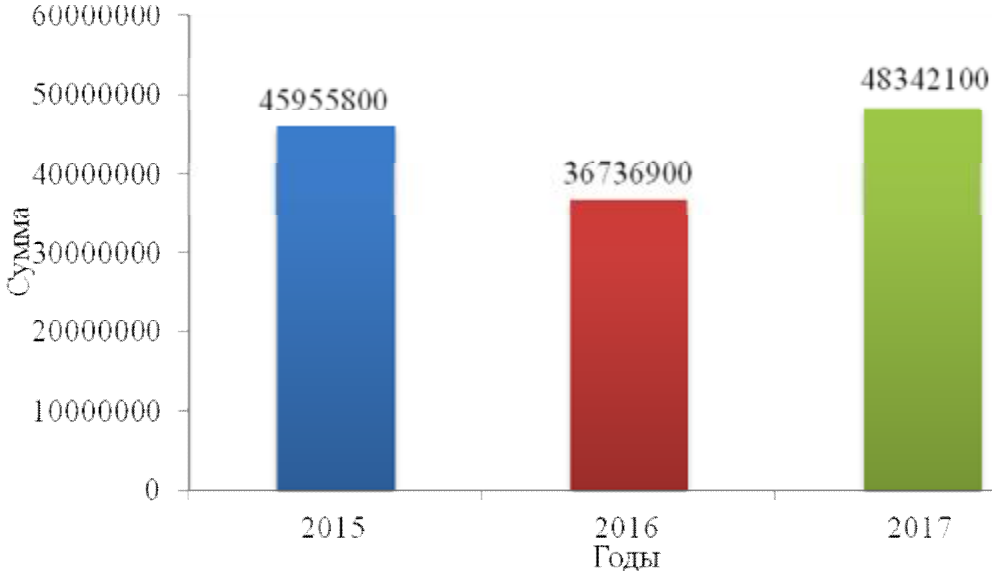


Рис. 1. Динамика экспорта за 2015-2017 годы

Рис. 2. Топ-10 товаров казахстанского экспорта за 2017 год

Первая десятка экспортируемых товаров в совокупности занимает 88,78% от всего объема казахстанского экспорта. Лидирующие позиции по экспорту занимает «нефть сырая и газовый конденсат». Ее доля составила 61,8%, или 12,79 млрд. долларов США. Доли других групп товаров следующие: ферросплавы - 1,11 млрд. долларов США (5,36%), медь рафинированная и сплавы медные необработанные - 1,1 млрд. долларов США (5,33%), газы нефтяные и углеводороды газообразные прочие - 1,01 млрд. долларов США (4,89%), элементы химические радиоактивные и изотопы радиоактивные (включая делящиеся или воспроизводящиеся химические элементы и изотопы) и их соединения - 0,61 млрд долларов США (2,95%), нефть и нефтепродукты, полученные из битуминозных пород, кроме сырых - 0,47 млрд. долларов США (2,25%), цинк необработанный - 0,37 млрд. долларов США (1,78%), руды и концентраты медные - 0,35 млрд. долларов США (1,7%), серебро - 0,28 млрд. долларов США (1,38%) и пшеница и меслин - 0,27 млрд долларов США (1,33%) [2]. Товарная структура сохраняет сырьевую направленность, на рисунке 2 выше были наглядно показаны в процентном соотношении, экспортируемые товары. Наращивание темпов добычи сырья и поставки на мировые рынки природных ресурсов остаются одними из перспективных направлений развития внешнеторговой политики РК в условиях нынешнего высокого мирового спроса на сырье и изменения структуры его потребления [3]. В то же время диверсификация рынков сбыта позволяет Казахстану прочно закрепить свои позиции, тем самым снизив зависимость от одного направления реализации минеральной продукции [4].

С 2013 года ТОО «ТАНДЕМ-Агро» является участником внешнеэкономической деятельности. ТОО экспортирует товары в Россию, Узбекистан, Таджикистан, Афганистан. Предприятие имеет налаженные связи с зарубежными партнерами-покупателями и поставщика товара внутри страны. Деловые партнеры:

- ООО «Мелира» (РФ, Алтайский край, Поспелихинский р-н, с. Поспелиха, ул. Инженерная, д 1а);
- АО «Кузбасская птицефабрика» (РФ, Кемеровская обл., Новокузнецкий район, п. Степной);
- ООО Торговый дом «Гермес-Агро» (РФ, Алтайский край, г. Барнаул, проспект Калинина, д. 67),
- компания ETIHAD ARYANA YAYLAQ LTD (Республика Афганистан, г. Мазари-

Шариф, ул. Баякий);

- компания Hamed Akram Rasooli LTD (Республика Афганистан, г. Мазари-Шариф, ул. Сатра);
- ООО «ООО-Точикистон» (Республика Таджикистан, Согдийская обл., г. Истаравшан);
- ООО СОХТМОN БАРАКАТ (Республика Таджикистан, Согдийская обл., г. Истаравшан);
- ООО Алтайагроресурс» (РФ, Алтайский край, Хабарский р-н, с. Хабары, ул. Возрождения, 7);
- ООО «АМУРЗЕРНО» (РФ, Хабаровский край, г. Хабаровск, ул. Фрунзе, дом 53);
- ООО «ДИВИЯ» (РФ, Алтайский край, г. Барнаул, ул. Анатолия, дом 35а);
- ООО «Import Excellent» (Узбекистан) и др.

Основным поставщиком муки внутри страны является ТОО «Усть-Каменогорский мукомольный комбинат». Зерно поставляют: ТОО «Выдрихинское», КХ «Виситаев», ТОО «ПГС-Недра», ТОО «Сугатовское».

Поставщики средств защиты растений, а также гибридов семян подсолнечника, кукурузы и овощных культур являются «Syngenta» (Шейцария); «DUPONT» (Франция); «Ferti Chemicals Sp» (Польша); «Bayer Crops cience» (Германия); «BASF», (Германия).

Перечень товаров, которые экспортировало ТОО «ТАНДЕМ-Агро» в 2015 году, представлен в таблице 1.

Таблица 1. Перечень экспортируемых товаров ТОО «ТАНДЕМ-Агро» в 2015 году

Наименование товара	Единица измерения	Количество	Цена, тенге
Семена гибрида подсолнечника Брио	Посевная единица	71	1 899 335,20
Семена кукурузы Роки	Посевная единица	640	17 120 768,00
Семена гибрида подсолнечника Делфи	Посевная единица	112	2 996 134,40
Семена гибрида подсолнечника Конди	Посевная единица	32	884 979,20
Семена гибрида подсолнечника Санлука	Посевная единица	770	19 678 951,60
Итого			42 580 168,40

Перечень товаров, которые экспортировало ТОО «ТАНДЕМ-Агро» в 2016 году, представлен в таблице 2.

Таблица 2. Перечень экспортируемых товаров ТОО «ТАНДЕМ-Агро» в 2016 году

Наименование товара	Единица измерения	Количество	Цена, тенге
Мука 1- го сорта	Тонна	3400	275 049,12
Мука ржаная	Тонна	2104,9	163 710 900,00
Мука 2 сорт	Тонна	407,4	23 111 512,19
Пшеница	Тонна	145629	4 128 700,20
Пшеница 3-го класса	Тонна	3934531	100 504 930,00
Пшеница 4 класса	Тонна	1557258	28 987 269,00
Рожь	Тонна	494,439	9 261 525,25
Семена гибрида подсолнечника Санлука	Посевная единица	400	7 566 000,00
Итого			337 545 885,76

Перечень товаров, которые экспортировало ТОО «ТАНДЕМ-Агро» в 2017 году, представлен в таблице 3.

Таблица 3. Перечень экспортируемых товаров ТОО «ТАНДЕМ-Агро» в 2016 году

Наименование товара	Единица измерения	Коли-чество	Цена, тенге
Семена гибрида подсолнечника LG5463	Посевная единица	504	25 161 192,00
Семена гибрида подсолнечника LG5542	Посевная единица	400	1 932 220,00
Семена гибрида кукурузы Роки	Посевная единица	682	30 313 312,00
Семена гибрида подсолнечника Санлука	Посевная единица	154	2 257 794,00
Семена гибрида подсолнечника Сумико	Посевная единица	173	7 259 668,20
Семена гибрида подсолнечника Фортими	Посевная единица	202	9 816 897,00
Семена гибрида подсолнечника Делфи	Посевная единица	653	29 217 309,60
Семена гибрида подсолнечника Конди	Посевная единица	123	5 924 664,00
Семена кукурузы Талисман	Посевная единица	142	2 416 502,04
Итого			114 299 558,84

На основании таблиц, которые находятся выше, представлен рис. 3, где отображена динамика экспорта товаров ТОО «ТАНДЕМ-Агро» за 2015-2017 годы.

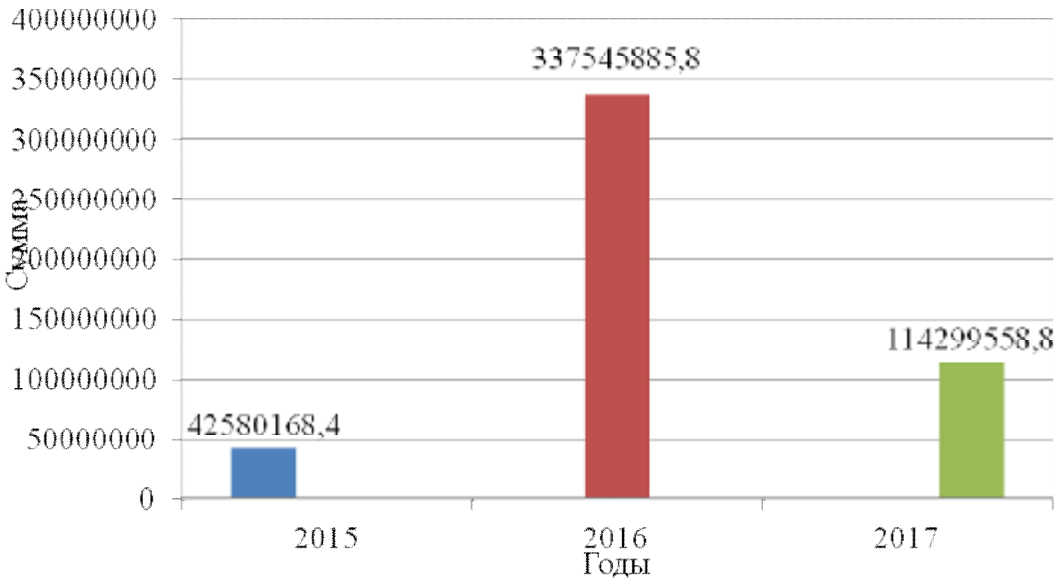


Рис. 3. Динамика экспорта ТОО «ТАНДЕМ-Агро» за 2015-2017 годы

Увеличение стоимостного объема экспорта в 2016 году по сравнению с 2015 годом было обусловлено как ростом средних цен, так и увеличением физических объемов их поставок. В 2017 году наблюдается снижение стоимостного объема экспорта, так как объем экспорта был снижен намеренно.

Объем экспорта товаров определяется или по отгрузке продукции покупателям или

по оплате (выручке). Может выражаться в сопоставимых, плановых и действующих ценах [5].

Важное значение для оценки выполнения производственной программы имеют и натуральные показатели объемов производства и реальной продукции (штуки, метры, тонны и т.д.).

Их используют при анализе объемов экспорта продукции по отдельным видам и группам однородной продукции.

Динамика экспорта продукции представлена в таблице 4.

Таблица 4. Темпы роста объема продаж и объема экспорта ТОО «ТАНДЕМ-Агро» за 2015-2017 годы

Годы	Объем продаж	Темпы роста, в % к 2017	Объем экспорта	Темпы роста, в % к 2017
2015	131 189 248,40	99,16	45 580 168,40	39,88
2016	437 562 534,85	330,74	337 545 885,76	295,32
2017	132 299 558,84	100,00	114 299 558,84	100

Наглядно темпы роста объема продаж и объема экспорта относительно 2017 года представлены на рис. 4.

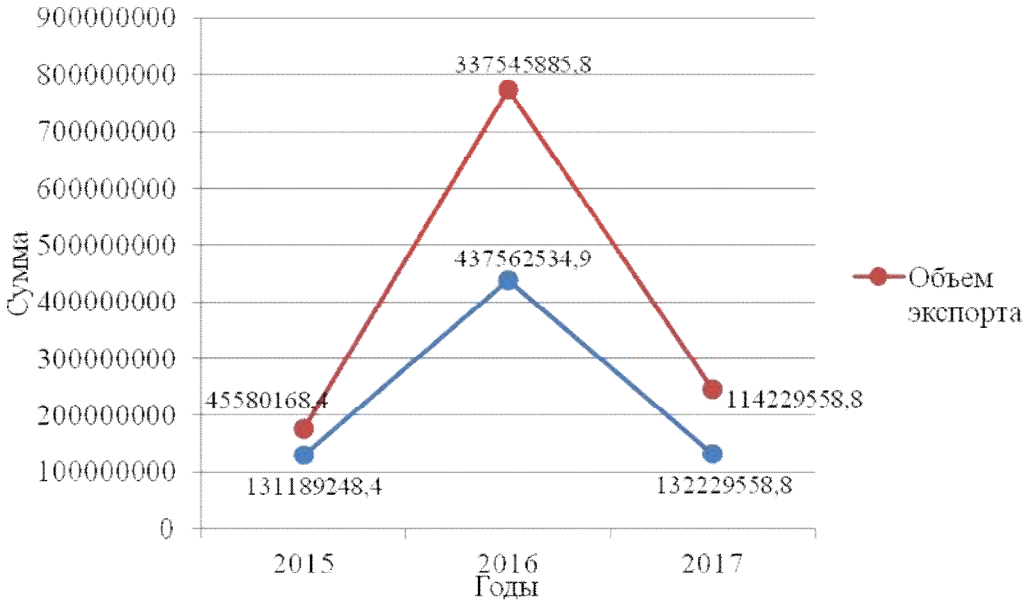


Рис. 4. Темпы роста объема продаж и объема экспорта ТОО «ТАНДЕМ-Агро» за 2015-2017 годы

Таким образом, объем продаж, как и объем экспорта резко возрос в 2016 году, это обусловлено расширением клиентской базы. В 2017 году хоть и наблюдается резкое снижение объема продаж, до показателей 2015 года, но как видно из Таблиц объем экспорта выше, чем в 2015 году. Снижения показателей продаж в 2017 году обусловлены тем что, в 2016 году ТОО экспортировало преимущественно муку, но так как конкурентов в этом сегменте много, руководство компании прияло решение, не экспортировать муку. За счет такого решение наблюдается резкое снижение показателей. Также было решено экспортировать в большем количестве семена и расширить их ассортимент, В 2017 году ТОО

реализовала новые семена подсолнечника и кукурузы. В планах руководства ТОО «ТАНДЕМ-Агро» пересмотреть и расширить ассортимент, за счет этого найти новых покупателей, как на внутреннем рынке, так и на внешнем.

ЛИТЕРАТУРА

1. http://stat.gov.kz.
2. Ташенова С.Д. Бухгалтерский учет и анализ внешнеэкономической деятельности. - Алматы, 2010.
3. Бекееа А.М. Экспорт. Понятие экспортных операций // Мировая экономика и международные отношения.- 2016.- № 5. - С. 26.
4. Бабаева Ю.А. Бухгалтерский финансовый учет – М., 2017.
5. Радостовец В.К., Радостовец В.В. Шмидт О.И. Бухгалтерский учёт на предприятии: учебник – Алматы: Центраудит-Казахстан, 2014.

УДК 336.662

ИНВЕСТИЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ КАК ФАКТОР ОПТИМИЗАЦИИ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА КОМПАНИИ

Редькина А.Н.

Сведения об авторе. Редькина Алина Николаевна – студент специальности «Финансы» Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. В статье рассматривается инвестиционная стратегия на примере ТОО «ДИМ Строй». Автор предлагает внедрение инвестиционного проекта по приобретению нового оборудования. Делается выводы, что проект по всем критериям считается целесообразным для внедрения, эффективным и быстро реализуемым в приемлемые сроки.

Ключевые слова. Инвестиционная стратегия, оптимизация производства, условия экономического роста, финансовая устойчивость, финансовая ликвидность.

Автор туралы мәліметтер. Редкина Алина Николаевна - Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Қаржы» мамандығының студенті.

Аннотация. Мақалада «DIM Stroy» ЖШС мысалында инвестициялық стратегия талқыланады. Автор жаңа жабдықты сатып алуға арналған инвестициялық жобаны енгізуді ұсынады. Барлық критерийлер бойынша жобаны орындау үшін орынды деп есептеледі, ақылға қонымды мерзімде тиімді және тез жүзеге асырылады.

Түйін сөздер. Инвестициялық стратегия, өндірісті оңтайландыру, экономикалық өсу жағдайлары, қаржылық тұрақтылық, қаржылық өтімділік.

About the author. Redkina Alina - undergraduate student of major “Finance” at Kazakh American Free University.

Annotation. The article discusses the investment strategy on the example of LLP "DIM Stroy". The author proposes the introduction of an investment project for the purchase of new equipment. It is concluded that the project for all criteria is considered appropriate for implementation, effective and quickly implemented within a reasonable time.

Keywords. Investment strategy, optimization of production, conditions for economic growth, financial stability, financial liquidity.

К появлению целого ряда новых экономических объектов учета и анализа привело развитие рыночных отношений в обществе. Одним из таких объектов является капитал предприятия как важнейшая экономическая категория. Основной проблемой для каждого предприятия является достаточность капитала для осуществления финансовой деятельности, создания условий для экономического роста, обслуживания денежного оборота, следовательно, существует необходимость его оптимизации [1].

На фоне высокой конкуренции предприятия постоянно находятся в поиске возможностей для развития. Одной из таких обеспечивающих возможностей является инвестиционная стратегия как система долгосрочных целей инвестиционной деятельности компании, которые определяются общими задачами её развития. Деятельность любого предприятия, тем или иным образом, связана с вложением ресурсов в разные виды активов, приобретение которых необходимо для осуществления основной деятельности этой организации [2].

Оперативное развитие предприятий в современных экономических условиях предусматривает наличие достаточного объема финансовых средств для осуществления инвестиционной деятельности и их рациональное использование, что позволяет улучшить качество финансового состояния компании, её платежеспособность, финансовую устойчивость и ликвидность [3].

Однако ситуация такова, что современные предприятия ощущают значительный недостаток собственных средств финансирования, которые могут быть направлены на такие инвестиционные цели, как расширение производства, модернизацию и автоматизацию оборудования, создание новых проектов. В этой связи актуализируется вопрос выбора инвестиционной стратегии для оптимальной структуры капитала организации.

В качестве оптимизации структуры капитала ТОО «ДИМ Строй» предлагается внедрить инвестиционный проект по приобретению нового оборудования – Автокран «Галичанин» КС-55713-4В грузоподъемностью 32 тонны. Это позволит сократить себестоимость по реализации товаров и услуг и, следовательно, увеличить капитал организации.

У организации возникла необходимость в аренде автокранов. Стоимость аренды сравнительно высокая.

Таблица 1. Стоимость аренды автомобильных кранов ТОО «ДИМ Строй» за 2017 год

Наименование крана	Стоимость аренды за день, тенге	Количество дней в месяц		Сумма аренды в месяц, тенге		Сумма аренды в год, тенге
Автокран (Q=32т)	140 000	январь	9	январь	1 260 000	28 280 000
		февраль	16	февраль	2 240 000	
		март	19	март	2 660 000	
		апрель	18	апрель	2 520 000	
		май	20	май	2 800 000	
		июнь	19	июнь	2 660 000	
		июль	22	июль	3 080 000	
		август	23	август	3 220 000	
		сентябрь	16	сентябрь	2 240 000	
		октябрь	14	октябрь	1 960 000	
		ноябрь	16	ноябрь	2 240 000	
		декабрь	10	декабрь	1 400 000	

Таким образом, арендная плата за два автокрана составляет 28 280 000 тенге. Доля арендной платы за автокраны в структуре себестоимости реализованных товаров и услуг составляет 2,01%.

Следовательно, для снижения себестоимости предлагается закупить новый автокран для оказания производственных услуг. Автокран грузоподъемностью 32 тонны.

Стоимость автокрана составляет 35 450 499 тенге. Инвестиции в основной капитал не требуются. Финансирование проекта планируется осуществить полностью за свой

счет, т.к. компания располагает собственными средствами для приобретения автокрана в собственность.

Проанализируем, как отразится приобретение автокрана на эффективности использования основных фондов.

Таблица 2. Динамика основных фондов ТОО «ДИМ Строй» 2018 - 2019 г.

Вид основных средств	2018 год		2019 год		Абсолютное отклонение	Темп прироста
	тенге	%	тенге	%	тенге	%
Здания и сооружения	26 450 899	37,58	26 450 899	25,68	-	-
Машины и оборудование	18 467 988	26,24	53 918 487	52,34	35 450 499	191,96
Транспортные средства	22 263 549	31,63	22 263 549	21,61	-	-
Другие виды ОС	3 210 000	4,56	3 210 000	3,12	-	-
Итого	70 392 436	100	103 018 935	100	32 626 499	46,35
Примечание – таблица составлена автором						

При покупке автокрана стоимость основных фондов увеличивается на 32 626 499 тенге, а темп прироста составит 46,35%.

Как уже было сказано, необходимость приобретения автокрана обусловлена, прежде всего, необходимостью снижения себестоимости и повышения эффективности использования основных фондов предприятия.

Просчитаем экономическую эффективность инвестиционного проекта по приобретению автокрана. ТОО «ДИМ Строй» располагает собственными средствами и поэтому финансирование проекта планируется осуществить полностью за свой счет.

Затраты по проекту представлены в таблице 3.

Таблица 3. Единовременные затраты по проекту

Стоимость оборудования	35 450 499 тенге
Доставка оборудования	200 000 тенге
Пуско-наладочные работы	250 000 тенге
Итого	35 900 499 тенге
Примечание – таблица составлена автором	

При пуско-наладочных работах кран до сдачи в эксплуатацию испытывают и регулируют с участием эксплуатационного персонала крана. При испытании проверяют прочность и надежность работы крана, качество монтажа, а также соответствие габаритным размерам и характеристикам, указанным в паспорте крана. Наиболее ответственным этапом являются испытания статической и динамической нагрузкой.

Из таблицы видно, что единовременные затраты предприятия по приобретению автокрана составят 35 900 499 тенге. Эти средства будут выделены ТОО «ДИМ Строй» в полном объеме.

На основании таблицы 2 Стоимость аренды автомобильных кранов ТОО «ДИМ Строй» за 2017 год рассчитаем предполагаемую прибыль за год. Посчитаем среднее количество дней аренды в месяц.

Таблица 4. Предполагаемая ежегодная прибыль

Стоимость аренды автокрана за день, тенге	140 000
Количество дней в месяц	17
Предполагаемая прибыль за месяц, тенге	2 380 000
Количество дней в год	204
Предполагаемая прибыль за год, тенге	28 560 000
Примечание – таблица составлена автором	

Инвестиционный проект, как и любая финансовая операция, порождает движение денежных потоков.

Таблица 5. Размеры потока платежей

Показатель	Сумма, тенге
Ежегодная предполагаемая прибыль	28 560 000
КПН (20%)	5 712 000
Амортизация за год	8 848 445
Чистая прибыль за год	13 999 555
Примечание – таблица составлена автором	

Для расчёта экономической эффективности используем чистый дисконтированный доход. NPV показывает эффективность вложения в инвестиционный проект: величину денежного потока в течение срока его реализации и приведенную к текущей стоимости (дисконтирование) [4].

NPV рассчитывается по формуле 1:

$$NPV = \sum_{t=0}^{n} \frac{CF_t}{(1+r)^t} - IC, \qquad (1)$$

где: n, t – количество временных периодов;

CF – денежный поток (Cash Flow);

r – ставка дисконта (ставка дисконтирования, Rate);

IC – сумма первоначальных инвестиций.

Расчёт NPV представлен в таблице 6.

Таблица 6. Расчёт NPV

Год	Инвестиции	Притоки	Ставка 20%	PV – текущая стоимость
2018	35 900 499			-35 900 499
2019		13 999 555	0,8333	11 666 296,21
2020		13 999 555	0,6944	9 721 913,51
2021		13 999 555	0,5787	8 101 594,59
2022		13 999 555	0,4823	6 751 328,82
2023		13 999 555	0,4019	5 626 107,35
NPV				5 966 741
Примечание – таблица составлена автором				

Таким образом, чистый дисконтированный поток данного проекта (NPV) имеет положительное значение, поэтому является целесообразным принять данный проект.

Требуется рассчитать значение показателя IRR. Для расчёта возьмем два значения коэффициента дисконтирования – 20 % и 30 %, чтобы в интервале функция NPV меняла свое значение с «+» на «–».

Соответствующие расчёты приведены в таблице 7.

Рассчитаем внутреннюю норму рентабельности IRR по следующей формуле 2:

$$IRR = i_1 + \frac{f(i_1)}{f(i_1) - f(i_2)} \times (i_2 - i_1), \quad (2)$$

где: i_1, i_2 – коэффициенты дисконтирования;

f – суммарный денежный поток.

Таким образом, IRR будет равен 28 %.

Внутренняя норма рентабельности – это ставка дисконтирования, при которой значение NPV равно нулю, т.е. максимальное значение, при котором вложение остаётся безубыточным. Чем больше размер IRR, тем выше рентабельность вложений [5].

Вычислим индекс рентабельности PI по формуле 3:

$$PI = \frac{PV}{IC}, \quad (3)$$

где: PV – текущая стоимость;

IC – сумма первоначальных инвестиций.

PI характеризует эффективность вложений, чем больше значение данного показателя, тем выше отдача вложений в проект. Индекс рентабельности равен 1,17, что > 0, а значит, проект рентабелен.

Срок окупаемости инвестиций основан на расчете периода окупаемости (PP) - числа лет необходимых для возмещения стартовых инвестиционных затрат в новое оборудование.

Рассчитаем PP по следующей формуле 4:

$$PP = \frac{IC}{CF}, \quad (4)$$

где: IC - первоначальные затраты инвестора в объект вложения;

CF - денежный поток, который создается объектом инвестиций (чистая прибыль).

Таким образом, срок окупаемости равен 2,56 года (35 900 499 / 13 999 555).

Для наглядности сведем полученные данные по инвестиционному проекту в таблицу 7.

Таблица 7. Оценка эффективности инвестиционного проекта

Показатель	Значение	Нормативное значение	Вывод
Чистый дисконтированный доход (NPV)	5 966 741	> 0	Проект следует принять
Внутренняя норма рентабельности (IRR), %	28	Не ниже ставки дисконтирования	Проект следует принять
Индекс рентабельности (PI)	1,17	> 1	Проект следует принять
Срок окупаемости (PP) год, месяц	2,56		Проект следует принять
Примечание – таблица составлена автором			

Таким образом, в качестве оптимизации структуры капитала ТОО «ДИМ Строй» предлагается внедрение инвестиционного проекта по приобретению нового оборудования, а именно автокрана «Галичанин» КС-55713-4В. Из всех вышеприведённых расчётов следует сделать вывод, что проект по всем критериям считается целесообразным для внедрения, эффективным и быстро реализуемым в приемлемые сроки.

Кроме этого, реализация проекта позволяет увеличить стоимость основных фондов, расширить объемы предоставления услуг, снизить себестоимость по реализации товаров и услуг и приносить дополнительную прибыль предприятию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Структура капитала корпорации: теория и практика: Монография. / Под ред. к.э.н., доц. Никитушкиной И.В., к.э.н., доц. Макаровой С.Г. – М.: Проспект, 2015.
2. Чараева М.В. Оптимизация структуры капитала при осуществлении инвестиционной деятельности организации // Финансы и кредит. – 2015. – С. 13-17.
3. Лахметкина Н.И. Инвестиционная стратегия предприятия. – М.: КноРус, 2015.
4. Братухина О.А. Финансовый менеджмент. – М.: КноРус, 2015.
5. Чараева М.В. Финансовый менеджмент. – М.: ИНФРА-М, 2016.

УДК 336.71

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЛИКВИДНОСТЬЮ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН: АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И ТЕНДЕНЦИИ ИЗМЕНЕНИЯ

Сизова И.Е.

Сведения об авторе. Сизова Ирина Евгеньевна – студентка специальности «Финансы» Казахстанско-Американского свободного университета

Аннотация. В статье рассматривается управление ликвидности банковской системы. Автор изучает проблемы в данной сфере, дает анализ показателей и тенденции изменения на примере коммерческого банка.

Ключевые слова. Ликвидность банка, оценка уровня, эффективное управление банком, обязательства банка, банковская система, финансовые операции.

Автор туралы мәліметтер. Сизова Ирина Евгеньевна – Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Қаржы» мамандығының студенті.

Аннотация. Мақалада банк жүйесінің өтімділігін басқару қарастырылады. Автор осы саладағы мәселелерді зерттейді, көрсеткіштерге және коммерциялық банкті мысалға ала отырып өзгеру үрдістеріне талдау жасайды.

Түйін сөздер. Банктің өтімділігі, деңгей бағасы, банкті тиімді басқару, банк міндеттемелері, банк жүйесі, қаржылық операциялар.

About the author. Sizova Irina - undergraduate student of major “Finance” at Kazakh American Free University.

Annotation. The article discusses the management of liquidity of the banking system. The author studies the problems in this area, gives an analysis of indicators and trends in the example of a commercial bank.

Keywords. Bank liquidity, level assessment, effective bank management, bank liabilities, banking system, financial operations.

Объективная оценка уровня ликвидности банка и эффективное управление ею относятся к наиболее важным моментам деятельности коммерческого банка. Чтобы своевременно проводить платежи, возвращать средства с депозитных счетов, отвечать по дру-

гим обязательствам, банк должен уделять большое внимание поддержанию ликвидности. Эта проблема занимает одно из ведущих мест в банковском менеджменте. Понятие «ликвидность коммерческого банка» означает возможность банка своевременно и в полном объеме обеспечивать выполнение своих долговых и финансовых обязательств перед всеми контрагентами, что определяется наличием достаточного собственного капитала банка, оптимальным размещением и величиной средств по статьям актива и пассива баланса с учетом соответствующих сроков.

Термин «ликвидность» (от лат. liquidus – жидкий, текучий) в прямом смысле слова означает легкость реализации, продажи, превращения материальных ценностей и прочих активов в денежные средства.

Управление ликвидностью производится не только на уровне коммерческого банка, но и на уровне всей банковской системы. Надзорные функции за регулированием ликвидности банковской системы осуществляет Национальный банк Республики Казахстан [1].

Банковская система Республики Казахстан является активно развивающимся сектором экономики.

По состоянию на 1 января 2018 года текущее состояние банковского сектора Республики Казахстан представлено 32 банками второго уровня, из которых 13 банков с иностранным участием, в том числе 11 дочерних банков.

В Республике также функционирует один полноценный исламский банк АО «Исламский Банк «Al Hilal», который был открыт в первом квартале 2010 года. Его филиалы расположены в Шымкенте и Астане и головной офис в Алматы.

В результате анализа управления ликвидностью банковского сектора на первом месте стоит задача определения ликвидности, соответствие ликвидности нормативам, выявление факторов вызвавших отклонение коэффициентов ликвидности от установленных нормативов НБРК [2].

Коэффициенты ликвидности банковского сектора за период 2015-2017 года представлены в таблице 1.

Таблица 1. Динамика ликвидности банковского сектора РК

Коэффициенты ликвидности	2015	2016	2017
Коэффициент текущей ликвидности (k4)	1,181	1,365	1,284
Коэффициент срочной ликвидности (k4 -1)	6,021	6,893	5,441
Коэффициент срочной ликвидности (k4 -2)	3,462	4,053	3,368
Коэффициент срочной ликвидности (k4 -3)	2,164	2,209	2,369

Коэффициенты ликвидности банковского сектора в период с 2015 по 2017 снизились, но, тем не менее, минимальные значения нормативов коэффициентов ликвидности выполняются. В основном, это связано с тем, что темпы роста активов банковского сектора сократились, ужесточились условия кредитования заемщиков, повысились процентные ставки по кредитам, ухудшилось качество ссудного портфеля, большинство кредитов являются просроченными, депозиты клиентов снизились [3].

В Казахстане в условиях рыночной экономики проблема низкой банковской ликвидности является особенно актуальной, успешное решение этой проблемы оказало бы положительное влияние на банковскую систему в целом.

Низкая ликвидность является, прежде всего, источником внутренней нестабильности банковской системы, сдерживая возможности расширения объема финансовых операций банков и делая банковскую систему неустойчивой к внешним негативным воздействиям.

В Казахстане большинство коммерческих банков не уделяют внимания проблеме поддержания ликвидности, когда мировой опыт показывает, что управление ликвидностью является одной из ключевых задач банковского менеджмента, а ошибки в этой об-

ласти могут привести к существенным отрицательным последствиям как для отдельного банка, так и для всей банковской системы в целом.

Таким образом, можно сделать вывод, что ликвидность является динамическим показателем, который отражает способность банка отвечать по обязательствам, как в настоящее время, так и в будущем.

С начала текущего года банковский сектор Казахстана вступил в период достаточно масштабного преобразования, который уже начал оказывать существенное влияние на показатели банковской системы.

С текущего года будут повышены нормативы достаточности собственного капитала, ужесточаются надзор и меры реагирования со стороны регулятора, а с начала 2017 года банкам нужно было внедрять новые стандарты финансовой отчетности (МСФО 9), новый учет формирования резервов под кредитные потери.

Такие изменения во многом подтолкнули банки к консолидации.

Корректировка курса тенге и ухудшение макроэкономических условий в последние годы снизили кредитоспособность и ухудшили операционную среду большинства клиентов банков.

Учитывая высокую зависимость банков от финансового состояния клиентов, наблюдалось высокое давление на возможность улучшения существующего высокого уровня проблемных займов на балансе банков.

Казахстанские банки столкнулись с высокими рисками, связанными с сокращением капитализации на фоне стагнации в экономике.

Из этого можно определить ряд последствий:

- ожидаются негативные рейтинговые действия;
- спад в экономике сдерживает рост кредитных портфелей банков;
- смена фазы кредитного цикла ведет к ухудшению качества активов банков;
- ограниченная поддержка со стороны акционеров и низкие показатели прибыли оказывают негативное влияние на показатели капитализации банков;
- дефицит долгосрочной ликвидности представляет риск для стабильности банковской системы.

Судя по финансовой системе Казахстана, у банков достаточный объем ликвидных средств для кредитования, долгосрочные кредиты в банках ограничены риском снятия депозитов физических лиц, а также краткосрочностью операций на рынке.

Ликвидность банковского сектора в 2017 осталась на высоких уровнях и также была распределена неравномерно по банкам.

Аналитики считают, что дисбаланс ликвидности в 2017 году усилился. Это связано с увеличением краткосрочных заимствований средних и крупных нефинансовых компаний на фоне снижения базовой ставки с 12% в январе 2017 года до 10,25% на конец третьего квартала.

Базовая ставка в течение первого полугодия 2017 года снизилась до 10.5% +/-1пп, однако ставки все еще на высоком уровне для заемщиков, слабо оказывая влияние на активизацию кредитования.

Динамика уровня базовой ставки за период с 2015 - 2017 годы представлена в таблице 2.

Таблица 2. Динамика уровня базовой ставки

Дата установления ставки	Размер ставки, %	Коридор базовой ставки, %
02.09.2015	12.0	7.0 - 17.0
02.10.2015	16.0	15.0 - 17.0
14.03.2016	17.0	15.0- 19.0
05.06.2016	15.0	14.0 - 16.0
15.08.2016	13.0	12.0 - 14.0
03.10.2016	12.5	11.5 - 13.5

01.12.2016	12.0	11.0 - 13.0
10.01.2017	12.0	11.0 - 13.0
11.04.2017	11.0	10.0 - 12.0
18.07.2017	10.5	9.2 - 11.5
10.10.2017	10.25	9.25 - 11.25

Эмитент	Код облигации	Купон	Дата погашения
Актобе нефтепераработка	AKNPb1	16%	18.08.2020
Актобе нефтепераработка	AKNPb2	16%	18.08.2019
Актобе нефтепераработка	AKNPb3	16%	18.08.2018
Алатау Жарық Компаниясы	AZHKb3	15,5%	10.08.2021
Казахстанские коммунальные системы	KSYSb1	15%	29.03.2021
АО"Банк Хоум Кредит"	HCBNb3	15%	25.05.2020
Мангистауская распределительная электросетевая компания	MREKb10	15%	14.06.2018
"КазАгроФинанс"	KAFIb6	15%	14.11.2021
"Arlan Wagons"	ARWAb1	15%	22.07.2020
"КазАгро"	KZAGb4	15%	23.12.2026
АО "Банк Развития Казахстана"	BRKZb6	15%	28.07.2031
АО "Kaspi Bank "	CSBNb8	14%	01.07.2019
"БАСТ"	BASTb1	14%	22.09.2020
АО "Банк Развития Казахстана"	BRKZb3	14%	25.05.2026
АО "Банк Развития Казахстана"	BRKZb4	14%	10.06.2019
АО "Банк Развития Казахстана"	BRKZb5	14%	01.08.2026
"Аграрная кредитная корпорация"	AGKKb7	14%	22.06.2026
АО "Altyn Bank"	ATBNb1	14%	07.09.2019

Самую высокую ставку купона в 16% годовых предлагает Актюбинский нефтеперерабатывающий завод "Актобе нефтепереработка" (AKNPb1, AKNPb2, AKNPb3). Далее идет "Алатау Жарық Компаниясы", с доходом по купону - 15,5% годовых [6].

В торговых списках KASE находятся облигации 256 наименований, выпущенные 67 эмитентами.

Инвестиции в облигации на сегодняшний день являются актуальным вложением средств, представленным на рынке ценных бумаг. Этот инструмент как раз для тех, кто хочет сохранить капитал при доходе в несколько раз выше. Облигации почти всегда дают возможность получить свои проценты и номинальную стоимость в случае погашения по истечении срока их обращения. Всем вкладчикам, формирующим портфель инвестиций, стоит включить в него определенный процент облигаций. И пусть доходы от них будут небольшие, но надежность и стабильность гарантирована с высокой аналитической вероятностью. Инвестор всегда должен грамотно рассчитать все показатели и только на их основе принимать инвестиционные решения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Официальный сайт Национального Банка Республики Казахстан // http:// www. nationalbank.kz
2. Годовой отчет НБРК за 2015
3. Годовой отчет НБРК за 2016
4. Официальный сайт рейтингового агентства Fitch Ratings // https://www.fitchratings.com
5. Официальный сайт экономического словаря терминов // http:// www. economicportal. ru/ terms. html

6. Официальный сайт информационного агентства «Курсив.kz» // https://www. kursiv. kz/ search

УДК 338.45

РОЛЬ АНАЛИЗА ДОХОДА ПРЕДПРИЯТИЯ

Омарова Д.Т.

Сведения об авторе. Омарова Дамира Тоқтарбекқызы - студентка специальности «Экономика» ВКГУ им. С. Аманжолова.

Аннотация. В статье представлены теоретические аспекты сущности и роли анализа дохода в деятельности предприятия в современных условиях. Рассмотрены основные источники информации, структура и этапы анализа доходов, а также значение результатов анализа в экономической деятельности предприятия.

Ключевые слова. Доход, прибыль, анализ дохода, экономический анализ предприятия, структурный анализ дохода.

Автор туралы мәліметтер. Омарова Дамира Тоқтарбекқызы – С. Аманжолов атындағы ШҚМУ-дың «Экономика» мамандығының студенті.

Аннотация. Мақалада теориялық аспектінің болмысы мен заманауи жағдайдағы кәсіпорынның қызметтегі табыс жүйесінің рөлі қарастырылады. Негізгі ақпарат көзі, құрылым және табыс жүйесінің кезеңдері, сонымен қатар кәсіпорынның экономикалық қызметіндегі қорытындысының мәні қарастырылады.

Түйін сөздер. Табыс, кіріс, кірістерді талдау, кәсіпорынның экономикалық анализі, кірістердің құрылымдық талдау.

About the author. Omarova Damira - undergraduate student of major “Economics” at EKSU named after S. Amanzholov.

Annotation. The article presents the theoretical aspects of the nature and role of the analysis of income in the activities of the enterprise in modern conditions. The main sources of information, the structure and stages of income analysis, as well as the significance of the results of the analysis in the economic activity of the enterprise are considered.

Keywords. Income, profit, income analysis, economic analysis of an enterprise, structural analysis of income.

Современные рыночные отношения требуют от предприятий повышения эффективности производства, конкурентоспособности продукции и услуг на основе внедрения достижений научно-технического прогресса, эффективных форм хозяйствования и управления производством, преодоления бесхозяйственности, активизации предпринимательства и инициативы. В противном случае они могут оказаться на грани банкротства. Для того, чтобы вовремя установить правильность проводимой политики, любое предприятие нуждается в постоянном наблюдении и контроле своей деятельности. Среднесрочные перспективы экономики Казахстана остаются благоприятными, в то же время, действия, направленные на повышение эффективности экономики и формирование полноценного внутреннего рынка требуют от предприятий принятия конкретных мер по обеспечению соответствующего уровня доходности.

Все начинающие и действующие предприниматели стремятся к увеличению уровня доходов. Однако далеко не все уделяют полученному доходу должное внимание. На самом же деле глубокий анализ дохода дает очень многое, поскольку именно на его результатах строятся основные принципы по управлению предприятием и улучшению его доходности. Занимает эта необходимая операция совсем немного времени, особенно в отношении малого и среднего бизнеса, а результат такого анализа практически всегда эффективен.

Доходами организации признается увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) и (или) погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества) [1, С. 123].

Не признаются доходами организации поступления от других юридических и физических лиц:

- сумм налога на добавленную стоимость, акцизов, налога с продаж, экспортных пошлин и иных аналогичных обязательных платежей;
- по договорам комиссии, агентским и иным аналогичным договорам в пользу комитента, принципала и т.п.;
- в порядке предварительной оплаты продукции, товаров, работ, услуг;
- задатка;
- в залог, если договором предусмотрена передача заложенного имущества залогодержателю;
- в погашение кредита, займа, предоставленного заёмщику.

Доходами от обычных видов деятельности являются выручка от продажи продукции и товаров, поступления, связанные с выполнением работ, оказанием услуг.

Организация, наряду с выпуском продукции и продажей товаров, может выполнять работы и оказывать услуги другим организациям.

Работа - это деятельность, результаты которой имеют материальное выражение и могут быть переданы другой организации на основании сдачи-приемки работ (монтажные работы, научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы).

Услуга - это деятельность, результаты которой не имеют материального выражения и потребляются в процессе ее осуществления (услуги почтовой и телефонной связи).

Таким образом, доходами от обычных видов деятельности является выручка от продажи, которая признается при наличии следующих условий:

- организация имеет право на получение этой выручки согласно конкретному договору купли-продажи или иному обоснованию;
- сумма выручки может быть определена;
- имеется уверенность в том, что в результате конкретной операции произойдет увеличение средств или экономических выгод;
- право собственности (владения, пользования, распоряжения) на продукцию перешло от изготовителя к покупателю, работа принята заказчиком, услуга оказана определенной организации или физическому лицу;
- произведенные расходы по данной операции могут быть определены.

Если в отношении денежных средств или иных активов, полученных организацией в оплату, не исполнено хотя бы одно из перечисленных условий, то в бухгалтерском учете признается не выручка, а кредиторская задолженность.

Анализ доходов позволяет получить информацию о величине доходов, источниках прибыли, причинах убытков, а также дает представление о финансовой деятельности компании в целом. Работу по анализу доходов в совокупности с анализом расходов проводят на основе первичных документов и бухгалтерской отчетности предприятия.

Результативность анализа доходов и расходов предприятия в значительной степени зависит от его информационного и методического обеспечения. Все источники данных для проведения анализа делятся на нормативно-плановые; учетные; внеучетные.

К источникам информации нормативно-планового характера относятся все типы планов, которые разрабатываются на предприятии (перспективные, текущие, оперативные, технологические карты), а также нормативные материалы, сметы, ценники, проектные задания и др.

Источники информации учетного характера - это все данные, которые содержат документы бухгалтерского, статистического и оперативного учета, а также все виды отчетности, первичная учетная документация. Ведущая роль в информационном обеспечении анализа принадлежат бухгалтерскому учету и отчетности, где наиболее полно отражают-

ся хозяйственные явления, процессы, их результаты. Своевременный и полный анализ данных, которые содержатся в первичных и сводных учетных регистрах и отчетности, обеспечивает принятие необходимых корректирующих мер, направленных на достижение лучших результатов хозяйствования [2, С. 32].

Доходы от основной деятельности в рыночных условиях хозяйствования являются основным источником финансирования деятельности предприятия, так как преимущественно за счет них формируется прибыль. Являясь источником формирования различных видов прибыли, они в результате являются источником воспроизводственного и инвестиционного процесса на предприятии, поэтому каждое предприятие должно анализировать и оценивать сложившуюся тенденцию на предприятии.

Различных пользователей бухгалтерской отчетности интересуют только определенные показатели доходов предприятия. Например, администрацию предприятия интересуют объем полученных доходов их структура и факторы, воздействующие на их величину. Налоговые органы заинтересованы в получении достоверной информации обо всех доходах как слагаемых налогооблагаемой базы прибыли. Потенциальных инвесторов интересуют вопросы качества доходов и их соотношение с расходами, т.е. рентабельности предприятия, устойчивости и надежности получения прибыли в ближайшей и обозримой перспективе, для выбора и обоснования стратегии инвестиций, направленной на минимизацию потерь и финансовых рисков от вложений в активы данной организации [3, С. 85].

Анализ каждого слагаемого доходов предприятия имеет не абстрактный, а вполне конкретный характер, потому что позволяет учредителям и акционерам, администрации выбрать наиболее важные направления активизации деятельности организации. Целью анализа доходов предприятия является определение путей оптимизации их величины как в целом, так и от отдельных видов деятельности. Для достижения данной цели необходимо проводить анализ динамики, структуры и структурной динамики доходов от основной деятельности, прочих доходов.

Для анализа дохода используются традиционные и математические методы анализа. К числу основных способов и приемов экономического анализа относятся: оценка абсолютных, относительных и средних величин, метод сравнения, группировки, индексный, графический, метод цепных подстановок, балансовый. К математическим методам относятся: математическое программирование, моделирование, корреляция, регрессия и т.д. [4, С. 342].

В ходе структурного анализа выясняются основные соотношения, связанные с получением выручки от реализации, и произведенные с этой целью затраты. Информация для анализа продаж, необходимого для составления прогнозов на следующий период (периоды), доступна в полном объеме лишь внутреннему аналитику. В ходе такого анализа должно быть установлено: каковы основные элементы получения выручки; насколько зависим спрос от цен на продукцию (т.е. эластичность спроса); существует ли у предприятия возможность приспособиться к изменению спроса путем модификации выпускаемой продукции или введения на рынок новых товаров; какова степень концентрации покупателей; насколько велика зависимость от основных покупателей; какова диверсификация продукции по географическим рынкам сбыта [5, С. 114]. В условиях рыночной экономики на доходность предприятия влияют самые разнообразные факторы. Их можно классифицировать по самым различным признакам.

В зависимости от направленности деятельность их можно объединить в две группы: позитивные и негативные. В зависимости от места возникновения, все факторы можно классифицировать на внутренние и внешние. Все внутренние факторы можно разделить на объективные и субъективные. Объективные - это такие факторы, возникновение которых не зависит от субъекта управления. Субъективные факторы составляют абсолютное большинство, они полностью зависят от субъекта управления. Доходность предприятия в значительной степени зависит и от внешних факторов. Также на доходность предприятия влияют экстенсивные и интенсивные факторы.

К экстенсивным относятся факторы, которые отражают объем производственных

ресурсов, их использования во времени, а также непроизводительное использование. К интенсивным относятся факторы, отражающие эффективность использования ресурсов [6, С. 13]. Перечисленные факторы влияют на прибыль не прямо, а через объем реализуемой продукции и себестоимость.

Таким образом, значение доходов в современной рыночной экономике огромно. Как экономическая категория разница между доходами и расходами характеризует результат предпринимательской деятельности предприятия. При сравнении доходов с расходами предприятия за тот же период определяется прибыль - показатель, наиболее полно отражающий эффективность производства, объем и качество произведенной продукции, состояние производительности труда, уровень себестоимости. Вместе с тем, прибыль оказывает стимулирующее воздействие на укрепление коммерческого расчета, интенсификацию производства при любой форме собственности.

Показатели доходов являются важнейшими в системе оценки результативности и деловых качеств предприятия, степени его надежности и финансового благополучия как партнера.

В своей практической деятельности организация исходит из того, что конечным результатом ее предпринимательской деятельности является достижение необходимой рентабельности продукции (работ, услуг). Показатели доходов, прибыли и рентабельности являются основными характеристиками эффективности финансово-хозяйственной деятельности организации. В процессе анализа исследуются уровень показателей, их динамика, определяется система факторов, влияющих на их изменение.

Так как целью деятельности любого коммерческого предприятия является прибыль, скрупулезный учет доходов имеет принципиальное значение. Поэтому в настоящее время рассмотрению методики бухгалтерского учета, налогообложения и анализа доходов в экономической литературе уделяется особое внимание. И дело здесь не только во влиянии процесса управления доходами на финансовое состояние предприятия, но и в большом количестве новых нормативных документов, регулирующих порядок их бухгалтерского учета.

Таким образом, детальный и глубокий анализ доходов позволяет отследить тенденции развития предприятия, дать комплексную оценку хозяйственной, коммерческой деятельности и служит, таким образом, связующим звеном между выработкой управленческих решений и собственно производственно-предпринимательской деятельностью.

Кроме того, анализ доходов позволяет дать оценку финансовому состоянию предприятия, сделать вывод о его устойчивости. Анализ содержит точные и полные данные о результатах деятельности компании за определенный период. На основе анализа можно дать не только текущую оценку финансового положения предприятия, но и составить прогнозы на будущий период.

Анализ позволяет планировать экономическую деятельность предприятия, ставить долгосрочные цели, разрабатывать стратегию развития. Так, экономический анализ доходов является частью стратегического плана развития компании. Анализ доходов необходим во время изменений в организационно-правовой форме предприятия, например, при ее реорганизации в форме преобразования.

В результате анализа доходов специалист делает вывод об увеличении прибыли, темпе роста продаж, рентабельности продаж, выручки от реализации продукции и иных. Находится точка безубыточности - тот объем продаж, при котором компания не получает доходов, но и не несет расходов. В данном случае конкретные цифры дают представление о том, каким должен быть объем продаж, чтобы предприятие имело запас финансовой прочности. Дается оценка факторам, влияющим на рентабельность и эффективность деятельности компании.

Анализ доходов позволяет не только дать оценку деятельности компании, но и помогает руководству принять верное управленческое решение. Анализ результатов финансовой деятельности дает возможность создать такие условия работы предприятия, при которых оно будет сохранять финансовую устойчивость. Кроме того, помогает выбрать

оптимальный путь выхода предприятия из кризисного состояния, если таковое имеется, спрогнозировать рентабельность, оценить потенциальные риски.

Напротив, отсутствие качественного анализа доходов, может повлечь бездействие руководства и недооценку рисков, что может привести к неплатежеспособности, нехватке денежных средств, а как следствие, к банкротству предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Положения по бухгалтерскому учету: текст с изм. и доп. на 2010 год. – М., 2010.
2. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет: Учеб. пособие. - М.: ИНФРА-М, 2009.
3. Шуляк П.Н. Финансы предприятия: Учебник. - М., 2006.
4. Уткин Э.А. Управление фирмой / Э.А. Уткин. - М.: Акалис, 2009.
5. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. - Минск, 2007.
6. Ковалева А.М., Лапуста М.Г., Скамай Л.Г. Финансы фирмы. - М.: ИНФРА - М, 2000.

УДК 164.08

ВОПРОСЫ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ И ЕЁ РОЛЬ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Косиков В.В., Сарсембаева Г.Ж.

Сведения об авторах. Косиков Виталий Викторович – студент специальности «Менеджмент» Казахстанско-Американского свободного университета; Сарсембаева Гульнар Жексембаевна – PhD, доцент Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. В статье описана важность транспортной логистики и ее роль в экономической деятельности предприятия. Авторы рассматривают классификацию и виды логистики, приводят примеры по данной теме.

Ключевые слова. Экономическая детальность предприятия, транспортная логистика, снабжение, производство, опыт, товарно-материальные запасы.

Авторлар туралы мәліметтер. Косиков Виталий Викторович – Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Менеджмент» мамандығының студенті; Сарсембаева Гульнар Жексембаевна – PhD, Қазақстан-Американдық еркін университетінің доценті.

Аннотация. Мақалада көлік логистикасының маңызы мен оның кәсіпорынның экономикалық қызметіндегі рөлі сипатталған. Автор логистиканың классификациясын, оның түрлерін қарастырып, берілген тақырып бойынша мысалдар келтіреді.

Түйін сөздер. Кәсіпорындардың экономикалық қызметі, көлік логистикасы, жабдықтау, өндіру, тәжірибе, тауарлық-материалдық қорлар.

About the authors. Kosikov Vitaliy - undergraduate student of major “Management” at Kazakh American Free University; Sarsembayeva Gulnar - PhD, Associate Professor at Kazakh American Free University.

Annotation. The article describes the importance of transport logistics and its role in the economic activity of the enterprise. The authors consider the classification and types of logistics, give examples on this topic.

Keywords. Economic activity of the enterprise, transport logistics, supply, production, experience, inventory.

Чтобы определить необходимость и важность транспортной логистики и её роль в экономической деятельности предприятия, можно привести один пример из современного бизнеса.

Сеть ресторанов быстрого питания KFC столкнулась с настоящим кризисом, который заставил руководство сети закрыть огромное количество ресторанов в Великобрита-

нии. Проблемы начались из-за смены логистической компании: после компьютерного сбоя куры остались сгнивать на складе, а рестораны опустели.

Кризис разразился после того как компьютерная система компании DHL, отвечающая за управление заказами и доставками, дала сбой. Неприятный сюрприз для Kentucky Fried Chicken (KFC) и плохое первое впечатление – за несколько дней до этого контрагентом сети стала германская DHL. Прежде доставкой продуктов занималась южноафриканская компания Bidvest.

В результате сбоя в работе DHL курятина, предназначавшаяся для ресторанов быстрого питания, застряла на складе логистической компании, а торговые точки на территории королевства (всего в Великобритании и Ирландии их около 900) начали закрываться из-за недостатка мяса. Часть ресторанов продолжила работу, но смогла предложить клиентам только ограниченное меню. Уже после первых кризисных выходных закрылось около половины торговых точек.

Временное закрытие ресторанов привело к тому, что сотрудников KFC (всего их около 25 тысяч человек) принудительно отправили на выходные. В период простоя, по заверению компании, работники получают зарплату. Однако примерно 80 процентов ресторанов KFC в Великобритании и Ирландии работают по франшизе – это значит, что они заключают со своими сотрудниками собственный трудовой договор. Поэтому что будет с зарплатами 19 тысяч человек – неизвестно.

Причиной ситуации, в которой оказалась сеть KFC, стало желание сэкономить на логистике и решение DHL обслуживать все рестораны с одного склада (предыдущая логистическая компания использовала для снижения рисков несколько центров распределения).

Данный пример ярко показывает важность транспортной логистики в экономической деятельности любого предприятия.

Примечательно, что в настоящее время и менеджеры современных предприятий, и научные круги стали уделять повышенный интерес к вопросам снабжения фирмы товарно-материальными запасами.

Дело в том, что бесперебойность производственного процесса, а также всего хозяйственного цикла предприятия, зависит от своевременного обеспечения.

Стоит отметить, что изучение данного вопроса и проблем в представленной сфере совершается фрагментарно, то есть происходит изучение отдельных фаз производства:

- снабжение;
- производство;
- сбыт.

Однако всего этого можно избежать, изучая аспекты снабжения и обеспечения фирмы товарно-материальными запасами комплексно на всех циклах деятельности объединяя их в единую функцию – логистику [5, с. 18].

Изначально логистика считалась военной дисциплиной, то есть её сущность не рассматривалась с экономической точки зрения. Термин «логистика» известен примерно с 9 века н.э. и берет истоки в Византии. Тогда он означал отлично устроенную работу тыла по снабжению фронта всем необходимым, начиная от продовольствия и заканчивая оружием. Уже тогда логистика была существенным элементом в военном успехе.

Позже развилось другое направление логистики – экономическое. Экономическая сущность логистики заключается в научно-практическом направлении хозяйствования, представляющим собой рациональное управление не только материальными, но также и информационными и финансовыми потоками.

Терминологические словари предоставляют свою версию понятия. Логистика (от латинского logistics) - наука о планировании, контроле и организации транспортированием, складированием и другими материальными и нематериальными операциями, осуществляемые в процессе доведения сырья, полуфабрикатов или материалов до производственного предприятия, внутризаводской переработки сырья, материалов и полуфабрикатов, доведения готовой продукции до потребителя в соответствии с интересами и требо-

ваниями последнего, а также передачи, хранения и обработки соответствующей информации [5, с. 46]. Следуя логике данного определения, логистика - это настоящая наука. Однако не стоит забывать о её хозяйственной сущности, из которой можно вывести другое определение.

Логистика – процесс организации перемещением и хранением сырья, полуфабрикатов или готовой продукции в производственном (хозяйственном) цикле с момента осуществления оплаты денег поставщикам (подрядчикам) до момента получения денежных средств от потребителя за продажу готовой продукции.

Однако, как бы ни различались представленные понятия и определения, в них прослеживаются специфические характеристики логистики или если можно назвать «признаки»:

- согласованность;
- рациональность;
- точность.

В зависимости от сущности операций, а также уровней логистической системы логистику делят на:

- макрологистику;
- микрологистику.

Макрологистика занимается решением следующих вопросов:

- маркетинг – анализ рынка поставщиков и рынка сбыта;
- выработка политики распределения;
- размещение складов;
- выбор транспортных средств, а также организация транспортного процесса;
- организация материальных потоков;
- формирование пунктов поставки сырья и материалов;
- выбор схемы доставки.

Микрологистика же решает более детальные вопросы локального характера в пределах отдельных элементов и звеньев логистики. Например, это может быть внутрипроизводственная логистика, то есть в рамках одного хозяйствующего субъекта планируются или осуществляются всевозможные логистические операции, такие, как:

- транспортно-складские;
- погрузочно-разгрузочные;
- закупочные и так далее.

Микрологистика обеспечивает бесперебойность операций по планированию, подготовке, организации, осуществлению и контролю за процессами перемещения материалов внутри хозяйствующего субъекта. Разделение логистики на микро- и макрологистику считается первой классификацией.

Второй классификацией принято считать разделение логистики на следующие виды:

- закупочная логистика;
- производственная логистика;
- маркетинговая логистика;
- транспортная логистика;
- компьютерная логистика [4, с. 18].

Данной классификации в основном придерживаются западные экономисты. Закупочная логистика занимается снабжением материалами (полуфабрикатами, товарами) весь производственный цикл. Маркетинговая логистика заключает в себе сбытовые или распределительные функции.

Транспортная логистика, по своей сути, присутствует в каждом из трёх видов.

Неотделимым элементом всех видов логистики является непременное присутствие логистического информационного потока, содержащего в себе сбор информации о товарном потоке, её передачу, обработку и систематизацию с последующей выдачей готовых данных. Эту подсистему логистики, как правило, называют компьютерной логистикой [2,

с. 46].

Итак, классификацию и виды логистики можно представить на рис. 1.

Рис. 1. Классификация и виды логистики

Как видно из рисунка, предмет исследования работы – транспортная логистика является одним из видов логистики согласно второй классификации, однако она также является неотъемлемой частью каждого элемента.

Также стоит отметить, что развитие транспортной логистики происходило не обособлено от других видов, а в совокупности.

В целом активное развитие логистики (в том числе транспортной) можно разделить на следующие этапы, представленные в таблице 1.

Таблица 1. Этапы развития логистики

I этап	II этап	III этап	IV этап
50-е годы	60-70-ы годы	70-80-ы годы	90-е годы
- Закупки - Хранение - Дистрибуция	- Внутрифирменное управление материалами - Дистрибуция	Интеграция логистической деятельности на предприятия	- Микрологистика - Мезологистика - Макрологистика - Еврологистика - Глобальная логистика

Первый этап, 1950-е годы, характеризуется бессистемными и разрозненными логистическим функциями – закупки (прогнозирование, планирование потребностей, транспортировка), хранение (транспортные и складские операции), дистрибуция (транспортные манипуляции, обслуживание потребителей). Реализация всех действий не была подчинена конкретной цели (повышение эффективности, снижение затрат).

Второй этап – происходило постепенное развитие и выделение физической дистрибуции товаров (доведение товара по потребителя) и внутрифирменное управление материалами (планирование потребности в материалах, выбор источников, транспортировка и хранение).

Только на третьем этапе развития можно начинать говорить об интегральном понимании логистической деятельности. Именно здесь соединяется управление материальными и информационными потоками в рамках целого предприятия. Логистика стала обладать определенной стратегической целью – максимизации прибыли. Такой интегрированный подход позволил снижать расходы и оптимизировать деятельность по всей логи-

стической цепочке.

На последнем этапе логистика стала развиваться в условиях глобального рынка, то есть она вышла за пределы одного предприятия и даже страны. Возникают принципиально новые концепции (например, Just-in-time). Стали появляться центры логистических услуг. Улучшаются элементы логистической инфраструктуры, что ускоряет продвижение продуктов.

Итак, мы определились с понятием логистики, определили место транспортной логистики в ней, а также рассмотрели этапы их развития. Теперь разберем непосредственно транспортную логистику более детально.

Транспортная логистика – один из элементов логистических операций, который управляет совокупностью действий, реализовывающих физическое перемещение товарно-материальных запасов между субъектами логистической цепи с минимальными затратами.

Другими словами транспортная логистика призвана переместить необходимое количество материалов или товара в нужное место, рациональным маршрутом, в рамках определенного периода и самое главное с минимальными издержками.

Отсюда можно выделить необходимые требования, которые предъявляются к транспортной логистике:

- надёжность;
- минимальные сроки;
- регулярность;
- гарантированность (сроков, доставки);
- безопасность;
- сохранность;
- удобство и гибкость к потребностям потребителя;
- эффективная система информационного обеспечения;
- приемлемая стоимость.

Транспортная логистика подразумевает под собой перевозку груза:

- от поставщика до потребителя;
- с предприятия на склад;
- со склада на склад;
- со склада потребителю и так далее.

Себестоимость товара складывается из всех затрат всех операций в цепочке «производитель - потребитель». Затраты на перемещение могут достигать 30%.

Предметом транспортной логистики является эффективная организация процессов движения товаров или материалов (грузов).

К задачам транспортной логистики можно отнести:

- создание транспортной системы, в частности цепей и коридоров;
- гарантирование целостности и сохранности в транспортно-складском процессе;
- интегрирование планирования транспортной логистики с производственно-складскими процессами;
- составление рационального маршрута передвижения грузов;
- определение вида транспорта доставки;
- организация планирования транспортных процессов.

Принимая во внимание тот факт, что транспортная логистика является неотъемлемой частью знаний организации транспортных потоков, её управление должно базироваться не только на пяти фундаментальных принципах теории управления, но и на собственных специфичных принципах, которые представлены на рис. 2.

Рис. 2. Принципы транспортной логистики

Системность подразумевает под собой взаимодействие всех элементов транспортной системы и её подсистем со всеми аспектами деятельности предприятия. Например, взаимосвязь издержек на транспортировку с бюджетом предприятия, или взаимодействие транспортной логистики с производственными аспектами или маркетингом и так далее.

Комплексность означает организацию всех видов снабжения (развитие инфраструктуры) для обеспечения материальных потоков. Также принцип комплексности включает в себя действия по координации действий прямых и косвенных субъектов транспортной логистики.

Научность означает повышение роли экономических и математических расчетов на всех стадиях управления материальным потоком, начиная от планирования и заканчивая контролем и анализом, осуществление аналогичных расчетов всех параметров траектории перемещения товаров; признание, что квалифицированные и компетентные кадры имеют статус стержневого ресурса фирмы.

Конкретность апеллирует к точному указанию результата в качестве цели перемещения товаров в соответствие с экономическими, маркетинговыми, производственными и другими требованиями.

Конструктивность – диспетчеризация (отслеживание) грузового потока, перманентный контроль всех элементов транспортной логистики, определение деталей.

Надёжность – обеспечение безопасности перемещения грузов. Это достигается путем использования современных технических средств и достижений в управлении транспортным потоком.

Вариантность – возможность адекватного реагирования предприятия на изменения спроса.

Некоторые источники выделяют дополнительные принципы:

- интегративность;
- эффективность;
- гибкость.

Таким образом, логистика – процесс организации перемещением и хранением сырья, полуфабрикатов или готовой продукции в производственном (хозяйственном) цикле

с момента осуществления оплаты денег поставщикам (подрядчикам) до момента получения денежных средств от потребителя за продажу готовой продукции. По первой классификации логистика делится на макро- и микрологистику. По второй на закупочную, производственную, маркетинговую, транспортную и компьютерную. Транспортная логистика – один из элементов логистических операций, который управляет совокупностью действий, реализовывающих физическое перемещение товарно-материальных запасов между субъектами логистической цепи с минимальными затратами. К принципам транспортной логистики относят системность, комплексность, научность, конкретность и так далее.

ЛИТЕРАТУРА

1. Грубинов В.П. Экономика предприятия. - М., 2014.
2. Князев В.Г. Производственный менеджмент. - М., 2015.
3. Круглов В.В. Предпринимательская деятельность на предприятии. - Минск, 2013.
4. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов. – М., 2013.
5. Эддоус М. Методы принятия решений. – М., 2014.
6. Чукин Н.Л. Конкурентоспособность предприятия. – Тамбов, 2015.
7. Чукман У.С. Экономика, организация управления и планирования научно - технического прогресса. - М., 2015.

УДК 338.48: 640.4

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ ГОРОДА УСТЬ-КАМЕНОГОРСКА

Загайнов Е.О.

Сведения об авторе. Загайнов Евгений Олегович – магистр экономических наук, старший преподаватель Казахстанско-Американского свободного университета

Аннотация. Автор статьи анализирует гостиничную индустрию города Усть-Каменогорска. В статье описано, что на сегодняшний день в городе существует один тип предприятий размещения – гостиницы, однако несоответствие показателю «цена-качество» вынуждает гостей города останавливаться либо в недорогих отелях, либо прибегать к услугам риелторов, которые найдут квартиру или комнату, которая в сумме будет по цене более приемлема для туристов. В связи с этим возникает необходимость в совершенствовании системы организации мест временного пребывания туристов.

Ключевые слова. Гостиницы, отели, цены на услуги, «звездность» отелей, туристический бизнес, места временного пребывания туристов, город Усть-Каменогорск.

Автор туралы мәліметтер. Загайнов Евгений Олегович - экономика ғылымының магистрі, Қазақстан-Американдық еркін университетінің аға оқытушысы.

Аннотация. Мақала авторы Өскемен қаласының қонақ үй индустриясын талдайды. Мақалада бүгінде қалада қонақ үйдің бір түрі бар - қонақ үйлер, дегенмен, «баға сапасы» индикаторына сәйкес келмеуі қала қонақтарын арзан қонақ үйлерде қалдыруға немесе риэлторларға қызмет көрсетуге мәжбүр етеді, пәтерді немесе бөлмені табады, ол туристерге қолайлы баға бойынша болады. Осыған байланысты туристердің уақытша тұру орындарын ұйымдастыру жүйесін жетілдіру қажет.

Түйін сөздер. Қонақ үйлер, қызметтердің бағалары, «жұлдыз» қонақ үйлері, туристік бизнес, туристердің уақытша тұру орны, Өскемен қаласы.

About the author. Zagainov Evgeniy - master of Economic Science, Senior Professor at Kazakh American Free University.

Annotation. The author of the article analyzes the hotel industry of the city of Ust-Kamenogorsk. The article describes that today there is one type of accommodation in the city - hotels, but the discrepancy to the "price-quality" indicator forces visitors to stay either in low-cost hotels or refer to the services of realty companies who find an apartment or a room in the amount will be priced at a more reasonable price for tourists. In this regard, there is a need to improve the system of organization of places of temporary stay of tourists.

Keywords. Hotels, prices for services, "star" hotels, tourism business, places of temporary stay of tourists, the city of Ust-Kamenogorsk.

На современном этапе среди представленных средств размещения преобладает такой вид как гостиницы и отели. Данный тип предприятий размещения отличается достаточно высокими ценами и обширным спектром предлагаемых услуг. В мире же на данный момент популярность приобрела самодеятельный или бюджетный туризм, он подразумевает размещение в недорогих мини-гостиницах типа «мотель», «кемпинг», «хостел». Если брать во внимание увеличивающийся спрос на такие виды средств размещения, то становится очевидным, что для развития инфраструктуры туризма необходимо открытие подобных предприятий размещения и также в нашей стране.

Рынок гостиничных услуг города Усть-Каменогорск еще далек от перенасыщения и продолжает формироваться. По мнению экспертов, в области казахстанского гостеприимства его развитию должны сопутствовать такие важные факторы, как создание развитой городской (и туристской в том числе) инфраструктуры, предприятий общественного питания, рост мелкой розничной торговли и банковских учреждений, разработка актуальный туристических маршрутов. В недалекой перспективе в Казахстане будет достаточное количество гостиниц, рассчитанных на совершенно разные категории потребителей и предлагающих комфортные номера для проживания по относительно доступной

цене.

Сегодня индустрия гостеприимства Восточно-Казахстанской области представляет собой мощнейшую систему хозяйства региона или туристского центра и важную составляющую экономики туризма страны.

Современную индустрию гостеприимства составляют различные предприятия коллективного и индивидуального размещения: отели, гостиницы, мотели, молодёжные хостелы и общежития, апартаменты, туристские постоялые дома, а также активный частный сектор, участвующий в размещении туристов.

Открытие новых и, что очень важно - современных гостиничных комплексов и реконструкция существующих, а также привлечение к менеджменту профессиональных специалистов, способных реагировать на изменение спроса потребителей и появление на рынке здоровой конкуренции - это первые шаги в развитии гостиничного хозяйства Восточно-Казахстанского региона, которые должны привести к становлению концептуально качественного сервиса и высокой культуры обслуживания, наряду с объективным уровнем цен на предоставляемые услуги.

С ростом числа мест размещения туристов активно растет и развивается конкуренция. Конкуренция возникает в том случае, если на одном и том же рынке предлагается множество близких по своим потребительским свойствам услуг. Суть современной конкурентной борьбы состоит в улучшении или сохранении позиции предприятия на рынке, что достигается благодаря отличию поставляемых предприятием услуг от услуг-конкурентов как по степени соответствия конкретной потребности клиентов, так и по затратам на ее удовлетворение. Цель конкуренции - борьба за экономический эффект от своей деятельности.

В современной бизнес-среде для того, чтобы предприятие было конкурентоспособным в борьбе с ведущими фирмами, требуются концептуально новые подходы к организации производства и управления, чем те, на которые руководители ориентировались в недалеком прошлом. И, прежде всего, новые подходы нужны в инвестиционной политике, при проведении на предприятии технической реконструкции, в процессе внедрения новой техники и технологии производства услуг гостеприимства.

Как известно, конкурентоспособность означает:

- свойство объекта и системы сервиса реально или потенциально удовлетворять конкретную потребность по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке;

- способность выдерживать конкуренцию по сравнению с другими объектами на конкретном рынке;

- формирование за счет максимального использования конкурентных преимуществ, важнейших потребительских свойств услуги отличных от конкурентов.

Управление процессами предоставления услуг в гостиничном предприятии имеют ряд важных особенностей:

- во-первых, потребитель обычно присутствует в процессе предоставления услуги, т.е. имеет более тесный контакт или взаимодействие с производителем, чем в сфере материального производства;

- во-вторых, в сфере услуг требуется более высокая степень индивидуализации труда в соответствии с требованиями потребителя;

- в-третьих, при предоставлении услуг затраты труда можно сравнить только с квалифицированным ручным трудом в материальном производстве.

Достаточно просто и понятно рассмотреть конкретные примеры конкуренции и её всестороннего влияния на предприятие возможно с помощью *модели 5 сил Майкла Портера*.

Стратегическая модель анализа 5 сил конкуренции была описана Майклом Портером в 1979 году. Майкл Портер с помощью пяти структурных единиц, свойственных каждой отрасли, описал способы формирования конкурентного преимущества и долгосрочной прибыльности товара, а также способы, с помощью которых компания в течение

длительного периода времени может удерживать свою прибыльность и сохранять конкурентоспособность. Компания, изменив свою стратегию, может воздействовать на эти силы в свою пользу.

Более следует рассмотреть данную модель, проанализировав гостиницу категории 3 звезды - «Иртыш» (Рис. 1).

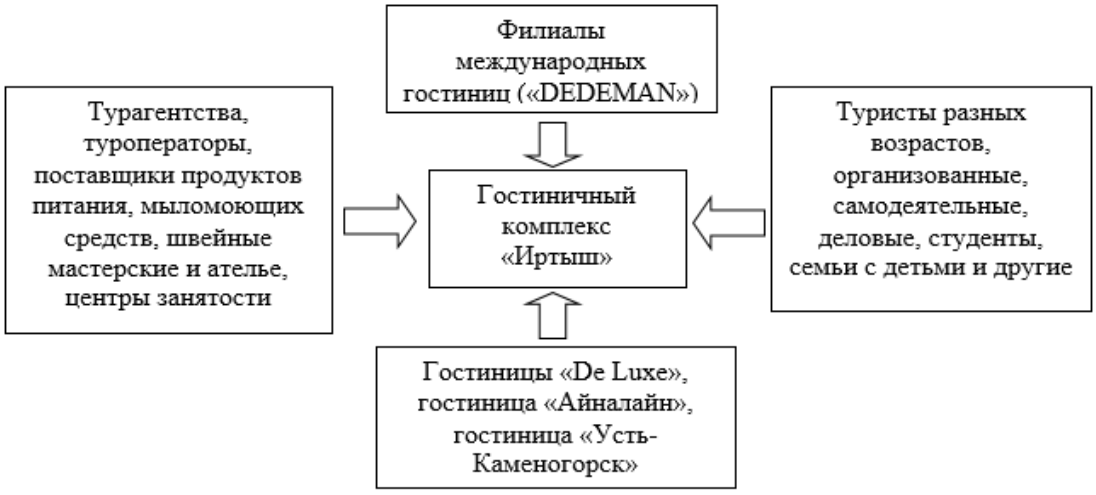


Рис. 1. Анализ конкурентной среды гостиничного комплекс «Иртыш» (Модель М. Портера)

В представленном рисунке описаны основные факторы конкурентной среды, которые влияют на предприятие, в данном случае гостиницу «Иртыш».

В первую очередь, нужно проанализировать новых конкурентов, появившихся на рынке, в данном случае это гостиница «DEDEMAN». С появлением данного конкурента повысились требования, предъявляемые туристами к качеству предоставляемых услуг, расширился спектр дополнительных услуг. Данный конкурент несет в себе опасность в том плане, что имеет более новые методики по подготовке персонала, которые обеспечат повышение качества оказываемых услуг; также в данной гостинице в отличие от гостиничного комплекса «Иртыш» деятельность осуществляется на основании международных стандартов по предоставлению и оказанию услуг.

Очередным немаловажным фактором являются покупатели, т.к. они могут оказывать влияние на характеристики конкурентоспособности товара компании на определенном рынке, ведь по факту являются потребителями готового товара и обеспечивают за счет удовлетворения своих потребностей существование рынка. Но за счет того, что покупатели представлены разными группами туристов, возможно регулировать процесс их влияния на организацию через умелое реагирование на изменение спроса и лояльность в ценовой политике.

Компании, предоставляющие продукты-заменители (гостиницы, расположенные поблизости от гостиницы «Иртыш», и имеющие тот же или близкий уровень обслуживания), ограничивают потенциал рынка с точки зрения роста цен. Обычно товары-заменители оказывают прямое влияние на установление верхней границы рыночных цен, они могут снижать цены на свои услуги, за счет чего пойдет изменение спроса на услуги представленной гостиницы. Такими заменителями являются гостиницы: «De Luxe», «Айналайн», «Усть-Каменогорск», расположенные в непосредственной близости от гостиницы «Иртыш».

И последним, но немаловажным фактором, влияющим на предприятие, являются поставщики. От них в большей степени зависимо предприятие. От правильной и своевременной поставки продуктов питания и от их качества напрямую зависит впечатление,

оставленное клиентом о гостинице и её услугах, а питание является одной из ключевых услуг размещения. Если рассматривать влияние турагентов и туроператоров, то здесь так же значительно влияние их на гостиницу, а точнее, на заполняемость в не сезон, или продвижение её услуг на рынке предприятий размещения.

Все предприятия размещения города в целом составляют гостиничную индустрию Усть-Каменогорска, чтобы оценить какое именно влияние оказывает работа той или иной гостиницы на развитие гостиничного хозяйства региона и на рост поступлений от реализации номеров, проведем детальный анализ (Рис. 2).

Провести анализ будет целесообразно, используя матрицу «Бостон Консалтинг Групп», сокращенно матрица BCG. Эта матрица объединяет темпы роста рынка и долю рынка, приходящуюся на данный продукт (услугу), производимый фирмой. Матрица BCG позволяет наглядно, на одном листе бумаги, увидеть структуру портфеля продуктов и определить источники финансовых ресурсов (то есть, какие продукты являются донорами, а какие акцепторами финансовых ресурсов), а также принимать решения о снятии и развитии тех или иных продуктов.

Темпы роста	Относительная доля рынка: Высокая	Относительная доля рынка: Низкая
Высокий	**«Звезды»** «Dedeman Oskemen Tavros», «Shiny River», «Айналайн»	**«Вопросительные знаки»** «Сережа», «City Hotel», «Надал»
Низкий	**«Денежная корова»** «Иртыш», «Усть-Каменогорск», «Турист», «De Luxe», «Gold Star», «Бейбарс»	**«Собаки»** «Элит», «Plaza», «Уют»

Рис. 2. Матрица BCG, применимая к гостиничной индустрии города Усть-Каменогорск

В представленной таблице видно, что несомненными «звездами» в гостиничной индустрии города являются три гостиницы: «Dedeman Oskemen Tavros», «Shiny River» и «Айналайн». Они на данный момент занимают значительную долю на рынке гостиничных услуг за счет того, что открылись сравнительно недавно и ориентированы на международные стандарты оказания услуг. В связи с этим, наблюдается повышенный спрос на их услуги и, как следствие, хорошая заполняемость.

Что касается «денежных коров», это те предприятия гостиничной индустрии, которые имеют на данный момент большую долю на рынке. К таким гостиницам относятся: «Иртыш», «Усть-Каменогорск», «Турист», «De Luxe», «Gold Star», «Бейбарс». Большая часть из перечисленных гостиниц построена еще в советский период, получают прибыль в основном за счет своего хорошего, созданного в результате многолетнего существования, имиджа.

«Вопросительные знаки» в данном случае – это гостиницы, которые имеют незначительную долю на ранке гостиничных услуг и держатся на плаву за счет редких переменных поступлений. К таким гостиницам можно отнести гостиницы «Сережа», «City Hotel», «Надал». Главная ошибка данных гостиниц – это, в одном случае, ориентация на конкретную группу туристов либо неправильная ценовая политика.

Самое сложное дело обстоит с гостиницами, которые относятся к так называемым «собакам». Это гостиницы «Элит», «Plaza» и «Уют». Доля этих гостиниц на рынке чрезвычайно мала, непропорциональные затраты не окупаются редкими постояльцами. Фи-

нансовые вложения, направленные на улучшение их состояния, не сыграют большой роли, единственным верным решением будет закрыть их либо перепродать.

Как мы видим по состоянию на сегодняшний день, гостиничная индустрия города требует радикальных мер, направленных на переориентацию деятельности некоторых гостиниц, и вложений в те гостиницы, которым это поможет произвести модернизацию, направленную на увеличение спроса, и повышения качества оказываемых услуг.

Еще одной статьёй анализа конкурентоспособности и состояния гостиничной индустрии города является экономический анализ, позволяющий более полно рассмотреть спрос на гостиничные услуги, его изменения и влияние повышения спроса на получаемую прибыль. Рассмотрим на примере экономического анализа гостиницы «Иртыш».

Экономический анализ деятельности предприятия позволяет нам рассмотреть и проанализировать достигнутые результаты, а т.к. основным результатом деятельности гостиницы является прибыль, то в ходе анализа просмотрим изменение финансовых показателей, прибыли и убытков гостиницы.

По результатам краткого анализа можно сделать вывод, что на сегодняшний день состояние гостиничной инфраструктуры города Усть-Каменогорск далеко от международных стандартов. Несмотря на то, что ежегодно количество предприятий размещения, как в городе, так и в области увеличивается, рост уровня предоставляемых услуг практически не наблюдается. Связано это со многими факторами, в первую очередь отсутствие мер по государственному регулированию этой отрасли, неразвитость инфраструктуры, неполное соответствие специалистов занимаемой ими должности, несоответствие показателя «цена-качество». Отсутствие мини-гостиниц, которые пользуются популярностью во всем мире, и за счет невысокой стоимости размещения способствовали бы развитию инфраструктуры, и увеличению турпотока.

Для решения проблемы, которые препятствуют развитию гостиничной индустрии, необходимо создание единого стандарта предприятий размещения, повышение уровня предоставляемых услуг за счет налаживания инфраструктуры и подготовки квалифицированных кадров, строительство мини-отелей, которые привлекут молодежь и бюджетных туристов, но для этого требуется содействие, как на местном уровне, так и на уровне государства.

Проанализировав гостиничную индустрию города Усть-Каменогорска, можно сделать вывод, что на сегодняшний день в городе существует один тип предприятий размещения – гостиницы. Но несоответствие показателю «цена-качество» вынуждает гостей останавливаться либо недорогих отелях, при этом явно переплачивая за ночлег, либо прибегать к услугам риелторов, которые пусть за небольшую доплату, но найдут квартиру или комнату, которая в сумме будет по цене более приемлема для туристов. В связи с этим возникает необходимость в совершенствовании системы организации мест временного пребывания туристов и контроль над соответствием их заявленным категориям звездности, а также повсеместное открытие мини-отелей, цены на услуги которых будут приемлемы для больших масс туристов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Азар В.И. Экономика и организация туризма. - М., 2009.
2. Ахмин А.М., Гасюк Д.П. Основы управления качеством продукции. - СПб., 2002.
3. Васьков С.Т. Территориальное управление в новых хозяйственных условиях. - М., 2003.
4. Медлик С., Инграм Х. Гостиничный бизнес (пер. с англ. Павлов А.В.). - М., 2005.
5. Гостиничный и туристический бизнес / Под ред. проф. Чудновского А.Д. - М., Ассоциация авторов и издателей «Тандем». – М., 1998.
6. Безрукова И.Ю. Материально-техническая база оформления гостиниц и тур. комплексов. - М., 2004.
7. Организация обслуживания в гостиницах и туристических комплексов: Учеб. пособие. – М.: Альфа - М; ИНФРА-М, 2006.

8. Сенин В.С., Денисенко А.В. Гостиничный бизнес: классификация гостиниц и других средств размещения. - М., 2004.
9. Темный Ю.В., Темная Л.Р. Экономика туризма. - М., 2003.
10. Федоров Р.Г. Гостиничный бизнес как составляющая современной индустрии туризма // Молодой ученый. – 2013.
11. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес. – Ростов-на–Дону, 2004.
12. Яковлев Г.А. Экономика и статистика туризма. - М., 2003.
13. Статистические данные с сайта: http://www.stat.gov.kz

УДК 338.486 (574)

ТУРИСТІК КӘСІПОРЫНДАР ҚЫЗМЕТІНДЕГІ МАРКЕТИНГТІК СТРАТЕГИЯЛАР

Ордабаева М.А., Адикова Н.Н.

Авторлар туралы мәліметтер. Ордабаева Майнур Айтказиновна – С. Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан мемлекеттік университеті экономика және басқару кафедрасының аға оқытушысы, PhD докторы, Адикова Назерке Нұрбекқызы - С. Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан мемлекеттік университеті «Туризм» мамандығы студенті

Аннотация. Мақалада туристік кәсіпорындар қызметін жақсартудағы маркетингтік стратегияларды қолдану мәселелері қарастырылған. Стратегия түсінігіне берілген анықтамаларға талдау жасалынған. Маркетингтік стратегияларды әзірлеу және жүзеге асыру мәселелері қарастырылған.

Түйін сөздер. Туризм, туристік кәсіпорын, стратегия, маркетингтік стратегия

Сведения об авторах. Ордабаева Майнур Айтказиновна – PhD, старший преподаватель ВКГУ им. С. Аманжолова. Адикова Назерке Нұрбекқызы – студентка специальности «Туризм» ВКГУ им. С. Аманжолова.

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы разработки маркетинговых стратегий для улучшения деятельности туристских предприятий. Проделана попытка анализа определения данных понятию стратегия. Рассмотрены вопросы разработки маркетинговых стратегий.

Ключевые слова. Туризм, туристское предприятие, стратегия, маркетинговые стратегии.

About the authors. Ordabayeva Mainur – PhD, Senior Professor at EKSU named after S. Amanzholov. Adikova Nazerke - undergraduate student of major “Tourism” at EKSU named after S. Amanzholov.

Annotation. The article deals with the development of marketing strategies to improve the activities of tourist enterprises. An attempt is made to analyze the definition of data to the concept of strategy. We consider the development of a marketing strategy.

Keywords. Tourism, tourist enterprise, strategy, marketing strategies.

Экономиканың қазіргі даму кезеңі бизнесте күрделі және қарама-қайшы үрдістердің үйлесуімен, ресурстардың шектеулілігімен, технологиялық жаңашылдықтардың жеделдеуімен сипатталады. Соған байланысты өндіру және бөлу мәселелері күрделеніп, экономикада және нарықта құрылымдық өзгерістер жүруде. Осыған орай XXI жүзжылдықтың басында бірінші жоспарға стратегиялық мәселелер шықты.

«Стратегия» түсінігін әлемдік тәжірибеде басқарудың 50-шы жылдарында қолдана бастады, ол кезде компанияның сыртқы орта өзгерістеріне әсер ету проблемасы қатты сезіле бастаған (бұрындары стратегия термині әскери термин ретінде қолданылған және күресте әскерлерді басқару өнерін білдірді). Қазіргі уақытта стратегияның көптеген анықтамалары бар, бірақ олардың барлығын кәсіпорынның сыртқы ортамен байланыс құралы ретінде кәсіпорынның болашақтағы жағдайына әсер ететін, стратегиялық шешімдерді жа-

сау және қабылдау негізінде жатқан нормалар мен ережелердің алдын ала ойластырылған жиынтығы ретіндегі стратегия түсінігі біріктіреді.

Бизнесті басқарудың стратегиялық жолының идеясын Г. Минцберг төмендегідей негіздеген:

– стратегия қол жеткізуге ұмтылатын мақсатты анықтайды, ол бәсекелестерден қорғануға, бәсекеге қабілеттілікті сақтауға және бизнестің болашақта өркендеуіне мүмкіндік береді;

– стратегияның болуы іс-әрекеттер мен ресурстарды соңғы нәтижеге жетуге шоғырландыруға көмектеседі;

– стратегия бизнесті нарықта және қызметкерлер алдында жайғастырады;

– нақты қалыптастырылған стратегия анық талмағандық деңгейін төмендетіп, ағымдағы міндеттерді неғұрлым білікті шешуге ықпал етеді [1].

Экономикалық әдебиеттерде «стратегия» термині ұзақ мерзімді қамтитын дұрыс болжамдарға негізделген жоспарлау, басқару өнері деп түсіндіріледі. Оның мазмұнын талдау «стратегия» ұғымының аз дегенде бес мағынасы бар екенін көрсетеді:

– кәсіпорынның мақсаттар мен міндеттеріне сәйкес келетін ұзақ мерзімдік нәтижеге қол жеткізудің жоғары басшылық әзірлеген жоспары;

– мінез-құлық принципі – қандай да бір мінез-құлық моделі;

– жайғасқым – нақты бір нарықтарда белгілі бір тауарлар мен қызметтерді орналастыру;

– келешек – кәсіпорынның болашағына бағытталған «бизнес теориясы», негізгі іс-әрекет тәсілі;

– тәсіл – бәсекелескен асып түсу мақсатында жүргізілетін ерекше әрекет.

Американ экономисі Альфред Чандлер өзінің «Стратегия және құрылым» кітабында бұл түсінікті келесідей түсіндіреді: «Стратегия – бұл кәсіпорынның негізгі ұзақ мерзімді мақсаттары мен міндеттерін анықтау, әрекет ету бағытын қабылдау және қойылған мақсаттарды орындау үшін қажетті ресурстарды бөлу» [2].

Фин экономисті Тимо Санталайнен стратегия деп «бір жағынан ұйым ресурстары мен дағдыларының үйлесуі, екінші жағынан ұйым өзінің негізгі мақсатына жетуге сенетін қазір және болашақтағы қоршаған ортадан шығатын тәуекелдіктер мен мүмкіндіктердің үйлесуі» деген. Фирма үшін сыртқы жағдайлардың анық талмағандығы көптеген жағдайларда стратегияның пайда болуына алып келеді. Фирманың стратегияны жасауы өзгеріп отыратын жағдайлардағы оның өмір сүру қабілеттілігін жоғарылатады.

Стратегиялық басқару теориясының негізін қалаушылардың бірі К. Эндрюс «стратегия» ұғымының күрделілігін көрсететін кең анықтамасын береді. «Корпоративтік стратегия – кәсіпорынның мақсаттары мен міндеттерін анықтап ашатын, қойылған мақсаттарды жүзеге асыру жоспары мен негізгі саясатын қалыптастыратын, бизнес аясын анықтайтын, сонымен қатар кәсіпорынның акционерлерге, қызметкерлерге, сатып алушыларға, жалпы қоғамға ұсынатын экономикалық және сыртқы экономикалық жетістіктерінің табиғатын көрсететін қабылданған шешімдер жиынтығы...» [3].

А. Чандлердің анықтамасымен салыстырғанда К. Эндрюс стратегияны көпқырлы етіп түсіндіреді, оның түсіндіруінде стратегия – іс-әрекет бағдарламасы – жоспары емес, іс-әрекет логикасы. Бұл логика мақсаттар мен міндеттер таңдауды, оған қол жеткізу жоспарлары мен ережелерін дайындауды, компанияның сыртқы ортадағы орнын анықтау және оның ішкі құрылымын қалыптастыруды қамтиды. Сонымен қатар К. Эндрюс стратегияның аса маңызды сипаттамасын – кәсіпорын қызметіне мүдделі жақтарға ұсынатын соңғы нәтижемен тікелей байланысын көрсетеді.

Корпоративтік деңгейдегі стратегия – бұл әр тарап тандырылған компанияның стратегиясы, ол бизнестер қоржынын басқаруға бағытталады. Бұл басқару екі сұрақты шешуге келіп тіреледі: «компанияда қандай қызметтер бағыты жүзеге асырылады және компанияның бас кеңсесі барлық бағыттарды қалай басқарады». Осылайша, Портер корпоративтік деңгейдегі стратегияны «әр түрлі бизнестер жинағынан компанияны бір бүтінге айналдыратын нәрсе» деп анықтайды.

Мұның барлығынан Портердің анықтамасы сыртқы ортаға бағытталған сипатта екенін байқауға болады. Ол дұрыс жайғастыру бәсекелестік артықшылықтың көзі деп қарастырады. Сондықтан оның көзқарасын жақтаушыларды «жайғастыру мектебінің» өкілдері деп атайды.

Портерге қарама-қайшы көзқарастағы К. Прахалад және Г. Хэмел – бәсекелестік артықшылықтардың көзін компанияның ішкі ресурстарында дейді: оның материалдық базасы, персоналы, білімі, мәдениеті және т.б. олар стратегияны «корпорацияның компетенциялар өзегін қалыптастыру және таңдау» деп анықтайды [4].

Кәсіпорынның жалпы бизнес стратегиясы мен маркетингтік стратегиясы көп жағынан сәйкес келеді. Маркетинг тұтынушылардың қажеттіліктерін анықтап оны қанағаттандыру жолдарын іздейтін болса, компанияның миссиясы мен мақсатын да сол міндеттер анықтайды. Маркетинг компанияның стратегиясын әзірлеуде басты рөл атқарады. Біріншіден, маркетинг компания бизнесінің философиясын анықтайды: компанияның стратегиясы негізгі тұтынушылар тобының қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағытталуы керек. Екіншіден, маркетинг стратегиялық жоспарды дайындаушыларды басты мәліметтермен қамтамасыз етеді.

Маркетингтік стратегиялардың пайда болуына келесі жағдайлар себеп болды:

- кәсіпорынның ішкі және сыртқы ортасында өзгерістердің күшеюі;
- табыстың артуы және таңдау еркіндігіне байланысты тұтынушы тарапынан тауар және қызметке қойылатын талап деңгейлерінің өсуі;
- тұтынушылардың қажеттіліктерін толық қанағаттандыру мақсатында оларды дифференциалаудың қажеттілігі;
- ғылыми-техникалық дамудың өндіріс көлемімен оны жетілдіруге, және тауарды нарыққа шығаруға әсері нарықтың толығуына әсер етпей қоймады;
- қатайып келе жатқан халықаралық және ұлттық деңгейдегі баға және бағадан тыс бәсекелестік, нәтижесінде бұл жағдайдағы тауарды жылжытуға кететін шығынның өсуі;
- өсіп келе жатқан тұтынушылардың құқығын және қоршаған ортаны қорғау.

Демек маркетингтік стратегиялар жалпы кәсіпорын саясатының ажырамас бір бөлігіне айналып, ол қоршаған ортадағы барлық нарық субъектілерінің тілектерін ескеріп отыр. Маркетингтік стратегиялар қоршаған ортаның жағдайын болжауға және талдауға, сонымен қатар кәсіпорын қызметінің күшті және әлсіз жақтарын есептеуге бағытталған. Тиісінше ол қол жеткен нарықты сақтап, жетістіктерді дамытады, жаңа мүмкіндіктер ашады, кәсіпорынның ұзақ мерзімдік даму перспективасын құрып, оны қамтамасыз етеді. «маркетингтік стратегиялар» түсінігіне кіретін көптеген ғалымдардың тұжырымының мазмұнын талдай отырып, келесі қорытындыны жасауға болады, стратегиялық маркетингті өз бетінше зерттеу әдістемелері бар және өзіндік терминология қоры бар жаңа маркетинг қызметінің концепциясы ретінде қарастыруға болады.

Филип Котлер маркетинг стратегиясына былай деп анықтама береді: «Маркетинг стратегиясы – компания ұмтылатын мақсатқа қол жеткізуге көмектесетін маркетингтік іс-әрекеттердің логикалық сызбасы. Ол компания қолында бар артықшылықтарды пайдалана отырып мақсатты нарықтарда қалай жайғасып, өз тауарларын қандай жолмен тұтынушыларға жеткізе алатындығын көрсетеді. Ф. Котлердің ойынша маркетингтік стратегиялар мәнін «сегменттеу - мақсатты нарықты таңдау – нарықта жайғастыру» формуласы құрайды [5].

Маркетингтік стратегиялардың нақты мәнін Ж.Ж. Ламбенның сызбасынан көруге болады, онда «стратегиялық маркетинг» тек маркетинг процесінің екі кезеңінің бірі ретінде ғана емес, жалпы маркетингтік қызметтің түпкілікті негізін қалаушы ретінде қарастырылған. Стратегиялық маркетинг элементтеріне келесілер кіреді: қажеттіліктерді талдау және бастапқы нарықты анықтау; нарықты сегменттеу: макро- және микро-сегментациялау; тартымдылықты талдау: нарық әлеуеті және өмірлік циклі; бәсекелестік қабілетін талдау: бәсекелестік артықшылықтар; кәсіпорынның даму стратегиясын таңдау.

Ж.Ж. Ламбен операциялық маркетингке белсенді процесс ретінде келесі элементтерді кіргізеді:

- мақсатты нарық сегментін таңдау;
- маркетинг жоспары (мақсаттары, жайғастыру, тактикасы);
- маркетинг кешені: тауар, өткізу, баға, коммуникациялар;
- маркетинг бюджеті;
- маркетинг жоспарын бақылау және жүргізу.

П. Диксонның кітабында көрсетілгендей, маркетингтік стратегия – бұл тұтынушы қажеттіліктерін корпорацияның бәсекелестерінен қарағанда артығырақ қанағаттандыру басымдықтарын іздестіруге байланысты мақсатты әрекеттері. Біздің ойымызша, бұл түсінік толық емес, өйткені басымдықты іздеу – жақсы стратегияны жасаудағы мақсатты әрекеттер кешенінің бір бөлігі ғана, олардың көмегімен кәсіпорын нарықта тек белгілі бір позицияға ғана ие болады. Біздің тұжырым бойынша маркетингтік стратегиялар – басшылардың жүйелі ойлау тәсілі, ол кәсіпорынның нақты стратегиялық маркетингін жүзеге асыру түріндегі мүмкіндіктерімен маркетингінің, міндеттерінің, мақсаттарының үйлесімін қамтамасыз етеді.

Заманауи бәсекелес нарықтағы кәсіпорынның сәтті қызметі маркетинг принциптерін пайдаланған кезде ғана мүмкін болады, ол кәсіпорынның өндірістік - өткізу қызметінің соңғы нәтижесіне қол жеткізуге бағытталған. Тек стратегиямен тактиканың өзара біріккен және байланысқан түрде жүзеге асырғанда, потенциалды тұтынушылардың қажеттіліктерімен сұранысына бейімделген жағдайда, оларға бір уақытта және мақсатты түрде әсер еткен жағдайда ғана нақты нәтижені береді. Бұл кәсіпорын қызметін бір мезеттік емес, ұзақ уақыттық нәтиже алуға бағыттайды, ол белгілі бір нарықтың үлесін иеленуді, өнімді сәтті өткізуді және пайда алуды білдіреді. Сол себепті маркетингтік шешімдерді қабылдау және олардың тиімді болуынан көбінесе заманауи нарықтағы кәсіпорынның сәттілігі немесе сәтті емес екендігі анықталады, және ол оның қызмет саласына, меншік түріне және заңды статусына қарамайды. Маркетинг стратегиясын белгілі бір жолдардың логикалық жиынтығы, әдістері, кәсіпорын мақсатын қол жеткізу құралы, нарықтың белгілі бір үлесін алу және оны ұстап тұруы, тауар және ұсынылатын қызметтер сапасын көтеру, тиісті пайда мөлшерін алу, бәсекелестік күресте өз артықшылықтарын иеленуші ретінде анықтауға болады. Тиісінше маркетинг стратегиясы келесілерді нақтылайды: не, қайда, қашан және кәсіпорынға қалай айналысу керек.

Біздің ойымызша, компанияның маркетингтік стратегиясы жоспарлау саласының маңызды бөліктерінің бірі болып табылады. Біріншіден ол басқару әдістемелік принциптерін жүзеге асыруды қамтамасыз етеді, және ол компания стратегиясының тұтынушы топтарының маңызды қажеттіліктеріне бағытталады. Екіншіден маркетинг стратегиялық жоспарды жасауға қажетті шығатын мәліметтерді білдіреді, нарықтың тартымды мүмкіндіктерін және фирманың потенциалын бағалауға мүмкіндік береді. Компанияның әрбір бөлімшесінің шеңберінде маркетинг нақты міндеттерді шешуді орындау стратегиясын жасауға көмектеседі. Маркетинг қызметі компанияның әрбір бөлімшесіне стратегиялық мақсаттарға қол жеткізуінің ең ұтымды тәсілін анықтайды. Демек, маркетинг бойынша менеджерлердің мақсаты сатылым өсімін қамтамасыз ету ғана емес. Олардың мақсаты қолда бар сату көлемін ұстап, тауарды нарыққа жылжытуға және жарнамаға кететін шығындарды қысқарту немесе сұранысты төмендету. Басқаша айтқанда маркетинг қызметі сұранысты жоғары басшылық бекіткен стратегиялық жоспарлар деңгейінде ұстап тұру. Компанияның маркетинг қызметі компанияның әрбір шаруашылық данасының потенциалын бағалауға, олардың әрқайсысына мақсат қойып, оны сәтті жүзеге асыруға көмектеседі.

Маркетинг теориясында маркетингтің әр түрлі стратегиялары бар. Стратегияларды жасау және таңдау үшін мынадай үлгілер пайдаланылады: тауар / нарық мүмкіндіктері матрицасы, «БКТ» матрицасы, Портердің стратегиялық моделі және тағы басқалары.

Фирманың нақты мүмкіндіктерін ескере отырып стратегиялар дайындау оның нақты ресурстық әлеуетін, жаңа тауар дайындау концепциясын, бәсекелестігін, компанияның өнімін ел ішінде, сонымен қатар, шетелдерде де позициялау мүмкіндіктерін ескере отырып компания басшылығымен жүзеге асырылады.

Бизнес-стратегиялар да маркетингтік стратегияның айналасында құрылады. Осыдан: бүгінгі маркетинг – бұл функция емес, бизнес жасаудың негізі деген тезис шығады. Осы проблеманы көптеген авторлар зерттеген: Аветисова А.О., Балабанова Л.В., Брэддик У., Войчак А.В., Дибб С. және т.б.

Маркетингтік стратегиялардың негізін компанияның нарықтағы сатып алушылармен, жабдықтаушылармен, делдалдармен, бәсекелестермен, инвесторлармен және билік органдарының құрылымымен тікелей байланысын көрсететін терең талдаулық зерттеулер құрастырады.

Маркетингтік стратегияны дайындау кезінде компанияның жұмысының нәтижесіне ішкі және сыртқы орталардың факторларының әсерін талдаулық бағалау өте маңызды.

Қазіргі жағдайда кез келген компанияның жеткен жетістіктерін оның жалпы стратегиясы шеңберіндегі сенімді көздерден алынған ақпараттар және компанияның іс-әрекетіне күнделікті өзгерістер енгізіп отыру арқылы іс жүргізудің тиімді әдістері негізінде ғана сақтап қалуға болады.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Минцберг Г., Альстренд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий. – СПб., 2001.
2. Chandler A. Strategy and structure: chapters in the history of American enterprise. – Cambrige, 1962, p. 16.
3. Эндрюс К. Концепция корпоративной стратегии. - М., 2003.
4. Прахалад К.К., Хамел Г. Конкурируя за будущее. - М., 2002.
5. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / пер. с англ. - СПб., 1998.

УДК 379.85

ТУРИСТІК ҚЫЗМЕТТІҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН БАҒАЛАУ БАҒЫТТАРЫ

Ратаева А.С.

Автор туралы мәліметтер. Ратаева Арай Сайранқызы - Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Туризм» мамандығының студенті.

Аннотация. Мақалада туризм - бенчмаркингте жаңа әдісті пайдалану туралы сипатталған. Ағылшын тілінен аударғанда, бұл стандартты, бағытты деген мағынаны білдіреді. Бенчмаркетинг компанияның тиімді жұмыс істеуі үшін пайдаланылады, сонымен бірге бизнестегі мықты бәсекелестерді іздеуге көмектеседі.

Түйін сөздер. Туризмдегі маркетинг, тиімді іскерлік тәжірибе, бенчмаркетинг, компанияның бизнес стратегиясы, туристік бизнес.

Сведения об авторе. Ратаева Арай Сайранқызы – студентка специальности «Туризм» Казахстанско-Американского свободного университета

Аннотация. В статье описано применение нового метода в туризме – бенчмаркетинга. В переводе с английского языка это означает стандарт, направление, «эталон». Бенчмаркетинг применяют для эффективного функционирования фирмы, он также помогает с поиском более сильных конкурентов в предпринимательстве.

Ключевые слова. Маркетинг в туризме, эффективные методы ведения бизнеса, бенчмаркетинг, бизнес-стратегия компании, туристический бизнес.

About the author. Ratayeva Arai - undergraduate student PF major “Tourism” at Kazakh American Free University

Annotation. The article describes the use of a new method in tourism - benchmarking. Translated from English, this means standard, direction, "standard." Benchmarketing is used for the effective functioning of the company, it also helps with the search for stronger competitors in business.

Keywords. Marketing in tourism, effective business practices, benchmarking, company business strategy, tourism business.

Туристік қызметтің маркетингілік зерттелуінің маңызды бағыты болып оның бәсекелесу қабілеттілігін анықтау табылады. Осы кезде алынған нәтижелер келесі мәселелерді шешуде қолданыла алады:

- өнімдерді жетілдіру және жаңарту қажеттігін негіздеуде;
- бәсекелестік қабілеттің анық бір деңгейіндегі өнімдерді өткізудің мүмкіндікті көлемін бағалау;
- туристік қызметті өткізу процестерін басқару;
- нақты нарықта баға стратегиясын таңдау;
- кәсіпорындарда және т.б. өнімдердің бәсекелестік қабілеттіліктерін басқару жүйесін қалыптастыру және жетілдіру.

Туристік қызметтің бәсекелесу қабілеттілігін анықтау, тәжірибе жүзінде, мәселенің ғылыми өңделуінің әлсіздігімен күрделенеді. Қызметтің бәсекелесу қабілеттілігі қазіргі экономикалық әдебиеттерде барынша жалпылама тұрғыдан қарастырылады және көбінесе бәсекелестік жағдайында осы көрсетілетін қызметтердің өткізілу мүмкіндігі ретінде анықталады. Мұндай анықтама қарастырылатын категорияның мәнін ашпайды, он сызда белгілі қызметтің өтімділігінің оның бәсекелестік қабілетіне тәуелділігін қайталайды. Бұл кезде, өзі мен басқа бәсекелес – қызметтер арасындағы сұранымды бөлуді шарттайтын нақты туристік қызметтің бәсекелестік қабілеттілігінің мазмұны жоғалады.

Стратегиялық бизнес бірліктер – компания шеңберінде тауардың ассортиментті тобына және оны өндіру мен өткізу бойынша барлық қызметтерді атқаруға толық жауап беретін дербес бөлімшелер. Стратегиялық бизнес бірліктер – компанияның бөлімшесі, тауарлық топ, жеке тауар немесе сауда маркасы бола алады.

Стратегиялық жоспарлау үрдісі төмендегі кезеңдерден тұрады:

1) Кәсіпорын миссиясын жасау;
2) Ішкі ортаны стратегиялық талдау;
3) Қоршаған ортаны стратегиялық талдау;
4) Мақсаттарды анықтау;
5) Стратегияны қалыптастыру;
6) Бағдарлама жасау;
7) Бағдарламаны жүзеге асыру;
8) Бақылау.

Әрбір бизнес-бірлік жалпы компанияның ерекше миссиясын анықтай алады. Миссия іс-әрекеттің негізгі түрлерін анықтап, бизнестің дамуының басты бағытын, мақсаттар мен құндылықтар жүйесін әзірлеуге көмектеседі.

Стратегиялық талдау – микро және макроортаны талдау. Бұл нарықты, бәсекелік ортаны, саланың, әсіресе, оның шикізат базасының жағдайын, негізгі қорларды бағалау, мақсатты сегменттерді анықтау, тұтынушылардың мінез-құлқын талдау.

Қоршаған бизнестік ортаны зерттеудің негізгі мақсаты – жаңа стратегиялық мүмкіндіктерді айқындау. Сатып алушылардың мұқтаждықтарын қанағаттандыра білу – компания пайдасының көзі. Компанияның мүмкіндіктері олардың тартымдылығына және табыстың ықтималдығына сәйкес жіктеледі. Тұтынушы үшін өнімнің құндылығын жоғарылататын компания өте тиімді жұмыс істейді. Мүмкіндіктерді айқындау үшін мүмкіндіктер матрицасы жасалады.

Матрицаның жоғары сол жақ шаршысында компанияның келешегі зор нарықтық мүмкіндіктері, ал төменгі оң жақтағы шаршыда қарастырмаса да болатын – төмен мүмкіндіктері орналасқан. Жоғары оң және төменгі сол шаршыдағы мүмкіндіктер мұқият талдануы керек, өйткені белгілі бір уақытта олардың тартымдылығы мен табысының ықтималдығы ұлғаюы мүмкін.

Қоршаған бизнестік ортадан болатын қауіп-қатер – бұл компанияның іс-әрекетіне әсер ететін кейбір жағымсыз тенденциялар немесе жағдайлар. Олар стратегиялық қорғаныс шаралары болмаған жағдайда компания табысы мен сату көлемдерінің төмендеуіне алып келеді. Қауіптерді де пайда болу ықтималдығына сәйкес жіктеп, матрица ретінде көрсетуге болады. Қауіптер матрицасының жоғары сол жақ шаршысында компанияға

зиян келтіретін негізгі қауіптер, төменгі оң жақ шаршысында – онша көңіл бөлмесе де болатын болымсыз қауіптер орналасады. Жоғары оң және төменгі сол жақтағы қауіптерді үнемі бақылап отыру қажет. Қауіптерді болдырмау үшін фирма күтпеген жағдайларға арналған іс-әрекеттер жоспарларын жасауы тиіс.

Мақсатты анықтау. Көптеген стратегиялық бизнес бірліктер бірнеше мақсаттар қояды. Олар – рентабельділік, өткізу көлемі, тәуекелді азайту, жаңартулар (инновации), имиджді қалыптастыру, т.б. Мақсаттарды тиімді басқару үшін олар мынадай критерийлерге жауап беруі қажет.

Біріншіден, оларды сатылас құрылымда ұйымдастыру қажет, яғни аса маңызды мақсаттардан екінші дәрежелі мақсаттарға көшу. Мысалы, бөлімшенің белгілі бір мерзімдегі мақсаты – капитал айналымын күшейту, ол үшін рентабельділікті көтеру немесе инвестицияны қысқарту керек. Рентабельділікті табысты өсіру және / немесе шығындарды азайту арқылы көтеруге болады. Нарық сегментін ұлғайту және / немесе бағаны өсіру арқылы табыс табылады. Екіншіден, мақсаттар нақты болуы керек, мүмкіндігінше цифрлар арқылы белгіленуі тиіс. «Капитал айналымын күшейту» деген мақсаттан гөрі – «капитал айналымын 15 пайызға тездету» деп алғанымыз дұрысырақ. Үшіншіден, мақсаттар жүзеге асатындай болуы тиіс және төртіншіден компания мақсаттары дәйекті, қисынды және көзге көрінетіндей болуы тиіс.

Менеджер мақсаттар баламаларының ішінен ең бастысын таңдауы қажет. Мақсаттар – пайданың қысқа немесе ұзақ мерзімді болашақта өсуі, ескі нарыққа ену немесе жаңа нарықтарды дамыту, өсу қарқынын көтеру, не тәуекелді төмендету болуы мүмкін. Осы баламалардың әрбіреуі ерекше стратегияны талап етеді.

Стратегияларды қалыптастыру. Стратегия дегеніміз – стратегиялық бизнес бірліктердің мақсаттарға жету жоспары. Стратегияның мақсаты – компанияға жоғары тиімділікті қамтамасыз ететін ұзақ мерзімді бәсекелік артықшылықтарға жету. Дамудың ұзақ мерзімдегі бағыттарын анықтау, экономикалық өсудің түрін таңдау – стратегиялық жоспарлаудың негізі болып табылады.

Маркетинг теориясында маркетингтің әр түрлі стратегиялары бар. Стратегияларды таңдау үшін мынадай үлгілер (модельдер) пайдаланылады: тауар / нарық мүмкіндіктері матрицасы, «БКГ» матрицасы, Портердің стратегиялық моделі және тағы басқалары.

Солардың көмегімен компания өз мүмкіндіктерін, шығаратын тауарларын, айналысатын қызметін және оларға кететін шығындарды анықтайды. Гарвард бизнес мектебінің профессоры М.Портердің бәсекелестік стратегиясы бойынша компания өз бәсекелестерінен асып түсу үшін мынадай үш стратегияның бірін қолдануы керек: шығындар бойынша басымдық, шоғырлану және дифференциация.

Шығындар бойынша басымдық стратегиясы фирманы тауарды көп көлемде өндіріп, кең нарыққа шығуын бейімдейді. Бұл стратегияның артықшылығы – жаппай өндіріс есебінен үлестік шығындарды төмендетіп, тауарларды арзан бағамен ұсыну. Бұл стратегия шығарылатын өнімнің өзіндік құнын төмендету негізінде пайда көлемін жоғарылатып, арзан бағаға бейімделген тұтынушыларды үйіруге мүмкіндік береді.

Дифференциация стратегиясы. Фирма өнімі бәсекелестің өнімінен ерекше болуы тиіс. Компания сыртқы түрі, сипаттамалары көпшілікке ұнайтын, сенімділігі, дизайны бойынша бірегей деп саналатын, тұтынушылардың қолы жететін тауарды өндіреді. Мұндай жағдайда тұтынушы үшін баға аса маңызды рөл атқармайды, сондықтан, олар тауар маркісіне түзу ниет білдіріп, тауарды сатып алады. Бұл стратегияда шығындар көбірек болады. Дифференциация стратегиясын қолдану өнімнің өзіне, өткізу әдістеріне немесе маркетинг жағдайларына байланысты болуы мүмкін.

Шоғырлану стратегиясы. Төменгі баға немесе бірегей ұсыныс арқылы фирма нарықтың бір өзгеше сегментін бөліп алады. Шығындарын төмендетіп немесе тұтынушылардың арнайы тобына арналған тауарларды ұсына отырып, фирма бәсекелестермен салыстырғанда жоғары сапалы қызмет көрсету арқылы өзінің айрықша бейнесін көрсетеді.

Өнімдердің бәсекелестік қабілеттілігі анықтамасына, оның барлық тұтынушылық және айырбастық қасиеттері көрсетілетін, өнімнің әмбебап сипаттамасы сияқты бағасы

арқылы келу әрекеттері кездеседі. Жәнеде бәсекелестік қызметтің мұндай қасиеттерінің дамуы бағалар айырымында байқалуы керек, өйткені оны осы өнімдердің бір – біріне қатынасы бойынша бәсекелестік қабілеттілігі деп есептеледі.

Кейбіреулер «бәсекелестік қабілеттілігі» категориясының мәнін айқындау үшін, ол тұтынушылар көзқарасы арқылы қарастырылуы керек деген болжамалар айтады.

Нарық, қызметтердің өзара бәсекелесе отырып, тұтынушылар талабына сәйкестігіне салыстырулар мен тексерулерден өтетін және олардың осы талаптардан ауытқулары айқындалатын қоғамдық қатынастың саласын көрсетеді. Сатып алу кезінде әрбір дербес сатып алушы ұқсас өнімдер ішінен өзіне қажетті қызметті таңдау процесін жүзеге асырады және оның қажетсінуін мейлінше қанағаттандыратын өнімді ғана сатып алады.

Қоғам масштабында қоғамдық қажетсінуді қанағаттандыруға арналған қызметтер арасында, бәсекелес қызметтермен салыстыру бойынша, ең толық сәйкес келетін қызмет мойындау табады. Оны жалпы тауарлық массадан осы сәйкестігі айрықшаларды, бәсекелестік күресте жеңісті қамтамасыздандырады, басқаша айтқанда, ол бәсекелестік қабілетті деп айтуға мүмкіндік береді.

Фирманың нарықтағы үлесі кішігірім болса да, өз күшін нарықтың бір «тауашасына» бағыттап, шоғырландырылған стратегияны әзірлеу арқылы пайда алады. Компания жалпы шығындарының аздығына байланысты немесе дифференциациялы стратегияны қолдану басымдылықтары арқылы нарықтың үлкен үлесіне ие бола алады.

М. Портердің зерттеулері мынадай қорытындыға әкелді: көздеген тиімділік деңгейіне, ең алдымен, нарық үлесі үлкен, ірі немесе маманданған шағын кәсіпорындар жете алады. Егер фирманың ерекше өнімі немесе шығындар бойынша басымдылықтары болмаса, онда ол орта жолда қалып қоюы мүмкін. Сондықтан фирманың орташа позицияда болуы өте қауіпті [4].

Бағдарламаны әзірлеу. Стратегия жасалған соң, оны қолдау бағдарламасы әзірленеді. Әрбір стратегиялық шаралар олардың тиімділігін есептеумен нақтыланады.

Маркетинг бағдарламасын жүзеге асыру. Стратегиялық мүмкіндіктер шектеулі уақыт аралығында болады, сондықтан тактиканы өз уақытында ауыстырып, стратегиялық бағдарламаны мерзімінде жасау қажет.

Бақылау. Компания аралық нәтижелерді қадағалап, микро, макро ортадағы өзгерістерді бақылап, өзгерістер көп болса, онда компания өз мақсаттарын, әрекеттерін, бағдарламалары мен стратегияларын қайта қарастыруы керек.

Жалпы стратегиялық жоспарды қызметтің әрбір бағытына, тауарға және тауар маркасына арнап жасау қажет. Тауарға стратегиялық жоспар жасау кезеңдері компанияның жалпы стратегиялық жоспарының кезеңдері сияқты болып келеді. Өнімнің маркетинг жоспары бір, үш, бес жылға жасалады. Өнімді жоспарлау үрдісі бірнеше кезеңдерден тұрады:

1) Жағдайлық (ситуациялық) талдау. Мұнда нарық ерекшелігі мен әлуеті, фирманың бәсекелестері, өткен кездегі сатулары, мәселелері мен мүмкіндіктері, табысы, пайдасы, шығындары зерттеліп, болжаулар жасалады. Зерттеулер өнім түрлері, географиялық аумақтар және мақсатты нарықтар бойынша жүргізіледі. Сонымен қатар жағдайлық талдау бәсекелестердің тәжірибесін, күшті және әлсіз жақтарын зерттеу негізінде, олардың ықтимал болатын әрекеттерін болжайды.

Жағдайлық талдауды жүргізу үшін нарық, оның сипаттамасы мен әлуеті анықталады (мысалы, жеке компьютерлер, тұрғын үйлер нарығы және т.б.). Нарық сипаттамасы мынадай параметрлермен анықталады: нарық әлуеті, нарыққа енудегі кедергілер, бәсекелестерден артықшылығы, сұраныстың тұрақтылығы, инвестиция қайтарымдылығы, нарық үлесінің өсу келешегі.

Нарық әлуеті (потенциалы) – тауар ассортиментіне арналған барлық сұраныс немесе ұсыныспен анықталатын нақты нарықтағы тауарды сатудың ең шекті көлемі. Нарық әлуетін өлшеу әдістерін 6-тараудан қараңыз.

Нарықты алдын ала бағалау талдаудың келесі қадамы болып табылады. Тауарлардың соңғы жылдардағы өткізу көлемдері зерттеліп, олардың төмендеу себептері айқында-

лады. Мақсатты сегменттер, негізгі сатып алушылар сипатталып, олардың мінез-құлықтарындағы тенденциялар зерттеледі. Нарықтың бірнеше жыл ішінде өсу қарқыны мен көлемі заттай және құндық көрсеткіштерімен бейнеленіп, өнімнің нарықтағы жағдайы, бәсекелестер, макро және микроорта, сала жағдайы, оның шикізат базасы, өндірістік қуаттар, инвестициялық райы (климат) талданады.

Фирманың ағымдық жағдайын талдау сату көлемі, нарық үлесі, пайда, тиімділік және тағы басқа көрсеткіштер негізінде жүргізіледі.

2) Фирманың нарықтық мүмкіндіктері. Нарық мүмкіндіктерін айқындау үшін нарықты зерттеу жүргізіледі. Жағдайлық талдау негізінде пайда болған мәселелер мен мүмкіндіктер анықталады. Осындай мақсатпен SWOT талдау өткізіледі.

3) Мақсаттарды қалыптастыру. Мақсаттар басты және аралық болуы мүмкін. Олар сандық сипатталған, нақты, жасау мерзімі анықталған, қисынды болуы тиіс. Маркетинг жоспарында сату, нарық үлесі, пайда, маркетинг кешені бойынша мақсаттар көрсетілуі керек.

4) Маркетингтік стратегиялар. Маркетингтік стратегияларды жасау үшін нарықты сегменттеу, мақсатты нарықты айқындау керек. Оның негізінде басты сегменттердің, аймақтар, сала, тапсырыс көлемі принциптері бойынша тұтынушылар бейіні (профильдері) анықталады. Бәсекелестер және фирма тауарларының нарықтағы позициясы анықталып, нарықты қамту стратегиясы таңдалады. Тауарды нарықта жайғастыру картасы жасалады. Сегменттеу негізінде тауар, баға, өткізу және тауарды жылжыту стратегиялары әзірленеді. Негізгі бәсекелестердің стратегиялары анықталады.

5) Маркетинг бағдарламасы. Стратегиялық жоспарлар жүзеге асырылуы керек. Сондықтан ол маркетинг мақсатына жетуге мүмкіндік беретін, іс жүзінде жүзеге асыру бағдарламасы болып өзгертіледі. Бағдарлама маркетинг-микс элементтері бойынша құрылады. Оған тауар, баға, өткізу, жылжыту аумақтарындағы стратегиялық шешімдер енгізіледі. Маркетинг-микс шаралары бір-біріне сәйкес келіп, тиісінше бюджеті болуы керек.

Маркетинг-микстің негізгі элементі – өнім. Сондықтан тауар саясаты аумағында ассортиментке, ТӨЦ кезеңдеріне, сауда маркасына, тауар белгісіне, буып-түю, орауға, сапаға және бәсеке қабілеттілікке, сату алдындағы және одан кейінгі қызметке, патентті қорғауға қатысты шешімдер қабылдануы қажет. Тауарды сипаттап, оның сапасы мен бәсекеге қабілеттілігін бағалаған дұрыс.

Келесі элемент – баға. Баға белгілеу өнімнің өзіндік құнын, бәсекелестер бағасын, сұранысты және шығынсыздық нүктесін талдау, сұраныстың бағаға икемділігін бағалау негізінде жүзеге асырылады. Баға белгілеудің әдістері мен стратегиялары таңдалып, төлем және несие шарттары белгіленеді.

Өткізу. Делдалдардың қаржылық мүмкіндіктері, жұмыс істеу тәжірибесі, өнім түрлері, аймақтар мен делдалдар бойынша заттай және құндық көрсеткіштері, сату көлемдері талданады. Сату мақсаттары мен стратегиялардың болжамдары жасалады. Сауда қызметкерлерінің міндеттері бөлініп, оларды оқыту шығындары жоспарланады.

Коммуникациялық бағдарлама бойынша (жарнама, PR, өткізуді ынталандыру, дербес сату, көрмелер) жарнама шараларының, PR, өткізуді ынталандыру, дербес сатудың жоспарлары жасалып, оларды жүзеге асыру шығындары анықталады. Бюджеті белгіленген жарнама, PR түрлерінің және құралдарының, өткізуді ынталандырудың шарттары мен түрлерінің тиімділері таңдалып, жүзеге асырылады.

Маркетинг бағдарламасы кесте ретінде әзірленеді, онда бағдарламаның жасалу мерзімі (ай, тоқсан) көрсетіліп, бөлінген қаражаттары айқындалады.

6) Табыс және шығындар бағаналары. Табыстар бағанында – болжанған сату көлемі және өнімнің орташа бағасы, шығындар бағанында – шығатын шығындар белгіленеді, осылардың негізінде жоспарланған пайда анықталады.

Маркетинг бюджетін жасау. Маркетинг жоспарын жүзеге асыру үшін оның бюджеті жасалады. Бюджет шығатын шығын мен табысты, түсетін пайданы көрсететін кесте түрінде болады. Табыс бөлігінде – көзделген сату көлемі, өнім бірлігінің орташа бағасы,

кірістер, ал шығын бөлігінде өзіндік құны және стратегиялық шығындар көрсетіледі. Табыстар мен шығындардың оң қалдығы (сальдосы) жоспарланған пайданы сипаттайды.

Кесте 1. Кең таралған маркетинг жоспары

Бөлімдері мен атауы	Беттер саны
1. Алғашқы бет. Фирма аты, құжат түрі, жасау мерзімі, жұмысқа жауаптылар	1
2. Кіріспе. Жоспар бөлімдерінің қысқаша сипаттамасы, негізгі көрсеткіштер	2-3
3. Ұйым мақсаттары, өнім бойынша мақсаттар	1-22
4. Жағдайлық талдау нәтижелері: нарық ортасы, сатып алушылар, бәсекелестер, нарықты шолу, сату көлемі	8-12
5. SWOT- талдау	2-5
6. Стратегиялар: негізгі мақсатты нарықтар, ерекше басымдылықтар, сауда маркасын нарықта жайғастыру	3-5
7. Болжаулар / күтілетін нәтижелер	1-2
8. Маркетингтік бағдарламалар: маркетинг-микс	8-12
9. Қаржы / бюджет	1-2
10. Қорытынды	1-2
11. Қосымшалар: SWOT талдау мәліметтері, бәсекелестер туралы ақпарат, талдау мәліметтері, маркетингтік зерттеулер нәтижелері, сілтемелер	20 және одан көп

Маркетинг бюджеті ережеге сәйкес, әрбір айға немесе тоқсанға арналып жасалады, оны жоғары басшылық бекітеді.

7) Соңғы бөлімде маркетинг жоспарын орындау жөніндегі шаралар көрсетіледі. Ай сайын қорытындылар жасалып, бақыланып отырады. Ауытқулардың себептері айқындалып, олардың алдын алу шаралары тізіледі. Осыны ескере отырып, маркетинг жоспарына түзетулер енгізіледі.

Жоғарыда аталған бөлімдер жазбаша маркетинг жоспарында көрсетіледі Кең таралған маркетинг жоспарларының бірін келтірейік

SWOT-талдауын кеңірек қарастырайық. SWOT-талдауының (ағылшын сөздерінің бастапқы әріптері: strengths – күшті жақтар, weaknesses – әлсіз жақтар, opportunities – мүмкіндіктер, threads – қауіптер) немесе TOWS - талдауының мақсаты – фирманың бәсекелестерінен қарағандағы күшті және әлсіз жақтарын, сонымен қатар оның қызметіне әсер ететін сыртқы факторларды анықтау. Бұл талдау компания жағдайын анықтап, мүмкіндіктерін арттыру үшін төнген қауіптер мен әлсіздіктерді азайтып, қандай бағытта жұмыс істеу керектігін анықтайды. SWOT - талдаудың қарапайым түрі сурет көрсетілген.

	Күшті жақтар	Әлсіз жақтар
Ішкі	Ішкі элементтер сатып алушыларға байланысты қарастырылады. Олар шектеліп, қысқартылуы керек	
	Мүмкіндіктер	Қауіптер
Сыртқы	Сыртқы элементтерге ортаның әр түрлі салаларына байланысты факторлар жатады: олар – заң, саясат, мемлекеттік реттеу, қоғам, экономика, технология	

Сурет 1. SWOT- талдаудың қарапайым түрі үлгісі

Жоспарлау тәжірибесінде талдауы толық жүргізілмеген жоспар немесе негізделмеген менеджерлердің субъективті ойлары жиі кездеседі. Барлық ұсыныстар стратегиялық

зерттеулердің объективті мәліметтері және фактілеріне негізделген болуы тиіс. Кей кезде компаниялар жалпы талдау жүргізеді, ал ондай жалпылама сипаттама нарықтағы нақты жағдайларды ашып көрсетпейді. Мұндай қателіктер болмау үшін мына ережелерді сақтау қажет:

1) SWOT- талдау фокусты түрде жүргізілуі керек, мысалы, жеке бір аймақ, нақты сегмент немесе өнім бойынша.

2) Фирманың күшті және әлсіз жақтарын олардың жағдайы мен қызметтерін бәсекелестермен салыстыру негізінде анықтау керек.

3) Ақпарат объективті, нақты және қысқаша болуы қажет. Екіұдай, керексіз мәліметтер болмауы тиіс.

4) Фирманың күшті және әлсіз жақтарын, мүмкіндіктері мен қауіптерін нақтылай анықтау қажет. Күшті және әлсіз жақтар – компанияның ішкі сипаттамаларына, мүмкіндіктер мен қауіптер – нарық ортасының сипаттамаларына байланысты, компания оны бақылай алмайды.

5) Фирманың күшті немесе әлсіз жақтарын тек тұтынушылар анықтайды, олар маңыздылығына байланысты тізбектеледі.

6) Талдау фирма мамандарының пікір алмасуы арқылы жасалса, объективті болады, сондықтан талдауды бір адамға жүктеуге болмайды.

Сатып алушының қабылдауына байланысты SWOT-талдаудың әрбір элементінің күшті және әлсіз жақтары болуы мүмкін. Фирманың күшті және әлсіз жақтарының тізімін құру кезінде қызметтің мынадай аумақтары қарастырылады:

1) Маркетинг (4Р, стратегиялық ақпарат, персонал, қызмет ету, сатып алушыларға қызмет көрсету);

2) Жаңа өнімдерді әзірлеу және инжиниринг;

3) Жедел қызмет (өндіріс, өткізу, маркетинг, мәмілелер);

4) Қызметкерлер (дистрибьюторлар, маркетинг мамандары, сатып алушыларға қызмет көрсету);

5) Менеджмент (басқару философиясы және басқару құрылымдары);

6) Компания ресурстары (адамдар және қаржылық).

Мүмкіндіктер мен қауіптер заң, саясат, қоғамдық күштер, экономикалық жағдай, технология, бәсекелестік сияқты макроорта элементтері бойынша қарастырылады.

Әр сегменттің күшті және әлсіз жақтары, қауіптілігі, мүмкіндіктері бойынша ең маңызды элементтері тізбектеліп, мәнділігі бойынша реттелуі тиіс. Талдау компания қызметіне әсер ететін маңызды элементтермен шектеліп сатып алушыға бағытталуы тиіс. Оның қорытындысын статистикамен, есеп берулермен, үкімет анықтамаларымен, делдалдардың мәліметтерімен, сатып алушының пікірімен нақтылау керек.

Стратегиялық мүмкіндіктерді тұтынушының қанағаттанбаған қажеттіліктері, бәсекелестердің әлсіз жақтары, жаңа технологиялар негізінде айқындайды. Әрбір мүмкіндікте бәсекелестің қайтарар әрекеті, сұраныстың төмендеуі секілді қауіптер бар.

GAP-талдау әдісінің мәні. Жоспарлау барысында белгілі бір мақсаттар қойылады, бірақ оларға жету әдістері берілмейді. Мақсаттар мен оларға жету жолдарын үйлестіру әдісі GAP-талдауы немесе стратегиялық бөліну (GAP – ағылшын тілінен аударғанда, қуыс немесе бөліну) деп аталады. Қандай стратегиялық бағыттар арқылы фирманың мақсатты өсуіне жетуді анықтау GAP-талдауының мәні болып табылады. Маркетингті жоспарлауда GAP-талдауын пайдаланудың мақсаты – белгілі бір нәтижеге жету жолдарын анықтау. Мысалы, кәсіпорын жоспарлы кезеңде сату көлемі бойынша мақсатты көрсеткіштерді көздейді. Қойылған мақсаттарға сәйкес шаралар құрамы белгіленеді (тауарды жаңғырту, сапаны жетілдіру, шегерімдер қолдану, бағаларды өзгерту, тұтынушыларды ынталандыру және тағы басқалар). Ең алдымен бұл шаралардың фирма қызметінің түпкілікті нәтижесіне қосатын үлесін бағалау қажет. Кәсіпорын өзінің мүмкіндіктерін ескере отырып, стратегиялық балама деп аталатын бірнеше әрекет түрлерін жоспарлауы мүмкін. Бұл баламаларды И. Ансоффтың тауар / нарық матрицасы немесе өндірісті сақтау, дамыту, қолдау немесе тарату стратегиялары ретінде қарастыруға болады.

А. Мески ұсынған 5х5 әдісі сыртқы ортаның неғұрлым маңызды элементтерін анықтауды талап етеді. Ол сыртқы ортаның 5 факторына қатысты 5 сұрақты қамтиды:

- Егер Сізде сыртқы орта факторлары жайлы ақпарат болса, онда аз дегенде солардың бесеуін атаңыз.
- Сыртқы ортаның қандай бес факторы Сіз үшін аса қауіпті?
- Бәсекелес теріңіздің жоспарларынан қандай бес фактор Сізге белгілі?
- Сіз анықтаған стратегиялық бағыттар бойынша мақсаттарға жету үшін қандай бес фактор аса маңызды болар еді?
- Компанияңыз үшін жағымды болуы мүмкін өзгерістерді қамтитын бес сыртқы кеңістікті атаңыз.

STEP (PEST)-талдауы макроортаның негізгі элементтерін талдау әдістемесі болып табылады. Мұндай талдау, әсіресе, корпоративтік деңгейде жоспарлауда аса маңызды. Дамыған сыртқы ортада STEP-талдау, дамушы сыртқы ортада PEST-талдау қолданылады. Бұл талдауда саяси, экономикалық, әлеуметтік және техникалық макроорта факторлары қарастырылады. Осы факторларға байланысты тенденциялар, олардың ықпал ету сипаты талданып, сол фактор бойынша іс-әрекет бағдарламасы дайындалады.

Кәсіпорын мақсаттарына жету үшін оның стратегиялық қызметі бақылануы керек. Стратегиялық бақылаудың үш негізгі типі бар:

1) Жылдық жоспардың орындалуын бақылау. Мұндай бақылауда нақты нәтижелер жылдық жоспармен салыстырылады, ауытқулар кездессе, түзетулер енгізіледі. Жылдық жоспардың орындалуын бақылау маркетинг шығындарын сатумен салыстыруды қажет етеді. Бұл бақылаудың мақсаты – сату мақсатына жету үшін жоспарланған деңгейден артық қаражат жұмсалды ма, жоқ па, соны анықтау. Сонымен бірге тұтынушы мінез-құлқын бақылау арқылы сапалы мәліметтер алуға болады. Осындай мақсаттарға орай, тұтынушылардың, делдалдардың мінез-құлқын бақылау жүйесі жасалып, керекті кезде шаралар қолданылады.

2) Пайдалылықты бақылау. Кәсіпорындар әр түрлі өнімдердің, сату аймақтарының, нарық сегменттері және тарату арналарының пайдалылығын анықтайтын зерттеулер жүргізеді.

3) Стратегиялық бақылау. Фирмалар белгілі бір уақыт аралығында жалпы стратегиялық шаралардың тиімділігін зерттеп тұруы қажет. Мұндай зерттеу жылдық жоспардың орындалуын және пайдалылықты бақылауға қарағанда кеңірек болып келеді.

Микро және макроортадағы өзгерістер фирманың стратегиялық мақсаттары, стратегиялары және жүзеге асыру бағдарламаларына түзету енгізуді талап етеді. Бұл бақылау түрі стратегиялық бақылау деп аталады. Ол аудит әдістерін пайдалану негізінде жүзеге асырылады. Маркетинг аудиті сыртқы ортаны, маркетинг мақсаттары мен стратегияларын, ұйымның және оның бөлімшелерінің маркетинг қызметі түрлерін жүйелі түрде, жанжақты тәуелсіз тексеру болып табылады.

Маркетинг аудитінің – өзіндік аудит, сәйкес аудит, жоғарыдағы ұйым немесе бөлімдер жағынан аудит, тәуелсіз аудиторлық фирмамен жүргізілетін аудит және сыртқы аудит сияқты түрлері бар.

Туристік қызметті таңдау кезінде тұтынушы оның өзі үшін маңызы бар ерекшеліктеріне ғана бағдарланады:

3 - бұл қызметтің сапасы мен пайдалылығын көрсететін параметрлер, өйткені оны таңдаудың маңызды шарты болып тұтынушы көңіл аударатын қасиеттері мен сипаттамаларының тура келуі табылады.

4 - бәсекелестік қабілетті анықтау үшін қызметтерді нақты қажетсінуге сәйкестік дәрежесі бойынша салыстыру ғана емес, сонымен қатар солармен байланысты тұтынушының шығынында ескерілуі маңызды болып табылады. Бұл кезде ескеретін нәрсе: сатып алынған зат тек міндетті шартты белгілейді, қажетсінуді қанағаттандырудың бастапқы пункті. Қосынды жұмсалған шығындар екі бөлімнен тұрады: бір жолғы (туристік қызметтің сатылу бағасы) және ағымдағы (жеткен орынындағы жұмсалатын шығындар – экскурсиялар, қосымша тамақтану, көлік, көңіл көтеру және т.б.), жалпы бұл жұмсалған

шығындардың жалпы сомасы тұтынушы үшін қажетсінуін қанағаттандыру бағасы ретінде алынады (тұтыну бағасы).

Жоғарыда айтылғандардан шыға отырып, келесідей қорытынды жасауға болады, бәсекелестік қабілеттілік туристік қызметтің кешенді көп аспектілі сипаттамасын көрсетеді, бұл қызметті нақты нарықта, анықталған кезеңде өткізу мүмкіндігін қамтамасыз ететін, қажетсінуге сәйкестігі бойынша, туристер жұмсаған шығын бойынша ұқсас өнімдермен салыстырғанда нарықтағы оның басымдылығын анықтайды.

Туристік қызметтің бәсекелестік қабілеттілігі сипатталады:

- сапа көрсеткіштерімен (қызметтің пайдалы тиімділігін анықтайды);
- экономикалық көрсеткіштермен (тұтынушының бағасын анықтайды).

Бәсекелестік қабілеттіліктің нақты (нарықтық) бағасы тұтынушыларға туристік қызметті сатып алу – сату процесінде берілетінін айқын білу керек. Дегенмен, маркетингпен басқару процесінде туристік қызметтің әулеттік, есептеме бәсекелестік қабілеттілігін бағалау маңыздылығы да кем емес. Осы соңғысы жаңа қызметтерді әзірлеу, қолданбалы қызметтерді жетілдіру қажеттігі туралы шешімдерді негіздеу, бағалық стратегия мен тактиканы қалыптастыру үшін негіз болып табылады.

Мына бір жағдайды тағы белгілеп кету керек, яғни бәсекелік артықшылықты ұстап қалу әрбір бәсекелес кәсіпорын үшін ерекшелік көрсетуі мүмкін.

Сонымен бірге, бәсекеге қабілеттілігін көтеру үшін барлық талданған кәсіпорындар үшін жоғары қатардағы артықшылықтарға бағытталуын керек, яғни жаңа технологияларды, ноу-хауды, жаңа тауарлар мен қызметтерді, өзінің қызметтерін жоғарылатуын енгізу керек. Соның негізгі бір аса маңызды саласы болып кәсіпорынның бәсекелік артықшылығы болып тұрмыстық каналы мен бәсекелестердің сегменттері табылады. Маркетинг бойынша қызметтердің бар аршылын жетілдіру мақсатында пайда болған талаптарға ену үшін мүмкіндік көрсету, маркетингтік және қызметтік стратегияны өңдеу және бәсекелестерден бұрын оны енгізуді айқын көрсету керек. Бәсекелестер мен тұтынушылар туралы базаны құру керек, олар туралы ақпараттарды жүйелі жинай және талдай отырып маркетингтік стратегияны құруға мүмкіндік болады.

Бәсекелестерді оқып білу нарық бөлігі, «ой» бөлігі, «жүрек» бөлігі сияқты аса маңызды өзгерістердің дәрежесін талдауда талап етеді.

«Ой» бөлігі – мысалы белгілі бір нарықта қызмет ететін сол немесе басқа фирма туралы сұрағанда бірінші болып еске түсіретін тұтынушылар саны. Берілген көрсеткіш тұтынушылардың ой сезімінде фирманың қызмет көрсетуі сақталып қалғандығын көрсетеді.

«Жүрек» бөлігі – бұл тұтынушылардың қалауы мен қажеттіліктерін үкен дәрежеде қанағаттандыратын фирманың қызметін қалайтын тұтынушылар саны. Шетел фирмалары көбіне «жүрек» бөлігінің көлемін жарнамаға кеткен шығындармен өлшейді. Берілген көрсеткіштің жағдайы «ой» бөлігінің динамикасының өзгеруіне әкеліп соғады. Бұл көрсеткіштер стратегия мен маркетингтік саясатының дұрыс емес бағытталуын анықтауға мүмкіндік береді. Бұлардың өзгерісінің арасында өте күшті байланыс бар. «Ой» бөлігі мен «жүрек» бөлігінің төмендеуі нарық бөлігінің төмендеуіне әкеліп соғады және де керісінше.

Бәсекеге қабілеттілікті күшейту үшін күшті рычаг болып әдістерді іздеумен байланысты бәсекелік артықшылықты жеңу үшін бенчмаркетинг болып табылады, бұл ағылшын тілінен стандарт, бағыт, эталон деген мағынаны береді.

Оның мәні іздеумен бәсекелестерге қарағанда фирмаға тиімді жұмыс істеу үшін көмектесетін және бағыттаушы болатын оқып білу мен және кәсіпкерліктің аса күшті әдістерді қолданумен бекітіледі.Сонымен қатар, бенчмаркетинг – бұл бәсекеге қабілетті фирмалардың бизнес – үдерісін жетілдірудің өзіндік жағдайын іздеу, жеңу және үйрену әдісі. Бұл мәселемен жұмыс істейтін ғалымдар өте күшті болып табылатын фирманың қызметімен жұмысшы үдерісінің өзіндік тиімділігін салыстыру жүйелі үдерісі ретінде сипаттайды.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Алтынбаев Б.А., Смыкова М.Р. Экономика и организация туризма. - Алматы, 2015.
2. Айгистова О.В., Забаев Ю.В., Сеселкин А.И. Введение в бизнес туроперейтинга. - М.: РМАТ, 2014.
3. Борисова Ю.Н. Маркетинг в туризме. – М.: РМАТ, 2011.
4. Браймер Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства. – М., 2005 .
5. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма. – М., 2014.
6. Гуляев В.Г. Туризм: экономическое и социальное развитие. - М., 2016.
7. Гузакова Е.П., Честникова В.В. Международный туристский бизнес. - М., 2017.
8. Гостиничный и туристический бизнес. /Под ред. Чудновского А.Д. – М., 2010.
9. Дуйсен Г.М. Основы формирования и развития индустрии туризма в Казахстане. - Алматы, 2015.
10. «Turist tur» турагенттігінің 2015–2017 жылдардағы бухгалтерлік балансы мен есебі.

УДК 338.48 (574)

ЕМДІК-САУЫҚТЫРУ ТУРИЗМІ САЛАСЫ КӘСІПОРЫНДАРЫНДА САПАНЫ ҚАМТАМАСЫЗ ЕТУ

Ордабаева М.А., Ерлан Н.Е.

Авторлар туралы мәліметтер. Ордабаева Майнур Айтказиновна – С. Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан мемлекеттік университеті экономика және басқару кафедрасының аға оқытушысы, PhD докторы; Ерлан Назгерім Ерланқызы – С. Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан мемлекеттік университеті «Туризм» мамандығы студенті.

Аннотация. Мақалада емдік-сауықтыру туризмі саласы кәсіпорындарының қызметінде сапаны қамтамасыз ету мәселелері қарастырылған. Курорттық мекемелерде сапаны жақсартуға арналған қызмет бағыттарының негізгілерін сипаттау мақсатымен сапаға әсер ететін факторлар анықталған. Осы факторларды есепке ала отырып, емдік-сауықтыру кәсіпорындарында қызмет көрсету сапасын жақсартуға арналған бірқатар шаралар өткізу ұсынылады.

Түйін сөздер. Туризм, емдік-сауықтыру туризмі, сапа.

Сведения об авторах. Ордабаева Майнур Айтказиновна – PhD, старший преподаватель ВКГУ им. С. Аманжолова; Ерлан Назгерім Ерланқызы – студент специальности «Туризм» ВКГУ им. С. Аманжолова

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы обеспечения качества услуг предприятии отрасли лечебно-оздоровительного туризма. Определены факторы, влияющие на качество услуг с целью улучшения на направлении деятельности курортных предприятии. С учетом этих факторов предложены мероприятия, направленные на обеспечение качества предоставляемых услуг лечебно-оздоровительных предприятий.

Ключевые слова. Туризм, лечебно-оздоровительный туризм, качество

About the authors. Ordabayeva Mainur – PhD, Senior Professor at EKSU named after S. Amanzholov. Yerlan Nazgerim - undergraduate student of major “Tourism” at EKSU named after S. Amanzholov.

Annotation. The article deals with the quality of services to the enterprise of the medical and health tourism industry. The factors affecting the quality of services in order to improve the direction of the resort company. Taking into account these factors, measures aimed at ensuring the quality of services provided by medical and health enterprises are proposed.

Keywords. Tourism, medical and health tourism, quality.

Сапаны басқару жүйесі деп сапаны жалпы басқаруға қажетті ұйымдық құрылымды, процедураларды, жауапкершіліктерді бөлу және үрдістер мен ресурстарды айтады. Басшылық сапа жүйесін қойылған мақсаттарға жету және белгілі бір саясатты жүргізу құра-

лы ретінде құрып, өңдеп, қолданысқа енгізуі тиіс. Курорттық мекемелерде сапаны жақсартуға арналған қызмет бағыттарының негізгілерін анықтап алу үшін сапаға әсер ететін факторларды көрсетейік [1].

Жоғарғы бөлім басшылығының қызығушылығы. Жұмысты жақсарту үрдісі жоғарғы бөлім басшылығынан басталады, олардың танытқан қызығушылығынан дамиды және басшылық жағынан қызығушылық жоғалса, шұғыл тоқтап қалады. Зерттеу нәтижелері көрсеткендей, өнімнің төменгі сапасының 80% жағдайында бұған кәсіпорын басшылығы кінәлі, тек 20% ақаулық операторлардың үлесіне тиесілі.

Жалпылама қатысу. Сапаны басқару кәсіпорынның барлық жұмысшыларының міндеті болып келеді. Көрсетілетін қызметтердің шын мәнісіндегі сапасы оны басқару қызметімен емес, клиенттермен тікелей байланысатын бөлімшелермен анықталады. Сапаны қамтамасыз ету бөлімі жұмысты жақсарту үрдісін жалпылама басқаруды іске асырады.

Өнімнің тұтынушылар талабына сәйкестігі. Сапа, ең алдымен, белгілі бір қажеттіліктерді қанағаттандырумен байланысты. Сапаны басқарудың осы тұстарына көңіл бөлу отандық тәжірибеде үлкен орын алады, себебі сапа ұзақ уақыт бойы техникалық көзқарас тұрғысынан, яғни техникалық тапсырмаларға, шарттарға және стандарттарға сәйкес келуі бойынша бағаланып келді. Қажеттіліктің түрі, тұтынушының бағасы тек қосымша рөлді атқаратын.

Өнімнің өткізілуімен айналысатын фирмаларға қызмет көрсету сапасы. СКМ басшылығының негізгі тұтынушылармен байланыстырушы буын болып келетін тиімді өткізу каналдарын қалыптастыру керектігін ұғынып және оған үлкен күш салып отыруы жағымды факторлардың бірі болып келеді. Маркетингтің дәл осы бөлімін басқару қиынға түседі. Әртүрлі жүйелерге жүргізілген талдаулар бойынша жуық арада кәсіпорындарға өз қызметтерінің шығындар бойынша тиімді және жақсы каналдар жүйесін қалыптастыру керектігін болжауға негіз береді, себебі бұл кәсіпорынға маңызды бәсекелестік артықшылық беретіні сөзсіз. Осыған байланысты біздің ұсынысымыз делдалдарға баға жағынан бақылау жүргізу жүйесін қалыптастыру болып табылады.

Біздің ойымызша, өткізу каналдары мен делдалдар желісін құрғанда, бірінші орында, бүгінгі таңда емдік-сауықтыру кәсіпорындары үшін негізгі болып отырған және дамып келе жатқан аймақтарға көңіл бөлу қажет.

Еңбекті бағалау және ішкі маркетинг программаларын енгізу. Сауықтыру орындарының жұмысшыларын материалдық және моральдық жағынан ынталандырып отыру олардың өз міндеттерін сапалы түрде орындауға қажетті алғы шарт болып табылады.

Осы факторларды есепке ала отырып, курорттық сфералардағы кәсіпорындарда қызмет көрсету сапасын жақсартуға арналған бірқатар шаралар өткізу ұсынылады.

Ең алдымен, демалушыларға қызмет көрсету сапасын бақылайтын, орналастыру жұмыстары бойынша директордың орынбасарына құрылымды түрде бағынатын жұмысшыны тағайындап алу қажет

Сапаны бақылауға жауап беретін жұмысшының міндетті қызметтеріне келесі аталғандар кіреді:

- ұтынушыны ақаулы қызмет көрсетуден сақтау арқылы сауықтыру орынының репутациясын қорғау;

- қызмет көрсетуде пайда болған ақаулықтың пайда болу орынын, жиілігін және себебін, сонымен қатар мейрамхана қызметкерлері мен бөлімшелердің жұмыс істеу сапасы жайлы мағлұматтарды жұмысшылар мен администрацияға хабарлау;

- қызмет көрсету сапасын бақылау мақсатында үрдістер ұйымдастыру және оларды сараптау.

Бұл функцияларды қонақтармен тура кері байланыс арқылы іске асыруға болады. Бұл байланысты клиенттің қанағаттануы жайлы жүйе жұмысы туралы ақпараттарды келесі негізгі әдістерді қолдана отырып орындауға болады: бақылау; қонақтарға сауалнама арқылы пікір сұрау жүргізу; сауықтыру орынының және оның жеке бөлімшелерінің қаржы көрсеткіштерін талдау; байланыстырушы персоналдан ақпарат алып отыру; клиенттердің шағымдары мен тілектерін қарастыру.

Сапаны қамтамасыз етуге жауапты тұлғалардан басқа, айына бір реттен кем емес жиілікте төрағасы директор болып табылатын «Қызмет көрсетудің сапасын қамтамасыз ету кеңесі» деп аталатын кеңес өткізіп тұру мақсатқа лайықты болады.

Әрбір бөлімшеде осы бөлімшенің қызметін мейлінше жетілдіріп отыратын топтар қалыптастырған дұрыс. Бұл топтардың жұмысы бөлімшенің жұмысының тиімділігін және сапасының деңгейін жоғарылатуға барлық жұмыс шылға мүмкіндік туғызатын әдісті ойлап табу және бағытын анықтау болып табылады. Кәсіпорынның қатардағы жұмысшыларын жұмысты жақсарту үрдісіне тартудың ықпалды формалары ретінде өз ұсыныстарын айту, сонымен қатар сапа үйірмелері де болуы мүмкін [2].

Сапаны басқаруға тік және көлденең үрдістер кіретін болғандықтан, оны басқару функциялары екі топқа бөлінуі керек.

Бірінші топқа келесі функцияларды кіргізу қажет:

- сыртқы ортамен әрекеттестік, бірінші орында – емдік-сауықтыру орындары клиенттерімен;
- стратегиялық және тактикалық сипаттағы шешімдерді қабылдау;
- сапа аумағындағы саясат пен мақсаттарды анықтау;
- сапаны жоспарлау,
- сапа жөніндегі жұмыстарды ұйымдастыру – сапа жүйесін құру немесе оны жақсарту, материалды ресурстармен қамтамасыз ету, қажетті жұмыс ортасы мен инфрақұрылымды құру;
- персоналды басқару.

Бұл функциялар сапаны жалпы басқаруға қатысты және «сапаның тік тұзағын» құрайды. Олар кәсіпорында өндірістік үрдісті ұйымдастырады және оған керекті параметрлерді беріп отырады.

Екінші топқа орналастырудың арнайы құралдары қызметтерінің сапасын оперативті басқаруға жататын функциялар кіреді және «сапаның көлденең тұзағын» құрайды:

- өндірістік үрдістегі сапаны бақылау;
- сапаның ақпараттық қамтамасыздандыруы;
- сапаны жоғарылату бағытындағы іс-шараларды өңдеу, сондай-ақ – ақауларды жою, алдын алу және сақтандыру;
- өңделген шаралар бойынша оперативті шешімдер қабылдау;
- өндірістік үрдісті басқаруда шаралардың іске асырылуы.

Сапаны тұрақты түрде жақсартып отыруға демалыс саласындағы тұтынушылардың талаптары мен бәсекелестердің жетістіктері жайлы ақпараттар түрткі болады, сапаны басқарудың барлық функцияларын орындаумен қамсыздандырылады, соның ішінде – әрбір басқару айналымының соңында сапаны көтеруге арналған шараларды енгізу және өңдеумен [3].

Сапа жүйесінің элементтерін бөлу дегеніміз өзара логикалық байланыстағы басқару функцияларын жүйелі түрде бөлу:

- сыртқы ортамен өзара байланыста болу, алдымен – аймақтағы курорттық сала қызметін тұшытушылармен;
- тік тұзақ бойынша сапаны басқару үрдісі барысында кәсіпорын басшылығының стратегиялық және тактикалық шешімдерді қабылдауы;
- көрсетілетін қызметтің сапасы аумағындағы саясат пен мақсаттарды анықтау;
- демалыс саласындағы көрсетілетін қызметтер сапасын жоспарлау;
- сапа төңірегінде жұмыстар ұйымдастыру, соның ішінде – сапа жүйесін өңдеу, қажетті материалды-техникалық ресурстармен жабдықталған инфрақұрылымды және жұмыс ортасын құру;
- персоналды басқару, соның ішінде персоналды оқытып үйрету;
- өндірістік үрдістің барлық сатысында сапаны бақылау;
- сапаның ақпараттық қамтамасыздандыруы;
- ұсынылатын қонақ үй қызметтерінің сапасын жақсарту немесе ұстап тұруға бағытталған түзететін, ескертетін және профилактикалық шаралар өткізу;

- көлденең тұзақ бойынша басқару үрдісіндегі өңделген шаралар бойынша кәсіпорын басшылығының оперативті шешім қабылдауы;

- өндірістік үрдістегі қабылданған шаралардың іске асырылуы, мұнда тік және көлденең тұзақтардың өзара байланысы қамтамасыз етіледі;

- қонақ үйлердегі сапаны басқару программаларын іске асыра алатын мамандарды дайындау [4].

Басқарудың функцияларына сәйкес курорттық кешен кәсіпорындарында сапаны басқару моделі келесі негізгі әрекеттер бағытын біріктіреді:

1) сапа аумағындағы саясатты қалыптастыру;
2) сапа жөніндегі жұмыстарды ұйымдастыру;
3) басшылықтың сапа жүйесінің жұмысын анализдеуі;
4) сапа жүйесінің құжаттық рәсімделуі;
5) тұтынушымен өзара байланыс;
6) документация өңдеу және енгізу;
7) үрдістерді басқару;
8) курорттық қызметтің сапасын бақылау және бағалау;
9) қызметтердің сапасының тұтынушы талабына сәйкестігін анализдеу;
10) түзеткіш әсерлердің іске асуы;
11) мамандар дайындау;
12) статистикалық әдістерді қолдану.

Курорттық кәсіпорындардағы сапа моделін өңдеу барысында аймақтың табиғи және рекреациялық ресурстардың сапасының параметрлерін кәсіпорынның тұрақты және орындықты компоненттерінің бірі ретінде ескеру қажет [5].

Енді курорттық қызметтердің сапасын басқару моделін санаторлық өнімнің сапасы облысындағы мәселелерді шешу үшін жоспарлайық.

Курорттық қызметтердің сапасын басқару моделінің болуы емдік-сауықтыру кәсіпорындарында материалдық өндіріс саласында дайындалған сапа менеджментінің құралдарын толық көлемде қолдануға мүмкіндік береді, олар:

- көрсетілетін қызметтің бәсекеге қабілеттілігін бағалауға және талдауға;

- жаңа қызметтерді жобалау кезеңінде санаторлық-курорттық қызметтердің сапасын болжау;

- курорттық қызметтердің сапасына статистикалық бақылау жүргізу және соның негізінде сәйкессіздіктің көздерін айқындау.

Жоғарыда аталғандар санаторлық-курорттық қызмет сапасын басқару моделінің бірінші және «құралдық» рөлі болып табылады.

Сапа моделіне сүйене отырып, санаторлық-курорттық қызметтердің сапасын басқару мәселелерін шешуге конструктивті түрде келуге болады, себебі адекваттық деңгейін жуықтап есептеуге, оны өсіру жолдарын көрсетуге, сапа саясатын дұрыс тұрғызуға мүмкіндік туады. Бұл санаторлық - курорттық қызмет сапасын басқару моделінің екінші – «саясаттық» рөлі болып табылады.

Санаторлық-курорттық қызметтер сапасын басқару моделін құрудың бастауы моделді таңдау болып табылады, себебі бұл арқылы қызмет көрсетудің базалық элементтер тізімі құрастырылады.

Моделді таңдау стратегиялық мәселелерді шешуде ұзақ уақыттық басымдықты береді. Ол шешімдерді қабылдау үшін үш негізгі жағдайды анықтап алу керек.

Бірінші: емдік-сауықтыру кәсіпорынында моделдік тәсілді өңдеудің қажеттілігі.

Бұл сұрақтың жауабы маркетингтік зерттеулердің нәтижелеріне сүйенуі керек. Мысалға, кәсіпорынға дәл қазір де, жақын болашақта да конкуренттер де, клиенттермен қиыншылықтар да қауіп төндірмейтіні белгілі. Бірақ бұған қарамастан, санаторий басшылығы жоғары мақсаттар қоймайтын болса, және де корпоративтік мәдениеттің деңгейі жоғары дәрежеде болмаса, онда сапа менеджментінің көкжиегі тек мемлекеттік стандартта жазылған міндетті талаптарды қамтамасыз ете алу деңгейіне дейін қысқарады.

Екінші: кәсіпорынның сапа мәселелерін анықтау.

Санаторлық-курорттық қызметтердің сапасын басқарудың жұмыс моделін таңдауды негіздеу мақсатында сапа функциясын құрылымдау қажеттілігі тууы мүмкін.

Үшінші: моделді таңдауды және соның негізінде сапа менеджментінің жүйесін тұрғызатын орындаушыларды анықтау.

Егер олар санаторий штатының мамандары болса, онда санаторлық-курорттық қызметтер сапасын басқару моделін таңдау критерийі олардың сапа менеджменті облысындағы білімдерінің деңгейі, сондай-ақ жүйелік талдау, математикалық статистикаға сүйенеді. Егер олар басқа жақтан жалданған мамандар болса, онда санаторлық-курорттық қызмет сапасын басқару моделін таңдау критерийі болып, жұмыс үшін сұралатын бағаның қол жетімділігі табылады.

Осы мәселелерді анықтағаннан кейін сапаны басқару моделі өңделіп, қабылданады. Қызмет көрсетудің базалық элементтерінің тізімінің толықтығы және оның түзулігі – бұл сапа менеджментінің тиімділігінің кепілі.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Михеева Е.Н., Сероштан М.В. Управление качеством. – М., 2009.
2. Джуран Дж. Качество в истории цивилизации. Эволюция, тенденция и перспективы управления качеством. - М.: РИА «Стандарты и качество», 2004.
3. Мендебаев Т.М., Габдуллина А.З., Альпеисов А.Т. Сапаны басқару. – Алматы, 2013.
4. Қаржаубаев К.Е. Стандарттау, сертификаттау және сапаны басқару. - Алматы, 2011.
5. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. – СПб., 2007.

УДК 379.85

МЕЙРАМХАНА БИЗНЕСІНДЕГІ ҚЫЗМЕТ КӨРСЕТУ ТЕХНОЛОГИЯСЫНЫҢ ИМИДЖДІК ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Койшинова Г.К., Сакенов Б.

Авторлар туралы мәліметтер. Койшинова Гайний Касымовна - экономика ғылымдарының кандидаты, С. Аманжолов атындағы ШҚМУ экономика және басқару кафедрасының доценты. Сакенов Биржан - С. Аманжолов ат. ШҚМУ-дың «Туризм» мамандығының студенті.

Аннотация. Маркетингтік зерттеулер жүргізіліп болған соң келесі кезеңде мейрамхана профилі анықталуы қажет. Мейрамхана профилі оның әлеуетті тұтынушылары жөнінде ойлай отырып жасалуы қажет. Көп жағдайда керісінше болады: біреуге қандайда бір профильмен мейрамхана ашу туралы ой келеді, жақын арада ол жаңа мейрамхананың өмір сүру қабілеттігін қамтамасыз ету үшін келушілер жеткіліксіз болады. Егер мейрамханалық бизнесте табыс формуласы бар болса, онда ол келесідей болғаны: жаңа тұжырымдаманы ойлап тауып, оны жүзеге асыру, және де ол тұжырымдама белгілі бір нарыққа идеалды түрде сәйкес келмесе де, бәсекелес – мейрамханалар негіздеген тұжырымдамалардан артық болуы тиіс. Әрбір мейрамхананың профилі оның тұжырымдамасымен анықталады, ал тұжырымдама оның имиджін анықтайды.

Түйін сөздер. Мейрамхана қалыптастыратын атмосфера, мейрамхана нарығы, бәсекелес мейрамханалар, мейрамхана профилі, кредо, аспаздық өнімдер.

Сведения об авторах. Койшинова Гайний Касымовна – кандидат экономических наук, доцент ВКГУ им. С. Аманжолова; Сакенов Биржан – студент специальности «Туризм» ВКГУ им. С. Аманжолова.

Аннотация. На следующем этапе после маркетинговых исследований ресторана, необходимо определять его профиль. Необходимо образовывать профиль ресторана учитывая особенности потенциальных потребителей. В большинстве случаев получается наоборот: кому-то приходит мысль открыть ресторан с каким-либо профилем, в результате будет недостаточно новых посетителей ресторана для обеспечения жизнедеятельности ресторана, если в гостиничном бизнесе присутствует формула успеха. В статье раскрывается данная формула. Концепция профиля определяет имидж гостиницы.

Ключевые слова. Восстанавливающая атмосфера ресторана, ресторан, рынок, конкури-

рующие рестораны, профиль, рестораны, кредо, кулинарные изделия.

About the authors. Koishinova Gainii - candidate of Economic Science, Associate Professor at the Economics and Management Department of EKSU named after S. Amanzholov. Sakenov Birzhan - undergraduate student of «Tourism» of EKSU named after S. Amanzholov.

Annotation. At the next stage after the marketing research of the restaurant, it is necessary to determine its profile. It is necessary to form a restaurant profile taking into account the features of potential consumers. In most cases, it turns out the opposite: someone has the idea to open a restaurant with a profile, as a result there will not be enough new visitors to the restaurant to ensure the life of the restaurant. If in the hotel business there is a formula for success. The article breaks this formula. The concept of the profile determines the image of the hotel.

Keywords. The restorative atmosphere of the restaurant, restaurant, market, competing restaurants, profile, restaurants, creeds, culinary products.

Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2020 жылға дейін тұжырымдамасы (бұдан әрі – Тұжырымдама) Қазақстан Республикасының Президенті Нұрсұлтан Назарбаевтың 2012 жылғы 27 қаңтардағы «Әлеуметтік-экономикалық жаңғырту – Қазақстан дамуының басты бағыты» атты Қазақстан халқына Жолдауын, Қазақстан Республикасының үдемелі индустриялық-инновациялық дамыту жөніндегі 2010–2014 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламаны, туризмді маңызды әлеуметтік-экономикалық бағыттардың бірі ретінде дамыту бөлігінде бәсекеге қабілеттілігі мен тартымдылығын көтеру үшін Қазақстан Республикасының 2020 жылға дейінгі Стратегиялық даму жоспарын іске асыру мақсатында әзірленді.

Тұжырымдама халықаралық тәжірибені ескере отырып, Қазақстан Республикасы туристік саласының қазіргі жай-күйіне кешенді талдау жасау негізінде әзірленді және туризмді дамытудың стратегиялық пайымын, республиканың туристік саласын 2020 жылға дейінгі дамытудың негізгі қағидаттарын қамтиды, осы саладағы мемлекеттік саясатты іске асырудың мақсаттарын, міндеттерін және кезеңдерін айқындайды.

2020 жылға дейін инвестицияларға қажеттілік шамамен 9 785, 3 млн. АҚШ долларын, оның ішінде мемлекеттік бюджеттен 4 367,7 АҚШ долларын құрайды. Мемлекеттік бюджеттен бөлінетін нақты қаржыландыру көлемі Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2010 жылғы 11 қазандағы № 1048 қаулысымен бекітілген Қазақстан Республикасы туристік индустриясының перспективалы бағыттарын дамыту жөніндегі 2010–2014 жылдарға арналған бағдарламаға өзгерістер мен толықтырулар енгізу және Қазақстан Республикасы туристік индустриясының перспективалы бағыттарын дамыту жөніндегі 2015–2020 жылдарға арналған бағдарламаны әзірлеу сатысында мемлекеттік бюджет мүмкіндіктеріне қарай айқындалады. Тиісінше нысаналы индикаторлар түзетілетін болады.

Жүргізілген талдау нәтижесінде туристік нарықты дамытудың ұзақ мерзімді үрдістері, туризм түрлері, туристерді қабылдауға әзірлік және туристік тартымдылық деңгейі бойынша бөле отырып, негізгі туристік кластерлер, өнімдер мен объектілері айқындалды.

Тұжырымдама инфрақұрылым құру және жетілдіру, туристік бағыт ретінде оның тартымдылығын жоғарылату үшін Қазақстанның тартымдылығын арттыру үшін оның имиджін қалыптастыру жолымен туризм индустриясын тұрақты дамытуға бағытталған.

Тұжырымдама шеңберінде әзірленген Қазақстан Республикасының туризмін, Ақмола облысының Бурабай курорттық аймағын, Алматы қаласы маңындағы тау шаңғысы аймағын, Кендірлі демалыс аймағын дамытудың жүйелі жоспарларына, сондай-ақ Шығыс Қазақстан облысында туризмді дамытудың кластерлік бағдарламасының мастер–жоспарына сәйкес ұлттық деңгейде іске асыруға ұсынылатын ірі жобалар тізбесі қалыптасты.

Сондай-ақ, халықаралық тәжірибе мен сала қажеттіліктері негізінде мемлекеттік реттеу мен ұлттық туристік өнімді ілгерілетудің тұжырымдамалық үлгісі айқындалды.

Сырттан келушілер туризмін дамыту үшін елдің тартымдылық деңгейін арттыру, инвесторларды тарту және туризм саласындағы ұлттық статистика жүйесін жақсарту, сондай-ақ, республиканың туристік өңірлеріндегі инфрақұрылымды дамыту жөніндегі

шаралар әзірленді.Мейрамхананың сәтті жұмыс істеуі көптеген факторларға байланысты. Кез келген басқа күрделі жүйе тәрізді мейрамхана да оны ұйымдастырушының ниетінен басталып, оның қызмет етуіне бақылау жасаумен аяқталады. Ниет пен бақылау – жүйенің сәтті қызмет етуіне ықпал болатын жалғыз факторлар емес. Мейрамхананың тиімді функционалдарын қамтамасыз ету үшін келесідей факторларға назар аудару қажет: Кредо, мақсаттар мен міндеттер; Нарық; Тұжырымдама мен профиль; Орналасу орны; Ас мәзірі; Атмосфера; Аренда соммасы; Басқа шығындар.

Кез келген кәсіпорынның жүрегінде оның иесі мен директорының тәжірибелік философиясы жатыр. Тәжірибелік философия – сол компанияға тән бизнес жүргізудің жалпы жолдары. Сол жолдар арқылы компания ұстанатын этикалық және моральдық құндылықтар айқындалады. Көптеген компаниялар өздерінің ресми кредосын, яғни басшылық іске асыруға тырысатын басты идеялардың формальды мазмұндамасын жариялайды. Басқаша айтқанда, кредо – ол кәсіпорынның құрылу мақсаты. Және де кәсіпорынды басқа кәсіпорыннан айрықшалай тын да осы кредо болып табылады.

Мейрамхана нарығын оның қызметтерін пайдаланатын адамдар қалыптастырады. Мейрамхананы ашпас бұрын оның болашақ иесі белгілі нарықтық үлесте қандай да бір өнімге, мысалға итальян кухнясына жеткілікті сұраныстың бар жоғын анықтау үшін нарық анализін өткізуі қажет. Үлес – белгілі бір нарықтың ерекше көлемін білдіретін маркетинг термині.

Маркетингтік зерттеулер жүргізіліп болған соң келесі кезеңде мейрамхана профилі анықталуы қажет. Мейрамхана профилі оның әлеуетті тұтынушылары жөнінде ойлай отырып жасалуы қажет. Көп жағдайда керісінше болады: біреуге қандайда бір профильмен мейрамхана ашу туралы ой келеді, жақын арада ол жаңа мейрамхананың өмір сүру қабілеттігін қамтамасыз ету үшін келушілер жеткіліксіз болады. Егер мейрамханалық бизнесте табыс формуласы бар болса, онда ол келесідей болғаны: жаңа тұжырымдаманы ойлап тауып, оны жүзеге асыру, және де ол тұжырымдама белгілі бір нарыққа идеалды түрде сәйкес келмесе де, бәсекелес - мейрамханалар негіздеген тұжырымдамалардан артық болуы тиіс. Әрбір мейрамхананың профилі оның тұжырымдамасымен анықталады, ал тұжырымдама оның имиджін анықтайды. Профиль келесідей болуы мүмкін: күнделікті, ресми, балаларға арналған, тек үлкендерге арналған мейрамхана, этникалық және т.б. Тұжырымдама жергілікті жерге сәйкес келіп, сол нарыққа бағытталуы қажет. Сыртқы көркемдеу мен меню ерекшеліктері тұжырымдамаға сүйенсе, тұжырымдама нарыққа бағытталады. Осылайша, нарық, меню және көркемдеу өзара үйлеседі. Мысалға, «Дастархан» жүйесі мейрамханаларының ішіндегі мейрамхана - мұражай «Жеруйық» тұжырымдамасы. Мейрамхана профилі – ұлттық, стильді. «Жеруйық» концепциясы негізінен Алматыға сапар шегіп келген, қазақ халқының ерекшеліктерімен танысқысы келетін шет ел азаматтарына, сондай-ақ ұлттық атмосферада болғысы келетіндерге бағытталған. Сәтті тұжырымдама, сөзсіз, табыстың басты компоненті болып табылады.

Мейрамхана тұжырымдамасы мейрамхана орналасқан орынға және орналасу орны оның тұжырымдамасына сәйкес келуі қажет. Мейрамхананың орналасу орны оған келушілерге, яғни ұйғарымды нарыққа ұнауы керек. Әрине басқа факторлар да (тағам сапасы, ас мәзірі, қызмет көрсету, баға, атмосфера, менеджмент) өте маңызды (1-сурет) [1].

Сурет 1. Тұжырымдама және нарық

Мейрамхана орнын таңдағанда ескерілетін басты критерийлер:

• демография – қанша адам ықшам ауданда тұрады;

• сол адамдардың орташа табыс деңгейі;

• сол ықшам ауданы даму кезеңінде ме, әлде құлдырау үстінде ме; мейрамхана қандай шеңберде орналасқан; канализация; дренаж, дәретхана жағдайлары қандай;

• ыңғайлылық – адамдарға мейрамханаға жету қиын ба;

• көзге түсуі – жолаушылардың көзіне мейрамхана бірден түсе ма;

• автокөліктерге арналған тұрақ – меншікті тұрақтың болуы қажетті ма. Егер қажетті болса, қанша орынға және ол қанша тұрады;

• көріктілік – мейрамхана қасынан жүріп өткен автомобильшілерге мейрамхана қаншалықты қонақжай болып көрінеді;

• орналасу орны – көрші үйлер қаншалықты тартымды болып көрінеді.

Рестораторлардың көзқарасы бойынша келесідей орындар перспективті болып саналады:

• мейрамхана жалғыз бөлек тұрса;

• мейрамханалардың шоғырлануы немесе мейрамханалық қатар;

• сауда үйінің ішінде;

• қала орталығы;

• қала маңындағы бай аудан.

Мейрамхана қалыптастыратын атмосфера қонақтарына саналы және ой түкпірлі (подсознательный) деңгейде бірден әсер етеді. Сезілетін эффект мейрамхананы таңдау процесіне әсер етеді: тым шулы? Үстелдер бір-біріне жақын орналасқан ба? Зал тым үлкен бе? Әлде зал іші тығыз ба? Ой түкпірлі эффект сезімтал құралдармен қалыптасады: жарықтандыру, жиһаз түрі және дастархан бояуы, музыка.

Мейрамханаға келушілер санын арттыру үшін олардың контингентін, мінез-құлық манераларын, сыртқы түрін қалыптастыратын қажетті атмосфераны құру өте маңызды. Қалыптасқан атмосфера – мінез-құлық стилін анықтайтын жазылмаған ереже деуге болады. Кеше ғана салондық мейрамханада элегантты киініп отырған адамдар келесі күні отбасылық мейрамханаға джинсымен келіп, өзін жеңіл ұстауы әбден мүмкін. Бұл саладағы мүмкіндіктер шексіз. Атмосфера болуы мүмкін: салтанатты; мерекелік; іскерлік; ли-

рикалық; әзіл-сықақтық; анархиялық; эротикалық; үй атмосферасы және т.б.

Мейрамхана қонақтары көп көңілді интерьер дизайнына бөледі. Интерьер бойынша мамандар соған байланысты тіпті атмосфера дейтін термин ойлап тапты. 1970 жылдары мейрамханалардың көркемделуі қарапайым болатын, ал енді атмосферасыз бір де бір тұжырымдама жасалмайды. Атмосферика мейрамханаға келушінің сенсорикасына бірден әсер етеді.

Музыкалдық немесе шоу-бағдарлама залда қажетті атмосфераны қалыптастырып, қонақтардың сезіміне, эмоциясына әсер етеді, сергітеді, қуаныш, күлкі, естелікті шақырады, бір сөзбен айтқанда белгілі бір көңіл-күйді қалыптастырады. Көптеген музыкалдық және шоу-бағдарламалардың ішінен келесілерді атап өтуге болады: варьете; мюзик-холл; концерт; тематикалық кеш; орындаушымен (ансамбльмен) кездесу; шығармашылық есеп; байқау; сән көрінісі; романс кеші; караоке.

Жоғары сапалы тамақтандыру өнімдерінің өндірісін жоспарлау, ұйымдастыру және жүзеге асыру – оңай кәсіп емес. Әдетте оған мейрамхана менеджері мен бас аспаз жауапты болады. Басты өндірістік бағытқа жауапты бас аспаздың бұйрықтары қалай орындалатынын менеджер тексереді. Құрал-жабдықтар мейрамхана ас мәзіріндегі тағамдарды әзірлеу ыңғайлы болатындай ас даярлау бөлмесі кеңістігінде орналасуы қажет. Мейрамханалардың көпшілігінде ас бөлменің жобасы мен дизайны ұқсас болады:

- ішкі жұмыс орындары;
- стационарлы мұздатқыштар;
- мұздатқыш камера;
- құрғақ азық-түліктерге арналған қойма;
- дайындаушы цех;
- өндірістік конвейер;
- диспетчер;
- десерттер дайындау орыны;
- тарату бөлімі.

Өндірістік конвейер – ас бөлмедегі негізгі орын. Ол келесі орындарды қамтиды: ашық отта, табада қуыру, соустарды, салаттарды, пиццаларды әзірлеу, тарату бөлімі – бұлар жұмыс бөлме секцияларының ең негізгілері. Ас бөлме мен құрал-жабдықтың көлемі болжанатын өткізу көлеміне сәйкес болады.

Мейрамханалық бизнесте табыстың ең маңызды ингредиенті, ол сірә, ас мәзірі. Ол мейрамхананың жалпы тұжырымдамасымен үйлестірілуі қажет. Ал тұжырымдама қонақтардың талап-тілектеріне негізделсе, ас мәзірі де олардың күткен үмітін қанағаттандырып қана қоймай, одан асып түсуі қажет. Ас мәзірі – бұл сату құралы, аспаздық идеялардың каталогы немесе қонақтарға тағам мен сусындарды ұсыну тәсілі. Ас мәзірін жоспарлау – мейрамханаға қандай қонақтар келетінін болжау, ассортимент пен бағаларды анықтау. Ас мәзірінде мейрамхана жайлы барлық негізгі мәліметтер болуы қажет: аты және логотип, мекен-жайы, телефон номері, жұмыс істеу уақыты, демалыс күні, қабылданатын кредиттік карточкаларының түрі, банкеттерді өткізу бойынша арнайы қызмет көрсету туралы ұсыныстар. «Ас мәзірі» термині «menu» дейтін француз сөзінен туындайды және таңертеңгілік, түскі, кешкі асқа арналған тағамдар мен сусындардың кестесін білдіреді. Келесідей ас мәзірі түрлерін ажыратады:

1. a la carte (а ля карт) ас мәзірі - әрбіреуіне жеке бағасы бар порциондық тағамды көрсетеді. Мұндай ас мәзірін көбіне қымбат мейрамханаларда кездестіруге болады.

2.table d’ hote (табль дот) ас мәзірі – бір текті кешенді бағасы бар ас мәзірі. Бағаға салаттан бастап десертке дейінгі тағамдар кіреді. Мұндай ас мәзірі түрі көбіне қонақ үй мейрамханаларында және Еуропада қолданылады. Оның артықшылығы – қонақтар оны экономды деп есептейді.

3. du jour (дю жур) ас мәзірі дежурлық, яғни түскі тағамдар, сонымен қатар арзан, тез әзірленетін тағамдар көрсетіледі.

4. Туристік ас мәзірі – тағамның арзандығы мен сапасына екпін жасай отырып, туристің назарын аудару үшін құрастырылады.

5. Циклдық ас мәзірі – қандай да бір кезең аралығынан кейін қайталанып отырады.

6. Статикалық ас мәзірі – алдын-ала ұзақ уақыт кезеңіне анықталған ас мәзірі.

Дұрыс құрастырылған ас мәзірі шешетін міндеттер ас мәзірінің мәнін ашатын келесі бес тезисте анықталуы мүмкін:

- қарым-қатынасты орнатуға, маркетингті жүргізуге және бағаларды бақылауға арналған тиімді құрал;
- клиенттің талап-тілектер және кез келген тамақтандыру кәсіпорынның мүмкіндіктер индикаторы;
- табыс деңгейін бақылау және қаржылық мәселелерді шешу құралы;
- еңбек үрдісін ұйымдастыру құралы;
- кәсіпорынның болашақ қаржылық айналымының нақты индикаторы.

Ас мәзірін құрастыру өте қиын іс болып саналады, себебі мейрамханалық бизнесте көптеген факторларды ескеру қажет:

• қонақтардың талғамы мен тілектері;
• аспаздар квалификациясы;
• қолда бар құрал-жабдық пен қуаттылық;
• баға және бағалық стратегия (өзіндік құн мен табыстылық);
• нәрлі құндылық;
• жалпы пайда;
• тұжырым дәлдігі;
• ас мәзірінің сапалы анализі;
• ас мәзірінің сыртқы көркемделуі.

Сонымен, ас мәзірі – мейрамханалық кәсіптің сәттілік элементінің ең маңыздысы.

Қазіргі таңда адамдар мейрамханаларда тапсырыс жасағанда, көбіне жақсы қызмет көрсетуді қалайды. Күнделікті дамып келе жатқан бәсекеге байланысты нашар қызмет көрсету өткен шақта қалуда. Мейрамханалар сервиске көп көңіл аударатыны жаңа қызметкерлерді мейрамханалық этикет негіздерін үйретуге бөлінетін уақытты көбейткенімен айқындалады. Мысалы Splendido (Сан-Франциско) мейрамханасында бұл уақыт 40 сағаттан 100 сағатқа дейін көбейген.

Даяшылар тапсырысты қабылдап қана қоймайды, оларды өзінің тауарын толық білетін, мейрамханалық қызметті сатушы деуге болады. Ас мәзірдің қыр-сырын білмейтін даяшы өзінің бизнесіне кері әсерін тигізеді.

Күтілетін қонақтардың контингентіне, тамақтандыру кәсіпорынның категориясы мен жабдықталуына байланысты сервистің әр түрлі түрлері қолданылады. Кеңінен таралған сервис түрлері:

• француз әдісі бойынша;
• орыс әдісі бойынша;
• американ әдісі бойынша.

Француз әдісі бойынша қызмет көрсету жоғары аспазды мейрамханаларда кездеседі, бұл қызмет көрсету түрі атмосфераның элеганттығын айқындайды. Тағам үлкен тәрелкеге салынып қонақтарға көрсетіледі. Бұл әрекеттің мәні адамға тәбетті шақыратын визуалды қабылдау қабілеті ескеріледі. Сол жақтан келіп даяшы үлкен тәрелкедегі тағамды қонақтардың жеке тәрелкелеріне салады. Француз әдісі бойынша қызмет көрсету аса көңілден шығатын әрі ең қымбат мейрамханалық қызмет көрсету түрі болып табылады. Мұндай сервис түрі үшін қызмет көрсетуші персоналдың толық бригадасы қажет, құрамында:

- maitre d'hotel – мейрамхана менеджері;
- chef de rang – шамамен төрт үстелге жауапты болатын бас даяшы. Ол қонақтарды қарсы алып, ас мәзірі бойынша түсіндірмелер беріп, тапсырыс қабылдайды, қызмет көрсетудің оперативтігін қадағалап, қонақтардың тәрелкесіне тағамды өзі салып береді, етті турайды, салаттарды араластырады және т.с.с.;
- demi chef de rang – бас даяшының көмекшісі, сусындарға тапсырысты қабылдап, тағамдарды тартады;

- commis de rang – суды, нанды, майды, сонымен қатар ол ас бөлмеге тапсырыстарды беріп, ол жақтан үстінде тағамы бар арбаларды әкеліп, үстел үстін жинайды.

Орыс әдісі бойынша қызмет көрсеткенде тағам толығымен ас бөлмеде әзірленеді, ет порцияларға бөлініп үлкен тәрелкеге салынады, басқа гарнирлер де дәл солай салынады. Мұндай түрде тағам қонақтар отырған үстелге тартылып, үлкен қасық пен айырдың көмегімен әрбір қонаққа оның жеке тәрелкесіне ет пен гарнир порциясы салынады. Мұндай сервис түрі банкет кезінде ыңғайлы. Ол жағдайда даяшылар әдетте ақ қолқап киеді.

Американ әдісімен қызмет көрсету – бұл орыс әдісінің жеңілдетілген түрі. Тағам тікелей ас бөлмеде әзірленіп жеке тәрелкеге салынады да қонақтарға тартылады. Бұл қызмет көрсету әдісі өзінің оперативтілігіне байланысты кеңінен танымал: тапсырыс тез әзірленеді және тағам ыстық қалпында қонаққа тартылады.

Сонымен жоғарыда айтылғандарды қорытындыласақ, мейрамханалар тек қонақтарды дәмді тамақтандырып қана қоймай, олардың мейрамханада демалуын ұйымдастыруға көп көңіл бөлуге тырысады. Қонақтардың көңілін аулау шараларын ұйымдастыруға ең көп тараған қызметтер мыналар:

- музыка қызметін ұйымдастыру;
- концерттік бағдарламаларды ұйымдастыру;
- газет, журналдарды ұсыну;
- үстел ойындарымен, ойын автоматтарымен, бильярд, боулингпен қамтамасыз ету.

Сонымен қатар мейрамханалар мынадай ақпараттық-кеңестік қызметтерді ұсынады:

- аспаздық өнімдерді дайындау, әсемдеу бойынша маманның кеңес беруі;
- банкетті ұйымдастыру бойынша кеңес беру;
- қонақты күту, сервировка жасау бойынша кеңес беру.

Қызмет көрсететін персоналдың деңгейіне қарай, қызмет көрсетілетін тұтынушылардың дәрежесіне қарай қызмет көрсету түрлерін кеңейтуге болады.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. "Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2020 жылға дейінгі тұжырымдамасын бекіту туралы" Қазақстан Республикасының Президенті Жарлығының жобасы туралы Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2013 жылғы 28 ақпандағы № 192 қаулысы
2. Уокер Джон Р. Введение в гостеприимство. – М., 1999.
3. Броймер Р. Основы управления в индустрии гостеприимства. – М., 1995.
4. www.sirena.com.su
5. Ридель Х. Бары и рестораны. Техника обслуживания. – М., 2002.
6. www.restaurant.org
7. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации. – М., 2003.
8. www.egorkino.kz
9. Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов. – Минск, 2000.
10. Шматько Л.П. Туризм и гостиничное хозяйство. - Ростов-на-Дону, 2003.
11. Эгертон-Томас К. Ресторанный бизнес. – М., 1999.
12. Филипповский Е.Е., Шмарова Л.В. Экономика и организация гостиничного хозяйства. - М., 2003.

УДК 379.85

ТУРИЗМДЕГІ ЖАҢА ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫҢ ТОПТАСТЫРЫЛУЫ

Рахимова А.А.

Автор туралы мәліметтер. Рахимова Айнура Ануарбековна – ҚАЕУ, «Туризм» мамандығының студенті.

Аннотация. Туризмде ақпараттық технологияларды қолдану жүйесі басқа барлық сегменттер сияқты маңызды. Мысалы, жаһандық компьютерлендірілген қонақ үй менеджменті жүйесін құруға, қонақ үй залдары бойынша уақытылы бөлме брондау және қонақ үй тізбектеріне арналған жеңілдіктерді сақтау жүйесі қамтамасыз етіледі, бұл өз кезегінде қонақ үйді таңдауда заманауи адам үшін негізгі қағида болып табылады.

Түйін сөздер. Туризм, туризм индустриясы, жаңа технологиялар, қонақ үйді таңдау бойынша жеңілдіктер, қонақ үйлер, қонақ үйлерді таңдау.

Сведения об авторе. Рахимова Айнура Ануарбековна – студент специальности «Туризм» Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. Система применения информационных технологий в туризме также важна и во всех остальных сегментах. Например, в связи с созданием глобальной компьютерной системы управления гостиниц, обеспечивается своевременная бронь номеров и система сохранения скидок для сетей отелей, что, в свою очередь, для современного человека является основным принципом в выборе гостинец.

Ключевые слова. Туризм, туристическая индустрия, новые технологии, скидки для отелей, гостиницы выбор гостиниц.

About the author. Rakhimova Ainura - undergraduate student of major “Tourism” at Kazakh American Free University.

Annotation. The system of application of information technology in tourism is also important in all other segments. For example, in connection with the creation of a global computerized hotel management system, timely room reservations and a system of saving discounts for hotel chains are ensured, which, in turn, is a basic principle for a modern person in choosing a hotel.

Keywords. Tourism, tourism industry, new technologies, discounts for hotels, hotels, hotel selection.

Бәріне мәлім туристік индустрияның негізін фирмалардың туроператорлары құрайды және туристік сапарлармен, оларды жолдама және турлар тур інде сатумен айналысатын турагенттер құрайды; олар туристерді орналастыру мен тамақтандыру (қонақ үйлер, кемпингтер т.б.), елдермен жылжуы, сонымен катар басқару, ақпарат органдары, туризмді зерттеу жарнамалары және оларға кадрлар дайындау; туристік қажетті тауарларды өндіру және сату кәсіпорындары қызметін көрсетуші. Туризмге баска да салалар жұмыс істейді, олар үшін туристерге қызмет көрсету қызметін негізгі түрі болып саналмайды (мәдениет кәсіпорындары, сауда және т.б.). Туризм - ақпараттың маңызды қызмет. Ақпаратты жинау, өңдеу, қолдану және беру туристік индустрия сияқты күнделікті жұмыс. Туризмдегі қызмет көрсету тұтыну және өндіріс тауарлары ретінде сату пунктінде ұсыныла және көрсетіле ала алмайды. Оны көбінесе алдын ала және өндіріс орнынан алыстан сатып алады. Осылайша, туризм нарықта бейнелеу, суреттеу, коммуникация құралдары және ақпарат беруге тұтастай дерлік тәуелді .

Туристік саланың құрылымы әр түрлі басқа экономикалық сфера қызметінің ұйымдастырылуына өте ұқсас. Турагент - ол туроператорлармен құрылған турлар сатуға делдал болып шығатын қоғамның құқықты мүшесі немесе заңды құқығы бар адам. Туроператор - турды жинақтаумен айналысатын туристік ұйым.

Бірақта байланыстыру орталығы, туристік саладағы әр түрлі өндірушілерді ұстап тұрушы болып, ерекшелігі көрінетін, ақпарат болып тұр. Туристік қызмет көрсетуді өндірушілер арасындағы байланысты тауарлар емес, тек ақпараттық ағымдар қамтамасыз етеді. Олар тек мәлімет ағымдары төрінде жүрмейді, сонымен катар қызмет көрсету және

төлем формасында көрсетіледі. Қызметтер, мәселен (қонақ үйде түнеу; автомобиль жалға алу; комплексті турлар және тік ұшақтағы орындар), өзінің кезегінде, тұтынушыларға сатқанша дейін сақтамайтын турагенттерге жөнелтілмейді. Бұл қызметтердің бағасы мен сапасының бар болуы, беріледі және ақпарат пайдаланылады. Дәл осылай нақты төлемдер турагенттерден тур жабдықтаушыларға аударылмайды, ал делдалдық ақшалар тур жабдықтаушылардан турагенттерге аударылмайды. Шынында төлемдер және кірістер туралы ақпарат аударылады.

Кіші мекемеде желілі технологияларды меңгерудің басталуымен (5 машинаға дейін) барлық міндеттерді клиент машиналарымен қайтадан бөлуге болады. Белгілене сервер желісінің структурасына ауысуға жоғарыда айтылған міндеттерді орындау, жеткіліксіз сенімділік немесе әдеттегідей жұмыс өнімділігі үшін жеткіліксіздікті алға бастыру мүмкін. Әңгіме мынада, машинада жұмыс істейтін, қосымша серверлік міндеттерді орындайтын қызметкерлер, ең ойламаған жерде офистің барлық жұмысын тоқтатып немесе қатырып тасау мүмкін, мәселен, дискета форматтай бастағанда немесе кайта-кайта токтап калып және одан кейінгі жүктелуін айтпағанда DOS - режимді іске жіберуі мүмкін. Иемденген конфигурация сервері немесе компьютерді модернизациялау вариантын сервер ретінде қолдану - нақты міндетке нақты спецификалық сұрақ. Мамандарға барып және оны солармен бірігін шешу - ең дұрыс тәсіл. Кебінсе сервер ұзақта алынады, және сәйкес келісімдерді алдыңғы жылдарға ойластырып шешу керек

Туризмнің үш ерекше белгісін көрсетуге болады. Біріншіден, бұл әр түрлі және интегралданған қызметтермен сауда. Екіншіден, бұл ендірушінің және тұтынушының да көзқарасынан кешенді қызмет. Соңында, туризм бұл ақпаратты маңызды қызмет. Сондықтан туризм - халықаралық, сияқты және ішкі де - ақпараттың технологияларды пайдаланудың өсу сферасы. Туризмде қолданатын ақпараттың технологиялар жүйесі, компьютерлік жүйені сақтау, телеконференцияларды өткізу жүйесі бейне система, компьютерлер, ақпараттық басқару жүйеден, электронды ақпараттың жүйе, әуе жолдарымен ақшаны электронды жіберу, телефон жүйесінен, жылжымалы байланыс құралдарынан және тағы басқадан құрылған. Осымен айтсақ, бұл технология жүйесі туристік агентстволардың, қонақ үйлердің немесе әуекомпаниялардың әр қайсысымен жеке емес, барлығымен өрістейді. Олай болса, туризмдегі ақпараттық технологиялар жүйесі сегменттерін қолдану барлық қалған бөлімдерге маңызды. Мәселен, қонақ үйдің ішкі басқару жүйесі компьютерлік глобальді желдермен байланысты болу мүмкін, себебі өзінің кезегінде қонақ үйді сақтау жүйелерімен байланысқа негізгі қамтамасыз етеді, ал кері бағытында туристік агентстволарға олардың компьютерлері арқылы кол жетерлік болу мүмкін.

Демек, біз бұл жерде туризмде тарайтын, интегралданған ақпараттар, технологиялар жүйесімен істеспіз. Жоғарыда айтылғаннан кейін, туристік индустрияда таралатын компьютерлер емес, телефондар емес, және бейне терминалдар да емес - бұл жерде өзара байланысқан компьютерлік және коммуникациялық техникалар жүйесі жұмыс істейді. Сонымен қатар, туристік саланың компоненттері бір-бірімен тығыз өзара байланысты – себебі көптеген тур ендірушілер тік немесе көлденең қызметке бір-бірін қызықтырады. Бұлардың бәрі туризмді жоғары - интегралданған кызметі анықтап қарауға мүмкіндік береді бұл ұйымдастыру және басқаруда ақпараттық технологияларды қолдануға одан да көп қабілетін жоғарылатады. Туристік фирманың менеджерлері, бухгалтерлері, кассирлер, жетекшілері үшін офистік машина, әрине, сөзсіз офистік компьютерлер болып табылады.

Қазіргі уақытта бұл жердегі софтпен көрсетіліп қалыптасқан жағдайға карап, аппаратты платформаны және операциялық, жүйені таңдауда философиялық сұрақ айтарлықтай жік тілінген айрылады деп есептелінеді.

Мас-та жұмыс жасағысы келетіндер, әрине, әркашан болады, бірақ, көпшілік турфирма жетекшілері Мас-ты шындап нақты альтернатив ретінде карауы екіталай, әйтсе де бүгін, оны жаңа, жартылай сфералық версиясын қарастырғаннан кейін, әрине, үлкен жетекшіге ондайды өзше үстелге сувенир ретінде қоюға болады: өйткені бірде-бір Back-office ұсынған программа оны қолданбайды. Бірақ поштаны окып және Интернетке шығуға

болады. Дегенмен Мас - бұл суретші - дизайнерлердің тағдыры, бірақ бүгін қалай болғанда да турфирма менеджерлерінікі емес.

Келесі Brend-тер. Офисті техникамен жабдықтау жағдайларының катарына оны тұтасымен әйгілі бір өндірушінікімен жабдықтау біршама қолайлы болуы мүмкін. Бірақ тәжірибе көрсетеді, бәсекелесті ақшаға тек әйгілі өндірушілердің баяғыда қолданыста болған немесе қоймада жатып калган техникаларын сатып алуга болады, көбінесе ашылмайтын себептермен.

Негізгі құрамды бөліктерін таңдағанда катаң түрде орнатылған маңызды опциялар негіздерімен шек қою керек.

Винчестер - офсеті машиналар үшін Fujitsu немесе қазіргі заманғы сыйымдылығы 20 гигабайт жаңа винчестер үшін минимальды мүмкіндігі 7200 айналымды IBM-де (5400 олда жақсы, бірақ бүгін айырмашылығы жоқ) толығымен тоқтауға болады.

Интегралданған чипсетпен бейне және дауыс таңдағанда қиындық жоқ. 10/100 ағылған жүйесі ол да қиындық тудырмайды. Ондай төлеулер аз, бірақ олар да жұмыс істейді.

Корпусты ец арзанынан алуга болады, бірақ офистік екі машинасының біреуінде қосымша үш дюймді құрылғының орнатылу мүмкіндігі болу керек.

Жады (память). Екі қолымызды Korepin бүгінгі күнде 128 мегабайтқа дауыс берейік. Және де перспектива болып көрінген XP-ді қоюға байланысты 256 да артық болмайды. Екі машинальді процессор, бірақ Intel-ден; яғни Celeron минимальді жиілігімен (800-100), немесе РШ (800-1000), бірақ бұлардың бәрі сөзсіз, жаңа. Ешқандай Refurbished компоненттерін алуга болмайды - бұл принципін түсінік. Жадыны 128-ден аз алу – үнемділіктің бір жарамсыз түрі. Бұдан еңбектің накты өнімділігін түсіреді және де қызметкерлердің де жүйкесін сақтау керек.

Мониторлар. Біздің фирманың принципті талаптары - 800 де 600-ге рұқсат - бүгін енді «шамадан тыс», «жоқшылыққа ұшырататын», тіпті «үлкен» деп сөзбен сипаттауда болмайды. Он төрт дюймді мониторларды пайдалану мерзімі өтіп кетті, осындайлардың жаңасын табуға казіргі кезде (жұмыс істеп керек емес серверді орнатқаннан баскқа) шыңдап қарағанда, әрине, мүмкін емес.

Таңдау - арзан монитордың «15» және «17» модельдерінің арасында. Тепе-теңдік жайлап он жеті дюймді моделінің жағына ауысады, оның $100 бағасымен қызметкер үшін бірнеше ыңғайлы, оның еңбек өнімділігі көтереді көп шаршамауға көмектеседі және де фирманың имиджіне зиян әкелмейді. Өндіруші - фирмалар, бірқалыпты екпінін (17) моделі жағына карай ауысып, он бес дюймді монитордың сапасын ұмыта бастауы айтарлықтай маңызды. 17» таңдау - бүгінгі күш ең дұрыс деп айта беруге болады, өйткені монитордын істен шығуы - сезімтал окига, және де үлкен фирмаларда оның қоры жоқ.

Бүгінгі нарықтағы маңызды программа өнімдердің көпшілігі, есептеуші техникаға аса катаң талап етеді сондықтан рационалды емес программалық қамтамасыз етуді пайдалану, екі есе анықталмаған. Сөйтіп, табысты жұмыстың Негізгі - толтырылған анықтамалар және классификаторлар. Әрі карай ыңғайлы толык функционалды қосымшалардың көмегімен сіз максималды жылдам және ерекше маңыздысы, қатесіз әр түрлі мүмкін сыбыр және бақылау жүйесі арқылы мәлімдемені толтырып, турды ұйымдастыра, телмеді жүзеге асыруға немесе статистикалы материал ала аласыз. Егер жүйеде туристің (тұракты клиент) мәліметтер анкетасы болса, оны кайтардан енпзіп керек емес. Сіз анкетаны әр елшіліктен жылдам ала аласыз, кейін де алуға болады. Әрине, бухгалтер тіркейді және әр мәлімдеме бойынша серіктер бойынша және тұтас тур бойынша турдың төленуін бақылайды, сату кітапшасын және бастапты бухгалтерлік құжаттарды құрады: счеттер, счет – фактуралар, кіріс және шығыс ордерлерге тур толтырылғаннан кейін, және оған дейін болу мүмкінсіз барлық топка немесе әр жеке туристке ваучер, жолдама, сақтандыруды кез келген сақтандыру компанияның, кез келген әуекомпанияның әуе билетіне басып бере аласыз. Қабылдаушы елге керекті топтар тізімін, роуминг-кағаздарды құрастырып жібересіз, ал егер сізде кабылдаушы елмен тікелей байланыс болса, онда олар барлық керектілерді өздері алады.

Қарсы алушы елмен карым-катынас - қисыны бар экономияның ерекше саласы. Жаксы, егер туроператор мәлімдемелерді және тізімді e-mail-мен жіберсе, факспен емес. Әйтпесе қосымша шығындар адам айтысыз көбейеді

Қарым-катынас схемасы туроператор - карсы алушы ел келесідей болу керек. Карсы алушы жак, конак, үйдің ұсынысына негізделген езінің прайс-кагазын құрайды, әрі карай әр түрлі нарыққа, әр түрлі бағаны өсірушілік (mark up) маусым бойынша жасалады және бұл бағалар автоматты түрде туроператорларга түседі. Осыдан кейін тур операторларға қонақ үй бағасын енгізу керек емес. Экономия ете күрделі. Одан әрі әр туроператормен енгізілген мәлімдеме, дағдылы кабылдаушы жатка түседі және қаралудан етеді (расталады / расталмайды), одан кейін қайтадан туроператорда. Егерде туроператорда интернет арқылы ресурстарды брондау жүйесі болса, онда мәлімдемені туроператор енгізбейді, агентство өзі брондауды жүзеге асырады.

Барлық бұл мәселелердің техникалық шешімі кездеседі және турфирманың жакын уақытында пайдаланылмаған жаңа технологиялар, конкуренциядан тыс калады. Құнды жүйені енгізу - ұзақ процесс және көп еңбекті екеніне езіне есеп беру керек және сиқырлы таяқпен ештене шықпайды. Қозғалу керек және жаймен козгалу керек.

Темірді кімге және қалай сатып алып жөндеу керек. Бұл жерде дұрыс шешім жеткілікті тәжірибе болса өзің жинаған жең, немесе жаксы байланыстағы мамандандырылған фирмаға тапсырыс бойынша. Тәжірибе көрсеткендей, дайын, жиналған және мөр басылған компьютерлерді сатып алу міндетті түрде оның құрамындағы кейбір компоненттерді сатып алуды қосады (біреу, немесе бірнеше), олар жоғарыда айтылып кеткен тізімдерге кірмейді, өзімен өзі, сөзсіз, толық емес және тек ұсынылатын үлгіде. Бірақ тек қана осындай ұсынылмаған компоненттердің болуы (арзан) компьютердің бағасын маңызды Түсіруге және бәсекелесті күресте жеңуге мүмкіндік береді әрине сапасымен емес, бағасымен. Ал әрі карай, кажетті болса, сервистік қызмет іске кіріседі. Бірақ шығын жиынтығында машинаны бөліп сатып алсаң және өз күшімен жинасаң немесе басқа қызыққан мамандарды қатыстырсаң ең акрында өзіңді және экономикалық, және саяси жағынан ақтайды.

Қашан және қанша компьютер сатып алу керек. Дұрыс бағыт, әрине, ұйымның қызмет керлерінің саны болып табылады. Олардың қайсысына компьютер шынымен керек десек - онда курьерлерден (әрқашан емес). Аспазшы және тазалаушылардан баскынан бәрін керек. Кімде өзінің жұмыс орны ретінде үстелі болады, сол, толық компьютермен жабдықталуы мүмкін. Көбінесе ондай барлық жерде бар. Ал егер техниканы модернизациялау үшін саналы кез келсе ше? Бұл жерде шындықтың негізгі критерийі - мүмкіндік (мүмкіндік емес) нақты мамандар үшін өзінің жұмысын оған белгіленген компьютерде орындау. Жаңа компьютерді (оның үлкендеу жағына байланысты қызметкерлер санының өзгеруіне) жоғарыда көрсетілген конфигурация бойынша алу керек, ал пайда болған машина пулын барлығының арасынан орынды қайтадан белгі тастайды. Ескі машиналар жадысын 64 немесе 128 мегабайтна өсуін тиімді деп санауға болады немесе винчестерлер орнына сыйымдылығы аз, яғни 2 гигабайтқа дейін ауыстыру. Мониторды тек ештеме керіне калғанда ауыстыруға болады, яғни жұмыс жасауға болмайды, ал жұмысқа қабілеттілігін ауыстырып керек емес.

Локальді есептеуіш жүйесін ұйымдастыруды құру - Локальді компьютерлік жүйені құру үшін, толық дұрыс кездің бастамасы, екіншісі компьютерді сатып алу. Дегенмен коаксальді кабель желісін құру пайдасын толық біршама экономикалық дәлелдер табуға болады. Коаксальді кабель тек бар желілерде немесе арнайы көздерде модернизациялауды қарастыру мүмкін.

Баска сұрақ - 10 және 100 Mbit Eathernet технологияларының арасындағы таңдау, 100 Mbit желісі төлемінің бағасы 10 Mbit төлем бағасымен теңесті Концентраторлар және коммутаторлар қымбаттау турады, бірақ үлкен жүйені күшейткенде шеказ емес. Олай болса егер жүйе қайтадан қойылса (мәселен, жана офис) және кішкентай емес болып жоспарланса, онда таңдаудың ең дұрысы 10/100 Mbit екі стандартты жабдығы Айтпақшы, бұл жерде маңызды 10/100 Mbit төлем, тәжірибе көрсеткендей, бірнеше рет ынғайлы

және орнатуға оңай. Тек 100 Mbit концентраторын сатып алуға кеңес беруге болмайды, себебі желіде тек 10 Mbit түсінетін екі компьютерлер, немесе ноутбук, немесе принт-сервер болуы мүмкін. Жабдықтарды орналастыру тіреулері, кабельдерді салуға арналған корап, коммутациялық панельдер және қабырға розеткаларына кеткен қосымша шығындар міндетті түрде жұмыс желісінің тиімділігімен орнын жабады. Себебі желінің істен шығуы - бұл тек бір компьютердің экранының өшіп қалуы емес, Бұл офистің жұмынын толық токтауы, яғни басу, поштаны орындамау, файлдарға және баска да компьютерлі ыңғайлылыққа қол жетпейтін. Желімен жұмыс істегенде сенімділік проблемасын электропитанияның сенімділік проблемасынан айырып бөлек көрсетуге болмайды. Электроэнергияны жеткізудің тандау әлі ортақ ереже болған жоқ. Бұны тек жаңа құрылыста немесе жана бөлме қарастырғанда істеуге болады. Дәхдыдағыдай, не бар, соған риза болуымызға тура келеді, ал жағдайды - электропитанияның үздіксіз көзінің көлемі арқылы көтеруге болады: қарапайым қолданушылар компьютерлерін де - ең арзанын, 50$ бастап, серверде - әйгілі өндірушілерден (APC сиякты) батареядан 30-40 минут жұмыс.

Желі багасы. Нөлдік деңгейге жуықтау былай болар еді - карап салу, темір желісін сатып алу және серверді сатып алу мен жөнге салу 80-100$ құрайды. Бірақ орнында баға дәл маңызға жету мүмкін, келісімге кол қойылса болғаны, бөлмені бірінші қарағаннан соң. Шын соңғы бағасы офистің конфигурациясынан, кабырға, еден және төбе типтерінен кейін белгілі болады, және машинаға 100-200$ құрайды.

Серверді таңдау. Мекемеде компьютерлердің біреуін сервер ретінде анықтап қолданғанда, яғни оны анықтап жинап, дағдыдағыдай, тым қымбат конфигурациялары және онымен ешкандай басқа жұмыс істемесе, серверлік программаны қамтамасыз ету (обеспечение) жөнге келтіруден басқа және тәуліктік режимде серверлік қолданыстағы – серверлк мәліметтер базасын, электронды пошта серверлерін, Интернет серверлерін, файл – серверлердің функцияларын орындау ма?

Кіші мекемеде желілі технологияларды меңгерудің басталуымен (5 машинаға дейін) барлық міндеттерді клиент машиналарымен кайтардан бөлуге болады. Белгіленген сервер желісінің структурасына ауысуға жоғарыда айтылған міндеттерді орындау, жеткіліксіз сенімділік немесе әдеттегідей жұмыс өнімділігі үшін жеткіліксіздікті алға бастыру мүмкін. Әңгіме мынада, машинада жұмыс істейтін, қосымша серверлік міндеттерді орындайтын қызметкерлер, ең ойламаған жерде офистің барлык жұмысын тоқтатып немесе қатырып тасау мүмкін, мәселен, дискета форматтай бастағанда немесе кайта-кайта тоқтап қалып және одан кейінгі жүктелуін айтпағанда DOS - режимді іске жіберуі мүмкін.

Иемденген конфигурация сервері немесе компьютерді модернизациялау вариантын сервер ретінде қолдану - накты міндетке накты спецификалық сұрақ. Мамандарға барып және оны солармен бірігін шешу - ең дұрыс тәсіл. Кебінсе сервер ұзақта алынады, және сәйкес келісімдерді алдыңғы жылдарға ойластырып шешу керек.

Сонда да, кейбір рекомендацияларды бүгін және қазір беруге болады - бастапқы деңгейдегі серверлер үшін. Бұл машиналарға стереотипті компоненттер наборы пайда болады. Тек қана соны езінің жарнамалық проспекттерінде көптеген ірі жүйелік интеграторлар ұсынады, және бұл набор шынымен табыс әкелу мүмкін. Келесі набор - 8С5000 Intel-ден серверлік корпус, және де кайталанды блок питания варианты жаксырақ, материндік плата (материнская плата) STL2 (SBT2), PIV астындағы Intel-ден немесе Хеорпен сәйкес. 512-1024 Mb жадылы (память), төрт-бес винчестер IBM(Fujitsu) біреуде 36Gb-тан. Процессорлар - 2 шт. lGz-тен. Үздіксіз кезі -APC Back Pro 1400 интерфейсе кабелімен. Шлюз ретінде жұмыс істегендегі 3Com-нан косымша төлем. Дискті подсистеманы Intel-ден RAID - контроллермен күрделендіруге болады немесе Mylex дискті операцияларды орындағандағы процессордың куатын төмендету үшін. Бұндай набор жұмысқа қабілеттілігімен және файлды сервер ретінде, және қосымша сервер ретінде, және де веб-сервер ретінде универсалдылыкқа ие. Сондай жағдайларда, қашан ондай шешім фирма үшін әлсіздеу болғанда, көптеген серверлер арасында ұсынып тарату мүмкін.

Акпараттық технологиялар - ол ақпаратты тарату мен қолдану, сақтау, анализдеу,

өңдеу және жинау үшін пайдаланылып, механизм тәсілінде ең қазіргі заманғы жетілдіру үшін қолданылатын термин. Ақпараттық технологиялар туралы микроэлектроника саласындағы жетістіктер арқылы өндіріс қызметіне, қызмет көрсету сферасына, халықтың жұмыс бастылығына және тұтас адамзат өміріне маңызды ықпал етуге икемді технология ғасыры ретінде айтады. Тек микроэкономика компьютердің көмегімен өндіріс және жобалау сферасында; өндіріс негізін құрды; икемді өндіріс жүйесін, жұмысын, дербес компьютерлердің автоматтандырылған системаны басқару (АСУ), бейне мәтін (видеотекст); телеконференциялар және т.б. өндірудің негізін құрды. Туристік индустрияға ақпараттық технологияларды енгізу өзіне бірнеше этаптарды қосады. Бірінші этап - «мәліметтер жасау». Оның басты мақсаты ақпараттарға негізделген автоматтандыру процесі арқылы кәсіпорынның оперативті қызметтік нәтижелі арттырудан тұрады. Бұл кезең 1960 жылдары басталды және ол үшін мини - компьютерлерді пайдалану тән болды. Екінші этап - «Ақпараттық басқару жүйесі). Бұл ақпараттық технологияларды өңдеу этапы, олар ақпаратты беруді талапқа толық жетілдіруд1 тікелей ұйымдастыру арқылы, басқару нәтижесін жоғарылатуға мүмкіндігін туғызады. Олар 70 жылдары орнатылды және ақпараттық ресурстармен байланысты кәсіпорының спецификалық салалық басқару түрімен пайдаланды. Бұл уақытта, ақпараттық техникалар, ішкі маркетинг және административті функциясына қажетті кезде қолданды Өз кезегінде жүйелі ақпараттың технологиялар ақпараттық технологиялардан дамуының бағытын актуальды және перспектива қылып қарастырады.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Астана қаласының статистика басқармасы. Астана қаласында туризмнің дамуы. - Астана, 2017.
2. Манап А.С. Франчайзингтің жіктелуі // Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университетінің хабаршысы, Экономика сериясы, 105-108 беттер, №5, 2017 ж.
3. Манап А. Қазақстандағы франчайзингтің артықшылықтары және кемшіліктері // «Экономика негіздері», 27-28 бет, №1, 2017 ж.
4. Ахметова К.И. Тұтыну тауарларының бәселестігін қамтамасыз ету жүйесіндегі маркетинг // «АльПари», №1, 2016. 198-200 бет
5. Сәрсенбаев Ә. Кәсіпорынның бәсекеге қабілеті // «Экономика и статистика», №1, 2015 ж., 49-51 б.
6. Волков Ю.Ф. Экономика гостиничного хозяйства. - Ростов-на-Дону, 2015.
7. Рахимбекова Ж.С. Гостиничный бизнес в Казахстане // «АльПари», №3-4, 2016 ж. - 238-244 с.
8. Шматько Л.П. Туризм и гостиничное хозяйство. - М., 2015.
9. Бейжанов А.Т. Туризмдегі маркетингтің ерекшелігі // Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университетінің хабаршысы, Экономика сериясы, 66-69 беттер, №2, 2017 ж.
10. Рахимбекова Ж., Теоретические основы туризма и гостеприимства // Экономика и статистика, 122-125 б., №2, 2015 ж.

УДК 379.85

ТУРИСТІК ҚЫЗМЕТТІ БАСҚАРУДЫҢ ШЕТЕЛ ТӘЖІРИБЕСІ

Жұмабеков А.Ш.

Автор туралы мәліметтер. Жұмабеков Ахмет Шағибекұлы - Қазақстан-Американдық еркін университеті «Туризм» мамандығының студенті.

Аннотация. Туристік бизнес көптеген өзара байланысты салаларды қамтиды, олар саяхат пен демалыс үшін жағдай жасайды. Әлемде халықтың әл-ауқатының артуы туристік қызметтерге сұраныстың артуының басты факторы болып табылады және мұндай қызметтер негізінен туризм негізгі экономикалық сектор, мысалы, Кипр, Малайзия, Таиланд елдерінің есебінен қалыптасады. Бүгінгі таңда халықаралық саудада қызмет көрсетудегі туристік бизнестің үлесі 30% -дан асады.

Таяудағы уақытта туристік сапарлардың артуы жылына 1 млрд. болады деп күтілуде.

Түйін сөздер. Туризм, туристік бизнес, саяхаттау және демалыс, туристік фирмалар, туризмдағы маркетинг

Сведения об авторе. Жұмабеков Ахмет Шағибекұлы – студент специальности «Туризм» Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. Туристический бизнес включает в себя множество взаимосвязанных отраслей, создающих условия для путешествий и отдыха. Рост благосостояния населения в мире является ключевым факторам увеличения спроса на туристические услуги, а предложение подобных услуг формируется в основном за счёт стран, для которых туризм является основной экономической отраслью, например, Кипр, Малайзия, Таиланд. Сегодня доля туристического бизнеса в международной торговле услугами составляет более 30%. В ближайшее время ожидается увеличение количества туристических поездок до 1 млрд. в год.

Ключевые слова. Туризм, туристический бизнес, путешествия и отдых, туристические фирмы, маркетинг в туризме.

About the author. Zhumabekov Akhmet - undergraduate student of major “Tourism” at Kazakh American Free University.

Annotation. The tourist business includes many interrelated industries that create conditions for travel and recreation. The growth of population welfare in the world is a key factor in the increase in demand for tourism services, and the offer of such services is formed mainly due to countries for which tourism is the main economic sector, for example, Cyprus, Malaysia, Thailand. Today, the share of tourism business in international trade in services is more than 30%. In the near future, an increase in the number of tourist trips to 1 billion a year is expected.

Keywords. Tourism, travel business, travel and leisure, travel companies, marketing in tourism.

Шетелде турөнімнің жарнамасымен тек турфирмалар ғана емес, сонымен қатар, федералды және жергілікті құрылымдар, қонақ үйлер, театрлар, музейлер, тематикалық парктер, мейрамханалар және басқалар. Мысалы, Голландиядағы қызғалдақтардың өскендері жайлы БАҚ–ғы күшті жарнама арқылы білуге болады. Аты әйгілі Кекенхоф өзінің ғажайып гүлдері бар брошюраларын әлемнің түпкір – түпкіріне жібереді. Бұл брошюраларда парктың тарихы туралы, қандай көлікпен ол жерге жетуге болатындығы және бағаларының қандай екендігі туралы толық ақпарат бар. Қазіргі кездегі турфирманың қызметі рыноктық ортада жүргізіледі. Сұраныс пен ұсыныс қаңдары, еркін бәсекелестік турфирманы рыноктық ойынға бас ұруға әкеледі. Маркетинг фирма ішілік және сыртқы орта шындығымен байланыстыратын механизм болып табылады. Ол рыноктың конъюнктурасы, рыноктағы бәсекелестер, туристік лектерің бағыттары, туристік өнімнің өзгеруі, тұтынушылардың талғамы мен көзқарасының өзгерісі жайлы ақпарат береді

Өндіріс пен капиталдың шоғырлануының күшеюі, монополистік топтар арасындағы бәсеке күресінің күрт шиеленісуі, ғылыми-техникалық прогрестің жоғары қарқыны басқаруды жетілдіру жұмысында ұйымдық мәселелерді бірінші орынға қойды. Техникалық тұрғыдан күрделі өнімдерді шығаратын американдық және жапондық ірі компанияларды салыстырмалы талдағанда, тек негізгі өндірісті автоматтандыруды инвестициялаудан гөрі, мамандықты арттыру мен ұйымдық - басқару құрылымдарын жетілдіруді инвестициялау анағұрлым тиімді болатындығын көрсетті. Сол себепті АҚШ-та өндірістік қызметтің ұйымдық нышандарын мемлекеттік - монополистік капитализмнің жаңа жағдайына бейімдеу, өндірісті одан әрі қарқынды өркендету және неғұрлым көп пайда табу үшін ұйымдық ірі резервтерді пайдалану міндеттері қойылып отыр.

Орталықтан басқарудан гөрі, пайда табатын орталықтардың, бөлімдер мен кәсіпорындардың құқықтары мен жауапкершілігін ұлғайту - АҚШ-тағы шаруашылық өмірде елеулі құбылыс болды. Осының нәтижесінде компанияларда жаңа бөлімшелер құрылды, бөлімше топтарының қызметін үйлестіретін арнайы жоғарғы басқарма енгізілді, штабтық органдар корпорацияның жоғарғы басшыларына қызмет көрсетуге көбірек көңіл бөле бастады, төменгі буындарда (заводтарда) функционалдық қызметтерді толық орталықтан-

дыру жүргізілді.

Менеджмент саласындағы белгілі ғалым Друкер «федералдық қағида» деген ұғымды енгізді. Оның ойынша «федералдық қағиданы» бірте-бірте қолдану мынаған негізделген: жоғарғы басшы кәсіпорынның ең басты мақсатын айқындайды, адам ресурстарын ұйымдастырады, болашақ әкімгерлерді таңдайды, даярлайды және сынайды, қызмет тиімділігін өлшеудің эталондарын белгілейді. Екінші жағынан әрбір бөлімшенің белгілі бір автономиясы болады. Оның меңгерушісі автономдық істің басшысы, ол өндіріс пен техникалық прогреске, өткізу мен сатып алуға, есеп беру мен қызметкерлерге жауапты болып, өзінің бөлімшесін біртұтас жүйе ретінде қарастырады.

Друкердің пікірінше, ұйымдастырудың федералдық қағидасы:

- жоғарғы басшының өзінің тікелей қызметімен шұғылдануына мүмкіндік береді;

- жергілікті жердегі «жоғарғы басшының қызметі мен оның мәселелерін» түсінуге, әрі соның нәтижесінде жоғарғы басшының шешімдерін «жергілікті деңгейде» ойдағыдай орындауға әсер етеді;

- еңбек өнімділігін әділ бағалауға қолайлы жағдай жасайды;

- сабақтас мәселелерді шешіп, «кең профильді» басшыларды құруға және оларға жоғарғы басшыдағы мәселелер мен қызметтер туралы толық түсінік беруге жәрдемдеседі.

Корпорациялық басқарудың біршама шағын органдарына ірі инвестицияға байланысты дамытудың стратегиялық мәселелерін шешу шоғырландырылады. Әрбір бөлімше өз қызметін толық қаржыландырады, коммерциялық негізде кез келген ұйыммен серіктестік қатынас орнатады. Алайда, ұйымдық құрылым мәселелерінің күрделі іс екендігі соншалық, ұйымды құрудың әмбебап схемасын жасау тіптен мүмкін емес. Сондықтан да өндірістің сипатына, сол өндірістегі қызметтің ерекшелігіне, тиісті әкімшілік қызметшілердің санына қарай кез келген ұйымдық шешімдерді өзіндегі жағдайға қарай бейімдеу қажет.

Компанияның табыстылығын арттырудың жаңа жолдарын қарастыруда ғылыми зерттеулер мен ізденістерді тиімді етуге ерекше көңіл бөлінеді. Жаңа нәтижелердің енгізілуіне байланысты іскер компанияның бәсекелесу қабілеттілігін де, олардың «өміршеңдігін» және «болашақтағы белгісіздікті» игеруін де байланыстырады. Сондықтан да басқару ғылымы ғылыми зерттеулер мен ізденіс мәселелерін алдыңғы орындардың біріне қойып, бұл саладағы қызметке жаңа тәсілдер мен құралдарды - жүйелік талдаудың, математикалық және машиналық үлгілеудің, ғалымдар мен инженерлердің еңбегін уәждемелердің және интенсивтендірудің толып жатқан психологиялық амалдарын қолданады. Басқару ғылымы арнайы әдебиеттердегі тақырыптардың біріне айналды, осы мақсатта конференциялар, семинарлар, симпозиумдар өткізілді.

Көптеген американдық мамандардың пікірінше, ең қиын мәселелердің бірі компанияларға ұзақ мерзімді саясат белгілеу, яғни ғылыми зерттеулер мен ізденістер жүргізу.

Соңғы жылдары ақпаратты машиналық жүйемен жинау және өңдеу кең етек алғанда адамдар ақпарат пен шығармашылық идеяны таратушы ретінде көптеген тәжірибелер мен зерттеулердің объектісіне айналды. Ақпараттың ұдайы келуі үшін іргелі зерттеулерді қолданбалы зерттеулермен - өндірісте өтетін нақты процестер туралы мәлімет көздерімен ұштастырудың зор маңызы бар.

Америкадағы университеттер мен ғылыми орталықтарда ғылыми салада идеяны тез тарату мен жинаудың жаңа тәсілі - кибернетикалық сессиялар туралы көп айтады. Оның мәні мынада:

- кез келген ғылыми мәселелер бойынша оны жан-жақты талқылайтын мамандардың бірнеше тобы құрылады;

- әрбір топ үшін сұрақтар белгіленіп, сол бойынша пікір алысып, жаңа идеялар айқындалады;

- бағыт-бағдар жасалып, онда әрбір маманның әр түрлі топқа қатысу тәртібі көрсетіледі;

- жазбаны жүргізетін, әрі әрбір топтағы жаңадан қатысушыларға, олар келгенге

дейін не айтылғаны туралы түсінік беретін арнайы адам бөлінеді. Бағыт-бағдардың көмегімен сессияға қатысушылардың әрқайсысы барлық топқа жұмыс істейді, сонымен қоса, құрамында мамандары бар топ құрамы бірнеше рет өзгереді.

Аталмыш тәсіл әр түрлі орталықтар мен компанияларда пайдаланылады. Американдық мамандардың пікірінше, көп жағдайда қысқа уақыттың ішінде өте мол ақпарат жинауға, нақты қолдануға болатын тұжырымдамалар немесе идеялар алуға мүмкіндік туды. Сонымен қоса, кәдімгі талқылауға қарағанда «кибернетикалық сессияларда» басшылар мен оларға бағыныштылар өздерін едәуір еркін сезінеді. Бұл тәсіл ақпарат жинау, әрекет ету мен рәсім бағыттарын белгілеу үшін ғана емес, басқарушыларды оқыту үшін де кеңінен қолданылады.

«Ми шабуылы» әдісі кеңінен қолданылып, мұнда қысқа мерзімде ғалымдардан құрылған арнайы команда қайсыбір мәселеге «шабуылдап», қажетті шешімді табады.

Соңғы жылдары басқарудың бағдарламалық-мақсаттық құрылымына ауысуы кең етек алды. Мұндайда компанияларда, ғылыми орталықтарда әртүрлі қызмет түрлерін үйлестіріп, біріктіреді де оларды белгілі бір мақсатқа бағындырады. Осындай жолмен американдық мамандар басқарудың тік және көлденең байланыстарын, орталықтандыру мен орталықсыздандыруды тиімді ұштастыру мәселесін шешуге тырысты.

Осыған орай американдық өнеркәсіп компанияларының басқару құрылымында жаңа тұлғалар - «бағдарламалық басшылар немесе жоба басшылары» пайда болады. Олардың міндеті - көлденең басшылық жасап, барлық бөлімшелердің зерттеуден өнім тапсыруға дейінгі барлық қызметті бағындыру, нақты жобалар мен бағдарламаларды орындау. Бағдарламалық басшылық билігі барлық бөлімшедегі басшылардың құқықтары және жауапкершілігімен түйіседі. Қарапайым орындаушылар әкімшілік саладағы бірден екі мекеме басшысының - өз бөлімшесінің баға жөніндегі менеджердің және нақты бағдарламаның орындалу графигін қадағалайтын жоба басшысының бақылауына алынады. Егер бұрын «басқарудың жобалық нышаны» аса маңызды бір-екі жобада немесе бұйымда құрылатын болса, енді көптеген американдық компанияларда жаңадан шығарылатын бұйымдардың барлығы басқарудың және бақылаудың осы жүйелерін қамтиды.

Зерттеу көрсеткеніндей, «жобалық басқаруды» ұйымдастырудағы жаңалық – мақсаттық бағдарламаның пайда болуынан жүзеге асуына дейінгі циклдің өтуін белгілеу. Өнеркәсіптік компаниядағы мақсатты басқару жүйесінің орны мен рөлі, құқықтары, жауапкершілігі мен олардың арасындағы байланыстар айқын белгіленген. Мақсаттық бағдарламаларды басқару жөніндегі бүкіл жұмысқа жетекшілік ететін арнайы комитеттер жоспарларды, нақты жобаларды бекітеді, оларды орталықтан басқаруды жүзеге асырады. Олардың міндетіне жобаның иесіне белгілеу, әр түрлі бөлімшелерден жобалардың өтуіне байланысты компания қызметінің ауқымын үйлестіру, жобаларды шолып шығу, нәтижесін бағалау және орындалу дәрежесін айқындау, жұмыс топтары мен басқа да бөлімшелерде пайда болған жанжалды жою жатады.

Бұл саладағы соңғы қадам, тиісті өкілеттілігі бар автономды органдар құру болды. Мұндайда жаңа өндіріс пен өнімді игеру күнделікті шығарылатын бұйымдар арқылы жүзеге асырылады. Өкілеттілік пен ресурстарды шоғырландыру жаңа кен орындарын өнеркәсіптік жолмен игеру мерзімін қысқартуға әрі оларға қажетті тұтынушыларды айқындауға мүмкіндік береді.

Өнімнің жаңа түрлеріне жаңалық енгізу тобы жобалық негізде жоспарланып, жүзеге асырылады. Топтың жоба жөніндегі жауапкершілігі, оның коммерциялық жүзеге асшылығы анықталғанша, нарықта сынақтан өткенге дейін сақталады. Бұл кезеңде жоба жұмыс істеп тұрған іскер топтарға беріледі де, онда ол жұмыс істеп тұрған бөлімшенің бір бөлігіне айналады немесе жаңа бөлімшенің ядросын құрайды.

Жапондық менеджмент

Жапондықтарда әлемдік және ұлттық тәжірибе элементтерінің ең тиімдісі жинақталған. Басқарудың жапондық тұрпатының базалық қағидаларын төрт топқа бөлуге болады.

Бірінші топқа корпорация мен жұмыскерлердің өз корпорациясына ерекше тәуел-

ділігі, фирмаға берілгендігі және оның мүддесі жолында жан аямайтындығы үшін едәуір қолайлы жағдай мен уәде беруі жатады.

Екінші топтағы қағидаларды дара басшылықтан гөрі ұжымдық басшылыққа көбірек көңіл бөлуі, корпорациядағы адамдардың фирма ішінде үнемі көтермелеу, істейтін қызметіне қарамастан жұмыскерлерді тең құқықта қарау деп тұжырымдауға болады.

Үшіншіге - фирманың жұмыс істеуін қамтамасыз ететін үш негізгі күшке – басқарушыға, басқа жұмыскерлерге және инвесторларға ықпал ету мен бөлу балансын ұтымды ұстау жатады.

Төртінші топқа - әр түрлі фирмалармен - іскер әріптестермен, ең алдымен, жабдықтаушылар және сатып алушылармен түрлі байланыс орнату әдісін қалыптастыру жатады.

Аталған қағидаларды жүзеге асыру механизмінің маңызды элементтеріне мыналар жатады:

еңбекті ұйымдастыру;

өндіріс процестерін басқару және бақылау;

топтық жұмыстарды және корпорацияны ынталандыру;

жалдау және еңбек жағдайы.

Қазіргі Жапониядағы басқаруды американдық менеджеризм мен жапондық традиционализмнің қоспасы деп түсіну қажет. Сондықтан да мұнда «менеджмент» термині толық сай келеді. Жапондықтардың өзі де, басқару туралы әңгіме болғанда, осы терминді қолданады. Олар өздерін американдықтардың шәкірті ретінде есептей отырып, менеджменттің барлық белгілі тұжырымдамаларын мұқият зерттеді әрі өзіне сай етіп құра білді.

Жапонияда істі, өндірісті және басқаруды ұйымдастырудың жоғары деңгейі кімді болса да таң қалдырады. Жапон экономикасының жетістігі басқарудағы әлеуметтік - кәсіптік саланың қызметіне негізделген. Жапония өз экономикасын басқарудың бірегей жүйесі арқасында дамытты. Басқарудың табанды қағидалары нәтижесінде көздеген мақсатына жетіп отырды.

Тұтастай алғанда экономикалық стратегия төрт негізге сүйенеді: экономикалық ресурстарды жинау және консервілеу; елдің бәсеке қабілеттілігін жоғары деңгейде ұстау; адамдарды ғылыми-техникалық прогрестің талаптарына бейімделетіндей етіп баулу; ғылыми зерттеулер мен ізденістерді интенсивтендіру.

Жапондық фирмалар үш деңгейлік негізде ұйымдасқан. Жапондықтардың пікірінше, үш деңгейлік құрылым неғұрлым икемді, әрі бюрократтық қауіпке онша ұшырай қоймайды.

Фирма басшылығы - директорлар кеңесі - басқарудың жоғарғы деңгейі болып саналады. Оған сайланғандардың бәрі фирмада белгілі бір бөлімшелерді басқарады. Батыстан айырмашылығы, фирма директорларды сирек шақырады. Олар әдетте орта буынды басқарушы құрамнан шақырады, бірақ бұлардың жедел басшылық жасайтын тәжірибесі және жасы 50-ден асқан болуы тиіс. Орта буын басшының деңгейінде басқарудың бүкіл практикалық міндеттері шешіледі.

Жапондық корпорацияларда басқарудың ұйымдық құрылымы, әдетте функционалдық қағидамен: көлденең және тік байланыспен құрылған. Көпшілік жапондық компанияларда икемді құрылымдық схема бар.

Жапондық менеджмент ерекшелігі қызметшілерді басқару. Жапонияда жапондықтардың айтуы бойынша бір ғана байлық бар - ол адамдар. Тек соларға ғана сүйеніп, елдің билеуші топтары «кедергілер жарысында» жеңіске жете алады.

Басқарудың жапондық стилі - бірегей. Оған тән нәрсе - басқарудың Коноске Мацусити қағидасы. Басқарудың Мацусити стилі былайша сипатталады:

танысудың белсенділігі (фирманың барлық бөлімшелеріндегі істің жайы, ондағы барлық қызметтің жұмыс істеуі);

фирма жұмыскерлерінің кәсіптік шеберлігін үнемі жетілдіруіне күш салу;

бастаманы батыл көтермелеу;

болатын шешімдердің ең таңдаулысын іздестіру мақсатында менеджерлер арасындағы талқылауды жан-жақты қолдау.

Жапонияда қызметшілерді басқару нақтылы, көбінесе дәстүрлі тәсілдермен жүзеге асырылады. Оның ең бастылары: жұмыскерлерді ұзақ мерзімге, өмір бойы жалдау, жасына қарай еңбек ақы төлеу және қызметін жоғарылату болып саналады. Осының арқасында жапондықтар ұзақ уақыт бойы жұмыссыздықты барынша азайтып отыр.

Жапондық корпорацияларға тән нәрсе – топтық жауапкершілік механизмін және басқалардың мақсатты тәсілдерінің бағдарламаларын белсенді пайдалану, ғылыми-зерттеу және жобалау-іздестіру, инвестициялық - құрылыс жобалары секілді міндеттерді шешу. Басқарудың барлық құрылымында топ маңызды ұйымдық элемент болып саналады. Жапондық басқару жүйесінде топтық ынталандыру және топтық жауапкершілік айқын сипат алады. Мұндай топтар ресми бөлімше, яғни ұйымның штаттық құрылымдық компоненттері ретінде ғана емес, бейресми, уақытша бөлімше, мәселен сапаны бақылайтын топ ретінде құрылуы мүмкін.

Жапонияда елдің көзінше сөгіс жариялау сирек қолданылады, өйткені олардың арына өшпес таңба қалдырады, сол себепті сөгістің ықпалы кемиді. Бұларда топтық ахуалға, психологиялық көңіл-күйге ерекше көңіл бөледі. Еңбек өнімділігінің жоғарылауы, немесе, керісінше, төмендеуі, ақаудың кемуі немесе артуы ұйымшылдықпен, жұмыс топтарының мүлтіксіз жұмыс істеуімен байланыстырылады. Бұл сапалар жұмыс тобы мүшелерінің арасындағы қарым-қатынасқа байланысты екендігі сөзсіз.

Жапон кәсіпорындарында жұмыс тобында 4-6, кейде одан көп жұмысшы істейді. Ең қолайлысы 10-20 адам болып саналады. Мұндай топта тығыз байланыс орнату, еңбек операцияларын бірлесіп орындау қамтамасыз етіледі.

Жапондықтарда ұжымдық еңбек әрекеті шағын топтардың күш-жігері арқылы қалыптасады. Бұл топтарға қажетті бағыт-бағдар беру үшін жапон фирмасында арнайы моральдық рух, басқаша айтқанда корпоративтік рух деген енгізілген.

Фирма басшылығы - директорлар кеңесі - басқарудың жоғарғы деңгейі болып саналады. Оған сайланғандардың бәрі фирмада белгілі бір бөлімшелерді басқарады. Батыстан айырмашылығы, фирма директорларды сирек шақырады, және басқарудың бүкіл практикалық міндеттері шешіледі.

Бүгінгі таңда туризм индустриясы экономикамыздың дамуының әлуетті және болашағы зор салаларының бірі болып танылып отыр. Туризм әлеуметтік – тұрмыстық инфрақұрылымның салааралық кешені ретінде әлемдік экономикада басты рөлді алады, әлемдік ұлттық өнімнің 1\10 бөлігін қамтамасыз етеді. Қазіргі кезде әрбір он бесінші қызметкер туристік бизнесте жұмыс істейді. Туризм үлесіне әлемдік капиталдың шамамен жеті проценті, салық түсімдерінің бес проценті, тұтынушы шығындарының он бір проценті келеді. Бұл көрсеткіштер, әрине туризм индустриясының, оның ішінде, қонақ үй саласының жұмыс істеуіне тікелей экономикалық тиімділікпен сипатталады. Туризм тек қана экономикалық мағынаға ғана емес, сонымен мемлекетаралық байланыстардың әлеуметтік және мәдени дамуына ықпалын тигізіп, халықтың танымдық деңгейін көтереді.

Қазақстанның туризм саласында келесідей қайта құрулар орын алды: туристік қызметтердің жалпы көлемінде ішкі туризм көрсеткіштері өсуде, келу туризмінің көрсеткіштер динамикасы жыл сайын артуда, кету туризмінің көрсеткіштерінің үлесі тұрақталуда.

Қазақстандық туризмнің стратегиялық міндеті - туристік қызметтердің жалпы көлемінде келу туризмінің үлесін арттыру.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. ЮНВТО: сквозь расстояния, сближая народы // Казахстанская правда, 6 октябрь, 2014 г.
2. Қазақстан – 2030. - Алматы, 2016.
3. 2015–2017 жылдарға арналған ШҚО –да туризмді дамытудың аймақтық бағдарламасы. - Өскемен, 2014.
4. Дурович А.П., Копанев А.С. Туризмдегі маркетинг. – Мн., 2015.
5. Папирян Г.А. Халықаралық экономикалық қатынастар. Туризм экономикасы. - М.,

2016.
6. Устенова О.Ж., Смыкова М.Р., Жунісбекова Б.Б. Туризм маркетингі. - Алматы, 2016.
7. Квартальнов В.А. Туризм: Білім беру мекемелеріне арналған оқу құралы. Ресей халықаралық туризм академиясы. - М., 2017.
8. Карпова Г.А. Қазіргі туризм экономикасы. - М., 2015.
9. Котлер Ф. Маркетинг. Қонақжайлылық және туризм. - М., 2000.
10. Ердавлетов С.Р. Қазақстан туризмінің жағрапиясы. - Алматы, 2016.

УДК 379.85

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ЭКСКУРСИЯЛЫҚ ТУРИЗМДІ ДАМЫТУ ЖОЛДАРЫ

Зәкиева А.Е.

Автор туралы мәліметтер. Закиева Ақерке Ерболызы - Қазақстан-Американдық еркін университетінің «Туризм» мамандығының студенті

Аннотация. Қазақстандағы туризмнің әлеуметтік-экономикалық дамуына назар аударатын бірқатар факторлар әсер етеді. Ең бастысы - мемлекеттің әлеуметтік саясаты, халықтың урбанизациясы, білім мен мәдениеттің өсуі, халықтың тұрмыс деңгейі мен табысы, сондай-ақ олардың туристік қызметі.

Түйін сөздер. Туризм, туризмді дамыту, экскурсия, экскурсиялық туризм, экономика және туризм.

Сведения об авторе. Зәкиева Ақерке Ерболқызы – студентка специальности «Туризм» Казахстанско-Американского свободного университета.

Аннотация. На социально-экономическое развитие туризма в Казахстане влияет ряд факторов, на которые необходимо обратить внимание. Основные из них - это социальная политика государства, урбанизация населения, рост образования и культуры, уровень жизни и доходы населения, а также их туристическая активность.

Ключевые слова. Туризм, развитие туризма, экскурсия, экскурсионный туризм, экономика и туризм.

About the author. Zakiyeva Akerke - undergraduate student of major “Tourism” at Kazakh American Free University.

Annotation. The socio-economic development of tourism in Kazakhstan is influenced by a number of factors that need attention. The main ones are the social policy of the state, the urbanization of the population, the growth of education and culture, the standard of living and incomes of the population, as well as their tourist activity.

Keywords. Tourism, tourism development, excursion, sightseeing tourism, economy and tourism.

Қазақстан туризмнің дамуына түрткі болған Президенттің бұл салаға басымды сала ретінде көңіл бөлуі. Үкімет тарапынан Қазақстан туризмінің және елдің бет-бейнесін жасауға байланысты шаралар болды.

2017 жылы туризмнен түскен пайда 151,6 миллиард теңгені құрады. Орналастыру орындарының саны 2000 – жетті.

Арнайы деректер бойынша 2016 жылы мемлекет тарапынан әкімдіктерге 553 млн. тг бөлінді. Оның ішінде ең жоғары қаражат Алматы облысына – 121 млн.тг бөлінген. Ал ең төмен қаражат Атырау және Қызылорда облыстарына – 4млн.тг шамасында бөлінген.

Туризмді дамыту үшін әлеуметтік-экономикалық фактордың ықпалы жоғары. Олардың ішінде маңыздысы: мемлекеттің әлеуметтік саясаты, жұмыстан бос уақыт, урбанизацияның өсуі, білім және мәдениеттің, орташа өмір сүрудің деңгейі, жылдық демалыс күндері мөлшері, халықтың өмір сүруінің деңгейі, табысы, туристік белсенділік жатады.

Қазақстанның әлеуметтік-экономикалық даму деңгейі қазіргі кезде туризмнің жаппай дамуын тежеп отыр. Қазақстандағы туризмнің даму бағыты экскурсиялық - туризмді ұйымдастырумен байланысты, яғни рухани – мәдени қажеттіліктен туындап отыр. Қазіргі кезде ТМД елдерінде туристерді тарту үлкен бәсекеге ие болып отыр. Көрші елдер Ресей, Өзбекстан, Қырғызстан, Монголия туризмді дамытуға барлық күшін салуда және қазір Қазақстанды басып алуда.

Туризмдегі мемлекеттік реттеу жүйесін жетілдіру туристік қызметті жүзеге асырудың өзгерген әлеуметтік-экономикалық жағдайларға толық жауап беретін мақсаттарына, қағидаттарына және міндеттеріне сай жаңа көзқарастарды талап етеді. Бүгінгі таңда атқарушы билік органдарымен туризм саласында әрекет ететін ұйымдардың арасындағы өзара іс-қимылды реттеудегі мемлекеттің ролін арттыру қажет. Саланы орталықтандырып басқару Қазақстан Республикасының дамыту және инвестиция және дамыту бойынша министрілігінің туризм индустриясы департаментіне жүктеледі. Туризмді кешенді дамытудың табысты іске асырылуын қамтамасыз ету саланы мемлекеттік басқару әдістерін дұрыс таңдауға тікелей байланысты. Анықталған мәселелерге байланысты шешімін табуға ұсыныстар жасап көрелік.

Бірінші мәселе, экскурсиялық туризмді дамытуға мемлекет тарапынан тиісті көңіл бөлінбегендігі. Яғни экскурсиялық іс-әрекетті орындау үшін мемлекет тарапынан арнайы құжат немесе стандарттардың болмау.

Екінші мәселе, еліміздегі туристік кәсіпорындары ішкі туризмге бағытталмаған, яғни 80% - ы сыртқы туризммен айналысады. Сондықтан да туристік кәсіпорындардың барлығына мемлекет тарапынан, ішкі туризмде кем дегенде бір бағыт болуын талап етілуі қажет.

Үшінші мәселе, экскурсиялық туризмге кәсіби мамандар дайындауда, нақтырақ айтатын болсақ «экскурсовод немесе гид» мамандарын дайындайтын мемлекеттік оқу – орындары немесе арнайы мемлекет тарапынан оқытатын курстар жоқ. Соның себебінен қарапайым халық және туристер тарапынан ішкі туризмге сенімсіздік пайда болды. Ал біз жоғары, сапалы қызметке бағытталуымыз қажет және туристерге Қазақстан туристік саласындағы қызметтер еуропалық қызметтен кем түспейтінін дәлелдеуіміз қажет

Төртіншіден, экскурсиялық туризмде жұмыс істейтін кадр тапшы. Сондықтан да жоғары курс студенттерін өндірістік тәжірибе өтуге шақыру және диплом алғаннан соң жұмыспен қамтамасыз етуге тырысу. Сонымен қатар бұл ел экономикасына оң ықпал етеді және жұмыссыздық та азаяды.

Бесіншіден, экскурсоводтардың білімін жетілдіретін, біліктілігін жоғарылататын семинарлар ұйымдастыруды туризм және индустрия департаменті қолға алуы қажет немесе жеке кәсіпорындарға семинарлар ұйымдастыруға лицензия беруі қажет.

Алтыншыдан, қазақ және ағылшын тілдерінде экскурсия жүргізетін экскурсоводтар жоқ болып отыр. Бұлда экскурсиялық туризмнің дамуына кері әсер етіп отыр. Өйткені талдауға қатысқан адамдардың 30%-ы шетелдік болып шықты және олар Астана бойынша ағылшын тілінде экскурсия ұсынатын мамандандырдың болмағанын сөз етті.

Жетіншіден, экскурсиялық нысандар жанында инфраструктура толық дамымаған. Бұрыннан туристер арасында танылып жүрген бағыттар бойынша инфраструктура қажетті деңгейде дамыған. Ал жаңа экскурсиялық бағыттар бойындағы нысандар жанында инфрақұрылым тиісті дамымаған, әлі де мемлекет тарапынан көңіл бөлуді қажет етеді.

Сегізіншіден, экскурсиялық туризмге қатысты тиісті стандарттардың болмауы. Сондықтан қазір елімізде арнайы тіркелмеген, экскурсия жүргізу талаптарын ұстанбайтын, тиісті оқу орнын бітірмеген мамандар, экскурсовод болып жүргендердің саны аз емес. Алайда талаптарға сай экскурсияның орындалмауына байланысты қарапайым халық арасында және туристер арасында экскурсиялық туризмге деген, жалпы туризмге деген сенімсіздік және сапасыздық түсінігі қалыптасқан;

Тоғызыншы, экскурсиялық туризмге, экскурсиялық нысандарға қажетті деңгейде жарнама жасалмайтындығын. Экскурсиялық туризмнен жетекші Еуропа елдерін алып қарақызшы, олардың әлемге танымал кино –фильмдерінің де астарында жасырын жарнама

жатыр. Бізге де сапалы жарнама жасауды қолға алу қажет.

Онынші, «Астана – Экспо 2017» көрмесіне қатысты Астана қаласы бойынша экскурсиялық маршруттар ұйымдастырылмаған. Егер Астана қаласы бойынша тез арада экскурсиялық маршруттар ұйымдастыруды қолға алмасақ, ел экономикасы келу туризмінен түсетін қыруар қаражаттан құр қалады. Сонымен қатар Қазақстан туризмі Азияда ойындарынан кейінгі дей күй кешеді.

Осы мәселелерді оңтайлы шешілуі біріншіден мемлекет тарапынан қолдау болуы, яғни мамандарды даярлауға ықпал ету, арнайы стандарттардың жүзеге асуы. Мысал ретінде айтатын болсақ менің халықаралық тәжірибені Түркия мемлекетінде өткенімнен бөлісу. Барлығымызға белгілі Түрік елі туризм дамуы бойынша әлде қашан алға шыққан. Халықаралық тәжірибені осы мемлекетте өту бағыты бұйырды. Бұл елде біздер трансферлік гид қызметінде жұмыс атқардық. Яғни біздің міндетіміз қонақтарды әуежайдан күтіп алып, қонақ үйлерге дейін аман – сау жеткізу және сол уақыт арасында туристерге келген ел жайлы баяндап, сонымен қатар кәсіпорын ұйымдастыратын экскурсияларды жарнамалау болды. Ал келесі күні олар кәсіпорын жіберген отель гидтерімен кездесіп, экскурсия сатып алады. Отель гиді оларды онлайн базаға енгізіп, экскурсия сатып алғанын растайтын ваучер береді. Ал экскурсияны «какард гиді», яғни тарихшы гид жүргізеді. Түрік мемлекетінің заңы бойынша экскурсияны Түрік мемлекетінің азаматтығы бар, тиісті тарихшы гид мамандығын бітіріп, сынақтардан өткен, тиісті біліктілігін растайтын құжаты бар азамат қана жүргізе алады. Тіпті қала ішінде «шолу» экскурсиясын жасау үшінде тарихшы гид болу қажет. Көп жағдайда туристер трансферлік гидтер жүргізетін шоп – турды уақытында, қаланың бір көрнекті жерінде тоқтап естелік суретке түсуін өтінеді. Ал егер дәл сол жерде жандарм (полицей) құжаттар тексере қалса кәсіпорынға айыппұл салады. Өйткені әр нысанның өзінің тарихы бар және оны тек тарихшы гид баяндауы қажет. Осы Түрік мемлекетінің моделін қолдана отырып елімізде экскурсиялық туризмді дамытуға болады. Сонда әрбір Қазақстан азаматы өз тарихын біле отырып экскурсиялық қызметті сапалы түрде жүзеге асыратын болады, болашақ тарихымыздың және туризм индустриясының дамуына қосатын үлесі мол болмақ.

ДТҰ-ның ұсынымдарын ескере отырып жүргізілген талдау мен қазіргі тәжірибенің негізінде, қазақстандық тур өнімнің екі базалық құрамдас бөлігін баса көрсетуге болады: Жібек жолы бойындағы танымдық туризм (зиярат ету және дәстүрлі) және онымен тығыз байланысты экскурсиялық туризм. Бұл ретте экскурсиялық туризм үшін Жібек жолы бағытымен өтетін ресурстары бар аймақтарды: Алматы, Жамбыл, Оңтүстік Қазақстан, Шығыс Қазақстан, Ақмола облыстарын атап өткен орынды. Баяндап болғаннан соны осы күнге дейін экскурсиялық туризм көрсетіліп жүрген аймақтар басымдықтарға сәйкес бірінші кезекте игерілетін мынадай аудандар мен тірек орталықтарында жүзеге асыруға болады:

1) Іле (Алматы қ., Түрген с, Есік қ., Талғар қ., Қаскелең қ., Ұзынағаш с, Қапшағай қ.).

2) Солтүстік Тянь-Шань (Кеген с, Нарынқол с, Жалаңаш с, Шонжы с, Көлжат с).

3) Жаркент-Талдықорған (Жаркент қ., Кектал с, Басши с, Текелі қ., Талдықорған қ., Жаркент-Арасан курорты)

4) Балқаш (Балқаш көлі, Балқаш өңірі с.)

5) Солтүстік Жоңғар (Достық, Алакөл көлінің маңы, Лепсі с., Лепсі өзенінің маңы, Жарбұлақ с, Көктұма с, Сарқант қ., Арасан-Қапал курорты).

6) Жамбыл (Тараз қ., Мерке с, Мойынқұм ауданы);

7) Түркістан (Түркістан қ., Тұрбат с, Отырар с, Шәуілдір с, Баба-ата с, Кентау қ., Шаян с.).

8) Сайрам-Шымкент (Шымкент қ., Сайрам с, Арыс қ., Шардара қ., Сарыағаш қ., Ленгер қ., Ванновка с).

9) Жоғары Бұқтырма (Қатон-Қарағай с, Беріл с, Рахманов бұлақтары курорты, Марқакөл көлінің маңы).

10) Маңғыстау (Фетисово с, Ақтау қ., Ералиев-Құрық а.п.).

Экскурсиялық туризмді дамыту, нақтырақ айтатын болсақ орталық азия аймағындағы ерекшелігін ескеру қажет. Жібек жолы және экскурсиялық туризм сегменттерінде шетелдік туристердің негізгі ағыны барлық көрсетілген аймақтың ішінде. Сөйтіп, қазақстандық өнім тек қана кешенді орталық азия турөнімінің құрамында тиімді ұсынылуы мүмкін, бұдан мынадай қорытынды шығады:

- Турөнімнің институционалдық элементтері үкіметаралық деңгейде келісілуі тиіс.
- Қазақстандық турөнім біздің аймақтағы көршілеріміздің турөнімдерінен (ең болмағанда баға / сапа қатынасында) кем түспеуі тиіс.

Қазақстандық туристік өнімнің ерекше белгісі оның сипатының маусымдығы болып табылады, бұл маусымнан басқа кезде нақты шаралар қабылдауды және туризмнің баламалы түрлерін дамытуды талап етеді. Атаулының барлығы да турфирманың қызмет көрсету барысында ескеріледі.

Туризм жағынан дамыған көпшілік елдерде туризмнен түскен жалпы табыстың 30-дан 50-ге дейінгі пайызын ішкі туристік нарық құрайды. Бұл ретте Қазақстанның болашағы зор. Сонымен бір мезгілде, қазіргі кезде экскурсиялық туризм негізінен бейберекет күйде екенін, ұйымдастырылмағандығы атап өткен жөн. Аздаған курорттар, санаторийлер және туристік базалар ғана жұмыс істеуде. Туризмнің осы түрін дамытуға тиісті көңіл бөлінбей отырғандықтан, мемлекеттің бюджеті қыруар соманы ала алмайды, инфрақұрылымның бұзылуы жалғасуда, табиғи, мәдени және тарихи ескерткіштердің экологиялық жай-күйіне орасан зор нұқсан келтірілуде. Демалу құқығын пайдалануда халықтың аз қамтылған бөлігі ретінде әлеуметтік көмек көрсетілетін оқушыларға, жастарға, зейнеткерлерге, мүгедектерге, соғыс және еңбек ардагерлеріне және өзге әлеуметтік көмекке мұқтаж азаматтарға саяхат жасау үшін жағдай жасау мақсатында мемлекет және мемлекеттік емес қорлардан, басқа да қайырымдылық ұйымдары мен әлеуметтік көмек көрсететін бюджеттен тыс қаржыландыру көздерінен қаражат бөлу арқылы әлеуметтік туризмді дамытудың экономикалық әлеуеті зор. Мемлекеттік және жергілікті басқару органдары шағын бизнес кәсіпорындарына, оның ішінде экскурсиялық туризм саласындағы қызметті жүзеге асыратын кәсіпорындарға қолдау көрсету тәжірибесін жалғастыруы тиіс. Экскурсиялық туризмге қатысты қайырымдылық, жебеушілік және демеушілік көтермелеуі тиіс.

Қазақстан әлемде туристік бағытта әлі де болса белгісіз ел. Сондықтан да Қазақстанның туристік бейнесін көтеру үшін бірқатар кең көлемде шаралар қажет. Негізгі шаралардың бірі туристік фирмалар мен агентстволардың халықаралық туристік жәрмеңке, көрме конференция т.б. әлемдік деңгейдегі шараларға қатысуы және Қазақстан жерінде де өткізу; Қазақстанда Еуразияның қоғамдық және мәдениет орталығын жасау үшін экскурсиялық туризмді дамыту маңызды. Туризм саласында халықаралық ынтымақтастық жұмыстарын жүргізудің ЮНЕСКО және БЭСҰ бағдарламаларына қатысу, сондай-ақ көп жақты шет елдік мемлекеттермен келісім жасау қажет.

Туристік бет-бейнені қалыптастыру үшін туристік хабарлама орталықтарын ұйымдастыру, сондай-ақ шет елдердегі Қазақстан елшілігіндегі өкілетті тұлғаларды араластыру жұмыстарына көңіл бөлуі керек. Еліміздің туристік қуатын жарнамалауда ұлттық әуе қатынасын және басқа да транспорттық кәсіпорындарда пайдалана білу; шет елдерде Қазақстан туралы жоғары сапалы полиграфиялық үнтаспаларды уағыздау жұмысына көңіл бөлуі. Сонымен бірге Қазақстанда әлемдік деңгейде әр түрлі мәдениет, спорт, туристік шараларды өткізу қажет.

Бүкіл өркениетті дүние негізгі туристер ағынын өздеріне тартуға ұмтылуда, себебі туризм мемлекет бюджетінің кіріс бөлігін толықтырудың маңызды көздерінің бірі болып табылады. Сондықтан, Қазақстанға шетелдік туристер ағынын көбейту қажет. Осы мақсатта туристік ұйымдардың қызметін, мұның өзі бірінші кезекте, көлік құралдарының, орналастыру құралы, кадрлық қамтамасыз етудің жай - күйіне байланысты, келуші туризмді дамытуға қайта бағдарлау қажет.

Қазақстан Республикасында экскурсиялық туризмді дамыту жетістіктері келесідей:

- Экскурсиялық туризмді экономиканың табысты салаларының біріне айналдыруға;

- Республиканың туристік потенциалын дамытуға;
- Мәдениет тарихын және табиғи байлықтарымызды сақтау және ұтымды пайдалануға;
- Туристік ресурстарды барлық халықтық қол жеткізу мүмкіншілігіне көңіл бөлу, тұтынушыларды максималды қанағаттандыруға;
- Халықты ынталандыруға;
- Мемлекеттік және жеке меншіктік туризм сферасының тиімділігін арттыруға;
- Экскурсиялық туризмді жүзеге асыратын орта және шағын кәсіпкерлікті дамуы.

Осындай жетістіктерге жету экскурсиялық туризмді дамытуда жаңа экскурсиялық өнімнің ұсынылуымен сипатталады.

Туристік қызметке жасалған талдау көптеген турфирмалардың сыртқа шығу туризмімен айналысатындығын көрсетті, ал бұл бірінші кезекте, Қазақстаннан капиталдың жылыстауына әкеп соғады. Республика азаматтарының шетелге тауарлар сатып алу, оны кейіннен сату мақсатында баратын жол сапарлары бұрынғысынша бұқаралық сипат алып отыр, ал ішкі туризм жеткілікті дәрежеде дамымай отыр.

Қазақстан Республикасындағы қазіргі туризм жағдайын талдау негізінде еліміздегі туризм индустриясының мәселелері анықталды. Дәлірек айтатын болсақ екінші бөлімде туризм индустриясындағы экскурсиялық туризмнің жағдайы қарастырылды, келесідей мәселелер анықталды:

- экскурсиялық туризмді дамытуға мемлекет тарапынан тиісті көңіл бөлінбеген;
- еліміздегі туристік кәсіпорындары ішкі туризмге бағытталмаған, 80% - ы сыртқы туризммен айналысады;
- экскурсиялық туризмге кәсіби маман дайындауда, нақтырақ айтатын болсақ «экскурсовод немесе гид» мамандарын дайындайтын мемлекеттік оқу – орындар немесе арнайы мемлекет тарапынан оқытатын курстар жоқ;
- экскурсиялық туризмде жұмыс істейтін кадр тапшы;
- экскурсоводтардың білімін жетілдіретін, біліктілігін жоғарылатын семинарлардың ұйымдастырылмай тындығы;
- қазақ және ағылшын тілдерінде экскурсия жүргізетін экскурсоводтар тапшы;
- экскурсиялық нысандар жанында инфраструктура толық дамымаған;
- экскурсиялық туризмге қатысты тиісті стандарттардың болмауы. Сондықтан қазір елімізде арнайы тіркелмеген, экскурсия жүргізу талаптарын ұстанбайтын, тиісті оқу орнын бітірмеген мамандар, экскурсовод болып жүргендер аз емес. Талаптарға сай экскурсияның орындалмауына байланысты қарапайым халық арасында және туристер арасында сенімсіздік және сапасыздық түсінігі қалыптасқан;
- экскурсиялық туризмге, экскурсиялық нысандарға қажетті деңгейде жарнама жасалмайтындығын;
- «Астана – Экспо 2017» көрмесіне қатысты Астана қаласы бойынша экскурсиялық маршруттар ұйымдастырылмаған;

Экскурсиялық туризмді дамыту үшін жоғарыда келтірілген мәселелерді келесі бөлімде ашып қарастырайық.

Экскурсиялық іс–халық арасында мәдени ағарту – жұмысының маңызды белгісі. Кейбір адамдар типі демалыс уақытында жағажайда жатқанды ұнатпайды. Олар үшін күні бойы күн астында қыздырынып жату ақылға қонымсыз. Ал екінші бір топ адамдары күн астында да қыздырынып, әлемді де танып көріп үлгергісі келеді. Бұл жерде көмекке әрине экскурсиялық туризмге жүгінеді. Көп адамдар тобы мәдени – танымдық мақсатта Еуропа, Азия және жақын Шығыс елдеріне барғанды ұнатады. Аз туристертер тобына экскурсия түрінде танымдық тур ұйымдастыруға болады. Музейлерге қазақ халқының әрқашан да қызығушылық жоғары болды, онымен таңдау аз болатын. Бірақ шекаралар ашылғаннан соң барлығы әлемде табиғи күйінде египеттік пирамидалар, Англиядағы сантехника тарихының музейі, Эйфель мұнарасы және Загребте галстуктар музейі, Венеция, ПРагадағы азаптау музейі, Америкадағы «Бостандық статуясы», Иерусалим, Амстердамдағы Сталинге ескерткіш орнатылған «Қызыл шамдар» алаңы барын білгенде таңқалды

және соның барлығын көруді мақсат етті. Отандастарымыз шетелдік кітап және альбомдар арқылы танылған сол бір әлемді тануға Еуропа елдеріне ұмтылды. Әсіресе бір экскурсияда бір емес, төрт – бес елден әсер алуды қалайды.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. «Қазақстан–2050» стратегиясы қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты. Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә. Назарбаевты Қазақстан халқына Жолдауы. – 2014. 12 желтоқсан.
2. «Қазақстан Республикасындағы туристік қызметі туралы» 2016 жылы 13 маусымдағы № 211 ҚР Заңы / Қазақстан Республикасының Парламент Жинағы, 2016. № 13 – 14.
3. Биржаков М.Б. Введение в туризм: Учебник. - СПб., 2015.
4. Ковалев Г.С., Манко А.И. Экскурсоведение. – М., 2016.
5. Байғонақов Д.С. Экскурсиялық іс. Алматы, 2015.
6. Бирюков Е.С. Развитие туризма и его влияние на экономику: Автореферат. - М., 2016.
7. Емельянов Б.В. Экскурсоведение. – М., 2017.
8. Мацкевич В.М. Основы экскурсионного туризма. – М., 2015.

УДК 338.48 (574)

ҚАЗАҚСТАНДА ТУРИЗМ САЛАСЫН ДАМЫТУ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Ерлан А.Е.

Автор туралы мәліметтер. Ерлан Айгерім Ерланқызы – С. Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан мемлекеттік университеті «Туризм» мамандығы студенті

Аннотация. Мақал туризм саласының қызмет жасауына арналған. Елімізде туризм саласын дамытуда қиындық тудыратын мәселелер анықталған. Бұл анықталған мәселелерді шешу жолдары қарастырылған.

Түйін сөздер. Туризм, инфрақұрылым, бренд, кластер

Сведения об авторе. Ерлан Айгерім Ерланқызы – студентка специальности «Туризм» ВКГУ им. С. Аманжолова

Аннотация. Статья посвящена вопросам функционирования отрасли туризма. Определены основные проблемы, препятствующие развитию туризма в стране. Проделана попытка решения этих проблемных вопросов.

Ключевые слова. Туризм, инфраструктура, бренд, кластер

About the author. Yerlan Aigerim - undergraduate student of major “Tourism” at EKSU named after S. Amanzholov.

Annotation. The article is devoted to the functioning of the tourism industry. The main problem pripyatstvy development of tourism in the country. An attempt is made to solve these problematic issues.

Keywords. Keywords: tourism, infrastructure, brand, cluster

Туристік сала әлемдегі ең ірі және қарқынды дамып отырған салалардың бірі болып табылады. Дүниежүзілік туристік ұйым деректері бойынша 2014 жылы туризмге әлемдік ЖІӨ-нің 9%-ы, тауарлар мен көрсетілетін қызметтердің әлемдік экспортының 6%-ы тиесілі болды. Осы салада шамамен 100,9 млн. адам жұмыс істеуде, бұл ретте әлемдегі әрбір 11 жұмыс орны туризм саласында құрылады [1].

Туризм телекоммуникация және көлік, құрылыс, сауда, ауыл шаруашылығы және басқалар сияқты аралас салаларға ықпал ете отырып, өңірлердің әлеуметтік-экономикалық дамуына жәрдемдеседі.

Туризм – кез-келген елдің экономикасында үш тиімді ықпалмен әсер етеді. Олар – шетелдік валюта ағынын көбейтеді, тұрғындарды еңбекпен қамтиды, мемлекет инфрақұ-

рылымын дамытуға ықпал етеді. Дүниежүзілік туристік ұйымның мәліметі бойынша, бір турист барған жерінде 1 мың АҚШ долларын тастап кетеді екен. Бұл ешбір өсімсіз, қайтарып берусіз елде қалған ақша.

Турист қаржысының 30%-ін қонақ үйде, 20%-ін көлікте, 35%-ін қоғамдық тамақтандыру орнында және 15%-ін басқа да қызмет көрсету (музей, көрме т.б) орындарында қалдырады.

Біздің еліміз Еуразия материгінің орталығында, Азия құрлығы мен Еуропа сынды алып елдерді біріктіретін жол тораптарында орын тапқан. Сондықтан тиімді географиялық орналасуы халықаралық туристік қарым-қатынастарды дамытуға мүмкіншілік тудырады.

Қазақстан бай туристік - рекреациялық әлеуетке ие бола отырып, туризмнің жеткілікті дамымауымен сипатталады. Оның ЖІӨ-дегі үлесі шамамен 0,9%-ды құрайды.

2017 жылы Дүниежүзілік экономикалық форумның саяхат пен туризмнің бәсекеге қабілеттілігі индексіне сәйкес, Қазақстан 136 елдің арасында 81 орында тұр. 2015 жылмен салыстырғанда төрт позицияға жоғарылады. 2016 жылы ішкі саяхатта болғандар 9,6 млн адамды құраса, мемлекетімізге сапарлаған шетелдіктер 6,5 млн адам болған. Олардың 90 пайызы Ресей, Өзбекстан және Қырғызстан секілді ТМД елдерінен болса, 10 пайызы Қытай, Түркия мен Иран және өзге мемлекеттердің азаматтары [2].

Дегенмен де, елімізде туризмді дамытуға қиындық тудыратын негізгі мәселелер жоқ емес.

Біріншіден, туризм орындарындағы инженерлік, көліктік және әлеуметтік инфрақұрылымның жеткілікті дамымауы, туристік объектілерге жету қиындығы, туристер демалатын жерлердегі сервис деңгейінің жоғары болмауы, жол бойы инфрақұрылым объектілері сервис сапасының және санының жеткілікті болмауы.

Бұл ретте «Нұрлы жол – болашаққа бастар жол» жаңа экономикалық саясатының негізінде еліміздің автомобиль көлігі саласында 12 жоба (Батыс Еуропа – Батыс Қытай, Орталық – Оңтүстік, Орталық – Шығыс, Орталық – Батыс, Алматы – Өскемен, Астана – Петропавл, Қызылорда – Жезқазған – Қарағанды, Жезқазған – Петропавл, Орал – Каменка, Үшарал - Достық, Жетібай - Жаңаөзен, Астананың оңтүстік-батыс айналмасы), теміржол көлігі саласында 2 жоба (Боржақты - Ерсай, Алматы – Шу) , су көлігі саласында 2 жоба (Құқық порты аумағында паром кешенін тұрғызу, «Хоргос – Шығыс қақпасы» АЭА), әуе көлігі саласында 1 жоба (Астана қаласы әуежайында жаңа терминал салу және әуежай кешенін қайта жаңарту) жүзеге асырылуда [3].

Екіншіден, туризм саласында білікті кадрлардың, оның ішінде академиялық білім сипатының жетіспеушілігі, білім бағдарламаларының еңбек нарығының талаптарынан, өндірістер қажеттіліктерінен, жұмыс берушілердің күтуінен біршама алшақтығы.

Төртіншіден, визалық және көші-қондық формальділік. Бұл ретте шетелдік қонақтар мен инвесторларды тарту үшін барынша жайлы жағдай жасау мақсатында экономикасы дамыған 48 елдің азаматтарына бір реттік іскерлік, жеке мақсаттағы және туристік виза беру процедураларын жеңілдету жұмыстары жасалуда.

Төртіншіден, мәдени және спорт бағыттарын қоса алғанда, туристік саланы дамытудың кешендік тәсілін іске асыру үшін мүдделі мемлекеттік органдарды үйлестірудің жеткіліксіз деңгейі.

Бесіншіден, әлсіз маркетинг және брендинг. Отандық туризмді дамытуда қажетті инфрақұрылымды қалыптастырумен қатар ұлттық брендті жасау маңызды.

Туристік бренд – белгілі бір елдің халықаралық аренадағы жарнамасы. Бұл елдің ерекшелігін сипаттайтын, бір көргеннен-ақ есте сақталатын, ұлттық сыйлықтарға, қонақ үй, әуебилет секілді көпшілік назарын аударуға мүмкін болатын заттардың барлығына қолданылатын логотип.

Туристік логотип мемлекеттің ресми елтаңбасын, туын алмастырмайды, бірақ сол елдің тарихи, мәдени, жалпы ұлттық ерекшелігін сипаттап, танымалдылық мақсатта қосымша айрықша қызмет атқарады. Ал логотиптің дәл «туристік» деп аталуының өзі оның бейресми шаралардың барлығында қолданылатындығымен ерекшеленеді. Кез келген рес-

ми емес іс-шараларда, халықаралық жәрмеңкелер мен көрмелерде, саяхаттар мен Марафондарда туристік логотип мемлекеттің атынан сөйлейді.

Туристік логотиптерін бекіткен елдердің туризм саласы айтарлықтай ілгері дамыған деп толық айтуға болады. Туристік логотипті тану арқылы мемлекетті, оның халқы мен ұлттық ерекшеліктеріне қызығушылық арта түседі.

Ұлыбританияның «Welcome to Great Britain» деген ұранды сөз туристік таңбаға айналған. Сол секілді Испанияның да «España – I need Spain» туристік белгісі жеке-жеке тіркелген. Оның жекелеген элементтерін түрлі іс-шараларда қолданын алы. Мальта, Польша, Греция, Франция, Словакия, Болгария, Португалия, Швеция секілді көптеген елдердің туристік логотипінен сол елдің туристік ерекшелігін байқауға болады.

Туристік брендті қолданудан Өзбекстан мен Қырғызстаннан үлгі алуға болады. Себебі Өзбекстанның туристік логотипі 2014 жылы бекітілмеген. Онда «Crossroad of civilizations» (Өркениеттер тоғысы) деген сөз жазылған. Қырғызстанның туристік бренді бұдан ерте қабылданған. 2012 жылдан бері қолданылатын логотипті техникалық ерекшеліктер мен ұлттық петроглифтер салынып, «So much to discover» слоганы жазылған [4].

Қазіргі таңда Қазақстанның туристік брендін анықтау жолдары талқыланып жатыр. Бұл көп талқыны талап ететін мәселе. Жауапкершілік те өте үлкен [5].

Алтыншыдан, инвестициялық тартымдылықтың төмендігі.

Осы мәселелерді шешу үшін Үкімет 2017 жылғы 30 маусымдағы № 406 қаулысымен Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023 жылға дейінгі тұжырымдамасын бекітті.

Бұл тұжырымдамаға сай Қазақстан 2025 қарай туризм үлесін ішкі жалпы өнімге шаққанда 8 пайызға дейін арттыруды жоспарлап отыр. Талдаулар жүргізіліп, туристік қызметті мемлекеттік қолдаудың бірқатар тиімді шаралары айқындалды. Қазақстанның мәдени саясаты тұжырымдамасының басымдықтарын ескере отырып, туристік кластерлер қайта қаралды, олардың атаулары өзгертіліп, алтыншы кластер қосылды.

Бұл ретте Астана кластері екі мәдени-туристік кластерге бөлінген: «Астана – Еуразия жүрегі» елорданы қамтиды. «Табиғат пен көшпелі мәдениеттің тұтастығы» кластеріне туристік қызығушылық танытатын негізгі орындар енді.

«Алматы - Қазақстанның еркін мәдени аймағы» кластерінде «Ақбұлақ» халықаралық туристік орталығы, «Жоңғар-Алатау» мемлекеттік ұлттық табиғи паркі, «Көлсай көлдері» Мемлекеттік ұлттық табиғи паркі, «Қара дала» курорттық аймағы ескерілді.

«Ұлы Жібек жолының жандануы» кластеріне Ақсу-Жабағылы мемлекеттік табиғи қорығы, «Қасқасу» таулы курорты қосылды. «Каспий қақпасы» кластерінде (Маңғыстау облысы мен Батыс Қазақстан және Атырау облыстарының бір бөлігі) әзірленетін негізгі туристік өнімдерінде жағалау туризмі, мәдени туризм және турнелер қамтылды.

«Алтай інжу-маржаны» кластері (ШҚО-ның солтүстік және шығыс бөліктері) «Табиғаттың ғажайып әлемі» тақырыбында ұсынылады және экологиялық туризмнің орталығы болып табылады.

Тұжырымдаманы екі кезеңде, 2017-2019 және 2020-2023 жылдары жүзеге асыру жоспарланып отыр [3].

Туризмді мемлекеттік қолдау саланы тұрақты дамытудың қажетті шарты болып табылады. Халықаралық тәжірибе мемлекеттің туристік инфрақұрылымды дамыту үшін жағдайлар жасауға, жеке инвесторларды тартуға, туристік индустрия субъектілерінің қызметі үшін қолайлы экономикалық жағдайларды қамтамасыз ететін нормативтік құқықтық базаны қалыптастыруға бағытталған белсенді саясаты туристік саланың елдің әлеуметтік-экономикалық дамуында маңызды орын алуына мүмкіндік беретінін көрсетеді.

Қазіргі таңда елімізде туризмді дамыту барысында мүлде жұмыстар атқарылған жоқ деуге болмайды. Туризм саласындағы мәселелерді жүйелі шешу бағытында билік тарапынан көптеген орындалуға тиіс міндеттер атқарылуда, атап айтқанда - әртүрлі халықаралық жәрмеңкелерге қатысу, өз еліміз шеңберінде көрмелер мен жәрмеңкелерді ұйымдастыру, сонымен қатар экологиялық туризмді насихаттайтын туристік фестивальдар мен

акцияларды жүзеге асыру іс-шаралары өткізілуде.

Мысалы, Өскемен қаласы сегіз негізгі туристік қызығушылығы бар кластердің орталығы болып анықталады. Олар: Берел қорғандары, Бұқтырма, Ертіс өзенінің су қоймасы - Зайсан көлі, Катон-Қарағай мемлекеттік ұлттық табиғи паркі, Қиын Керіш, Риддер қаласы -Батыс Алтай мемлекеттік табиғи қорығы, Алакөл (солтүстік бөлігі), Семей қаласы және Абай ауданы (Жидебай).

Ұлт жоспарының 86-қадамын іске асыру барысында «Алтайдың інжу-маржаны» аймақтық мәдени-туристік кластерді қалыптастыру үшін негіз болып табылатын, Шығыс Қазақстан облысында ауқымды археологиялық қазбалар жүргізілуде.

Облыста Берел қорғандары немесе «Патшалар алқабы», сондай-ақ Шілікті қорғандары және Аблайкет бекінісі сияқты 600-ден астам тарихи және археологиялық ескерткіштер бар.

Алтай мәртебесін тағы бір рет «өркениеттің алтын бесігі» ретінде дәлелдеуге тиісті ірі масштабты археологиялық қазбалар әлемнің көптеген халықтарының мәдениеті бастау алатын Катон-Қарағайдың Берел қорғандарында, Зайсан ауданындағы Шілікті даласында, Ұлан ауданындағы Аблайкит бекінісінде, Абай ауданындағы Қырықүнгірде және Тарбағатай ауданындағы Елеке сазында жүрілген.

Мемлекет басшысы Н.Ә. Назарбаевтың алға қойған мақсаттарын жүзеге асыру үшін «Болашаққа ұмтылған: қоғамдық сананы жаңғырту» облыстың қасиетті орындарының тізімі және қасиетті орындар картасы әзірленді.

Облыстың қасиетті мәдени-тарихи және емдеу-сауықтыру туристік орындарының 10 туристік бағыттары әзірленіп, іске асырылуда. Облыстың қасиетті мәдени-тарихи орындарының қосымша 13 туристік бағыттары әзірленуде.

Жалпы, қабылданған шаралардың арқасында облыс бойынша, соның ішінде аумақтарды дамыту бағдарламасында қамтылған саланың негізгі көрсеткіштерінің өсімі байқалады.

Қазақстандық туристік нарықты дамыту мен жетілдіру жолындағы кедергілер мен мәселелерді шешу бірнеше кезеңмен біртіндеп жүзеге асырылуы қажет, үкімет пен атқарушы биліктің жергілікті органдары арқылы жүзеге асырылуы тиіс. Бұл туризмнің барлық түрлерін дамытуды жеделдетеді, сондай-ақ әлемдік туристік қызметтерде Қазақстанның тартымды туристік бейнесін қалыптастыруға мүмкіндік береді.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. http://reports.weforum.org/global-competitivenessreport-2015-2016/ competitiveness-rankings/.
2. http://www.inform.kz/kz/turizmdi-damytu-ushin-kazakstanga-imidzhdik-karazhatty-ayamau-kerek-yunvto
3. Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023 жылға дейінгі тұжырымдамасын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2017 жылғы 30 маусымдағы № 406 қаулысы.
4. https://egemen.kz/article/nurly-zhol-zhana-ekonomikalyk-sayasaty
5. http://atameken.kz/kk/articles/25822-turistk-brend-zharnama-r-matanysh
6. https://www.inform.kz/kz/kazakh-tourism-basshysy-kazakstannyn-ulttyk-turistik-brendin-zhasaudyn-eki-zholy-bar_a3126346

УДК 379.85

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ЕМДІК ТУРИЗМНІҢ ДАМУЫ

Дәулетқанова Ж.Д.

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

Аннотация. Климатты есепке алғандағы минералды ресурстардың маңыздылығы, ландшафттар (минералды сулар мен балшық) және өсімдік пен жануар әлемінің көптүрлілігін, сондайақ спортқа қажетті жағдайлардың алуандығы демалушылардың демалысы мен емделуінде маңызды рөл атқарады. Сонымен қоса сауықтыру туризмінің рекреациялық қызметін ұйымдастырудың жүйелендірген формалары Қазақстанда туризмнің жаңа формалары мен түрлерін жасауға мүмкіндік туғызады.

Ключевые слова. Туризм, рекреационный туризм, лечебный туризм, развитие туризма в Казахстане.

Сведения об авторе. Дәулетқанова Жансая Дәулетқанқызы – студентка специальности «Туризм» Казахстанско-Американского свободного университета

Аннотация. Важность минеральных ресурсов, с учетом климата, ландшафты (минеральных вод и грязей) и большое количество растительного и животного мира, а также разнообразие условий для занятия спортом играет важную роль для отдыха и лечения отдыхающих. Вместе с тем, унифицированными формами организации рекреационной деятельности оздоровительного туризма приводит к созданию и открытию новых форм и видов развития туризма в Казахстане.

Keywords. Tourism, recreational tourism, medical tourism, tourism development in Kazakhstan.

About the author. Dauletkhanova Zhansaya - undergraduate student of major “Tourism” at Kazakh American Free University.

Annotation. The importance of mineral resources, taking into account the climate, landscapes (mineral waters and mud) and a large amount of plant and animal life, as well as a variety of conditions for playing sports, plays an important role in rest and treatment of vacationers. At the same time, unified forms of organization of recreational activities of health tourism lead to the creation and discovery of new forms and types of tourism development in Kazakhstan.

Қазақстан Республикасында табиғи емдік факторлар медицина саласында бұрыннан Қазақстан территориясына қоныстанғандары қолданатын.

Бірінші күннен бастап Кеңестік өкіметтің орнығуын Коммунистік партиясы Кеңес үкіметіне көптеген назарларын аударып еңбекшілердің жағдайларын жақсарту мақсатында санаторлы – курорттық емдік жерлерде медициналық тарапынан көмектесуді ұйғарды.

Қазақстан территориясындағы ең бірінші табиғи емдік факторлар туралы мағлұматтар XIX – ғасырдың ортасына жатады. 1834 пен 1880 жылдардың аралығында баспасөз беттерінде Рахманов бұлағы Арасан – Қапалдың геологиялық бұлақтарын, және Бурабай өзені, Жусалы мен Барлық – Арасандық батпақты көлдері мен бұлақтары туралы мағлұматтар шыққан болатын. Бұрындары басқа бұлақтардан Қазақстан территориясында Шығыс Қазақстан облысының Катон – Қарағай ауданындағы Рахманов бұлақтары зерттелген болатын

Бұқтырма өзенінде қоныстанған орыс көшіп қонушыларды ең бірінші рет 1763 жылы Рахманов пен танысқан екен, Белой ауылында тұрғылықты аңшы Рахманов аң аулап жүрген кезде буддалық аластағыш бір құралды көріп қалады, соның қарамағында ыстық бұлақтар ағып жатыр екен. Рахмановтың айтуы бойынша осы бұлақтар бүкіл әлемге әйгілі болды.

1826 жылы Қарқаралының ішкі айналасының бұйрығы шыға салысы мен осы бұйрықтың отырықшысы Д. Арто Қарқаралының солтүстік-шығысына қарай 80 шақырымды жерде Жусалы өзенінің жағалауынан Әулие – Бұлақ атты жаңа минералды балақтың көзін тауып алды.

XIX – ғасырдың 40 жылдарында орыстардың қоныстанған аймағында Жетісу өңірінде Арасан – Қапалдық минералды бұлақтарын ашқан болатын. Ең алғашқы рет 1840 жылы казактар Биен өңіріндегі шекаралық қызметте жүрген кезінде тауып алған екен. Осы бұлақтардың құрамын тексере келе Аягөздегі әскери лазареттің емшісі Светаев бастық болып сайланған. Өзінің хабарлауы бойынша Арасан деп аталған бұлақтан құрамында су мен қышқыл – хлоридтің бөлшектерінің бар екендігін растап осы бұлақтың емдік қасиетіне көздері ашылғандар тастарынан монғол және қытайдың жазбаларын байқайды. Арасан – Қапалдың минералды бұлақтары әр түрлі ауруларға мысалы Қозғалу аппараты мен жүрек – қан тамырларына жүйке, тері, және әйелдердің ауруларына шипа беретін болып шықты.

1811 жылы Бұқтырма таможнясының аудармашысы Путимцев Құлжаға сапарында Барлық – Арасандық бұлағына келген екен Бұлақтардың орнында буддалық аластатқыш құралын көргеннен кейін осы судың емдік қасиетіне көзін жеткізеді.

Кешірек Барлық – Арасан бұлағына емдік – курорттық саяхаттарды ұйымдастырып шақырымының ұзақтығы салдарынан қараусыз қалған екен.

Аталған минералдық бұлақтардан басқа Қазақстан территориясында әр түрлі уақытта өзге де бұлақтар басқа да сипат пен ашылып, бөлшектене зерттелмей емдік мақсатта қолданылған жоқ. Қазақтар үшін танымал болған жердің бұлақтарын олар арасан деп атаған еді

Табиғи зоналардың көптігіне қарамастан минералды бұлақ лақтары емдік батпақтары жайлы климаттық жағдайын әңгіме тәріздес ландшафт әсемдігіне көтеріліске дейінгі Жазық аймақтың ең үлкен территориясында Бурабай мен Бек – Шоғыр курорттарында 30 дейін санаторийлер болған секілді. Шындығына келетін болсақ Қазақстанның табиғи емдік байлықтары Кеңес өкіметі қарсаңында пайдалана басталды.

1920 жылы ең алғашқы рет мемлекетке маңызы зор Бурабай курортының ашылу салтанаты өткен болатын. Ал 1922 мен 1925 жылдары аралығында “Мұланды” “Ауыл” “Сор” “Рахманов бұлағы” “Шымған” “Жаңа Қорған” курорттарының негізі қалаған болатын. 1930 жылдары ғалым – балнеологтар, климатологтар, гидрологтар, геофизиктер, химиктер, курортолог – дәрігерлері 20 астам табиғи – емдік орындарына өздерінің туризмді дамыту перспективаларын орнатты. 27 наурыз 1931 жылы Қазақтың курорттық трестінің негізі қаланды. Осыған орай Арасан – Қапал мен Барлық – Арасанның бірігуіне септігін тигізді.

Курорттық байлықтардың осы қарқын мен зерттелуіне ықпалын тигізген ғалымдар арасында: Славянов Н.Н., Зарницын П.И., Иванов-Незнамов В.И., Курлов М.Г., Климовицкий В.А. т.б.

«Аяк-Калкан» курортының ұйымдасуына ең үлкен үлес қосқан және «Жаңа – Қорғанның» ғылыми жұмыстарына атсалысқан профессор Сызғанов А.Н. еді.

1950 жылы Қазақ ССР дің ғылыми Академиясының өлкетану патологиясы институтының курортология бөліміне кірген қызметкерлер профессор Н. Д. Беклемишевтің басқаруы мен көптеген ғылыми – зерттеулік және генералдық жоспардың Көкшетау, Павлодар, мен Қарағанды облыстарында дамуын қолға алды.

Өлкетану патологиясы институтының курорттық ресурстарды іздеу бөлімінің меңгерушісі медицина ғылымының кандидаты Замятин С.И. өзімен батпақтық өзендерді зерттеп республикадағы минералды бұлақтардың көзін ашты. Санаторлы – курорттық емделу мен демалу еңбек етушілер үшін мемлекеттегі әр түрлі аурулардың асқын бауына қарсы алдын – ала ескертулер аурудың төмендеуіне көмектеседі.

КСРО ыдырауы мен Қазақстан тәуелсіздігіне қол жеткізген соң 1991 жылы Қазақстан үкіметі Республикадағы санаторлы – курорттық жобаға көңіл бөле бастады. 1991 мен 2001 жылдардың аралығында кейбір санаторлы және демалыс үйлері жекешелендіріліп жатты. Басқа да пайданың көзін көрмеген санаторийлер алшақ жерде орналасқаны барысында тоналып, жабылып қалған. Осы уақытқа орай Қазақстан халқының арасында қазіргі заманғы инфрақұрылымы мен емделудің басқа да түрінің арқасында шетелдің курорттары мен демалыс орындары Қазақстандықтарды қызықтырады.

Соңғы жылдары Қазақстанның санаторийлері мен демалыс үйлері жекеменшікке өткеннен кейін жөндеу жұмыстарынан өтіп тұрғындардың талаптарына сай келе бастады.

Қазақстанның табиғи емдік байлықтары – минералды су бұлақтары және әр түрлі химиялық құрамы мен көптеген өзендерін өзгеше климат бойынша емдік қасиеті бар батпақ пен көркем орындарының көптігі тұрғылықты санаторийлер мен курорттардың дамуына жағдай жасап отыр.

Қазақстанның солтүстік өңірінде Астана мен Көкшетау қалаларының ортасында ең ғажап және керемет оазис орналасқан ол – Бурабай өңірі болып табылады. Осы аймақты «Қазақстандық Швейцария» деп бекер атамайды ғой, Себебі осы аймаққа демалуға жолға шыққан адам сол өңірден өзінің қоршаған ортасына оралғысы келмей қалады, ондағы ауаның тазалығы табиғатының әсем жерде орналасқаны шетелден немесе Қазақстанның түпкір – түпкірінен келген адамдарды өзінің ғажайып табиғаты мен баурап алады. Бурабай – санаторийлер профилакториялық үйлер мен спорттық – сауықтыру лагерінің жәннәті болып табылады.

Бурабайдың емделу орталықтарында мынадай аурулардың түрлерінен арылуға көмектеседі.

1) Тыныс алу органдары.

2) Асқазан – ішек ауруларын.

3) Жүрек – қан тамырлары ауруларын.

4) Жүру мен қозғалу жүйелерін қалпына келтіреді.

Бурабайдағы демалу шаралары жылдың 4 мезгіліне сай келеді. Ондағы емделу тамақтану мен күніне 7500 теңгені құрайды.

Бурабай курорттық зонасында көптеген санаторийлер мен профилакторийлер, демалу үйлері балалардың спорттық сауықтыру лагерлері Ботагөз демалу үйі, Жасыл Қарағайлы орман, Оқжетпес санаторийлері орналасқан. Бұл курорттық санаторийде жыныс органдарын, асқазан ішек жолдарын, жүрек тамыр жүйкелерін емдеуге мамандандырылған. Қымызбен, лайлар мен және минералды сулар мен іске асырылады.

Оңтүстік Қазақстан обылысы: Сарыағаш санаторийі:

Қазақстан мен одан тыс жерлерге белгілі курорт. Бұл курорт Шымкенттен 130 шақырым жерде орналасқан. Ал Ташкенттен 15 шақырым жерде, Келес өзенінің жағасында, бау-бақша массивінде орналасқан гидрокарбонатты натрийлі аз минерализациялы Сарыағаш минералды суы. Климаты құрғақ, ыстық ауа райы, жарық күн таза ауа т.б. оңтайлы факторларды, жоғарғы тиімді түрде пайдалану арқылы созылымды, ас қорыту органдарының бүйректің созылмалы түрде гломерулоннефрит және нефроиттік синдромдары бар ауруларды емдейді.

Санаторий аумағында 9 ұйықтау корпустары орналасқан. Емдеу диагностикалық орталығы бар. 700 орындық екі асхана, ауруларды емдеу бюветті, су қабылдау орындары бар.

Емдеу кешенінде су процедуралары, емдік тағам қабылдау, дене шынықтыру ауа райы арқылы емдеу емдік массаж жүргізіледі. Санаторийде клиникалық, биохимиялық, бактериологиялық зертхана, функционалдық, диагностикалық бөлмелер, ультра диагностикалық зерттеулер, ине рефлексотерапия психотерапия механотерапиялар қолданылады.

1949 жылы мұнай бұраулар жұмыстары кезінде Қазақстанның ең Оңтүстігінде бір скважинадан өзімен – өзі шығатын ыстық су бар. Бұл минералды көздер негізінде Оңтүстік Қазақстан обылысы Сарыағаш қаласының айналасында, санаторлық курорттық кешен құрыла бастады.

Әлсіз минерализацияланға, әлсіз сілтілеген, натрийгидрокарбонатты Сары-ағаштың минералды суы жерасты скважинасынан 42–52 градус температурада шығады. Бұл су темір, молибден, марганец, ванадий, мыс және цинк, микроэлементтері мен қанықкан сонымен қатар оның құрамында ал мөлшерде барий, йод, фтор, қорғасын, сынап, бор, және кремний қышқылы кездеседі. Осы су арқылы тиімді түрде созылмалы, гастрит, операция жасалған асқазан жараларын, холецистит, өт жолдары, тас, ішектің дискенезиясы, қант диабеті суықтану, бедеулік және простатит аурулары емделеді.

Манкент санаторийі. Қазақстанның ең ескі ден сауықтыру мекемесінің бірі – Манкент Шымкенттен 28 шақырым қашықтықта орналасқан. Санаторий аумағы 210 метр тереңдіктен минералды су көзі табылған. Су мөлдір, түссіз, иіссіз, тұнбасы жоқ, дәмі жағымды, тұрақты химиялық құрамды.

Минералды судың құрамында бір қатар пайдалы компоненттер бар. Олар темір, йод, күкірт, хлор, бром, натрий. Олар ішу мен сыртқы емге қолданылады. Сонымен қатар, жүйке жүйесінің ішек қарын жолдарының, бүйректің, алқым – ісу, зоб, қалқан бездерінің, тыныс алу органдарының, гинекологиялық, және урологиялық, ауруларын емдейді. Санаторийде емделу процедуралары кең қолданылады. Олар минералды ванналар, компьютерлік диагностика бөлмесі бар. Фол әдістері бойынша ем, нүктелік, вакуумдық, массаждар, бөлмелері гастрофиброскопия, және рентмоноскопия, парафин, озекрит емі, тыныс органын ингаляция жасау, тоқтық жоғарғы және төменгі ағым, күштері мен емдеу, инерефлексотерапия, маймен емдеу,асқазанды жуу т.б. емдер бар.

Жазғы мерзімде жанұялардың демалуы үшін, демалу пансионаттары жұмыс істейді. Түркістан, Ташкент, Самарқанд қалаларына Сайрам ауылына туристік қатынау іске асырылады.

Біркөлік санаториясы. Шымкенттің экономикалық және құқық колледжінің байланысында, Біркөлік сауықтыру кешені бар. Оның табиғи климаттық жағдайы өте ерекше. Төлеби ауданының өте көрікті жерінде Шымкент қаласынан 45 шақырым жерде, Тянь–Шань тау тарамында орналасқан. Біркөлік сауықтыру курорттық кешенінің бүгінгі күні медициналық аппараттар мен жабдықталған емдеу кешені бар. Емдік және шынықтыру кабинеттері ингаляторий, күкірт су, көмір қышқыл, йод бром, хлорлы натрий, ванналары қолданылады. Құланкентте лай емімен ем жүргізіледі.

Шығыс Қазақстан обылысы: Алтай таулары: Алтай биік шыңдарын мәңгі қар басқан биік таулар. Жергілікті халық көптеген жоталарды белки деп атайды. Мұндағы ең биік шың – Белуха шыңы (теңіз деңгейінен 4506 метр биіктікте орналасқан) республика шекарасындағы белки Катунь жоталарында орналасқан. Қазақстандағы Алтай тауларының Кеңді Алтай, Оңтүстік Алтай және Қалба жотасы деп аталатын батыс бөлігі кірген. Алтайдың ең биік таулары шығысында, батыс пен оңтүстікке бірте – бірте араласа береді де, оңтүстігіне Зайсан қазаншұңқырына жетіп бітеді. Таудың батыстағы сілемдері Ертіске жетіп арғы жағасына қарай созылып кетеді. Ол барған сайын аласара түседі де, қазақтың ұсақ шоқыларына айналады. Алтайдың бұл бөлігі Қалба жотасына келіп ұласады.

Алтай туризм рекреациялық әрекеттері үшін өте көрікті тау. Биік шыңдары, құлама құз, жартастарын мәңгілік мұз басып, қар көпкерген тұтас жоталардың ғажайып көркіне демалушылардың көзі тойған емес. Қазақстанның ағаш байлығының жартысына жуығы осы Алтайда орналасқан. Алтай ормандарында балқарағай, майқарағай, шырша, көктерек, ақ қайың, Қарағайлардың қалың жапырақты ларының ішінде ақ тиындар, мен ала тышқандар, қара аю, түлкі, қасқыр, ақ тышқан терісі, аса қымбат бұлғын сияқты аңдарды жиі кездестіруге болады.

Қарағайлы белдеулер жапырақты бал қарағай мен май қарағай алқабы басталады. Жоғары көтерілгенде тау шалғындары басталады. Тау биігіндегі шалғындарда бұғылар, еліктер, тау текелері жүреді.

Алтайдың ең басты байлығы жер қойнауының кені. Алтайда түсті металдың 1000 – ға тарта кен орны табылған. Онда: мыс, қалайы, қорғасын, мырыш, күміс және басқа металдар өндіріледі. Сондықтан да оның бұл бөлігі Кенді Алтай деп аталады. “Алтай қолыңды алтын мен тартады” – деп жырлады қазақтың ұлы ақыны Жамбыл.

Алтай талауды зонасы: Бұдан қиыр Ресей мен шекаралас қиыр солтүстік – шығыстан, оңтүстік – шығысқа қарай Шемонаиха, Глубокое, Зырян, Катон – Қарағай, Күршім аудандары кіреді. Бұл зонадағы ірі қалалар: Риддер және Зырян. Жер бедеріне байланысты тау туризмі оның ішінде альпинизм, тау – шаңғы, тау – жаяу, туризм түрлері жақсы дамыған. Территорияда көптеген тау маршруттары, әр түрлі категориядағы жорықтар ұйымдастырылады және жаңа маршрут жолдары ашылуда. Бұл зонаның басты ерекшелігі биік Алтай таулары және оның сілемдері, Марқакөл көлі мен қорығы, Рахман

бұлағы Төменгі Тұрғысын т б тапсырыс берушілері мен шипалы су бұлақтары. Бұл зонада көптеген емдік – сауықтыру орындары бар.Флора және фаунасы өте бай. Климаты қоңыржай континентті, атмосфералық ылғал мөлшері басқа зоналар мен салыстырғанда анағұрлым көбірек.

Жалпы Алтай таулы зонасы бүкіл Шығыс Қазақстан облысы бойынша туризмді дамытуға жоғары қолайлы зона болып табылады.

Табиғи рекреациялық ресурстар рекреациялық қызметтің ең маңызды факторы болып табылады, және курорттық рекреациялық шаруашылықтың шекаралық жөндерін қарастырады.

Сонымен қатар балнеологиялық ресурстар емдік батпақтардың әр түрлі минералдық қорлары сияқты климатқа ұқсас болып келеді

Рекреациялық ресурстар – табиғи және антипогендік тегінен тараған объектілері мен құбылыстарын демалыс, туризм, және емдік мақсатта қолданылып ғасырлар өте келе ресурстардың бөлек түрлерінің рөлдері өзгеріске ұшырады. Мысалы: жағажайлар өткен кезеңдерде қолданыста болмаған екен.

Емделу мен демалу аймағында ғажайып ресурстары демалушылар үшін маңызды рөлді атқарады. Туристер ландшафттар мен климаттың маңыздылығын ескере отырып минералды ресурстардың көптігіне (минералды сулар мен батпақтар) олардың және өсімдіктер мен жануарлар әлемінің, әр түрлілігі сонымен қатар спортпен шұғылданатындарға жағдай жасауда. Сонымен бірге жинақталған табиғи ресурстарының молшылығына рекреациялық қызмет пен шекарадағы ұйымдастыру формаларына сәйкестендірілген.

Курорттық – рекреациялық шаруашылықта емдік туризмді дамыту үшін өзге де шекаралардың жоғарғы қабатының маңызы өте зор.

Қарастырылған биіктіктің рельефі сарқырап аққан судың деңгейінен бастап қоршаған ортаның ең басты элементтерінің бірі болып қала бермек, сонымен қатар климаттық және гидрологиялық процестердің қалыптасуына жағдай жасайды.

Қоршаған ортаның ең басты элементі климат болып табылады. Климаттың өзінен ак ауа – райының көпжылдық режиміне сипаттама беруге болады. Оның әсерін біз күрделене түскен ауа райының құбылыстарынан біле аламыз бір – бірімен байланыста болған ауаның комплексін метеорологиялық құбылыстардың элементтерінен көруге мүмкіндіктер бар.

Емдік сауықтыру орындарын қолға алу үшін оған ауа – райының қолайлы болғаны дұрыс жайдары жағдайы мен температураның тербелуі салдарынан, ауаның дымқылдануы, кішігірім бұлттану толқындарының пайда болуына бұлыңғыр күн мен жел жебірден қорғанысқа бөлей алады.

Қазақстан Республикасының климаты континентальді болып келеді. Батысында шауын – шашын мөлшері 100 – 175 мм, Орталығында 150 – 400 мм, Шығысында 300 мм жылына ж ш түседі. Орташа жылдық температура қаңтарда – 10-120C^0 шілдеде – 24 – 280C^0–қа тең.

Климаттық курорттар климат сияқты өзгеше болып тұрады. Орманды (жазықтық), таулы, прориялық, климаттық қымызбен емдеу – осылардың әр түрлілігіне қарамастан климаттық ауа – райының факторлары оларды ғажап комбинациядан құрастырып отырады (температура атмосфералық қысым, т.б.) және бұларды емдік мақсатта қолдануға болады.

Ең күрделі ресурстардың тізіміне кіретіндер санаторлы орындарының қалыптасуына көмегін тигізіп жатқан орындардың бірі - балнеология саласы болып табылады. Жоғары қабаттағы суларға таза ауада шомылу мен балық аулауға ландшафттардың қосатын үлесі өте мол. Жайдары гидрологиялық жағдайда емдік туризмді дамытуға судың жоғарғы қабатының емдік қасиеттері қайсарлы ағыммен келетін туристердің суда емделу тәсілдеріне жағымды жағынан ықпал етеді.

Осы орай емдік орындарының қарқынды дамуына өсімдіктер жамылғысы мен орманды алқаптар басты рөлді айқындап отырады. Аймақтың өсімдіктер әлемі өзгеше болып келеді. Таулы жартастарда кең жапырақтар мен араласқан қарағайлар өсіп келеді.

Батысындағы өсімдіктер әлемі қаңырап қалған ол аймақта көбінесе жусан тектес немесе сауыттық өсімдіктің түрлері кездеседі. Құмды өңірінде сексеуіл мен шөлді даланың өзендерінде қамыс қаптаған саздар орнымен ыңғайлы және үйеңкі орманы мен тастас жартастарда жабайы алмасақ, өріктер, альпі тауларының суармалы шабындығы өседі.

Қазақстанның курорттық ресурстарын зерттеуінің нәтижесінде мынадай қорытындыға келіп тірелген екен: Республикамызда 500 астам минералды су қоры мен 78 өзен көлдер және тазартылған 50 га тарта климаттық емдеу орындарын кездестіруге болады.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Полторанов В.В. Республикадағы Емдік – санаторлы курорттар. – Алматы, 2017.
2. Квартальнов В.А, Зорин И.В. Туристер терминологиясының сөздігі. - М., 1999.
3. Ердаулетов С.Р. Туризм географиясы: тарихы теориясы қолдану әдісі практикасы – А., 2017.
4. Курортология және курортотерапия анықтамасы / редакторы проф. Данилов Ю.Е., проф. Царфис П.Г. – М.: «Медицина», 2016
5. Гидбут А.В., Мезенцев А.Г. Курорттық рекреациялық шаруашылық (аудандық аспектілері) – М.:, 2015
6. Полторанов В.В., Мазур М.М. Санаторлы курорттық ем мен оның жағымдылығы – М., 2015
7. Иванова Э. Шығыс Еуропа курорттары: артта қалған ескіні еске алу // Туризм – 2017 - №10.
8. Хасенов А. Қымыз және оның емдік қасиеттері. – А., 2017
9. Соколова М.В. Туризм тарихы. – М., 2016
10. Қазақстан Курорттары. – Алматы, 2017.

ҚОҒАМДЫҚ САНАНЫҢ ЖАҢҒЫРУЫ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІ МАМАН ДАЯРЛАУДЫҢ ФАКТОРЫ РЕТІНДЕ

ЭКОНОМИКАНЫҢ ЖАҢА МОДЕЛІ ШЕҢБЕРІНДЕ БІЛІКТІ МАМАНДАРДЫ ДАЙЫНДАУ: МАЗМҰНЫ, БАСЫМДЫҚТАРЫ, МІНДЕТТЕРІ
Ишкинина Г.Ш. 3

САЯСИ ЖӘНЕ ЭКОНОМИКАЛЫҚ РЕФОРМА ҚОҒАМДЫҚ САНАНЫ МОДЕРНИЗАЦИЯЛАУДЫҢ НЕГІЗІ РЕТІНДЕ
Уразова Н.П. 8

ҚАЗАҚСТАН МЕН РЕСЕЙДІҢ ТРАНСШЕКАРАЛЫҚ СЕРІКТЕСТІГІНІҢ БАСЫМ БАҒЫТТАРЫ
Баелова С.М., Мухамедиева А.Г. 12

ЖАҺАНДАНУ ЖАҒДАЙЫНДА КӘСІПОРЫННЫҢ ИНВЕСТИЦИЯЛЫҚ САЯСАТЫН ҚҰРУ ЖӘНЕ ЖҮЗЕГЕ АСЫРУ
Юрченко А.А., Непшина В.Н. 17

ҚР-НЫҢ ТРАНСКОНТИНЕНТАЛЬДІ КӨЛІКТІК-ЛОГИСТИКАЛЫҚ ДӘЛІЗДЕРІ
Сулейменов С.Г. 22

ҚАЗАҚТАННЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ЭКОНОМИКАСЫ – ЖАҺАНДАНУ ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ ТҰРАҚТЫ ДАМУ
Макажанов А.А., Мухамедиева А.Г. 29

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ АДАМ КАПИТАЛЫНЫҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІ
Добрынина А.С., Трофимова Ю.В. 34

БАЙЛАНЫС АРНАЛАРЫ МОНИТОРИНГІСІНІҢ ЖӘНЕ КАРТАЛЫҚ ҚҰРЫЛҒЫНЫҢ АҚПАРАТТЫҚ ЖҮЙЕСІН ҚҰРУ
Исебаев М.Т, Жантасова Ж.З. 39

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ ҰЛТТЫҚ ЭКОНОМИКАСЫНДАҒЫ ШЕТЕЛДІК ИНВЕСТИЦИЯЛАР
Кумашев Ч.Б. 45

БИЗНЕС ЖӘНЕ КӘСІПКЕРЛІК

ИННОВАЦИЯЛЫҚ ҚЫЗМЕТТІ МЕМЛЕКЕТТІК РЕТТЕУ МЕХАНИЗМДЕРІ
Ысқақ А., Абылайханова Т.А. 51

БИЗНЕС-ЖОСПАР ЖӘНЕ ОНЫҢ БИЗНЕСТІ ДАМЫТУДАҒЫ РӨЛІ
Мамырбекова Д.С., Сактаева А.А., Нұржан К. 54

ШАРУАШЫЛЫҚ СУБЪЕКТІЛЕРІНІҢ ҚАРЖЫЛАНДЫРУДЫ МЕМЛЕКЕТ ТАРАПЫНАН ҚОЛДАУЫ
Рахимов А.Б., Ашимова А.С. 59

БАНКТЕР ЖӘНЕ БАНК ІСІ

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ БАНК СЕКТОРЫНДАҒЫ МӘСЕЛЕЛЕР ЖӘНЕ ЖЕТІЛДІРУ ЖОЛДАРЫ
Нұрсапарова Н.Е. 65

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ БАНКТІК ЖҮЙЕСІНІҢ ӨТІМДІЛІКТІҢ МӘНІ
Тоғанбаева Қ.Н., Ашимова А.С. 71

«СБЕРБАНК» КАҚ-ДАҒЫ ҚЫЗМЕТ КӨРСЕТУДІҢ КЛИЕНТТЕРГЕ БАҒЫТТАЛҒАН МОДЕЛІНІҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ
Климова Н.Н. 76

МЕНЕДЖМЕНТ ЖӘНЕ МАРКЕТИНГ МӘСЕЛЕЛЕРІ

АГРОӨНЕРКӘСІПТІК КЕШЕНДЕГІ КӘСІПОРЫННЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ СТРАТЕГИЯСЫН ҚАЛЫПТАСТЫРУ
Локотко А.В., Сорокина Л.И. 82

ФАКТОРИНГ ПРОБЛЕМАЛЫҚ ҚАРЫЗДАНУДЫ БАСҚАРУДЫҢ СХЕМАСЫ РЕТІНДЕ
Клиновицкая Т.Г. 90

КӘСІПОРЫНДАҒЫ ӨНДІРСТІ МОДЕРНИЗАЦИЯЛАУДЫ БАСҚАРУ
Уразова Н.П. 95

ИНВЕСТИЦИЯЛЫҚ СТРАТЕГИЯНЫ ЕНГІЗЕ ОТЫРЫП КОММЕРЦИЯЛЫҚ БАНКТІҢ ҰЖЫМДЫҚ КОММЕРЦИЯЛЫҚ БАҒДАРЛАМАСЫН ҚҰРАСТЫРУ
Шашкова Л.И., Богородская О.Г. 101

КӘСІПОРЫН ҚЫЗМЕТІН ТИІМДІ БАСҚАРУ ОНЫҢ ТӨЛЕМ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН АРТТЫРУ ФАКТОРЫ РЕТІНДЕ
Сабырбаева А.К., Ишкинина Г.Ш. 106

КОМПАНИЯНЫҢ ИНВЕСТИЦИЯЛЫҚ ЦИКЛІНДЕ ҒЗСКЖ-НІҢ РӨЛІ
Абдульманов Г.М., Сарсембаева Г.Ж. 113

ТИІМДІЛІКТІҢ ТҮЙІНДІ КӨРСЕТКІШТЕРІН (KPI) ПАЙДАЛАНУ
Петерс Д.Э., Искендерова Ф.В. 119

КӘСІПОРЫНДАҒЫ ӨНІМ САПАСЫН ЖОСПАРЛАУ ЖІНЕ БАСҚАРУ ЖҮЙЕСІНІҢ РӨЛІ
Ельчинская Я.А. 124

ЭКОНОМИКАЛЫҚ ТАЛДАУ: КӘСІПОРЫН ҚЫЗМЕТІ ДАМУЫНА ЫҚПАЛ ЖӘНЕ ОНЫҢ МӘНІ
Аманжолова Д.М. 128

ИННОВАЦИЯЛЫҚ ДАМУДЫҢ ТЕОРИЯЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ
Ысқақ А., Абылайханова Т.А. 133

АУДАННЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК-ЭКОНОМИКАЛЫҚ ДАМУЫН БАСҚАРУДЫҢ ӘДІСТЕМЕЛІК АСПЕКТІЛЕРІ
Мамырбекова Д.С., Сактаева А.А., Қажыбекова С.Н. 138

КӘСІПОРЫННЫҢ ҚАРЖЫЛЫҚ МЕНЕДЖМЕНТТІНІҢ МӘНІ, МАЗМҰНЫ, ЕРЕКШЕЛІГІ
Мұташев С.М. 143

АДАМ РЕСУРСТАРЫН БАСҚАРУ

МАМАНДАР АГЕНТТІГІ ЖҰМЫСЫНЫҢ ТЕХНОЛОГИЯСЫ
Медведова Э.М., Искендерова Ф.В. 149

ШЕТЕЛДІК ТӘЖІРИБЕНІ ЕСЕПКЕ АЛА ОТЫРЫП КӘСІПОРЫНДАҒЫ ҚЫЗМЕТКЕРЛЕРДІ БАСҚАРУ
Рахметова А.К. 156

ҰЙЫМДАРДАҒЫ ЕҢБЕК ҚЫЗМЕТКЕРЛЕРІН ЬАҒАЛАУ МЕН АТТЕСТАЦИЯЛАУДАҒЫ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ТӘЖІРИБЕ
Сасова А.В,. Ишкинина Г.Ш. 162

КАДРЛЫҚ АУДИТ ПЕРСОНАЛДЫ БАСҚАРУ ЖҮЙЕСІНІҢ ҚҰРАЛЫ РЕТІНДЕ
Рахметова А.К. 167

ІШКІ ЕҢБЕК ТӘРТІБІ ЕҢБЕКТІ ТИІМДІ ҰЙЫМДАСТЫРУ ҚҰРАЛЫ РЕТІНДЕ
Павленко А.А. 172

ӨСКЕМЕН ҚАЛАСЫНЫҢ ЖҰМЫССЫЗДЫҚ КӨРСЕТКІШТЕРІН ЖӘНЕ МӘСЕЛЕЛЕРІН ТАЛДАУ
Сабырбеков А.А., Оралбекқызы Ә. 178

ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ЕҢБЕК БӨЛІНІСІНІҢ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ЭКОНОМИКАДАҒЫ АЛАТЫН ОРНЫ МЕН РӨЛІ
Сапарғалиев Ә.С. 185

ЭКОНОМИКА ЖӘНЕ ҚАРЖЫ

ӨҢДЕУШІ ӨНДІРІСТІ ҚАРЖЫЛАНДЫРУДЫҢ МӘНІ МЕН МАҢЫЗЫ
Ашимова А.С. 192

АҚША-НЕСИЕ САЯСАТЫНЫҢ МАҚСАТТАРЫ ЖӘНЕ ИНСТИТУЦИОНАЛДЫҚ НЕГІЗІ
Сағымбаев Б.Ф. 197

КӘСІПОРЫН ТАБЫСТЫЛЫҒЫН АРТТЫРУ ӘДІСТЕРІНІҢ МАҢЫЗДЫЛЫҒЫ
Бахтыбаева А.Б. 203

БАҒАҒА ӘСЕР ЕТЕТІН ФАКТОРЛАР ЖӘНЕ БАҒА БЕЛГІЛЕУ ТӘРТІБІ
Муканов И.Е. 208

КОМПАНИЯЛАРЫНЫҢ ҚАРЖЫЛЫҚ ТҰРАҚТЫЛЫҒЫН ЖӘНЕ ОНЫ ЖАһАНДЫҚ ТҰРАҚСЫЗДЫҚ ЖАҒДАЙЫНДА АРТТЫРУ ӘДІСТЕРІН ТАЛДАУ
Анохин С.А., Непшина В.Н. 213

«КЭМОНТ» АҚ-ДАҒЫ ШЫҒЫНДАРДЫ ЕСЕПКЕ АЛУ ЖӘНЕ ЕСЕПКЕ АЛУ ЖҮЙЕСІН ЖЕТІЛДІРУ
Шнайдер К.С., Трофимова Ю.В. 219

ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҚАРЖЫЛЫҚ ЕСЕПТІЛІК СТАНДАРТЫНА СӘЙКЕС КӘСІПОРЫННЫҢ ДЕБИТОРЛЫҚ БЕРЕШЕГІНІҢ ЕСЕБІ
Шапочкина Е.Ю 225

КӘСІПОРЫНДАҒЫ ТАУАРЛАРДЫ ЭКСПОРТТАУДАҒЫ БУХГАЛТЕРЛІК ЖӘНЕ САЛЫҚ ЕСЕПТІЛІКТЕРДІҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ
Бекербаева Д.Т. 232

ИНВЕСТИЦИЯЛЫҚ СТРАТЕГИЯ КАПИТАЛДЫ ҚҰРЫЛЫМДЫ ОПТИМИЗАЦИЯЛАУ ФАКТОРЫ РЕТІНДЕ
Редькина А.Н. 238

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ БАНК ЖҮЙЕСІНІҢ ӨТІМДІЛІГІН БАСҚАРУ МӘСЕЛЕЛЕРІ: ТАЛДАУ КӨРСЕТКІШТЕРІ МЕН ӨЗГЕРУ ҮРДІСТЕРІ
Сизова И.Е. 243

КӘСІПОРЫН ТАБЫСЫНЫҢ РӨЛІН ТАЛДАУ
Омарова Д.Т. 247

КӨЛІК ЛОГИСТИКАСЫНЫҢ СҰРАҚТАРЫ ЖӘНЕ КӘСІПОРЫННЫҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ҚЫЗМЕТІНДЕГІ ОНЫҢ РӨЛІ
Косиков В.В., Сарсембаева Г.Ж. 251

ТУРИЗМДІ ЖӘНЕ ТУРИСТІК КЛАСТЕРДІ ДАМЫТУ

ӨСКЕМЕН ҚАЛАСЫНДАҒЫ ҚОНАҚ ҮЙ ИНДУСТРИЯСЫНЫҢ БӘСЕКЕЛЕСТІКТІ ТАЛДАУЫ
Загайнов Е.О. 258

ТУРИСТІК КӘСІПОРЫНДАР ҚЫЗМЕТІНДЕГІ МАРКЕТИНГТІК СТРАТЕГИЯЛАР
Ордабаева М.А., Адикова Н.Н. 263

ТУРИСТІК ҚЫЗМЕТТІН БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН БАҒАЛАУ БАҒЫТТАРЫ
Ратаева А.С. 267

ЕМДІК-САУЫҚТЫРУ ТУРИЗМІ САЛАСЫ КӘСІПОРЫНДАРЫНДА САПАНЫ ҚАМТАМАСЫЗ ЕТУ
Ордабаева М.А., Ерлан Н.Е. 276

МЕЙРАМХАНА БИЗНЕСІНДЕГІ ҚЫЗМЕТ КӨРСЕТУ ТЕХНОЛОГИЯСЫНЫҢ ИМИДЖДІК ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ
Койшинова Г.К., Сакенов Б. 280

ТУРИЗМДЕГІ ЖАҢА ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫҢ ТОПТАСТЫРЫЛУЫ
Рахимова А.А. 287

ТУРИСТІК ҚЫЗМЕТТІ БАСҚАРУДЫҢ ШЕТЕЛ ТӘЖІРИБЕСІ
Жұмабеков А.Ш. 292

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ЭКСКУРСИЯЛЫҚ ТУРИЗМДІ ДАМЫТУ ЖОЛДАРЫ
Зәкиева А.Е. 298

ҚАЗАҚСТАНДА ТУРИЗМ САЛАСЫН ДАМЫТУ МӘСЕЛЕЛЕРІ
Ерлан А.Е. 303

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ЕМДІК ТУРИЗМНІҢ ДАМУЫ
Дәулетқанова Ж.Д. 307

МАЗМҰНЫ 313

МОДЕРНИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ КАК ФАКТОР ПОДГОТОВКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО СПЕЦИАЛИСТА

ПОДГОТОВКА КВАЛИФИЦИРОВАННЫХ КАДРОВ В РАМКАХ НОВОЙ МОДЕЛИ ЭКОНОМИКИ: СОДЕРЖАНИЕ, ПРИОРИТЕТЫ, ЗАДАЧИ
Ишкинина Г.Ш. 3

ПОЛИТИЧЕСКАЯ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РЕФОРМА КАК ОСНОВА МОДЕРНИЗАЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ
Уразова Н.П. 8

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА КАЗАХСТАНА И РОССИИ
Баелова С.М., Мухамедиева А.Г. 12

ФОРМИРОВАНИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ
Юрченко А.А., Непшина В.Н. 17

ТРАНСКОНТИНЕНТАЛЬНЫЕ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИЕ КОРИДОРЫ РК
Сулейменов С.Г. 22

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА КАЗАХСТАНА – УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ
Макажанов А.А., Мухамедиева А.Г. 29

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В РК
Добрынина А.С., Трофимова Ю.В. 34

РАЗРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ МОНИТОРИНГА КАНАЛОВ СВЯЗИ И ДОСТУПНОСТИ КАРТОЧНОГО ОБОРУДОВАНИЯ
Исебаев М.Т, Жантасова Ж.З. 39

ЗАРУБЕЖНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
Кумашев Ч.Б. 45

БИЗНЕС И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

МЕХАНИЗМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
Ысқақ А., Абылайханова Т.А. 51

БИЗНЕС-ПЛАН И ЕГО РОЛЬ В РАЗВИТИИ БИЗНЕСА
Мамырбекова Д.С., Сактаева А.А., Нұржан К. 54

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ФИНАНСИРОВАНИЯ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ СУБЪЕКТОВ
Рахимов А.Б., Ашимова А.С. 59

БАНКИ И БАНКОВСКОЕ ДЕЛО

ВОПРОСЫ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН И ПУТИ ИХ УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ
Нұрсапарова Н.Е. 65

СУТЬ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ БАНКОВСКОЙ СФЕРЫ РК
Тоғанбаева Қ.Н., Ашимова А.С. 71

ОСОБЕННОСТИ КЛИЕНТОЦЕНТРИЧНОЙ МОДЕЛИ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПАО «СБЕРБАНК»
Климова Н.Н. 76

ВОПРОСЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА
Локотко А.В., Сорокина Л.И. 82

ФАКТОРИНГ КАК СХЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПРОБЛЕМНОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ
Клиновицкая Т.Г. 90

УПРАВЛЕНИЕ МОДЕРНИЗАЦИЕЙ ПРОИЗВОДСТВА НА ПРЕДПРИЯТИИ
Уразова Н.П. 95

РАЗРАБОТКА КОРПОРАТИВНОЙ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ ПРОГРАММЫ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА С ЭЛЕМЕНТАМИ ВНЕДРЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ
Шашкова Л.И., Богородская О.Г. 101

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЕГО ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ
Сабырбаева А.К., Ишкинина Г.Ш. 106

РОЛЬ НИОКР В ИНВЕСТИЦИОННОМ ЦИКЛЕ КОМПАНИИ
Абдульманов Г.М., Сарсембаева Г.Ж. 113

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ (KPI)
Петерс Д.Э., Искендерова Ф.В. 119

РОЛЬ СИСТЕМЫ ПЛАНИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ
Ельчинская Я.А. 124

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ: СУЩНОСТЬ И ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ
Аманжолова Д.М. 128

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ
Ысқақ А., Абылайханова Т.А. 133

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА
Мамырбекова Д.С., Сактаева А.А., Қажыбекова С.Н. 138

РОЛЬ, СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯ
Мұташев С.М. 143

УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

ТЕХНОЛОГИЯ РАБОТЫ КАДРОВОГО АГЕНТСТВА
Медведева Э.М., Искендерова Ф.В. 149

КАДРОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПРЕДПРИЯТИИ С УЧЕТОМ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА
Рахметова А.К. 156

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ОЦЕНКИ И АТТЕСТАЦИИ ТРУДОВЫХ КАДРОВ В ОРГАНИЗАЦИИ
Сасова А.В., Ишкинина Г.Ш. 162

КАДРОВЫЙ АУДИТ КАК ИНСТРУМЕНТ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ
Рахметова А.К. 167

ВНУТРЕННИЙ ТРУДОВОЙ РАСПОРЯДОК КАК ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА
Павленко А.А. 172

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ И ПОКАЗАТЕЛИ БЕЗРАБОТИЦЫ В ГОРОДЕ УСТЬ-КАМЕНОГОРСКЕ
Сабырбеков А.А., Оралбекқызы Ә. 178

МЕСТО И РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНОГО РАЗДЕЛЕНИЯ ТРУДА В МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭКОНОМИКЕ
Сапарғалиев Ә.С. 185

ЭКОНОМИКА И ФИНАНСЫ

СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВА
Ашимова А.С. 192

ЦЕЛИ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ФИНАНСОВО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ
Сағымбаев Б.Ф. 197

ЗНАЧИМОСТЬ МЕТОДОВ УВЕЛИЧЕНИЯ ДОХОДА ПРЕДПРИЯТИЯ
Бахтыбаева А.Б. 203

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЦЕНУ И ПОРЯДОК ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ
Муканов И.Е. 208

АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КОМПАНИЙ И СПОСОБЫ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ
Анохин С.А., Непшина В.Н. 213

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УЧЕТА ЗАТРАТ И КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ В АО «КЭМОНТ»
Шнайдер К.С., Трофимова Ю.В. 219

УЧЕТ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СООТВЕТСТВИИ С МСФО
Шапочкина Е.Ю. 225

ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО И НАЛОГОВОГО УЧЕТА ПРИ ЭКСПОРТЕ ТОВАРОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ
Бекербаева Д.Т. 232

ИНВЕСТИЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ КАК ФАКТОР ОПТИМИЗАЦИИ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА КОМПАНИИ
Редькина А.Н. 238

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЛИКВИДНОСТЬЮ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН: АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И ТЕНДЕНЦИИ ИЗМЕНЕНИЯ
Сизова И.Е. 243

РОЛЬ АНАЛИЗА ДОХОДА ПРЕДПРИЯТИЯ
Омарова Д.Т. 247

ВОПРОСЫ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ И ЕЁ РОЛЬ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ
Косиков В.В., Сарсембаева Г.Ж. 251

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА И ТУРИСТИЧЕСКОГО КЛАСТЕРА

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ ГОРОДА УСТЬ-КАМЕНОГОРСКА
Загайнов Е.О. 258

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ В УСЛУГАХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ
Ордабаева М.А., Адикова Н.Н. 263

ПУТИ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ
Ратаева А.С. 267

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ В ОТРАСЛИ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА
Ордабаева М.А., Ерлан Н.Е. 276

ИМИДЖЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕХНОЛОГИИ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ
Койшинова Г.К., Сакенов Б. 280

КЛАССИФИКАЦИЯ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ТУРИЗМА
Рахимова А.А. 287

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ УСЛУГОЙ
Жұмабеков А.Ш. 292

ПУТИ РАЗВИТИЯ ЭКСКУРСИОННОГО ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
Зәкиева А.Е. 298

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ
Ерлан А.Е. 303

РАЗВИТИЕ ЛЕЧЕБНОГО ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
Дәулетқанова Ж.Д. 307

СОДЕРЖАНИЕ. 313

MODERNIZATION OF PUBLIC CONSCIOUSNESS AS A FACTOR OF TRAINING COMPETITIVE SPECIALIST

TRAINING OF QUALIFIED PERSONNELS WITHIN A NEW MODEL OF ECONOMY: CONTENT, PRIORITIES, TASKS
Ishkinina G. 3

POLITICAL AND ECONOMIC REFORMS AS A BASIS OF PUBLIC CONSIOUSNESS MODERNIZATION
Urazova N.. 8

PRIORITY DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF CROSS-BORDER COOPERATION OF KAZAKHSTAN AND RUSSIA
Bayelova S., Mukhamadiyeva A. 12

FORMATION AND IMPLEMENTATION OF INVESTMENT POLICY OF THE ENTERPRISE IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION
Yurchenko A., Nepshina V.. 17

TRANSCONTINENTAL TRANSPORT AND LOGISTIC CORRIDORS OF THE RK
Suleimenov S.. 22

INNOVATIVE ECONOMY OF KAZAKHSTAN - SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION
Makazhanov A., Mukhamadiyeva A. 29

COMPETITIVENESS OF HUMAN CAPITAL IN THE RK
Dobrynina A., Trofimova Y. 34

DEVELOPMENT OF INFORMATION MONITORING SYSTEM OF COMMUNICATION CHANNELS AND AVAILABILITY OF CARD EQUIPMENT
Isebayev M., Zhantasova Zh.. 39

FOREIGN INVESTMENTS IN THE NATIONAL ECONOMY OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN
Kumashev Ch.. 45

BUSINESS AND ENTREPRENEURSHIP

MECHANISMS OF STATE REGULATION OF INNOVATION ACTIVITIES
Yskak A., Abylaikhanova T. 51

BUSINESS PLAN AND ITS ROLE IN THE DEVELOPMENT OF BUSINESS
Mamyberkova D., Saktayeva A., Amanzholov N. 54

STATE SUPPORT FOR ECONOMIC SUBJECTS FINANCING
Rakhimov A., Ashimova A. 59

BANKS AND BANKING

ISSUES OF THE BANKING SECTOR OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN AND WAYS OF THEIR IMPROVEMENT
Nursaparova N.. 65

ESSENCE OF PROFITABILITY OF BANKING RANGE OF THE RK
Toganbekova K., Ashimova A. 71

FEATURES OF THE CUSTOMER-CENTRIC MODEL OF SERVICE OF SB SBERBANK JSC
Klimova N.. 76

MANAGEMENT AND MARKETING ISSUES

FORMATION OF THE INNOVATION STRATEGY OF THE ENTERPRISE OF AGROINDUSTRIAL COMPLEX
Lokotko A., Sorokina L. 82

FACTORING AS A SCHEME OF MANAGING THE PROBLEM PAYMENT
Klinovitskaya T.. 90

MANAGEMENT OF PRODUCTION MODERNIZATION AT THE ENTERPRISE
Urazova N.. 95

DEVELOPMENT OF A CORPORATE STRATEGIC PROGRAM OF A COMMERCIAL BANK WITH ELEMENTS OF IMPLEMENTING AN INVESTMENT STRATEGY
Shashkova L., Bogorodskaya O. 101

EFFECTIVE MANAGEMENT OF ENTERPRISE ACTIVITIES AS A FACTOR OF INCREASING ITS PAYMENT CAPACITY
Sabyrbayeva A., Ishkinina G. 106

THE ROLE OF R&D IN THE COMPANY'S INVESTMENT CYCLE
Abdulmanov G., Sarsembayeva G. 113

USE OF KEY EFFICIENCY INDICATORS (KPI)
Peters D., Iskenderova F.. 119

THE ROLE OF PLANNING AND PRODUCT QUALITY MANAGEMENT SYSTEM AT THE ENTERPRISE
Yelchinskaya Y.. 124

ECONOMIC ANALYSIS: ESSENCE AND IMPACT ON THE DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE'S ACTIVITY
Amanzholova D.. 128

THEORETICAL BASES OF INNOVATION DEVELOPMENT
Yskak A., Abylaikhanova T. 133

METHODICAL ASPECTS OF MANAGEMENT OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGION
Mamyrbekova D., Saktayeva A., Kazhybekova S.. 138

FEATURES OF FINANCIAL MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE
Mutashev S.. 143

HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

TECHNOLOGY OF WORK OF THE HUMAN RESOURCE AGENCY
Medvedeva E., Iskenderova F. 149

PERSONNEL MANAGEMENT AT THE ENTERPRISE TAKING INTO ACCOUNT FOREIGN EXPERIENCE
Rakhmetova A. 156

INTERNATIONAL EXPERIENCE IN ASSESSMENT AND CERTIFICATION OF LABOR PERSONNEL IN THE ORGANIZATION
Sasova A., Ishkinina G.. 162

PERSONNEL AUDIT AS A TOOL OF PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM
Rakhmetova A. 167

INTERNAL LABOR ORDER AS A TOOL OF EFFICIENT ORGANIZATION OF LABOR
Pavlenko A. 172

ANALYSIS OF PROBLEMS AND INDICATORS OF UNEMPLOYMENT IN UST-KAMENOGORSK
Sabyrbekov A., Oralbekkyzy A. 178

THE PLACE AND ROLE OF THE INTERNATIONAL DIVISION OF LABOR IN THE INTERNATIONAL ECONOMY
Sapargaliyev A 185

ECONOMICS AND FINANCE

ESSENCE AND CONTENT OF PRODUCTION FINANCING
Ashimova A. 192

GOALS AND INSTITUTIONAL BASIS OF FINANCIAL AND CREDIT POLICY
Sagymbayev B. 197

SIGNIFICANCE OF THE METHODS OF INCREASING THE ENTERPRISE INCOME
Bakhtybayeva A. 203

FACTORS INFLUENCING THE PRICE AND PRICING PROCEDURE
Mukanov I. 208

ANALYSIS OF FINANCIAL SUSTAINABILITY OF COMPANIES AND THE METHODS OF ITS IMPROVEMENT IN THE CONDITIONS OF GLOBAL INSTABILITY
Anohin S., Nepshina V. 213

IMPROVING THE COST ACCOUNTING SYSTEM AND CALCULATING COST VALUE IN KEMONT JSC
Shnaider X., Trofimova Y 219

ACCOUNTING OF THE RECEIVABLE DEBT OF THE ENTERPRISE IN ACCORDANCE WITH IFRS
Shapochkina Y. 225

FEATURES OF ACCOUNTING AND TAX ACCOUNTING DURING EXPORT OF GOODS AT THE ENTERPRISE
Bekerbayeva D. 232

INVESTMENT STRATEGY AS A FACTOR OF OPTIMIZING THE COMPANY'S CAPITAL STRUCTURE
Redkina A. 238

PROBLEMS OF THE MANAGEMENT OF THE LIQUIDITY OF THE BANKING SYSTEM OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN: ANALYSIS OF INDICATORS AND TRENDS OF CHANGE
Sizova I. 243

THE ROLE OF ANALYSIS OF ENTERPRISE INCOME
Omarova D. 247

QUESTIONS OF TRANSPORT LOGISTICS AND ITS ROLE IN THE ECONOMIC ACTIVITY OF THE ENTERPRISE
Kosikov V., Sarsembayeva G.. 251

DEVELOPMENT OF TOURISM AND TOURIST CLUSTER

ANALYSIS OF THE CONDITION AND COMPETITIVENESS OF THE HOTEL INDUSTRY OF THE CITY UST-KAMENOGORSK
Zagainov E. 258

MARKETING STRATEGIES IN THE SERVICES OF TOURIST ENTERPRISES
Ordabayeva M., Adikova N.. 263

WAYS TO EVALUATE THE COMPETITIVENESS OF TOURIST SERVICES
Ratayeva A. 267

ENSURING THE QUALITY OF ENTERPRISES IN THE INDUSTRY OF MEDICAL AND HEALTH TOURISM
Ordavayeva M., Yerlan N. 276

IMAGE FEATURES OF THE TECHNOLOGY OF RENDERING SERVICES IN THE HOTEL BUSINESS
Koishinova G., Sakenov B.. 280

CLASSIFICATION OF NEW TOURISM TECHNOLOGIES
Rakhimova A. 287

FOREIGN EXPERIENCE OF TRAVEL MANAGEMENT SERVICES
Zhumabekov A. 292

WAYS OF DEVELOPMENT OF EXCURSION TOURISM OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN
Zakiyeva A., Mamyrbekova D. 298

PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY IN KAZAKHSTAN
Yerlan A. 303

DEVELOPMENT OF MEDICAL TOURISM OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN
Dauletkhanova Zh. 307

CONTENT 313

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 ҚР 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 20.10.2018	Формат 60x84/ $^{1}/_{8}$	Объем 40,6 усл.печ.л.
29.5 уч.-изд.л	Тираж 1000 экз.	Цена договорная